

FORSKNING OG MEDIER

NR. 2 · 2010 **JOURNALISTICA**

**FORSKNING
OG MEDIER**

Journalistica nr. 2 · 2010
© 2010 forfatterne
& Journalistica

Ansvarshavende redaktør
af JOURNALISTICA:
Roger Buch
Redaktør af dette nummer:
Charlotte Wien

Omslag og grafisk
tilrettelæggelse:
Henriette Tost

Bogen er sat med
Univers og Utopia

ISBN 978-87-92241-03-0
ISSN 1901-6220

Alle rettigheder forbeholdes.
Fotografisk, mekanisk eller
anden gengivelse af denne
bog eller dele deraf er forbudt
uden forlagets skriftlige til-
lædelse ifølge gældende
dansk lov om ophavsret.
Institutioner, der har indgået
aftale med Copydan, kan
kopiere inden for de rammer,
der er nævnt i aftalen.

www.journalistica.dk

Indhold

CHARLOTTE WIEN Introduktion til dette nummer af Journalistica	5
DORTE ANDERSEN OG HANNE JØRNDRUP Pressens præsidenter – fra Satan til Messias Historie og journalistik som et mulighedsfelt	7
ASKE KAMMER Gratisaviserne som en politisk ressource	28
EBBE GRUNWALD & VERICA RUPAR Capturing meaning-making in journalism	48
HARALD HORNMOEN “Making us see science” Visual images in popular science articles and science journalism	79
HEIDI JØNCH-CLAUSEN Hvor blev slagene i bolledejen af? Journalistiske vælgerskabeloner 2007 & 1968	100
<i>English abstracts</i>	123

Introduktion til dette nummer af Journalistica

AF CHARLOTTE WIEN

Temaet „Forskning og Journalistik“ er et meget bredt tema for et forskningstidsskrift, der behandler forskning i journalistik og medier. Derfor repræsenterer artiklerne i dette nummer også en bred vifte af forskellige metodiske og teoretiske tilgange til studiet af journalistikken.

Temaet er valgt fordi det ofte hævdes, at både journalistikken og forskningen bevæger sig i flere forskellige retninger i disse år: På den ene side tvinger markeds- og ansættelsesvilkår journalisterne væk fra fordybelse og til at levere tekster til en stadigt mere og mere indholdsløs form. På den anden side efterspørger et andet publikum en type journalistik, hvor der stilles stadig større krav om faglig fordybelse og metodisk transparens. Tilsvarende mødes forskerne på den ene side af et stigende krav om publikationer i internationale fagfællebedømte tidsskrifter og på den anden side af et krav om formidling af forskningsresultater til den brede befolkning.

Noget af dette bringer i disse år dele af forskningen og dele af journalistikken tættere på hinanden, mens andre dele tvinges længere og længere væk fra hinanden. Journalistica søger at bygge bro og samle trådene ved på den ene side at være et internationalt orienteret fagfællebedømt tidsskrift med en høj faglig standard, mens vi på den anden side ønsker at sikre, at de artikler, der bringes heri er let tilgængelige og velformidlede. Håbet med dette nummer af Journalistica er således, at både forskere og journalister vil kunne finde inspiration til deres arbejde heri.

Man kan mene, at temaet er for bredt, fordi afstanden mellem journalistik og forskning er for stor og fordi den faglige og emnemæssige spredning af artiklerne i dette nummer ligeledes er for

stor. Det mener vi ikke. Tvært i mod: For netop ved at præsentere en bred vifte af teorier og tilgange illustrerer dette nummer af Journalistica, hvor mangfoldig forskningen i Journalistik er.

Pressens præsidenter – fra Satan til Messias

Historie og journalistik som et mulighedsfelt

AF DORTE ANDERSEN OG HANNE JØRNRUP

Journalistikken og historiefaget er i egen selvforståelse discipliner, der beskriver verden, som den er. Journalister rapporterer fra nutiden, mens historikere fortæller os, hvordan fortiden var. Artiklen sætter spørgsmålstegn ved denne arbejdsdeling, idet begge fag går hinanden i bedene og langt ud over den blotte afrapportering fra verden. Trods forestillingen om et neutralt udgangspunkt har begge fag til tider overordentlig stor indflydelse på såvel samtidens som fremtidens politik. Artiklen diskuterer problemer, som denne selvopfattelse afstedkommer, gennem pressens billeder af tre præsidenter – Hussein, Milosevic og Obama. Formålet er, at åbne muligheden for kritisk refleksion i historieskrivning med en ny og bedre kobling af journalistikken og historiefaget.

Journalistikken skal – hævdes det – være først med det sidste, have fingeren på nyhedspulsen og give os løbende opdateringer på døgnets væsentligste nyheder. I denne nyhedspraksis med blikket fokuseret på det aktuelle gør journalistikken dog i udbredt grad brug af historiske referencer, som det aktuelle bliver forbundet med.

Det er forståelsen af historie og den måde historie bliver brugt i mediernes fortællinger om samfundets gang og udvikling, som er emnet for denne artikel. Journalistikken er en central praksis i dette spørgsmål, og nyhedsmedier er i det hele taget en vigtig

medspiller i spørgsmålet om, hvilke fortællinger om fortid og nutid, der anses for naturlige og sande.

I denne artikel vil vi gennem tre signifikante eksempler på medieret historieskrivning skitsere og diskutere hvilken rolle, historieskrivning spiller i medierne og omvendt. Eksemplerne hævdes ikke at være repræsentative for journalistikkens brug af historie generelt, men er udvalgt til at illustrere centrale problemstillinger omkring historie og journalistik.

De første to eksempler vi inddrager, behandler journalistikkens historiefortælling om henholdsvis Præsident Barack Obama og Præsident Saddam Hussein. Begge eksempler er karakteriseret ved et markant fravær af eksperter såvel som andre kilder til de historiske referencer. Derimod trækkes der på gentagelser af velkendte historiske forløb og begivenheder, ligesom der henvises til et velkendt galleri af elite-personer, steder og institutioner. Eksemplerne bygger på analyser af danske avisers beskrivelser af henholdsvis Barack Obama i forbindelse med dennes indsættelse som præsident og Saddam Hussein i perioden op til Irak-krigens udbrud.

Det sidste eksempel vi inddrager, er dæmoniseringen af den serbiske statsleder Slobodan Milosevic i vestlige medier. Billedet af Milosevic som skurk og krigsforbryder, blev konstrueret i relation til et spørgsmål om skyld, der var med til at forenkle historiske begivenheders kompleksitet. I modsætning til de to første eksempler, er vore kilder her også den omfattende historieforskning, der er blevet bedrevet i netop denne kontekst.

At fortælle historie

Vort teoretiske udgangspunkt er konstruktivistisk, idet vi ser den sociale orden inklusive dens historiefortællinger, som konstrueret. Nærværende kritik af journalistikkens historiefortællinger tager således sit udgangspunkt et andet sted end journalistikken traditionelt gør det, nemlig i den af Nietzsche inspirerede historieforståelse, hvor historiefortællinger er et centralt virkemiddel i konstruktionerne af den sociale orden (jf. Foucault 1983, 1997, 2003; Butler, 1990). For som Nietzsche gjorde os opmærksom på allerede i 1800-tallet, findes der ingen sand historie, idet

al historieskrivning er født af nutidige spørgsmål og politiske problemstillinger. Historiens nytte – set fra magtens optik – måles i dens evne til at legitimere nutidige politiske handlinger (Nietzsche 1996). Vore moderne samfund og den måde vi handler på, anskues her som produkter af fortællinger, vi er stand til at genkende fra tidligere, og genkendelsen hviler i eksisterende magtrelationer (jf. Foucault 1983, 1997, 2003; Butler, 1990). Det betyder ikke, at samfundet og historie er produkter af falsk bevidsthed; de er reelle sprogligt formidlede størrelser, som altid-allerede er en del af den samfundsorden, vi lever i og det, vi gør.

Konsekvensen af dette udgangspunkt er, at der ikke findes en neutral position, vi kan formidle historie fra. Vore fortællinger er placeret i allerede eksisterende historiske kontekster, der er essentielle ingredienser i ideologisk og politisk praksis, af samfundsmæssige institutioner, og af diskurser om rigtigt og forkert og godt og ondt, der allerede er vedtaget. Idet historieskrivning således medvirker i de praksis, der vedligeholder, cementerer og destruerer sociale institutioner og magtforhold, mener vi, at det er væsentligt at reflektere kritisk over, hvilke konstruktioner man som forsker og journalist medvirker til.

Historieforskning og journalistik lider dog begge under objektivitetsbegreber, der ikke umiddelbart rummer mulighed for denne form for kritisk selvrefleksion. Historieforskningen er på sin side traditionelt optaget af at afdække historiske begivenheder i overensstemmelse med en hermeneutisk fortolkningstradition, hvis hensigt det er, at beskrive historien, som den var, eller som Leopold von Ranke udtrykte det, „*Wie es eigentlich gewesen ist*“ (Ranke in Stern 1973, 57). Forudsætningen for denne historietolkning er kildekritikken, dvs. en detaljeret, tæt og indlevet beskrivelse af historiske begivenheder, der bygger på kilder fra samtiden. Desto tættere på, desto bedre kilder og desto mere detaljeret, desto tættere er beskrivelsen på sandheden.

Nyhedsjournalistikken er, ligesom historieforskningen, uløseligt knyttet til et langt fra uproblematisk forhold til objektivitetsbegrebet og forestillingen om, at journalistikken fra et upartisk ståsted bringer nyt om verdens gang. I følge Wien (2005) skyldes lighederne de to fag imellem netop, at journalistikken til dels har lånt sin objektivitetsforståelse fra historiefaget og kildekri-

tikken. Som Gaye Tuchman har vist, medvirker objektivitetsnormerne i legitimeringen af journalistikken som en uafhængig profession og som værn mod udefrakommende kritik. I daglig journalistik omsættes objektivitetsnormerne i en række rutiner, der vedrører identificering af fakta, der præsenteres efter vigtighed i regi af nyhedsskabeloner, adskillelse af nyheder *news* og holdninger *views* samt præsentation af modstridende synspunkter på et konfliktpunkt (Tuchman 1972).

Journalistikkens operationalisering af disse objektivitetsrutiner medfører samtidigt en stærk favorisering af samfundets autoritative institutioner, hvis verdensbillede uantastet viderebringes og legitimeres (Tuchman 1978). Billedet går igen i Daniel C. Hallin beskrivelse af udviklingen i amerikansk journalistik. Den uafhængighed af det politiske system, som journalistikkens professionaliseringsrutiner skulle understøtte, placerer paradoksalt nok journalistikken i et afhængighedsforhold af de statslige institutioner, der tildeles autoriteten (forstået som den objektive position) til at udpege fakta. Derved giver journalistikken forrang til handlinger og udtalelser fra magtens institutioner og personer, der understøttes af et markant fokus på umiddelbare begivenheder – *news* og et fravær af fortolkning – *views* (Hallin 1986).

Journalistikkens afhængighed af autoritative institutioner bevirker, at journalistikken overtager disses ideologiske, sociale og kulturelle verdensbillede, et ideologifællesskab som rent faktisk underminerer journalistikkens evne til at forfølge sit eget objektivitetsideal.

Ifølge Hallin er det kun i de sager, hvor de autoritative kilder selv udpeger et konfliktpunkt, at journalistikken ser det som sin rolle, at iværksætte de objektive rutiner om at høre begge parter, afholde sig fra fortolkning osv.

Her opererer Hallin med en tese om de journalistiske sfærer, hvor objektivitetsidealene hører til sfæren for legitime politiske modsætninger. Hvis et emne betragtes som værende i samklang med samfundets grundlæggende værdier, i sfæren for konsensus, eller modsat helt i modstrid med den herskende ideologi, tilhørende sfæren for det afvigende, ser journalistikken derimod sin opgave som samfundsbevarende (Ibid.). M.a.o. er journalistisk praksis situeret og opererer ud fra et „objektivitetsbegreb“,

der er kontekstuel forankret i tid og rum, mentalt og politisk.

Om end objektivitetsbegreberne i mange år har været genstand for intern diskussion i såvel journalistikken (jf. Esmann m.fl. 2002) som historieforskningen (jf. f.eks. Iggers, 1997 eller Berkhofer, 1997), så er objektivitetsforestillingen alligevel tilstede i den praktiske udfoldelse af nyhedsjournalistik og historieforskning. Konsekvensen er, at der alt for ofte lukkes af for en kritisk refleksion over den kontekst, historie bliver skrevet i, en refleksion vi forstår som tiltrængt, hvis ikke nødvendig. Kritisk forstås her som evnen til at erkende eget ståsted og praksis, og altså ikke hvorvidt journalister eller historikere evner at rejse kritik mod andre. Artiklen er derfor et forsøg på at åbne et mulighedsfelt for en sådan kritisk refleksion, et rum vi mener, kan åbnes vha. en bedre kobling af historieforskning og journalistik, hvor begge drager mere nytte af hinanden.

Historien om Messias

Tirsdag d. 20. januar 2009 var en festdag i Washington, hvilket man kunne læse udførligt om i de danske aviser.¹ Men det var øjensynligt også en journalistisk festdag, hvor kritikken tog en fridag og alle kræfter blev sat ind på at fejre Obamas indsættelse. For dette var, som journalistikken flere dage forinden havde annonceret, et *historisk* øjeblik. Hvad *historisk* betyder i journalistikken, skal vi her se nærmere på.

For det første var der en tradition og en række ritualer som hovedingrediens, nemlig den amerikanske præsidentrække, Washingtons institutioner og monumenter samt selve indsættelsesceremoniens rituelle magtoverdragelse. Der ligger et performativt element i det rituelle, idet rituel praksis kræver, at særlige historiske traditioner *gøres* igen (Bell 1992), i dette tilfælde for at overdrage embedet til den nye præsident. Når elitepersoner i elitenationer *performer* magtens ritualer er vejen banet til den journalistiske historiebog. Om stemningen ved indsættelsen skriver Information: „*Der var en andægtig tavshed defineret af det historisk øjeblik, som ingen af dem nogensinde vil glemme*“ (Information 21/01/2009, 4/5).

Den traditionsfyldte ramme gav journalistikken anledning til

fortællinger om tidligere præsidenters gøren og laden, samt diverse sammenligninger præsidenterne imellem med fokus på, hvem der var størst, først, værst og bedst målt på forskellige parametre. Herigennem fik læserne genopfrisket deres viden om præsidentembedet med dets historiske såvel som nutidige betydning. Ligeledes genfortaltes historien om og fra centrale bygninger som Det hvide Hus, „*Det var her, Franklin D. Roosevelt under Anden Verdenskrig på store kort fulgte krigens gang*“ (Ekstra-Bladet 20/01/2009,18) og centrale steder for festdagen som Lincoln Monumentet og The Mall: „*Ikke siden de store demonstrationer i 1960erne med borgerrettighedsforkæmperen Martin Luther King og marchen mod Vietnam har så mange været samlet*“ (Berlingske Tidende 21/01/2009, 16). Selvom der var enkelte kritiske røster mod eks. vis den afgående præsident Bush, der af stort set alle aviser omtales som „*en af de mest upopulære præsident i amerikansk historie*“ (f.eks. Berlingske Tidende 21/01/2009, 2 & Kristeligt Dagblad 21/1/2009, 5), så medvirker de historiske fortællinger samlet set til at cementere betydningen af præsidentembedet.

For det andet var der tale om en historisk forandring i selv samme tradition, idet Obama denne dag ville blive den første sorte amerikanske præsident. Og det er selvsagt herfra retorikken om *det historiske øjeblik* henter sin styrke.² Historisk i journalistisk forstand viser sig her nærmest synonymt med nyhedsbegrebet. Størstedelen af artiklerne om indsættelsen er skrevet over følgende nyhedsskabelon:

I dag (aktualitet) vil den første amerikanske præsident (væsentlighed) med afroamerikansk baggrund (sensation) blive indsat for øjnene af milliarder af tv-seere (identifikation). Dette er et vendepunkt i historien (konflikt – brud med rækken af 43 tidligere hvide præsidenter).

Den udbredte brug af referencer til præsidentrækken og velkendte begivenheder i den amerikanske historie er med til at understøtte alle nyhedskriterierne og gøre nyheden så betydningsfuld, at den kan benævnes *historisk*.

Det bemærkelsesværdige var, at den præcise baggrund for begivenhedens historiske karakter blev udeladt i journalistikkens kobling af *den første sorte præsident* med *det historiske*. Adskil-

lige aviser knyttede an til borgerrettsforkæmperen Martin Luther King gennem eksempelvis et kildecitat som: „*Her stod King og proklamerede: 'I have a dream', og nu er det blevet virkeligt. Vi har fået en sort præsident. Vi er blevet til et samlet land. Jeg elsker dette land*“ (Berlingske Tidende 21/01/2009, 16). En Messias, forudset i en tidligere profets drøm, der ved sin blotte indtrædelse forløste samfundets raceproblemer. Bortset fra adskillige fortællinger om Lincolns befrielse af slaverne, og referencer til Kings drøm, var der stort set tavshed om racespørgsmålets nyere historie. Man kunne næsten få opfattelsen, at når USA nu har fået en sort præsident, er der ingen racebetingede problemer i samfundet længere.

Denne forglemmelse af nyere tids raceproblemer bestyrkes gennem citater fra Obamas tale, hvor han også selv omtalte spørgsmålet om race gennem stærkt eufemistiske henvisninger til sin fars situation i 1960'ernes USA. Det virkeligt interessante historiske spørgsmål, om hvordan der igennem årtier i et demokratisk land som USA har eksisteret en formel eller uformel race-diskrimination, forblev uberørt. Hvor Obama havde indlysende politiske bevæggrunde til ikke selv at trække racespørgsmålet op i sin tiltrædelsestale, da han netop denne dag trådte frem som alle amerikaneres og ikke blot de sortes præsident, så er det mindre indlysende, hvorfor journalistikken tav herom. Men når kardinalpunktet for det historiske i det historiske øjeblik udelades i den journalistiske historiefortælling, bestyrkes traditionen, institutionen og samfundsordenen i stedet.

At racespørgsmålet langt fra er udryddet i Obamas USA har pressen siden bragt flere beretninger om, men det rokker ikke ved det paradoksale i at udelade racespørgsmålet ved de journalistiske beskrivelser fra præsidentindsættelsen.

Historien om Satan

Den nu afsatte og henrettede irakiske præsident Saddam Hussein indtog en helt særlig rolle i avisernes dækning af Irak-krigen i 2003, nemlig som inkarnationen af ondskab. Den journalistiske dækning opbyggede en fortælling om alle tiders despot, der fulgte to spor, der begge trækker kraftigt på historiske referencer.³

For det første var der en stadig gentagelse af historierne om Saddam Husseins (og hans sønners og fætres) umenneskelige gerninger, mord og terror mod såvel politiske modstandere som den sagesløse befolkning. Særligt historien om sennepsgasangrebet mod en kurdisk landsby i 1988, som Hussein og hans fætter Kemi-Ali hævdedes at stå bag, blev hyppigt refereret. Alle disse brutale begivenheder genfortales igen og igen, men der var ingen kilder eller eksperter på banen, da der blev trukket intensivt på en allerede eksisterende fortælling fra medierne selv om Husseins ugerninger.

For det andet skabte journalistikken en fortælling om Hussein, som værende beslægtet med samtlige det 20. århundredes store despoter og diktatorer. Milosevic, Idi Amin, Pol Pot, Baby Doc og Stalin var blot nogle af de historiske forgængere, Hussein blev knyttet sammen med. Trumfkortet på denne fortælling om inkarnationen af ondskab er selvfølgelig sammenligningen med Hitler, der også flittigt blev fremhævet. Interessant for denne historiske reference er, at medierne overtog billedet fra den første præsident Bush, der under Golfkrigen i 1991 sammenlignede Hussein med Hitler (Carruthers 2000 40). Med til fortællingen om Hussein er de titler, han blev givet. Selv i nok så refererende, klassiske nyhedsartikler benævnes han med normative titler som *despot*, *tyran* og *diktator*, mens han kun i sjældne tilfælde blev beskrevet med sin officielle titel af Iraks præsident.

Uanset hvor grum Hussein kan siges at have været, så var denne journalistiske fortælling langt mere end blot refererende. Journalistikken deltager (...) *kontinuerlig i at opretholde billedet af en illegitim statsleder, der i kraft af sine utallige grusomheder for stedse har afskrevet sig retten til at repræsentere sit folk og retten til at blive hørt i det internationale samfund* (Jørndrup 2005, 183). Ved at tale Hussein ud af den legitime præsidenthistorie og over i klubben af despoter, var den journalistiske fortælling medvirkende til at legitimere, at det var op til andre end Hussein at afgøre Iraks fremtid. Her er sammenligningen med Hitler og 2. verdenskrig ekstra prekær ud fra devisen: Hvor ville verden være i dag, hvis ikke vesten (her glemmes Sovjetunionen ofte) havde taget kampen op mod Nazityskland?

I relation til Irak-krigen i 2003 er det også påfaldende hvilke

historiske referencer, der *ikke* blev aktiveret i beskrivelsen af Saddam Hussein. At Irak, med selvsamme Hussein som præsident, op gennem 1980erne blev støttet af vesten i krigen mod Iran, der efter præstestyrets revolution og besættelsen af den amerikanske ambassade i Teheran i 1979 var blevet USA's og vestens hovedfjende i Mellemøsten, var helt glemt i 2003.

Historierne om Obamas sejr og Husseins fald kan begge forstås i lyset af Daniel C. Hallins tese om de journalistiske sfærer (Hallin 1986). Både når journalistikken beskriver præsidenter i sfæren for konsensus og i sfæren for det afvigende, gives der los for normative fortællinger om henholdsvis Messias og Satan. Der gøres udbredt brug af referencer til historiske begivenheder og personer, hvis rolle i historien anses som indiskutable fakta, journalistikken følgelig ikke behøver hjælp fra eksperter til at identificere. Når journalistikken betragter sin egen historiefortælling som selvfølgelig, er det fordi denne lægger sig tæt op af eller er identisk med samfundets herskende normer og historier om godt og ondt. Og det er i høj grad den politiske kontekst, der er bestemmende for, om en Hussein bliver skrevet ind i mængden af udemokratiske mellemøstlige ledere eller bliver fremhævet som alle tiders superskurk og vor tids Hitler.

Hermed er journalistikken gennem sin historiebrug stærkt medvirkende til at reaktivere og bekræfte samfundets orden og magtforhold. Og hermed menes hverken det amerikanske eller det irakiske samfund, men den samfundsmæssige kontekst, som dansk journalistik praktiseres indenfor, hvori også den danske stats udenrigspolitiske alliancer og strategier indgår.

Et spørgsmål om skyld

Slobodan Milosevic var måske den af halvfemsernes statsledere, som den vestlige presse iscenesatte som den største fjende af efterkrigstidens vestlige værdier. Manden, der indtil sin død i marts 2006 stod på anklagebænken i Den Haag bl.a. for sin medvirken til den serbiske hærs etniske udrensning af muslimer i Bosnien i 1992-1995 og henrettelser af store dele af den kosovoalbanske befolkning i Kosovo i 1999, blev i løbet af 1990erne indbegrebet af de folkedrab, der fandt sted under 1990ernes Balkan-

krige. Han navn er i dag, som overfor nævnt, et af vore ikoner for ondskab. Medvirkende begivenheder er fortrængt, og i stedet har vi sat hans hoved på en stage til skræk og advarsel for de, som måtte have samme trang til at gøre ondt.

Der er ingen grænser for de metaforer pressen tog i brug for at benævne Milosevic i forbindelse med hans død i 2006.⁴ Han var „en tyrant“ og „den største politiske forbryder siden Anden Verdenskrig“ (Jyllands-Posten, 19/03/2006;1), „serbisk diktator“ (Jyllands-Posten, 28/04/2006;21), „en snu og ekstremt kynisk nationalist“ (Vejle Amts Folkeblad, 13/03/2006), osv. Jyllands-Posten karakteriserer Milosevic som en *rottekonge*, dvs. en politisk prototype (som den demokratiske verden implicit skal være sig for): „I filosofiens verden er typen kendt som rottekonger. Pludselig en dag bryder de frem fra de indre linjer og har fuld kontrol i kraft af det netværk, de i al hemmelighed har opbygget“ (Jyllands-posten, 14/03/2006;2).

Skildringen af Milosevic' medvirken til 1990ernes konflikter på Balkan er et godt eksempel på, hvordan pressen, godt hjulpet på vej af fremtrædende politikere og historikere, beskriver konflikter – i dette tilfælde krige motiveret af etnisk tilhørsforhold og nationalisme – i lyset af en ensidig stillingtagen til skyld. Milosevic var mere end nogen anden „manden, der skabte fjendskab mellem de forskellige befolkningsgrupper i det tidligere Jugoslavien og som med sine drømme om et Stor-Serbien forårsagede de krige, der martrede Balkan i et halvt årti.“ (Berlingske Tidende, 15/03/2006, 2. sek; 12) Der var ikke mange i pressen, hverken i de år krigene stod på og eller under retssagen, som satte sig op imod den politisk korrekte holdning i vesten, den, at serberne, og ultimativt Milosevic, var de skyldige, mens de andre etniske grupper involveret i krigsudgydelserne – kroaterne, kosovo-albanerne, og bosnienere – var ofre. Som Information skrev i forbindelse med Milosevic's død: „Ingen er i tvivl om, at Slobodan Milosevic var krigsforbryder af den værste slags – bortset fra de serbiske kredse, der fortsat ser ham som en helteskikkelse“ (Information, 13/03/2006, 2/3).

I Europa skabte særligt det tyske *aldrig igen* og den tidlige tyske anerkendelse af Kroatiens uafhængighed en atmosfære, som tvang de europæiske lande til at vælge side i krigene. En lang

række tyske politikere med udenrigsminister Hans Deitrich Genscher og kansler Helmuth Kohl i spidsen agiterede i løbet af 1990erne sammen med fremtrædende tyske intellektuelle, såsom Jürgen Habermas, for at man burde sætte hårdt mod hårdt for at stoppe serbernes folkedrab (jf. Lampe, 1996, Head, 2008). Om tyskernes opbakning bag og tidlige anerkendelse af Kroatiens uafhængighed reelt var med til at stoppe Balkan-krigene, diskuteres stadig i historikerkredse. Men at det netop var Tyskland, som tog stor afstand fra Milosevic regimet, gjorde det muligt, at historien under Kosovo konflikten i 1999 blev brugt som legitimering af at sætte militære midler ind for at stoppe såkaldte *forbrydelser imod menneskeheden*.

For en samlet hær af europæiske politikere og intellektuelle står Milosevic og den serbiske hærs handlinger i dag tilbage som det ultimative eksempel på eksistensen af en evig trussel imod efterkrigstidens grundlæggende europæiske værdier. Ifølge den amerikanske vicepræsident Joseph Biden var Milosevic endog „*en af de mest farlige og maniske europæiske ledere siden Hitler*“ (Vejle Amts Folkeblad, 13/03/2006). I den sammenhæng optræder de europæiske medier hovedsageligt i rollen som samfundsbevarende, dvs. i samklang med det tyske *aldrig igen*, der erindringer om jødeforfølgelse under 2. verdenskrig. Hallins tese om de journalistiske sfærer bliver også her bekræftet.

Hvem er skyldig?

Når vi i det følgende kritiserer mediernes rolle under og efter Balkan-krigene, er det ikke vor hensigt at så tvivl om Milosevic medvirken til krigsforbrydelserne. Det er heller ikke vor hensigt at benægte, at krigene havde historiske rødder. Historien blev uden tvivl mobiliseret og gjort til en praktisk, levet virkelighed på Balkan i 1990erne, og det på den voldsomst tænkelige måde (jf. Crnobrnja 1996, Banac 2006). Hensigten er derimod at stille spørgsmålstegn ved ensidigheden, der præger konstruktioner af fjendebilleder og historisk hukommelse, når disse hegemoniseres af spørgsmål om skyld.

I forbindelse med Balkan-krigene kan vi i stedet spørge ind til, hvordan medier og historieskrivning blev og bliver brugt af poli-

tiske ledere, der søgte uafhængighed for deres respektive stater. Milosevic brugte netop en voksende nationalistisk presse i Serbien i slutningen 1980erne til at styrke sin magtovertagelse. Hans 1987 memorandum, der understregede nødvendigheden af at skabe et etnisk homogent Stor-Serbien, og som pressen af taktiske årsager fik fingrene i udkastet til, fik f.eks. stor betydning for mobiliseringen af den serbiske presse, såvel som involveringen af akademikere og forfattere i den nationalistiske kamp, Milosevic optrappede i løbet af 1990erne (Lampe 1996, 365).

Som den amerikanske historiker John R. Lampe beskriver anvendelsen af historien til mobilisering af den serbiske presse og serbiske intellektuelle i *Yugoslavia as History: "They found it [en fælles stemme] by re-examining the past"* (Lampe 1996, 348). En lang række historiebøger af tvivlsom karakter samt historiske romaner blev skrevet i den nationalistiske ånd og udgivet sent i 1980erne og begyndelsen af 1990erne. De understregede uretfærdigheden af Serbiske lidelser under de to verdenskrige, og ikke mindst den ortodokse kirkes truede tilstedeværelse i Bosnien og Kosovo, og mobiliserede dermed store dele af den serbiske befolkning til opbakning bag Milosevic's nationalistiske sag: "*The accumulating economic crisis fed the great popularity of such publications of their sensation-seeking summaries in Belgrade's weekly magazines*" (Lampe 1996, 348).

Journalister og historikere skabte således i fællesskab et billede af Kroatien og Kosovo som *danger zones* for serbere bosat i disse dele af det tidligere Jugoslavien. Forestillingen var, at kroaterne bevidst udsultede den serbiske del af befolkningen i Kroatien ved hjælp af økonomiske sanktioner og ved at nægte dem adgang til vigtige positioner i landet. Med den nationalistiske Tudjans magtovertagelse i Kroatien blev det også en gængs forestilling blandt serbere, at kroaternes folkemord under 2. verdenskrig – en etnisk udrensning, ledet af den nationalistiske organisation, Ustasa – ikke var en ren tilfældighed, men en del af den kroatiske *folkesjæl*. Sådan ville kroaterne m.a.o. opføre sig igen, hvis de fik mulighed for det, og serbere i Kroatien levede i potentiel fare for at blive udsat for lignende overgreb, som serbere oplevede i 1940ernes Kroatien.

Muligheden for et folkemord var også en forestilling, der blev

opdyrket i forbindelse med serbere bosat i Kosovo. I slut 1980erne oplevede den serbiske befolkning i Kosovo en voksende diskrimination, og en stor del af den serbiske befolkning udvandrede fra Kosovo i løbet af 1990erne.⁵ Den deraf følgende frygt for etnisk udrensning blev et gængs billede af området i de serbiske medier, et billede af regionen, som skulle få stor betydning senere i 1990erne, hvor folkemord blev en realitet i Kosovo, dog ikke mod serbere fra kosovo-albansk side, men med omvendt fortegn.

Milosevic anvendte de serbiske medier til at mobilisere folket til nationalisme, ved at spille på en generel frustration i befolkningen over en dalende levestandard, samt at opildne frygten for overgreb fra andre etniske grupper i Jugoslavien. Milosevic gjorde samtidigt kål på al kritisk opposition i Serbien, inklusive kritisk pressedækning og kritiske akademikere. De mest væsentlige pressefolk og intellektuelle i landet var således en del af Milosevic nationalistiske sag, der senere blev til en krigsmaskine – samtidigt med at militærfolk satte sig på de mest betydningsfulde politiske poster i landet.

Selvom Milosevic uden tvivl var arkitekten bag en række begivenheder, der rystede Europa i 1990erne, så var han altså ikke alene. Pressen, og da særligt avisen *Politika* og Beograds TV station, var en integreret del af propagandaen, der fik mobiliseret store dele af befolkningen til had imod den muslimske kosovo-albanske og bosniske befolkning og imod kroaterne (Banac 2006, 30-32).

Spørgsmålet om pressens medvirken til nationalistisk propaganda kompliceres yderligere, når vi tager i betragtning, at den samme anvendelse af pressen og intelligenciaen som kendetegnede Serbien også fandt sted i 1990erne i nabolandet Kroatien. Som Lampe beskriver situationen i 1990ernes Kroatien: "*Croatia was influenced by censorship – the media was controlled by the government (Tudjman) and the state owned all television channels and newspapers.*" (Lampe 1996, 380-1)

Til trods for at krigsforbryderdomstolen i Den Haag inden hans død i 1999 også undersøgte, om Tudjman kunne anklages for sin medvirken i 1990ernes folkedrab, og til trods for hans åbenlyse anvendelse af nationalistisk propaganda, hvor han på samme måde som Milosevic forhindrede en åben offentlighed i Kroa-

ten, er han aldrig blevet udsat for den samme kritik blandt vestens pressefolk. At den vestlige presses og til en vis grad vestlige historikers dækning af Balkan-krigene, falder i tråd med kroaternes forestilling om Tudjman som i bedste fald blot en korrupt statsleder og i værste fald en frelser, kan ikke forklares udelukkende ud fra „faktuelle begivenheder“. Det må derimod forklares i lyset af en generel holdning til de to lande i vesten. Særligt den tyske støtte til Kroatien er en væsentlig brik i dette spil. At det er Serbien der har skullet påtage sig rollen som skurk, og Milosevic der er blevet personificeringen af folkedrabet, hvorimod vi nærmest har glemt Kroatien og Tudjmans skyld, retfærdiggøres således ikke af, at Milosevic var skyldig.

Ensidigheden har samtidigt været medvirkende årsag til at opildne de serbiske og kroatiske befolkninger til at støtte Milosevic og Tudjmans nationalistiske sag, idet den vestlige presses dækning af krigene cementerede den propaganda, der tog form i forholdet mellem Serbien og Kroatien (jf. Lampe 1996, 381). Ligesom vestlige medier ikke stillede store spørgsmål ved den seneste amerikanske præsident Bushs olierelaterede interesser i at invadere Irak og afsætte Saddam Hussein, var det kun de færreste i pressen, der stillede spørgsmål ved den tyske interesse i at forsvare Kroatiens uafhængighed, og den (næsten) samlede europæiske opposition imod Serbien. Ved blot at reaktivere og bekræfte det internationale samfunds orden og magtforhold, har vestlige medier opildnet store dele af den serbiske og kroatiske befolkning til at bakke op omkring henholdsvis Milosevic og Tudjman.⁶

Pressens ensidige fokusering på Milosevic' skyld i årene efter krigene, har dermed gjort en lang række hændelser i Kroatien betydningsløse, som f.eks. dem der førte til mordet på Milan Lervar i Gospic i august 2000. Kroaten Lervar forsøgte i årevis forgæves at gøre de kroatiske myndigheder opmærksom på krigsforbrydelser i mod den serbiske befolkning i sin hjemby Gospic, forbrydelser, der fandt sted under den kroatisk/serbiske krig. Først efter og som følge af mordet på ham, satte de kroatiske myndigheder en undersøgelse i gang, og de ansvarlige for krigsforbrydelserne blevet udleveret og retsfulgt. Lervars morder, som med stor sandsynlighed selv er fra Gospic, er derimod aldrig blevet dømt

(Drakulic 2004: 23-34). De individer der står på anklagebænken i Den Haag er m.a.o. kun toppen af et isbjerg, hvis underside stikker dybt ind i det serbiske og kroatisk hverdagsliv.

Pressen lukker vha. den unuancerede skildring af Milosevic' skyld i 1990ernes Balkan-krige den vestlige offentligheds mulighed for at forstå, at en lang række hændelser, som fandt sted under krigene, stadig har stor betydning for, hvordan fremtiden former sig for regionens befolkninger.

Åbning af et mulighedsfelt

Skal pressen i sine historiske referencer blot være medvirkende til at forstærke magthavernes forestillinger om samfundets orden? Eller kunne vi, forskere såvel som presse, i fællesskab skabe et grundlag, hvorpå vi blev bedre til at reflektere over, hvordan historien konstrueres – også i nyhedsjournalistikken? Særligt i tilfælde af krigsudgydelser som dem på Balkan og i Irak synes denne refleksion tiltrængt. For hvem er det egentlig, der konstruerer historie (eller historier)? Hvordan bliver konstruktionerne til gængse forestillinger folk ikke bare tror på, men også handler ud fra? Dvs. hvem formidler konstruktionerne og hvad gør dem troværdige? Og hvem er ofre for konstruktionerne?

I stedet for at sætte vores lid til, at Den Haag udrydder verdens ondskab personificeret i form af grænse-psykotiske personligheder, kunne historikere og presse bruge erfaringer, som dem fra Balkan til at overveje, hvad det er for nogle mekanismer, der bliver sat i værk, når folk mobiliseres til folkedrab af politiske ledere, der anvender presse og akademikere til formålet. Krigene på Balkan ville ikke have været mulige uden en nationalistisk presse, der bevidst konstruerede propaganda for de siddende regeringer, propaganda som blev brugt til at opildne til vold og skabe frygt blandt befolkninger. Og inden vi igen peger fingre af det totalitære regimes propagandamaskine, er spørgsmålet vi må stille os selv, om ikke medier og historieskrivning generelt er medvirkende til denne form for propaganda, når den favoriserer samfundets autoritative institutioner, hvis verdensbillede uantastet viderebringes og legitimeres.

Journalistik er m.a.o. ikke kun news og views. De trykte, såvel

som de visuelle medier medvirker på forskellig vis til at konstruere forestillinger om rigtigt og forkert, og godt og ondt, der bliver transformeret til konkrete handlinger. Hvis pressen vil agere som demokratiets vagthund, er en kritisk stillingtagen til egen praksis og dermed medvirken til at skabe og fortrænge historiske begivenheder tvingende nødvendig. Selvom der ikke findes en neutral position fra hvilken, vi kan bedømme historiekonstruktioners validitet, kan vi godt forholde os til, om konstruktionerne er i overensstemmelse med demokratiske målsætninger, en fri presse stiller op for sig selv. Hvis pressen integrerede en konstruktivistisk forståelse af egen praksis, ville der ikke blot være tale om views, dvs. den enkelte journalists subjektive og relative standpunkt, når den gældende samfundsorden kritiseres. Der ville derimod være tale om at pressen løbende aktiverer selvkritik for at bedømme og begrænse egen praksis.

Her ligger muligheden for at udvikle en mere konstruktiv kobling mellem medier og forskning. Som Charlotte Wien beskriver den nuværende relation mellem medier og forskning (eksemplificeret ved medieforskningen) indtager den tre former; fælles formidling af fakta, mediernes diskussion og perspektivering af forskningens resultater, eller mudderkastning og latterliggørelse i mellem medier og forskning (Wien 2010). Men rigtig megen forskning handler ikke blot om at indsamle kvantificerbare fakta, og bevise at et fænomen altid giver sig til kende på en bestemt måde. Forskning drejer sig m.a.o. ikke altid om at (op)finde lov-mæssigheder. Forskning fra humaniora over samfunds- til naturvidenskaben udvikles ved og har til formål at bryde med de forestillinger, vi som forskere har omkring et givent fænomen, dvs. ved at udfordre det vi end ikke tænker over længere (videre herom se Andersen 2010). Koblingen mellem medier og historieforskning kan derfor give sig til kende i gennem en fælles forståelse af de problemer, som pressens og historieforskningens traditionelle objektivitetskriterier afstedkommer, når historie og nyheder formidles. Det vi kalder på er m.a.o. en ændring af *selve udgangspunktet* for formidlingen indenfor begge discipliner, en praksisændring der kan danne grundlag for en mere nuanceret tilgang til vedtagne opfattelser af godt og ondt, rigtigt og forkert, hvor den ene disciplin kan tage ved lære af den andens resulta-

ter og erfaringer, og derved også lære af egne fejltagelser. Ydermere ville denne position i høj grad give journalistikken mulighed for at praktisere rollen som demokratiets vagthund, der kritisk forfølger og overvåger magthavernes handlinger.

Afslutning

Historie er ikke noget allerede givet, der afdækkes, det er noget, der *gøres*. Om det er vor personlige historie, eller om det er gedigen historieforskning, er der tale om narrative konstruktioner, der er fortalt fra en bestemt position, og hvor valg og fravalg tages i forhold til, hvad der skal med, ikke med, og fremhæves i fortællingen. Vore personlige historie er måske mere umiddelbart vort personlige ansvar, men samtidigt må historieforskning og pressens historiefortællinger opfattes som forskningens og pressens ansvar, netop fordi fortællingerne har betydning for langt flere mennesker, end de som skriver den. Det er derfor nødvendigt at tage i betragtning og gerne også redegøre for, hvad det er for en position, historien konstrueres ud fra.

Journalistikken er m.a.o. *performer*, ikke betragter, når den skriver historie; den iscenesætter og ændrer verdens gang ved at beskrive den. Medierne må derfor give slip på forestillingen om, at det er muligt blot at *afrapportere* fra et neutralt ståsted, for i stedet bevidst at nuancere og reflektere sin egen rolle i det bestående. Derved ville det blive en langt mere integreret del af mediernes opgaver ikke at forenkle og blot gentage en allerede samfundsmæssigt accepteret holdning til tingenes tilstand.

For Obama er det for længst blevet hverdag efter indsættelsesceremoniens undtagelsessituation, og trods hans store popularitet stilles der nu kritiske spørgsmål til hans politiske mål og midler. Op til årsdagen for Obamas indsættelse bragte Information en forsideartikel med rubrikken „*Problemerne hober sig op*“, der lister rækken af Obamas uløste politiske problemer (Information 19/01/2010, 1). Ligeledes er racespørgsmålet også rejst igen – endda med adresse til om præsidenten selv bliver udsat for race-diskrimination fra senatets medlemmer (jf. f.eks. Politiken.dk 16/09/2009 eller BT.dk17/09/2009). Men hvor er kritikken af pressens begejstring og andægtighed over at deltage i den journali-

stiske beskrivelse af et selvudråbt historisk øjeblik? I tilfældet med Obamas indsættelse var det højtidelige og konfliktsky i presedækningen mere skingert end ved lignende statsceremonier, idet arkimedespunktet for den globale medieopmærksomhed blev tiet ihjel. Man undlader at tale om race dén dag, hvor race er det helt store *historiske* emne.

Hvad angår Hussein eller Milosevic, så er det næppe sandsynligt, at de slettes af superskurkenes top 10 i de første mange år – slet ikke nu, hvor de begge er døde. Til gengæld er det højst sandsynligt, at andre statsledere vil følge i deres fodspor og af vestens ledere og presse blive tildelt skyld i en national/etnisk/politisk og/eller økonomisk konflikt og gennem historieskrivning indsat i samme fortælling som Stalin, Hitler, Hussein og Milosevic. Ligesom forgængerne vil det være grumme mænd med mange lig i lasten, men det retfærdiggør stadig ikke den forsimplende entydige beskrivelse, som journalistikken – med mere eller mindre aktiv støtte fra politisk hold – uforbeholdent formidler. Den nuværende situation såvel i Irak som på Balkan viser med al tydelighed, at problemerne *ikke* var entydige og én gal mands værk. Den bedste skildring af konflikter skabes m.a.o. ikke ved at udpege en skurk og skrive ham ud af det gode selskab, hvorefter det legitimeres at andre – oftest vestlige statsledere – gives frit spil til politisk og militær intervention.

Spørgsmålet er, hvorvidt journalistikken vil reflektere kritisk over sin egen rolle i historiske begivenheder og tage ved lære af den uendelige række af eksempler på mere eller mindre lødige medieskabte historiekonstruktioner, hvoraf kun tre har fundet plads i denne artikel. Eller vil journalistikken fortsætte med at øve blind støtte til magtens verdensbillede – i objektivitetens navn.

NOTER

1. Fremstillingen bygger på en analyse af danske avisers dækning af Obamas indsættelse i dagene 19-21-januar 2009 med særligt fokus på hvilke elementer det historiske opbygges af. Her har været fokus på såvel det materielle, det performative som det begivenhedshistoriske. En grundigere analyse af de historiske virkemidler er på vej i anden artikel.
2. At Obama desuden ses som et stort håb for et Amerika i en krisetid forstærker kun billedet yderligere og giver journalistikken anledning til at koble Obama sammen med historien om Roosevelts præsidentperiode under 30'ernes krise
3. Analysen bygger på Hanne Jørndrups Ph.d.-afhandling af danske avisers dækning af Irak-krigens opstart i marts 2003. Her er repræsentationen af Hussein analyseret via såvel Hallins (1986) sfæremodel som Carruthers (2000) begreber om brugen af historiske referencer.
4. Analysen i afsnittet om pressens fremstilling af Milosevic er baseret på den danske pressedækning af hans død i marts 2006. Den efterfølgende analyse af mediernes medvirken i Balkan krigen er derimod funderet i den omfattende historieforskning i hvad der førte til krigenes udspring, hvad der skete under dem, og hvordan krigen har påvirket Serbien og Kroatien politisk såvel som på hverdagsniveau.
5. Økonomiske omstændigheder i et kriseramt Kosovo spillede dog også en væsentlig rolle for udvandringen.
6. Tanovic' film, *No Mans Land* fra 2001 skildrer på fortrinlig vis den internationale presses ageren under krigen.

REFERENCER

- Andersen, Dorte (2010): *'Om retten til forskellighed og forskelle som retfærdighed'*. In: Wien (red.): Hverken Strigle, superkvinde eller profesorsorens pige, Odense: Syddansk universitets forlag.
- Banac, Ivo (1988): *The National Question in Yugoslavia – Origins, History, Politics*. Cornell University Press.
- Banac, Ivo (2006): *'The Politics of National Homogeneity'*. In: Blitz (red.): *War and Change in the Balkans*, s. 30-43. Cambridge: Cambridge University Press.

- Bell, Catherine (1992): *Ritual Theory – Ritual Practice*. Oxford: Oxford University Press.
- Berkhofer Robert F. (1995): *Beyond the Great Story. History as text and discourse*. Belknap Harvard University Press.
- Butler, Judith (1990): *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge, London
- Carruthers. Susan L. (2000), *The Media at War – Communication and Conflict in the Twentieth Century*, Palgrave, New York.
- Crnobrnja, Mihailo (1996): *The Yugoslav Drama*. I. B. Tauris.
- Drakulic, Slavenka (2004): *They Would Never Hurt a Fly*. Abacus, London
- Esmann, Frank (red)(2002), *Nyhedskriterier i det 21.århundrede*. DR Multimedie.
- Foucault, Michel (1983): „Nietzsche – Genealogien, Historien“ In *Epistemologi* (Ed, Olesen, S. G.) Rhodos, pp. 85-103.
- Foucault, Michel (1997): *Seksualitetens historie*. Det lille forlag.
- Foucault, Michel (2003): *Galskabens historie*. Det lille forlag.
- Hallin (1986): *The “Uncensored War”. The Media and Vietnam*. University of California Press, Berkeley.
- Head, Naomi (2008): ‘Critical Theory and its Practices: Habermas, Kosovo and International Relations’. In *Politics*, Vol. 28, Issue 3, s. 150-159.
- Iggers, Georg G. (1997). *Historiography in the Twentieth Century. From Scientific Objectivity to the Postmodern Challenge*. Wesleyan University Press, Middletown, Connecticut.
- Jørndrup, Hanne (2005): *Journalistik – midt i en krisetid. En analyse af journalistikkens forhold til det nationale set gennem danske avisers dækning af Irak-krigens udbrud i marts 2003*. Upubliceret ph.d.-afhandling, Syddansk Universitet.
- Lampe, John R. (1996): *Yugoslavia as History – Twice there was a country*. Cambridge: Canbridge University Press.
- Nietzsche, Friedrich (1996): *Historiens Nytte*. Gyldendal.
- Ranke, Leopold von (1973): “Preface: *Histories of the Latin and Germanic Nations from 1494-1514*”, in Stern, *The Varieties of History – from Voltaire to the Present*. Vintage Books.
- Tuchman, Gaye (1972): ‘Objectivity as Strategid Ritual: An Examination of Newsmen’s Notions of Objectivity’ In. *The American Journal of Sociology*, Vol 77, No 4 (jan.1972).

- Tuchman, Gaye (1978): 'Professionalism as an Agent of Legitimitaion' In: *Journal of Communication*, Vol 2 Spring 1978.
- Wien, Charlotte (2005): 'Defining Objectivity within Journalism. An overview'. In: *Nordicom Review* volume 26, number 2: November 2005.
- Wien, Charlotte (2010): 'Den gode, den interessante, og den virkelig irriterende medieforskning'. In: Wien (red.): *Striglen, superkvinden og Professorens Pige*. Syddansk Universitets Forlag.

Citerede avisartikler og webaviser:

- Berlingske Tidende, „Ledende artikel: Trist at Milosevic aldrig fik sin dom“ 15/03/2006, 2. sek; 12.
- Berlingske Tidende, „Drømmen blev til virkelighed“ 21/01/2009, 16.
- Berlingske Tidende „Ledende artikel: Præsidentskifte i en kritisk tid“ 21/01/2009, 2.
- BT.dk, „Obama udsat for racistisk hetz“ 17/09/2009.
- Ekstra-Bladet, „Præsidentbolig: Obamas Hvide Hus“ 20/01/2009, 18.
- Information, „Ledende artikel: Farvel til en krigsforbryder“ 13/03/2006, 2/3.
- Information, „Magtskiftet i Washington gik overraskende stille af“ 21/01/2009, 4/5.
- Information, „Problemerne hober sig op“ 19/01/2010, 1.
- Jyllands-Posten, „Tyrannens sidste rejse“ 19/03/2006, 1.
- Jyllands-Posten, „Rottekonger“ 28/04/2006, 2.
- Jyllands-Posten „Missionen fuldført“ 28/04/2006, 21.
- Kristeligt Dagblad, „Bush hjem til Texas“ 21/1/2009, 5.
- Politiken.dk, „Carter: Obama er offer for racisme“ 16/09/2009.
- Vejle Amts Folkeblad, „Milosevic, en snu og ekstremt kynisk nationalist“ 13/03/2006.

Gratisaviserne som en politisk ressource

AF ASKE KAMMER

Selvom gratisaviserne i løbet af en ganske kort årrække blev nogle af landets mest læste aviser, er den danske forskning i denne avistype stadig uhyre begrænset, især set fra et indholdsanalytisk perspektiv. I denne artikel præsenteres resultaterne af en kvantitativ indholdsanalyse af gratisavisernes politiske stof i sammenligning med det tilsvarende stof i en morgenavis og en tabloidavis. Analysen er gennemført med udgangspunkt i de tre opstillede parametre 'monitorering', 'forståelse' og 'adgang', som – argumenteres der for – kan være et udtryk for, hvorvidt et nyhedsmedie kan siges at udgøre en politisk ressource.

Siden 2001, hvor først metroXpress og siden Urban blev introduceret på det danske avismarked, har gratisaviserne spillet en vigtig rolle i såvel det danske pressesystem som i mange danskernes forbrug af nyhedsmedier. Gratisaviserne har eksempelvis været medvirkende til at vende de konsekvent faldende oplags- og læsersertal, som ellers har præget avisbranchen gennem en længere årrække. En større kortlægning af danskernes avislæsning viser således, at avisernes samlede dækning på grund af gratisaviserne steg med omtrent 10 procent i perioden 2000-2004, mens den omvendt faldt med omtrent 10 procent i samme periode, hvis gratisaviserne ikke medregnes i statistikken (Advice Analyse og Strategi 2005: 7). I 2006 satte gratisaviserne endvidere pressesystemet på den anden ende, da både Dato, 24timer og Nyhedsavisen begyndte at udkomme i løbet af sensommeren og efter året. Dato lukkede dog igen efter mindre end et år, da avisen i

foråret 2007 fusionerede med 24timer, og efter en noget tumultarisk tilværelse (skildret i Skyum-Nielsen et al. 2009) udkom Nyhedsavisen for sidste gang i august 2008 (se desuden Minke 2008). Ifølge TNS Gallups målinger af læsertal er de tre tilbageværende gratisaviser dog i skrivende stund stadig blandt Danmarks mest læste aviser, om end den finansielle krise har reduceret disse annoncefinsierede avisers oplagstal markant. Alt dette til trods har den hidtidige forskning dog kun udvist en meget behersket interesse i at undersøge indholdet i gratisaviserne. I en dansk sammenhæng er den hidtil eneste videnskabelige indholdsanalyse af gratisaviserne således Unni From og Nete Nørgaard Kristensens gennemgang af disse avisers kulturstof (From & Kristensen 2007), men også internationalt er omfanget af disse indholdsanalyser ganske begrænset (se dog Bakker 2007a og Wadbring 2003 for eksempler).

Fraværet af indholdsanalyser af gratisaviserne er så meget desto mere overraskende, når denne avistypes udbredelse i de befolkningsgrupper, som ikke tidligere læste avis (Bakker 2007b: 67-68, Wadbring 2007a, 2007b), tages i betragtning. En nærmere analyse af de danske avisers læsersammensætning viser ligeledes, at selvom gratisaviserne læses af alle på tværs af sociale og klassemæssige skel, udgør de en relativt større andel af den samlede avislæsning i de befolkningsgrupper, som har de laveste lønninger, de korteste uddannelser og de lavest rangerende stillinger (Kammer 2009: 12 ff.) – altså de efter forskellige målestokke mindst ressourcestærke befolkningsgrupper i samfundet. I den udstrækning, man antager, at der er en positiv sammenhæng mellem brugen af nyhedsmedier og demokratisk deltagelse (hvilket eksempelvis Nick Couldry, Sonia Livingstone og Tim Markham finder statistisk belæg for (Couldry et al. 2007: 153 ff.)), kan læsning af gratisaviser i de svagere befolkningsgrupper formodes at skabe en mere inklusiv politisk offentlighed. Dette forudsætter imidlertid som minimum, at gratisaviserne rent faktisk indeholder politisk stof.

På denne baggrund præsenterer denne artikel resultaterne af en kvantitativ indholdsanalyse af gratisavisernes politiske stof ud fra en hypotese om, at dette stof er af en sådan karakter, at det kan forstås som en politisk ressource. Det er dog ikke undersøgt

her, hvordan gratisavisernes politiske stof bruges af læserne, eller hvilken effekt det har.

Hvad er en politisk ressource?

I hverdagens sprogbrug er en ressource noget, som står til rådighed, og som kan tages i brug som et middel til at nå et mål, og begrebet er således behæftet med en forestilling om nytte, brugsværdi og anvendelsesorientering. Formuleret lidt mere præcist og med udgangspunkt i sociologisk teori er en ressource det, som sætter en aktør i stand til at handle (Giddens 1979: 92), og en politisk ressource må følgelig være det, som kan tænkes at være medvirkende til at sætte en borger i stand til at handle politisk ved at varetage sit politiske medborgerskab.

Overordnet er der to dimensioner ved politisk medborgerskab, nemlig deltagelse i på den ene side den demokratiske valghandling (Marshall 2003: 53-54) og på den anden side den politiske offentlighed, som især Habermas har beskrevet særligt indgående (jf. Habermas 2009). Hvor Habermas' offentlighedsteori først og fremmest beskriver et ideal for den offentlige diskussion og demokratiske deltagelse, synes Michael Schudsons beskrivelse af monitorerende medborgerskab (*monitorial citizenship*) imidlertid at være en mere adækvat diagnosticering af de fleste borgeres faktiske deltagelse i den politiske offentlighed. Pointen i denne optik på medborgerskab er, at borgere på grund af et tidsmæssigt underskud i hverdagen kun i begrænset omfang er direkte politisk aktive, men at de til gengæld følger med i og overvåger det politiske system fra sidelinjen og skrider til handling, når dette er nødvendigt (Schudson 1998: 310 ff.). Dermed ikke sagt, at Schudsons position afskriver enhver form for demokratisk dyd eller ansvar hos den enkelte borger – lige modsat fremhæver han, at forestillingen om den rationelle og oplyste borger allerede fra slutningen af det 19. århundrede har været og fortsat er “the most cherished ideal in the American voting experience” (ibid.: 6).

Nyhedsmedierne udgør en integreret del af Schudsons model for deltagelse i offentligheden, idet det fortrinsvis er gennem deres indhold, borgerne orienteres om samfundsrelevante og offentlige udviklinger. Der kan således argumenteres for, at ny-

hedsmediernes status som en politisk ressource kan vurderes på baggrund af det, de i deres indhold stiller til rådighed for borgerne. Den forståelse af ressource-begrebet, som ligger til grund for denne antagelse, kan eksemplificeres med en parallel til det geologiske fagområde: Når der eksempelvis tales om, at et oliefelt udgør en ressource, sker det uafhængigt af, om råolien rent faktisk udvindes og anvendes, eller om den bliver liggende i sit underjordiske reservoir. Denne forståelsesramme overføres i denne artikel til nyhedsmediernes indhold, der ligesom råolien kan tages i brug eller lades ligge, men som ikke desto mindre står til rådighed. Hvordan den eventuelle brug er, og hvilken effekt den har i forhold til udøvelsen af politisk medborgerskab, kan jeg imidlertid ikke sige noget om på baggrund af en indholdsanalyse alene, lige så lidt som en geolog alene på baggrund af en jordboring kan sige noget om, hvordan olien fra netop det pågældende oliefelt bruges.

Tilbage står stadig spørgsmålet om, hvornår et nyhedsmedie helt konkret er en politisk ressource? Mit bud vil være, at når en politisk ressource er noget, som kan være medvirkende til at sætte borgeren i stand til at handle politisk ved at varetage sit politiske medborgerskab, må medieindhold være en politisk ressource, når det ved at være stillet til rådighed kan være medvirkende til at sætte borgeren i stand til at træffe et informeret valg ved stemmeafgivningen og til at deltage i den politiske offentlighed. Den centrale antagelse er her, at hvis borgerne får stillet information om det politiske felt til rådighed i nyhedsmediernes indhold, kan dette indhold formodes at sætte borgerne bedre i stand til at handle som politiske medborgere. Dette er dog en antagelse, som igen ikke er undersøgt empirisk i denne indholdsorienterede analyse.

Jeg vil foreslå tre parametre, som kan bruges i vurderingen af, hvorvidt et konkret nyhedsmedie og dets journalistiske indhold kan siges at udgøre en politisk ressource på baggrund af de ovenfor opridsede præmisser:

Monitorering. Dette parameter ligger i direkte forlængelse af Schudsons beskrivelse af monitorerende medborgerskab og relaterer sig helt fundamentalt til, om nyhedsmediet stiller den information til rådighed, som kan formodes at være tilstrækkelig

til at give et overblik over den aktuelle situation. Monitorering handler om at få overblik (over det politiske system og dets aktiviteter), hvilket kan forstås som en kombination af opdatering på de seneste nyheder og sammenfatning af de vigtigste begivenheder (Hjarvard 1995: 351 ff.). Opfyldelsen af dette parameter kan måles på, i hvilken udstrækning nyhedsmediet overhovedet er orienteret mod det politiske felt og den politiske offentlighed i emnevalg og stofområde, og hvorvidt aktualitetsstof og nyhedsartikler og -indslag helt fundamentalt handler om politik.

Forståelse. Hvor det første parameter fokuserer på opdatering i og sammenfatning af nyhedsstrømmen, sigter forståelsesparameteret på graden af baggrundsstof og en mere forståelsesorienteret tilgang i dækningen af aktuelle begivenheder inden for det politiske felt. Dette parameter supplerer således monitoreringsparameterets fokus på bredde ved at fokusere på dybde. Opfyldelsen af dette parameter kan måles på, i hvilken udstrækning nyhedsmediets politiske stof præsenteres i fortolkende genrer (eksempelvis i form af baggrundsartikler og -indslag) og således perspektiverer til den politiske sammenhæng, stoffet udspringer fra. Det kan desuden måles på, i hvilket omfang den politiske journalistik frem for person- og/eller processpørgsmål behandler den politiske substans og dermed præsenterer et materiale, som kan antages at gøre sit publikum klogere på baggrunden for begivenhederne inden for det politiske felt.

Adgang. Dette tredje og sidste parameter udspringer af den habermasianske opfattelse af den politiske offentlighed som samfundets centrale arena og forholder sig til, i hvilken grad nyhedsmediet muliggør, at borgerne har adgang til og kan deltage i den politiske offentlighed. Deltagelsen i den politiske offentlighed udgør en kvalitativ dimension af medborgerskab, og i et mediemættet samfund, hvor offentlig kommunikation i vid udstrækning foregår med mediernes mellemkomst, er adgang til at komme til orde i nyhedsmedierne derfor central. Opfyldelsen af dette parameter kan måles på, i hvilken udstrækning nyhedsmediet dels repræsenterer befolkningen symbolsk ved at bruge almindelige borgere som kilder i den politiske journalistik, dels lader almindelige borgere komme til orde som afsendere i opinionsstoffet.

Det er selvsagt ikke parametre, som kan sættes på formel og vurderes som entydigt opfyldte eller det modsatte. Der er nærmere tale om delvist overlappende kontinua og om, at i jo højere grad disse parametre er opfyldt, desto mere kan et givent nyhedsmedie og dets journalistik siges at være en politisk ressource. Hvorvidt dette er tilfældet for gratisaviserne, vil jeg gennemgå nedenfor efter et kort ophold ved analysens metodologi.

Metodologi

De tre ovenfor nævnte parametre er operationaliseret ved en kvantitativ indholdsanalyse af et empirisk materiale på i alt 706 artikler (redaktionelt stof såvel som opinionsstof). Materialet stammer fra gratisaviserne metroXpress, Nyhedsavisen og Urban samt til sammenligning Morgenavisen Jyllands-Posten og tabloidavisen Ekstra Bladet. Fordelingen af materialet på aviser fremgår af Tabel 1. De valgte aviser repræsenterer forskellige avis-typer og muliggør derved en sammenlignende analyse på tværs af det danske avismarked, hvor nicheaviserne dog er udeladt af omfangsmæssige hensyn. At de to betalingsaviser stammer fra samme mediehus (JP/Politikens Hus) og dermed ikke giver mulighed for at se på tværs af de store nyhedsorganisationer, skyldes, at hverken Berlingske Tidende eller B.T. (hovedaviserne i det daværende Berlingske Officin) udkom alle dage i det tidsrum, materialet stammer fra.

De 706 artikler udgør de pågældende avisers samlede politiske stof i hverdagene i uge 16 (16.-20. april) 2007. At kun aviser fra

Tabel 1

Fordeling af datamaterialets 706 analyseenheder på aviser og nyheds- og opinionsstof.

	metro- Xpress	Nyheds- avisen	Urban	Jyllands- Posten	Ekstra Bladet
Nyheder	133	73	71	169	38
Opinion	22	23	16	94	67
Samlet	155	96	87	263	105

hverdage er inddraget, skyldes, at metroXpress og Urban heller ikke dengang udkom i weekenderne. Fordelen ved at inddrage materiale fra en sammenhængende frem for en konstrueret uge er, at udviklinger og sammenhænge i det politiske stof omfattes af det empiriske materiale. Omvendt er ulempen, at analysen kan tænkes at være mindre resistent over for de skævheder i den samlede politiske dækning, som ekstraordinære begivenheder i løbet af den udvalgte uge kan medføre.

Udvælgelsen af materialet er inspireret af Anker Brink Lunds analyser i hans bidrag til Magtudredningen, som baserede sig på „massemedierede tekster, hvori der optræder partipolitikere, f.eks. ministre, folketingsmedlemmer, kommunalpolitikere og medlemmer af Europa-Parlamentet“ (Lund 2002: 20). Denne udvælgelsesstrategi har jeg i vid udstrækning kopieret i min undersøgelse, om end jeg har udvidet samplingkriteriet på to punkter, idet jeg dels inkluderer politiske aktører i en bredere forstand end Lund (og eksempelvis også opfatter interesseorganisationer, politiske meningsdannere og politisk aktive borgere som politiske aktører, i det omfang deres optræden i artiklen er orienteret imod det politiske system), dels også inkluderer opinionsstof i form af eksempelvis læserbreve.

Det er en mulig fejlkilde i den kvantitative indholdsanalyse, at det samlede kodningsarbejde er udført af én person, hvorfor resultaterne er følsomme over for eventuelle forudfattede holdninger og *bias* hos koderen. For at imødekomme denne potentielle svaghed i metodologien er der gennemført en reliabilitets-test med genkodning af 40 tilfældigt udvalgte analyseenheder svarende til 5,7 procent af det samlede empiriske materiale på et senere tidspunkt i arbejdsprocessen (jf. Berelson 1954: 514). De kappa-værdier (Cohen 1960) for ensartetheden i kodningerne, som denne reliabilitetstest er resulteret i, står anført nedenfor i gennemgangen af analysen af de forskellige variabler, hvor der har været et element af fortolkning involveret i kodningsarbejdet.

Gratisavisernes politiske stof

Efter disse beskrivelser af teoretisk baggrund og metodisk fremgangsmåde vil jeg nu gennemgå analysens resultater. Gennemgangen af resultaterne er struktureret efter de tre parametre, jeg definerede ovenfor: monitorering, forståelse og adgang.

Monitorering

Jo mere politisk stof en avis indeholder, desto mere information om det politiske felt må den antages at stille til rådighed for sine modtagere. Til at anskueliggøre, i hvilken grad gratisavisernes politiske stof opfylder monitoreringsparametret, har jeg derfor i første omgang analyseret gratisavisernes orientering imod og prioritering af det politiske felt ud fra den antagelse, at et emnefelts vigtighed for en avis må formodes at være proportionalt med, hvor stor en del af den pågældende avis det udgør.

Som det fremgår af Tabel 2, udgør det politiske stof langt fra hovedparten af de tre gratisaviser, om end gratisaviserne dog i et vist omfang må siges at være orienterede mod det politiske system i deres indhold. Det er imidlertid værd at bemærke, at andelen af spaltmillimeter, som bruges på politisk stof, er omtrent dobbelt så stor i Nyhedsavisen som i metroXpress og Urban. Til sammenligning optager kulturstoffet omtrent dobbelt så meget spalteplads som det politiske stof i alle tre gratisaviser, hvilket dog givetvis kan forklares med gratisavisernes særlige fokus på

Tabel 2

Gratisavisernes prioritering af politisk stof. Jyllands-Posten og Ekstra Bladet er ikke medtaget her, da materialet fra dem er fremskaffet fra mikrofilm, og opmåling derfor har været for ressourcekrævende til at kunne gennemføres i denne undersøgelse. Kilde til oplysninger om kulturstof: From og Kristensen 2007: 14.

Avis	metroXpress	Nyhedsavisen	Urban
Andel politisk stof (af avisens mm ² totalt)	4,8 %	10,5 %	5,5 %
Andel kulturstof (af avisens mm ² totalt)	11,8 %	17,6 %	10,0 %

Tabel 3

Gratisavisernes placering af redaktionelt politisk stof på forsiden.

Avis	metro-Xpress	Nyhedsavisen	Urban	Jyllands-Posten	Ekstra Bladet
Andel af politisk stof placeret på forsiden (af antal analyseenheder)	11,3 %	11,0 %	5,6 %	10,1 %	2,6 %

netop det bredt appellerende kulturstof (From og Kristensen 2007: 6 ff.).

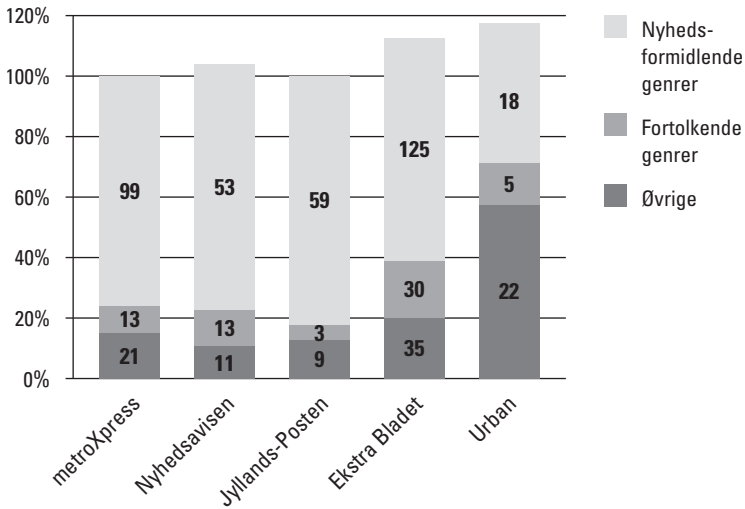
En anden indikator for gratisavisernes prioritering af politisk stof er placeringen af det, idet placeringen af en given historie på forsiden signalerer, at netop denne historie prioriteres højt af redaktionen (hvad enten dette så skyldes hensyntagen til offentlighedens eller investorenes interesser, jf. Hjarvard et al. 2004: 21). Som det fremgår af Tabel 3, indikerer placeringen af det politiske stof i metroXpress og Nyhedsavisen, at disse gratisaviser faktisk prioriterer det politiske stof relativt højt, idet mere end hver 10. analyseenhed i de to aviser har fået en forsideplacering. Baseret på analysen af denne variabel forekommer det politiske nyhedsstof lige så vigtigt i disse to aviser som i Jyllands-Posten, mens Urban og især Ekstra Bladet ikke i samme grad fremhæver det.

Opfyldelsen af monitoreringsparametret kan ligeledes vurderes på baggrund af avisernes genrebrug.

Forståelse

Flere analyser af nyhedsformidling peger i retning af, at forklarende og fortolkende genrer såsom analyser, kommentarer og baggrundsartikler er blevet mere fremtrædende gennem de seneste årtier (Hjarvard et al. 2004: 24, McNair 2000: 61-62). Når brugen af denne form for genrer kan anvendes som en indikator i forhold til forståelsesparametret, skyldes det, at det er i artikler, som falder inden for disse genrer, at baggrundsinformation og en dybere indsigt formidles til læserne, og en analyse af gratisavisernes brug af genrer kan dermed anskueliggøre, hvordan de

Figur 1
Brug af genrer i det politiske nyhedsstof



Brug af genrer i det redaktionelle stof. Nyhedsformidlende genrer: nyhed og notits. Fortolkende genrer: analyse/baggrund, politisk kommentar og anmeldelse. Øvrige: reportage, interview, portræt, større forsidehenvisning og andet. Da hver analyseenhed har kunnet kodes for op til to genrer, overstiger den akkumulerede andel af genrer for nogle avisers vedkommende 100 procent. N = 516. Kappa for ensartethed i kodning = 0,807.

forholder sig til dette andet parameter. De fem analyserede avisers overordnede brug af genrer er illustreret i Figur 1.

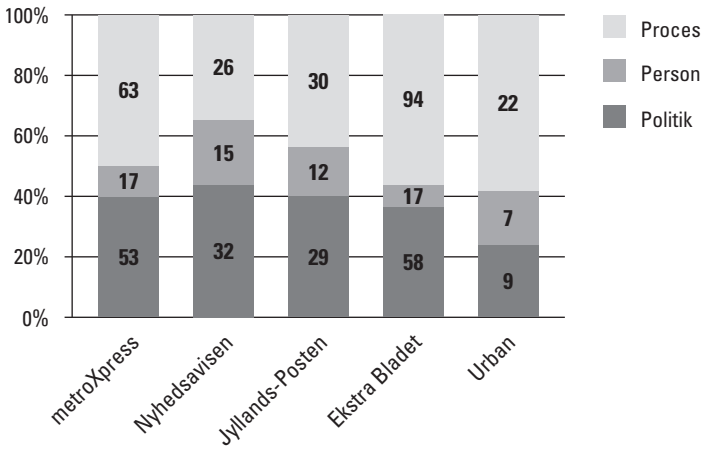
Der er ganske stor forskel på, hvor stor en andel af gratisavisernes politisk orienterede nyhedsstof, der falder inden for de fortolkende genrer. For Nyhedsavisens vedkommende er det således 17,8 procent af artiklerne i det redaktionelle stof (13 analyseenheder), mens metroXpress og Urban med henholdsvis 9,8 (13) og 5,6 (4) procent i betydeligt lavere grad synes at forklare, fortolke eller perspektivere nyhedsstrømmen for læserne. Af gratisaviserne er det således Nyhedsavisen, som i videst udstrækning opfylder forståelsesparameteret i denne henseende. Fælles for de tre gratisavisers er imidlertid, at knap fire ud af fem af de analyseenheder, som ikke er opinionsstof, er kodet som en af de to „reneste“ nyhedsformidlende genrer, notits eller nyhed. 211 af de 277 analyseenheder (76,2 procent) i gratisavisernes nyheds-

stof falder således inden for disse to genrer, hvorfor disse aviser generelt må siges at have et stærkt fokus på aktuelle hændelser og en ambition om at udstyre læserne med et så opdateret nyhedsbillede som muligt. Dette knytter igen an til monitoreringsparametret.

Der eksisterer på dette punkt et spændingsfelt mellem på den ene side de fortolkende genrer, som relaterer sig til forståelsen af det politiske system, og på den anden side de nyhedsformidlende genrer, som relaterer sig til monitoreringen af det politiske system. Hvor brugen af en genre fungerer positivt i forhold til opfyldelsen af det ene parameter, fungerer den altså negativt i forhold til det andet. Nøglen til at håndtere dette immanente modsætningsforhold må være, at det givne nyhedsmedie oprettholder en balance mellem de to typer genrer, således at begge parametre tilgodeses i den samlede politiske dækning, som derved tilgodeser både overblik og indsigt. Hvordan denne balance konkret bør være, er et åbent spørgsmål, men hvis man vender blikket mod Jyllands-Postens brug af genrer, kan man i hvert fald få et fingerpeg om, hvordan en af de ældre og mere traditionsbundne aviser, som almindeligvis anses for at være journalistisk velfunderet, griber spørgsmålet an. Her er det interessant, at Jyllands-Posten og Nyhedsavisen benytter genretyperne i nærmest identisk udstrækning. Hvad angår de fortolkende genrer, er 17,8 procent (30 analyseenheder) af det politiske nyhedsstof i Jyllands-Posten kodet inden for disse genrer, hvilket er akkurat den samme andel som i Nyhedsavisen, mens de nyhedsformidlende genrer udgør 73,9 procent (125 analyseenheder) i Jyllands-Posten mod 74,5 procent (53) i Nyhedsavisen. For så vidt Jyllands-Postens vægtning af forklarende og nyhedsformidlende genrer kan anses for at være hensigtsmæssig i forhold til spørgsmålet om politiske ressourcer, må Nyhedsavisen således gennem sin genrebrug siges at opfylde både monitorerings- og forståelsesparametret.

En anden måde at måle forståelsesparametret på er at se nærmere på det fokus, aviserne har i deres politiske stof – et fokus, der (jf. Bro et al. 2005: 12, 54) lidt groft opdelt kan falde på processer, personer eller politik, hvoraf den sidstnævnte kategori er mest interessant i forhold til forståelsesparametret, eftersom den

Figur 2
Fokus i det politiske nyhedsstof



Fokus i det politiske nyhedsstof. N = 484. Kappa for ensartethed i kodning = 0,570.

relaterer sig til, om artiklerne handler om det politisk substantielle i en given sag. Som det fremgår af Figur 2 har godt 4 ud af 10 af de analyserede artikler i gratisaviserne politik som deres primære fokus (41,2 procent), hvilket er noget højere end især Ekstra Bladet (23,7 procent) og i mindre grad Jyllands-Posten (34,3 procent). Forskellen gratisaviserne imellem på dette fokuspunkt er marginal, idet der her kun er udsving på ganske få procentpoint, hvorimod forholdet mellem proces- og personfokusering varierer. MetroXpress er således mere fokuseret på de politiske processer end især Nyhedsavisen (de to gratisaviser har henholdsvis 57,5 og 35,6 procent artikler med dette fokus), som til gengæld har et større fokus på personer (20,5 procent) end de to andre. Urban har omtrent lige stor fokus på proces og politik, mens godt hver syvende artikel (16,9 procent) er fokuseret på personer. Både Jyllands-Posten og Ekstra Bladet fokuserer med knap 6 ud af 10 artikler betydeligt mere på proces end gratisaviserne.

Adgang

Hvor de ovenfor gennemgåede variabler relaterer sig til avisernes opfyldelse af monitorerings- og forståelsesparametrene, kan adgangsparmetret måles på to dimensioner: På den ene side al-

mindelige borgeres adgang til det politiske nyhedsstof som kilder, hvilket kan forstås som en symbolsk repræsentation af befolkningen som sådan, og på den anden side borgernes deltagelse i opinionsstoffet.

Hvad angår borgernes rolle som kilder, kan det, når analysens empiriske materiale nu er politisk stof, næppe overraske, at netop kilder fra det politiske system og myndighederne udgør en meget stor del af de kilder, aviserne har gjort brug af. Som det fremgår af Tabel 4, falder godt halvdelen af samtlige citerede kilder således inden for denne kategori. Hvad der imidlertid er mere interessant i forbindelse med denne undersøgelse, så optræder almindelige borgere relativt ofte som kilder i det politiske nyhedsstof. Ud af de i alt 429 type-kodede kilder i gratisaviserne er 30 (7 procent) således almindelige borgere, hvilket godt nok er en anelse lavere end i Jyllands-Posten, men betydeligt højere end i Ekstra Bladet, hvor kun en enkelt borger optræder i den politisk orienterede nyhedsjournalistik i løbet af de fem analyserede dage. Der er imidlertid stor forskel på, i hvor høj grad de tre gratisaviser inddrager almindelige borgere i deres politiske nyhedsstof, idet det i Nyhedsavisen er knap hver 10. kilde, som er almindelig borger, mens det i metroXpress er hver 13. og i Urban

Tabel 4

Kildetyper i avisernes politiske nyhedsstof. Politiske kilder/myndighedskilder: landspolitiker, regionalpolitiker, kommunalpolitiker, politisk parti, udenlandsk politiker/parti/myndighed og embedsmand/ministerium/off. myndighed. N = 786. Kappa for ensartethed i kodning = 0,826.

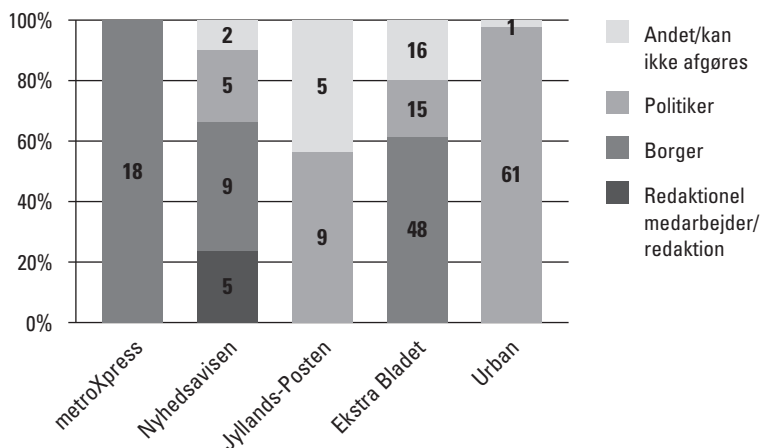
Avis	metro-Xpress	Nyhedsavisen	Urban	Jyllands-Posten	Ekstra Bladet
Kilder i alt	181	126	122	303	54
- heraf politiske kilder/myndighedskilder	93 (50,8 %)	53 (42,1 %)	65 (53,3 %)	165 (54,5 %)	29 (53,7%)
- heraf almindelige borgere	14 (7,7 %)	12 (9,5 %)	4 (3,3 %)	28 (9,2 %)	1 (1,9 %)

blot hver 30. Igen kan det diskuteres, hvor tærsklen er, og hvornår andelen af kilder, som er almindelige borgere, er tilstrækkeligt stor til, at adgangsparemetret kan siges at være opfyldt – blandt andet fordi en omfattende brug af borger-kilder kan tænkes at gå ud over den substantielle forankring, som eksempelvis eksperter og politikere med deres baggrundsviden og indsigt kan give det politiske nyhedsstof. Adgangsparemetrets opfyldelse kan således stå i et modsætningsforhold til forståelsesparemetrets prioritering af baggrundsstof og formidling af indsigt. Hvordan den ideelle prioritering og anvendelse af forskellige kildetyper end er, må Nyhedsavisen på baggrund af brugen af almindelige borgere som kilder siges at være den af de tre gratisaviser, som i videst udstrækning opfylder adgangsparemetret ved at give borgerne adgang til spalterne, mens metroXpress gør det i lidt ringere grad og Urban i meget ringere grad.

Hvis man går videre til opinionsstoffet, er der stor forskel på, hvordan de analyserede avistyper prioriterer det relativt, idet denne stoftype sammenlagt udgør blot 18 procent af analyseenhederne i gratisaviserne mod 35,7 procent i Jyllands-Posten og ikke mindre end 63,8 procent i Ekstra Bladet. Internt blandt gratisaviserne er der dog også forskelle. Nyhedsavisen har således med 24 procent relativt mere opinionsstof end både Urban (18,4 procent) og metroXpress (14,2 procent), men fælles for dem er altså, at selvom det er til stede, fylder det noget mindre end i morgen- og tabloidavisen. Opinionsstoffet prioriteres simpelt hen lavt i gratisaviserne i forhold til nyhedsstoffet.

Af de 222 analyseenheder, som er fundet i opinionsstoffet, er de 194 læserbreve, og at andelen er så høj, er umiddelbart positivt i forhold til adgangsparemetret, idet det på grund af blandt andet det relativt korte format må formodes at være denne genre inden for opinionsstoffet, hvor den almindelige borger har bedst mulighed for at komme til orde. Det i denne sammenhæng mest interessante aspekt ved opinionsstoffet er derfor, hvem der har forfattet de læserbreve, som bliver bragt; i jo højere grad, det er almindelige borgere, der står som afsendere, i desto højere grad kan adgangsparemetret siges at være opfyldt.

Figur 3
 Forfattere til politiske læserbreve



N = 194. Kappa for ensartethed i kodning = 1,000.

På tværs af de fem aviser i analysen er ikke mindre end 74,7 procent af læserbrevene forfattet af almindelige borgere, mens det for gratisavisernes vedkommende er lidt lavere med en andel på 67,9 procent (jf. Figur 3). I den begrænsede udstrækning, gratisaviserne bringer læserbreve, har borgere således gode muligheder for at komme til orde – især i metroXpress, som de fem analyserede dage udelukkende bringer læserbreve forfattet af almindelige borgere.

Af de analyserede aviser er Nyhedsavisen den, som i mindst omfang lader almindelige borgere komme til orde i opinionsstoffet, idet blot omtrent 2 ud af 5 læserbreve (9 af 21; 42,9 procent) er forfattet af denne gruppe, mens Urban med knap 2 ud af 3 læserbreve (9 af 14; 64,3 procent) ligger en anelse højere end Jyllands-Posten på dette punkt. For Ekstra Bladets vedkommende gælder det, at kun 1 ud af 65 læserbreve ikke er forfattet af almindelige borgere. Det er samtidig bemærkelsesværdigt, hvor stor forskel der er på kvantiteten af læserbreve mellem på den ene side gratisaviserne og på den anden side Jyllands-Posten og Ekstra Bladet. Jyllands-Posten har eksempelvis omtrent halvanden gang så mange læserbreve som gratisaviserne tilsammen i den analy-

serede uge, og hvor de to betalte aviser begge har 2-3 sider med opinionsstof dagligt, har Nyhedsavisen en og metroXpress og Urban hver knap en halv. Mens Jyllands-Posten og Ekstra Bladet i gennemsnit bringer henholdsvis 15,8 og 12,4 politisk orienterede læserbreve om dagen, bringer gratisaviserne metroXpress, Nyhedsavisen og Urban blot henholdsvis 3,6, 4,2 og 2,8. Alene disse forhold må alt andet lige betyde, at den almindelige borgers muligheder for at få adgang til at deltage i den politiske offentlighed er markant bedre i Jyllands-Posten og Ekstra Bladet end i de gratis alternativer.

Konklusion

Det kan diskuteres, om disse tre parametre alene er udtømmende i forhold til at vurdere, om gratisaviserne udgør en politisk ressource. For det første kan man forestille sig, at udsigelseskraften i analyse ville blive styrket, hvis parametre som eksempelvis tilgængelighed (målt i lixtal og anvendelse af illustrationer) eller bidrag til den journalistiske fødekæde (i kraft af originalt produceret journalistisk materiale) blev inddraget og undersøgt. Når disse to yderligere parametre alligevel ikke er inddraget her, skyldes det, at jeg i analysen udelukkende har villet forholde mig til, hvad gratisaviserne stiller til rådighed for borgerne – ikke hvordan det formidles, eller hvordan det indgår i et større kredsløb inden for nyhedsinstitutionen. For det andet kan fremgangsmådens egnethed diskuteres, altså om man overhovedet kan undersøge en problemstilling som denne ved at opstille absolutte målekriterier, eller om en kvalitativ analyse af mere eksplorativ karakter havde været mere hensigtsmæssig. En sådan kvalitativ tilgang ville utvivlsomt generere værdifulde indsigter i en videre analyse, men når den er fravalgt i denne sammenhæng, bunder det i et ønske om at vurdere gratisaviserne på baggrund af en systematisk sammenligning med andre avistyper, og netop den konkrete sammenligning er med til at kvalificere analysens resultater.

Det kan på baggrund af de kvantitative data konkluderes, at gratisaviserne under ét først og fremmest varetager den monitorerende funktion, som ligger i forlængelse af Schudsons beskri-

velse af det monitorerende medborgerskab. Det er således dette parameter, som alle de tre analyserede gratisaviser i videst udstrækning opfylder, og i forlængelse heraf kan det konkluderes, at gratisaviserne i hvert fald i forhold til at stille informationer om aktuelle udviklinger inden for det politiske felt og system til rådighed for læserne er en politisk ressource. Gratisaviserne kommer helt fundamentalt omkring de forskellige politiske begivenheder, der finder sted i den pågældende uge. Selvom Jyllands-Postens politiske stof tæller både flere artikler og især mere opinionsstof, tilbyder gratisaviserne – først og fremmest Nyhedsavisen – deres læsere en lige så god nyhedsopdatering som morgenavisen, mens de synes at varetage denne funktion markant bedre end Ekstra Bladet. Hvor gratisaviserne refererer langt hovedparten af de vigtigste begivenheder i det politiske system i den analyserede uge, består tabloidavisens politiske stof således altovervejende af læserbreve om muslimske kvinders ret til at bære tørklæder, satirisk kritik af forskellige politiske aktører og sensationalistiske politik-relaterede nyheder såsom „Gangster dræber borgmester“ (Ekstra Bladet, onsdag 18. april 2007, 1. sektion, side 18), hvilket antyder, at tabloidavisen tilstræber at varetage en underholdnings- nærmere end en opdaterings- og oplysningsorienteret funktion.

Hvad angår forståelsesparameteret, opfylder alle tre gratisaviser det i tilstrækkelig grad til, at udviklingerne i det politiske system gøres relativt begribelige for læserne, men det fremstår ikke som en styrkeposition for nogen af dem. Det er således kun Nyhedsavisen, som i vid udstrækning tager de fortolkende genrer i brug, mens en supplerende kvalitativ læsning af materialet (som der imidlertid ikke er plads til at referere yderligere her) viser, at alle tre gratisaviser i et vist omfang lader forklarende baggrundsoplysninger indgå i nyhedsformidlende artikler. Dette sker dog ikke på et niveau, hvor det kan konkurrere med den baggrundsviden, der stilles til rådighed for læserne i Jyllands-Posten, hvilket især eksemplificeres ved en temasektion i morgenavisen i anledning af det franske præsidentvalg, men også kommer til udtryk i den daglige dækning af det politiske område.

Endelig er adgangsparemetret det af de tre parametre, som gratisaviserne i det gennemgæede materiale er længst fra at op-

fylde, hvilket først og fremmest skyldes den meget begrænsede tilstedeværelse af borger-forfattet opinionsstof i gratisaviserne. Omfanget af opinionsstoffet i det hele taget vidner om en begrænset ambition fra gratisavisernes side om at facilitere deltagelse i den politiske offentlighed, som både Habermas og også Schudson (1998: 12) ellers angiver som en central komponent af politisk medborgerskab, og taget i betragtning at kun en mindre del af læserbrevene i Nyhedsavisen og Urban er forfattet af almindelige borgere, forstærkes dette indtryk. Anderledes forholder det sig med Jyllands-Posten og Ekstra Bladet, der begge i et betydeligt omfang bringer opinionsstof forfattet af almindelige borgere, og som således konstruerer et mere inklusivt forum i den politiske offentlighed.

Med et stærkt fokus på opdatering af læserne og et ikke ubetydeligt aspekt af baggrundsinformation – men samtidig også begrænsede muligheder for almindelige borgeres adgang til nyhedsmediernes indhold – må gratisaviserne således i overvejende grad siges at udgøre en politisk ressource, når man måler på de tre i denne artikel opstillede parametre. De synes imidlertid ikke at være en politisk ressource, der ville kunne træde i stedet for det, en morgenavis som Jyllands-Posten tilbyder sine læsere – forståelses- og adgangsparemetrene opfyldes i for ringe grad til, at de kan udgøre et egentligt alternativ – men dog en, som i betydeligt højere grad end Ekstra Bladet kan tænkes at være medvirkende til at klæde læserne på til at udøve politisk medborgerskab. I forhold til nyhedsmediernes placering i det politiske demokrati kan gratisaviserne således være et supplement til morgenaviserne, mens de målt alene på det politiske stof udmærket ville kunne erstatte tabloidaviserne.

REFERENCER

- Advice Analyse og Strategi (2005): *Hovedrapport: Danskernes avislæsning*, København: Advice Analyse og Strategi.
- Bakker, Piet (2007a): "Free daily journalism – anything new?", *Journalistica*, nr. 4, pp. 22-32.
- Bakker, Piet (2007b): "Free Newspaper Readership", paper fra Worldwide

- Readership Research Symposium 2007, 21.-24. oktober 2007, Wien.
- Berelson, Bernard (1954): "Content Analysis" i Lindzey, Gardner (red.) (1954): *Handbook of Social Psychology. Volume I: Theory and Method*, Cambridge: Addison-Wesley Publishing Company.
- Bro, Peter, Rasmus Jønsson, Søren Schultz Jørgensen & Poul Anders Pedersen (2005): *Mediernes valgkamp – et forsknings- og formidlingsprojekt om folketingsvalget i 2005*, København: Modinet.
- Cohen, Jacob (1960): "A Coefficient of Agreement for Nominal Scales" i *Educational and Psychological Measurement*, 20. årgang, nr. 1, pp. 37-46.
- Couldry, Nick, Sonia Livingstone & Tim Markham (2007): *Media Consumption and Public Connection: Beyond the Presumption of Attention*, Hampshire: Palgrave Macmillian.
- From, Unni og Nete Nørgaard Kristensen (2007): *Gratis kulturstof – kultur i gratisaviserne*, paper fra 18. Nordiske Medieforskerkonference, 16.-19. august 2007, Helsinki.
- Giddens, Anthony (1979): *Central Problems in Social Theory. Action, structure and contradiction in social analysis*, Berkeley: University of California Press.
- Habermas, Jürgen [1962] (2009): *Borgerlig offentlighed*, København: Informations Forlag.
- Hjarvard, Stig (1995): *Internationale tv-nyheder*, København: Akademisk Forlag.
- Hjarvard, Stig, Nete Nørgaard Kristensen og Mark Ørsten (2004): *Mediernes dækning af invasionen af Irak 2003*, København: Modinet.
- Kammer, Aske (2009): *Gratisaviserne som politisk ressource*, upubliceret speciale, København: Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet. Tilgængeligt på www.askekammer.dk.
- Lund, Anker Brink (2002): *Den redigerende magt. Nyhedsinstitutionens politiske indflydelse*, Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- McNair, Brian (2000): *Journalism and Democracy. An evaluation of the political public sphere*, London: Routledge.
- Marshall, Thomas H. [1950] (2003): *Medborgerskab og social klasse*, København: Hans Reitzels Forlag.
- Minke, Kim (2008): *Aviskrigen. Dagblade i overlevelseskamp*, Valby: Borgen.
- Schudson, Michael (1998): *The Good Citizen. A History of American Civic Life*, New York: The Free Press.

- Skyum-Nielsen, Rune, Rasmus Karkov, Morten Runge & Niels Holst (2009): *Alt går efter planen. Sagaen om Nyhedsavisen*, København: Politikens Forlag.
- Wadbring, Ingela (2003): *En tidning i tiden? Metro och den svenska dagstidningsmarknaden*, Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Wadbring, Ingela (2007a): „Konsekvenser av dagliga gratistidningar på marknaden – svenska erfarenheter“, *Mediekultur*, nr. 42/43, pp. 86-101.
- Wadbring, Ingela (2007b): “The Role of Free Dailies in a Segregated Society”, *Nordicom Review*, Jubilee Issue 2007, pp. 135-147.

Capturing meaning-making in journalism

BY EBBE GRUNWALD & VERICA RUPAR

Performing content analysis is not merely a question of developing and using quantitatively-defined categories in order to investigate a research problem. If you want to go further and look at the meaning of the whole text, your analysis will meet challenges that go beyond numerical classification and coding. The strict numerical procedures of quantifying, classifying and counting have the advantage of objective control and reliability within research communities. However, they tend not to capture the ways meaning is produced, communicated and understood.

In this article, we outline a dual procedure for the analysis of meaning-making in journalism. Using the software *NVivo 8*, we combine a qualitative and quantitative approach to the analysis of news texts. Following Franzosi (2010), we move “from words to numbers” and develop a methodological framework that supports investigation of the ways different cultural context, political reality and journalism culture generate narrative differences and produce alternative meanings.

We use the case study of the two-year-long newspaper coverage of the Tasmanian devils sent as a christening gift to Danish Prince Christian to locate the process of meaning-making. Our analysis shows that the reconstruction of an event – a ‘real story’ – generates one or more story frames, which are related to the newsworthiness of the event, shared and hunted down by all journalists regardless of the country of origin or newspaper format. We found that journalists acted differently when selecting frames and refining

them into angles where the choice of angles relates to a specific national and media format setting.

The main advantage of this applied method is the precision in identifying the journalistic tools used to produce a specific meaning.

Keywords: journalism, meaning, frame, angle, narrative tools

Introduction

Meaning-making is a central feature of journalism practice. The minimal success of journalism fundamentally depends on the production of media text units (i.e. printed *articles*, broadcast *programs*) which are supposed to be meaningful to readers, listeners and viewers. Units without easily decoded meaning may be found in journalism, but will tend to prevent, complicate or totally block the intended process of public communication. An actual construction of meaning will often be seen to vary within certain limits without getting lost.

In this article, we aim to develop a method for analyzing journalism and construction of meaning in the news text. Acknowledging that meaning is not fixed, but context-specific, contestable and enforced by institutional practice of journalism, we look at the process of meaning-making in a comparative context. Our focus is on two journalism tools used to mediate reality, a frame and an angle. Exploring the coverage of one ongoing event in Australian and Danish newspapers, we want to set up a framework for capturing the variations of meaning-making in a cross-national perspective. Our assumption is that journalism practice creates the logic and shapes the structure of the journalistic field.

Using 'meaning' as a basic concept in scientific investigations is not without difficulties. Disciplines that have language as a primary or secondary research object, such as linguistics, journalism studies, psychology, sociology, philosophy, anthropology, cultural and literary studies, formulate their subject-specific definition of 'meaning' (Ogden and Richards 1985 [1923]) to develop secure frameworks for their investigations (Osgood et al. 1961 [1957]; Morris 1946). Despite these conceptual complexities, we chose a method of analysis that takes into consideration the 'meaning' of a story common to journalists and readers. By ana-

lyzing the linguistic and narrative devices that make this commonality possible we hope to find out what in the end makes journalism practice meaningful to the public and the ways in which it takes place. Our focus is on the 'narrated story' property of articles. Our supposition is that the story presented in a written text evokes mental pictures of events that can take several forms, but each of the possible forms – in spite of mutual variations – has at least one common element: it has to be true and reliable (i.e. factual) to be trusted.

We are not trying to check out the truth value of the mental pictures or to investigate the relationships between narrated story and political and social reality. Instead, we are focusing on the different forms the story takes in a sample of articles in Australian and Danish quality (broadsheet) and popular (tabloid) newspapers. Our aim is to demonstrate how various journalistic accounts of the same story carry the potential to evoke different meaning in different national contexts. For that analytical purpose, we have developed a model of an invariant structure of a story. This model reflects the story as a whole, and parts and variations of the story can be traced in all articles in our sample. The story model functions as an artificial and hypothetical constant in the analysis and constitutes a framework for developing analytical categories used in the investigation of journalism meaning-making across national boundaries. In this way, we intend to test our supposition: that the story is narrated according to different patterns created by the social context and newspaper format.

Accordingly, we locate the meaning-making process within the process of framing. Using Gamson and Modigliani's (1987: 143) definition of frame as the "central organizing idea or story line that provides meaning to an unfolding strip of events", we looked at "issue specific frame" (De Vreese 2005: 55) to identify how the problem, in this case the gift of the pair of Tasmanian devils, is defined. Taking an 'issue-specific' approach to the study of frame accommodates our objective to develop a method for analyzing journalism and constructions of meaning in the news text. Firstly, the specificity of the story about the gift allows a move towards functional measurement of frame in terms of

journalism tools used to produce the text (Entman et al. 2009: 176); secondly, it allows easy comparison of frames in cross-national context; and thirdly, it suits moderation of coding. The aim of the study was to generate empirical evidence for the development of a methodology suitable for capturing the process of meaning-making in journalism in the light of framing seen as a “knowledge structure that is activated by some stimulus and is then employed by a journalist throughout story construction” (Dunwoody 1992: 78). Journalistic frames are professional tools used to organize the story in order to cope with the tide of information, and our identification of four main story telling frames in the ‘devils story’ articles supports theory building around the tools, rather than the process of framing as such.

We acknowledge both the epistemological and organizational dimensions of frames. The epistemological component (we use the term ‘frame’ here) links the new information with the existing knowledge about the event, people or phenomenon, while the organizational dimension (we use the term ‘angle’) determines how this information is structured in the news text (see Grunwald and Rupar 2009). Our objective is to use and test a method that combines a qualitative and a quantitative approach to the analysis of the meaning-producing devices in a sample of news texts.

Meaning of ‘meaning’

Today, most researchers agree on the view that all sorts of sign expressions are representational. Meaning is, accordingly, produced, related to and explainable within the contexts, where signs are supposed to function as tools of human communication. So meaning has to be studied within the interplay between communicating agents in different social situations (Halliday and Hasan 1998 [1985]: 89-94; 112-118; 124-127) or as cognitive processes taking place inside human organisms (Lakoff 1987: 266-268; Lakoff and Johnson 1999; Lakoff 2003 [1988]: 420-422; Fauconnier and Turner 2003: 453-514). From these social and cognitive points of view, meaning is supposed **not** to exist as transcendental (‘disembodied’) abstractions (as it is, for example, expressed in word lists for content analytical purposes where sin-

gle words without context are associated with specific values), but as an integrated ('embodied') part of the human mind reflecting changing characteristics of the human perception of nature and society. From these points of view, meaning associated with texts is described as the results of constructional processes taking place outside the physical appearances of letters or sounds and inside the minds of the language users operating within language communities according to certain grammars, lexica and norms of use.

These principles have an effect upon our study of meaning when we decide below what the story evoked by the text material is all about. Our analytical categories are intended to capture how the narrated story varies in the sample of articles. The study began by analyzing and discussing a small sample of articles (five articles from the Australian sample). We independently identified four dominant frames with different values attached to them. For example, the story about the devils was seen as a story about the gift giving (frame), but sometimes in terms of affection and sometimes as a mistake. We discussed the findings and decided to introduce an 'angle' code to capture the variations of the frame. This 'manual-holistic approach' to finding frames in media content (Entman et al. 2009) was then applied to ten other articles (each coder chose five articles from her/his sample). The analysis confirmed the existence of four frames that could be further diversified into different angles within each frame. We developed a coding sheet by defining all categories and started coding. Each of us dealt with a nation-specific corpus of data (coder EG looked at the Danish papers, and coder VR at the Australian papers). Once it was done, we set up a meeting with a third coder – TB, a bilingual Danish and English journalism studies graduate – who was given the coding sheet and samples of data – ten per cent of the articles – from each corpora. The inter-coder reliability was 92 per cent. We quantified the content hoping to get an indication of differences in journalism tools used across national boundaries and newspaper formats; our objective therefore was to get an "indication of something other than what is counted" (Krippendorff 2004: 6) rather than results that lead to statistical hypothesis.

As coders we therefore agreed – before the full coding was performed – on a structure of the meaning-evoking parts of the story which we wanted to investigate. In other words, we discussed and agreed on a commonly accepted, *constant* version of the story as a basis for the analysis of actual variations within the sample. This constructing procedure, meant for research purposes, uses a *close reading* of the material with a concept of the story and how it is presented as a background tool.

For the purpose of investigation, we have chosen a narrow and simple approach to the concept of meaning. To address the question of what contributes to the variations of meaning at the level of articles, we start with the concept of frame, which is broadly defined as background or system conditions “structuring our cognitive and social life” (Fauconnier and Turner 2003: 453). Frames function in journalism as observable and describable contextual devices that motivate and give meaning to different ways of seeing. As Gitlin 1980 (p. 7) says, frames are “persistent patterns of cognition, interpretation, and presentation, of selection, emphasis, and exclusion, by which symbol-handlers routinely organize discourse [...]”. The technological possibilities afforded by different media platforms, different economic and organizational conditions in media houses and news rooms are, at institutional level, frames that regulate professional thinking and action. At practice level, the communicative acts of journalism are framed by the fact that the essential task of journalism is to provide a ‘truthful’ account of reality; to inform by evoking interest, involvement and comprehension in the audience.

So, meaning is cognitively evoked as a result of the structured, socially-organized teamwork of all involved in the process of mass communication. This we assume to be a central principle which is shared (by the professionals) and persistent over time, which works symbolically and which structures meaningfully the social world of working journalists (cf. Reese 2003: 11). The construction and reconstruction of meaning takes place in different ways within the internationally shared communities of journalism. The patterns of journalism practices in different countries deserve detailed investigation: the choices of journalistic genres, the selection of topics and themes, and the specific linguistic and

narrative tools adapted to the varying tasks of meaning-making. But how do we analyze meaning in the different (political, geographical, social, cultural) contexts? And how do we handle the details within a specific journalistic story in a way that shows sufficient consideration for the ‘whole’ and at the same time pays attention to the smaller elements of a story (e.g. words, phrases, paragraphs, headlines, story lines, themes, places, dates, participants)?

We have addressed the challenges of one method in an analysis of our case study. The story about the gift sent by the Tasmanian government to Denmark as a present for the occasion of the christening of Prince Christian, the first-born child of the Danish Crown Prince Frederik and his Tasmanian-born wife, Crown Princess Mary, ran for nearly two years in Australian and Danish newspapers. In both countries, the papers were covering the spectacular and problematic journey of a pair of Tasmanian devils, wondering if the animals were suffering from a disease which at that time nobody was able to diagnose precisely.

The Tasmanian government’s decision to send a pair of devils to Denmark as a christening present elicited heated discussion among politicians, experts and ordinary people both in Tasmania and Denmark. The problem that the living gift might be infected with facial cancer was the central driving force of this long-lived story. Our first analysis of the media coverage of the gift of the devils (Grunwald and Rupar 2009), which focused on journalism curiosity and storytelling frame, provided a unique opportunity to compare journalism practices in a cross-national context and via different newspaper formats (broadsheet and tabloid). In this article, we expand this discussion and turn our gaze towards the methodological questions that arise in the attempt to unpack the ways news frames utilize meaning-making within a news story.

Meaning units

In a frequently-cited article by Robert Entman, the framing process at the textual level is described by three steps. Entman emphasizes his points by using italics: *“To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a*

communicating text [...]" (Entman 1993: 52). Three steps with relevance for our analysis are expressed in these few words. They are: (1) the perceived reality, which is presupposed by the next step; (2) the selection of some aspects, which again is presupposed by the third step; (3) the salience (of the selected aspects) in a communicating text.

We as researchers did not have direct access to the events (perceived reality) covered by the papers in Denmark and Tasmania. But by reading the 66 article items from the four newspapers, *Berlingske Tidende*, *B.T.*, *The Australian* and *The Mercury*, which communicated and made salient different aspects of that perceived reality, we have been able to reconstruct the whole 'real story', its participants, places, driving forces and developments over time. Our reconstruction reveals differences in the performances of steps 2 and 3 above and indirectly shows different ways of handling, structuring and interpreting different perceptions of step 1, the perceived reality.

We claim that this reconstruction of an event – a 'real story' – generates one or more frames (i.e. the story frames), which are related to the newsworthiness of the event, shared and hunted down by all journalists regardless of the country of origin or newspaper format. Our hypothesis is that journalists act differently when refining frames into angles, when they select and make salient aspects of a story frame at the level of the perceived reality. Our analysis generates support for this hypothesis, indicating that the choice of angles relates to a specific social context (country) and institutional setting (media format).

Our central point concerning sampling the text was that each article collected from the four papers should contribute to the story in question as a whole, i.e. sampling in this case should be controlled by qualitative criteria. Central keywords in searching the databases in both countries were 'Tasmanian devils', 'Denmark' and 'gift'. Assuming that each single article in our text corpus communicates a smaller part of a greater story, we let a *close reading* of all 66 articles motivate the development of our analytical categories. So sampling and categorizing were intended to follow a qualitative design and avoid the sort of quantitative top-down-procedure which characterizes much of today's con-

tent analysis. Our procedure resembles what Roberto Franzosi in a book calls *QNA*, i.e. Quantitative Narrative Analysis (Franzosi 2010). According to Franzosi, “the categories of QNA are based on linguistic properties of texts [...] Content analysis, on the other hand, bases its categories on the investigator’s theoretical and/or substantive interests” (Franzosi 2010: 3).

Categories and measures

So our analytical procedure ends up quantitatively with numbers that reflect the coverage in the whole sample of the appearance of categories measured in number of words used to tell and expose (parts of) the story to the reader. This combination of methods allows us to go “from words to numbers” (Franzosi 2010: 1), but we are following our own route to fulfill the task. The steps between the words and numbers are supported by the use of *NVivo*, a software application designed for combining a qualitative with a quantitative approach.

Drawing on Halliday and Hasan (Halliday and Hasan 1998 [1985]), we presuppose that meaning is a result of contextual influence upon language use. Language *per se* is a complex, and in principle endless, system of meaning producing *potentialities*, which are selected and actualized only by their use. You cannot observe or grasp meaning without relating language to the contexts where it functions as a communication tool. With this background, our categories are connected not only to the occurrences of words or single expressions, but to the structure, structure parts and motivating devices of the whole journalistic story, which is followed and gradually exposed by means of articles written by Danish and Tasmanian journalists. For that purpose, we intend to show how *NVivo* software can be used to enrich the investigation of journalism’s meaning-making activity.

We use the term *story*, a textual and cognitive concept, to make it distinct from *events*, which are primarily understood as socially organized actions and motivated announcements (Franzosi 2010: 17-18). The *content* of a story is organized and expressed in narrative text sequences (patterns of narrative discourse) which in journalism are described by a row of well-known models of

narration. They all encompass possibilities of *plotting* a story of journalism into a text under the pattern names as ‘the Inverted Pyramid’, ‘the Third Way of Narration’, ‘the Wall Street Journal Guide’, ‘the Drama Model’, ‘the Story Model’, etc. (Clark 2008: 135-139; Blundell 1986; Franklin 1994 [1986]).

From words to numbers

Our route from words to numbers is based on investigation of those parts of the whole story which are identified in specific places in the single articles of our sample. We intend to reveal and formalize the story without making further references to the encompassing discussions over several decades of the relations between *fabula* (story) and *sujet* (narrative discourse) as narratological concepts introduced by the Russian formalists in the late twenties.

Instead, we use the seven well-known journalistic tools as key devices in search of the story and its constituents: *who* (person), *what* (event), *where* (place), *when* (time), *why* (cause), in *which way* (mode), with *which consequences* (effects). The first five of these questions are basic and make a framework for our categories. Our working hypothesis is that journalistic articles principally break up their selected stories into narrative salient-making sequences of text. The choice of a communication model for the ‘real story’ differs according to the individual characteristics of a journalist and newspaper formats. Different sets of news value patterns, plotting devices and genre models stand in a framing background. In order to achieve our objective of comparing actual ways of journalistic writing performances, it is necessary to use the reconstruction of the common story as an artificial *constant* that lies behind the narrative sequences brought in the newspapers. We decided on the story of the Tasmanian devils because it was a story where we could take a transnational approach to our research problem.

The research questions in the process are: (1) how the story content is distributed in the material; and (2) where the constituents are found in a model of the journalistic narrative discourse; a discourse constantly influenced by a set of criteria called news

values. In short: by means of *NVivo* we have marked the variations of our qualitative categories and their limits in the material in order to be able to express them in number of words used within the categories. Each category is integrated as part of the narrated story. Our analysis shows variations of narration expressed in numbers of different papers and countries.

The story and its drive

In the construction of texts, the *drive* is an essential selection parameter when journalists seek, select and combine the elements of events into a story. The drive is evoked by narrative turning-point-values such as complications, conflicts, unsolved, essential and newly-emerged problems of the events in question. A drive creates the *uncertainty* which makes the elements of a story play together, evoking suspense. Any judgment about newsworthy reality is based on several characteristics of the event: consequences, proximity, prominence, human interest, conflict and oddity. These criteria, along with timeliness, which Masterton 1998 acknowledges as a pre-condition for any interest, are used in this study as a basis for judging how the events were selected and represented in the news. Judgment about the newsworthiness of reality is integrated in the process of choosing a story-telling frame. In journalism, the combination of news values, which we call drive, turns out to be an essential selection parameter for the elements of a story.

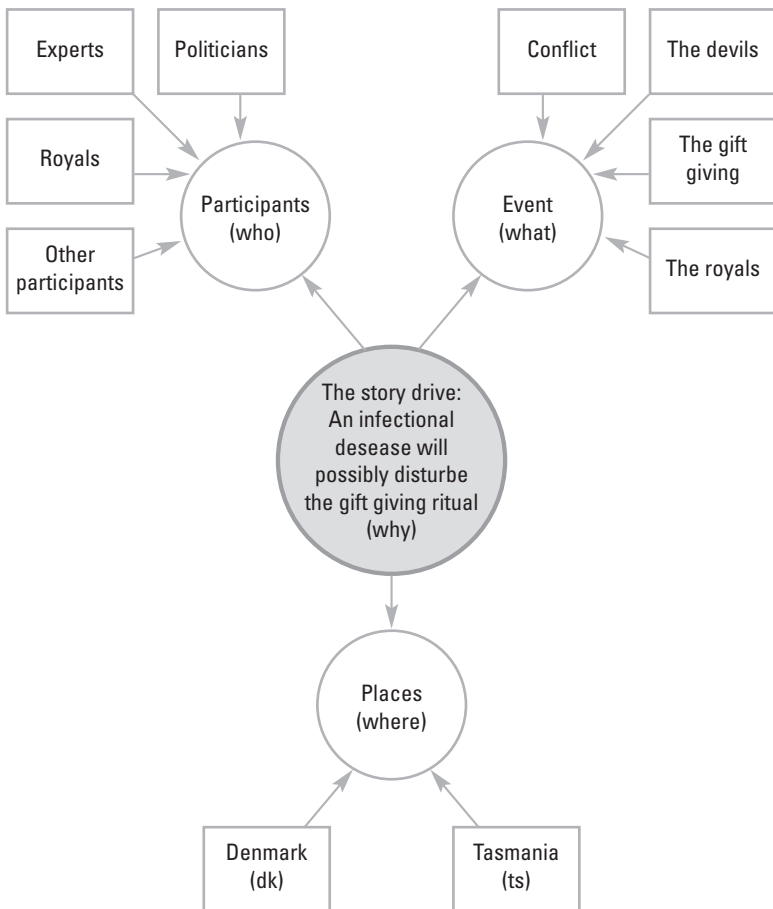
In our case, the persistent conflict between a ceremonious gift giving between nations and a severe risk that the solemnly received gift might be infected with an incurable disease constituted an ongoing *story drive* for nearly two years. There were other news values (cf. Grunwald and Rugar 2009) which evoked public interest in our story, but none of these seemed to account for the relatively long duration of the coverage in the media. The uncertainty whether the facial cancer disease of the Tasmanian devils will lead to an outbreak in Copenhagen Zoo still remains.

The following recurring story frames (issue frames) were identified: (1) the *conflict* creating drive and suspense evoking *uncertainty*; (2) the *Tasmanian devils*, their natural history and their

situation as threatened animals; (3) the *gift giving* – the values and attitudes expressed by such an action; (4) the *royals* as infallible celebrities and symbols of national identity. These frames are mutually dependent and count as integrated parts of what we call below the whole story. Following Kenneth Burke's description of the constituents and motives of a story (Burke 1945), we formalized the frames and categories of the investigated story into the following network model (cf. Figure 1):

Figure 1

Model of the whole story, framing the varying presentations in papers and countries.



Analytical categories

Figure 1 conceptualizes the common story of the papers in both countries. To obtain an answer to the question of how these basic elements are managed across the sample and what the differences are, we coded the material with the following categories as background:

The three lists of categories were chosen to describe the variation of construction forms within each article treated as an analytical case. The *article structure* describes the plot principle or sequential structure followed in the article. Knowledge of this makes it possible to describe relations between story frames, angles and the plot principles known from most of the teaching literature of journalism. The following research questions can be

Figure 2

Three groups of categories used for coding articles by means of NVivo

01. Article structure

- 1a. headline
- 1b. sub headline
- 1c. entrance
- 1d. kernel paragraph
- 1e. body
- 1f. exit

02. Story frames

- 2a. conflict
- 2b. the devils
- 2c. the gift giving
- 2d. the royals

03. Angles

- 3a1. political conflict
- 3a2. politicians and experts conflict
- 3b1. threatened creatures
- 3b2. unique creatures
- 3c1. act of affection angle
- 3c2. mistake angle
- 3c3. cheating angle
- 3d1. royals as celebrities
- 3d2. royals as link between Denmark and Tasmania
- 3d3. royals as symbols of national identity

answered by means of this coding: Do the article combine different story frames and in which way? Where in the sequential discourse structure is the angle exposed? Are there differences on these points between paper types and countries? In this way, the salient-making strategy followed by papers and journalists becomes visible. Coding for the use of *story frames* in each article makes it possible to observe differences between papers and countries with regard to selections and saliencies of parts of the whole story. Coding for the use of *angles* follows the same patterns of answer: Which angles are used in the articles? Is there more than one angle in the article? What is the relationship between story frames and angles in the different papers and countries? The basis for the construction of the lists of story frames and angles is our common and negotiated close reading of the articles in our sample.

As explained earlier, the coding was conducted by the authors of this article. To test the intercoder reliability, we involved the third coder and undertook a manual reliability check, but we also chose five coded articles from the English sample and conducted a *NVivo* test. The *NVivo* check showed a relatively high agreement rate (cf. the Kappa coefficient and the agreement percentage in Table 1). This high agreement rate is the result of continuous discussion of the way we interpreted the text fragments in relation to the categories we had developed. Some cells in the first row can be explained as follows: The five test articles con-

Table 1

Categories with highest and lowest kappa coefficient in an inter coder reliability test.

Category examples	Total source size (N of characters)	Kappa	Agreement (per cent of text)	Coded by A and B (per cent of text)	Not coded by A and B (per cent of text)	Dis-agreement (per cent of text)	Coded by A and not B (per cent of text)	Coded by B and not A (per cent of text)
Headline	10,768	1	100	1.65	98.35	0	0	0
Entrance	10,768	0.8645	98.88	3.77	95.11	1.12	0	1.12

sisted of 10,768 characters. As coders we fully agreed that 1.65 per cent (= 178) of these characters are integrated in the functions as headlines in the articles, and we agreed that the rest (98.35 per cent) of the characters do not serve this purpose. There is no disagreement on these observations. Following on from that there is no text which coder A had coded and B not coded, nor any text which coder B had coded and A not. The test result of the category coding of the entrances of the articles show the lowest Kappa coefficient (0.8645) and should be explained in the same way. The disagreement number here is explained by the fact that coder B coded something which coder A did not code. The program enabled the coders to find this text fragment in the data base of *NVivo* and discuss the reason for disagreement.

Distribution and combination of story frames and angles

Assuming that story frames are ways of structuring information (Gitlin 1980) into textual themes in order to provide knowledge about a topic, and given that this study has identified four distinct story frames which organize the news material in the 66 investigated articles, queries by means of *NVivo* make it possible to describe how the structuring is actually performed by each paper. The four frames are distributed and combined in differ-

Table 2

Distribution of story frames within the four investigated papers.¹

Distribution of story frames	B.T.s articles	Berl.T.s articles	The Australian's articles	Mercury's articles
The conflict story	6.95%	9.32%	23.26%	41.43%
The devils story	22.08%	56.25%	37.94%	31.39%
The gift giving story	19.13%	14.15%	0%	14.58%
The royals story	51.84%	20.29%	38.80%	12.60%
Total	100.00%	100.01%	100.00%	100.00%
N = 66 cases = articles	N = 25	N = 10	N = 5	N = 36

ent ways (cf. Table 2), and the analysis shows consecutively that each of them, whenever activated, takes a specific angle.

The *conflict* frame is activated when a text or a part of it focuses on different opinions and disagreements, especially between or among politicians and experts. The conflict frame gets a relatively high priority in Tasmanian papers (23.26 per cent and 41.43 per cent) where the heaviest controversies concerning the ethic and political implications of the gift giving decision take place, whereas the coverage of this conflict in the Danish papers is remarkably low (6.95 per cent and 9.32 per cent).

The *devils* frame is activated when a news text or a part of it focuses on the animals as the main theme. The priority of this frame is relatively high as it is reflected in the coverage of all four papers. Notable is the Danish paper *Berlingske Tidende*, where more than half of the coverage (56.25 per cent) in the paper is dedicated to the devils, especially by comparison with the relatively low number in *B.T.* (22.08 per cent). The numbers of the coded story frames show how the different editorial priorities of the papers investigated are reflected in their coverage selection.

The *gift giving* frame is activated when a news text or a part of it focuses on gift giving as a theme involving symbolic acts of friendship and affection. The gift giving as such has a relatively small presence, but a later analysis of the angles taken by the gift giving shows how this part of the coverage can contribute to the general story drive in the material.

The *royals* frame is activated when a text or a part of it focuses on the members of the Royal Family, their privileged and protected lives and the events in which they participate. This frame facilitates the reported events within the actual combination of story frames with pure positive values, i.e. national identity themes and a stimulating touch of fame and celebrity. This story frame has the highest priority (51.84 per cent coverage) in *B.T.* and – surprisingly – the lowest priority in *The Mercury*.

Each of the treated story frames takes, when it is used, a specific angle (cf. Figure 2, group '03. Angles'). An investigation of the combinations between story frames and angles shows differences between countries and paper styles, which will be reported below.

The devils story frame

Our analysis shows that the approach to the Tasmanian devils story can take positive and negative values in both countries. But the distribution of the attitudes towards the destiny of the animals varies remarkably within each country. The positive attitude is expressed in taking an angle that describes devils as unique, attractive and exciting creatures. This angle has a relatively higher priority in the Danish paper coverage (61.33 per cent) compared to the distribution of the same angle in the Tasmanian coverage (38.17 per cent) where the negative attitude prevails with the devils described as threatened (83.67 per cent) and exposed to the risk of disease and extinction.

One may say that the numbers reflect differences in perspective on the topic explained by contextual differences – different political and cultural agendas in each country. Seeing the devils as a threatened species became an argument in the political controversy in Tasmania, while their uniqueness became the dominant angle in *B.T.*

Berlingske Tidende gives a higher priority (46.59 per cent) to the disease threat angle, as opposed to that of the devils as unique creatures, than *B.T.* does (27.38 per cent). The same seems to be the case when *The Australian* (100 per cent) and *The Mercury* (68.86 per cent) are compared. The parallel choices of angle values in the papers may be explained by the differences of paper style: *Berlingske Tidende* and *The Australian* are both *quality* newspapers, while *B.T.* and *The Mercury* belong to a category of *popular* papers which reflect and give priority to topics that appeal to the mass market in their respective countries.

The negative angle value (disease) in the Australian papers and the relatively positive marking in the Danish papers (unique creatures) is supported by the results of a word frequency investigation, where the three most frequent nouns in the Australian papers are 'devils', 'devil' and 'disease'. In the Danish papers, the most frequently used nouns are more neutral with 'djævle' [devils] or 'pungdjævle' [marsupial devils] as numbers one and two and [Crown Prince] 'Frederik' as number three.

The conflict story frame

Disagreements between protagonists in relation to the transfer of the devils from Tasmania to the Copenhagen Zoo in Denmark were expected to take place within the 'conflict' story frame. Following the close reading of the text, we refined the conflict frame into several angles: conflict taking place between politicians (32.01 per cent) and between politicians and experts (67.99 per cent). The *NVivo* query showed that these angles on the conflict are not exclusively activated within a single story frame, but may as well be included and activated within other story frames too. So the gift giving story can take both the conflict between politicians (45.34 per cent) and between politicians and experts (54.66 per cent) as angles. This is probably because these conflict angles give the most logical explanations of the complications that may spoil the rituals within the gift giving story frame. When the conflict angles are used within the devils story frame, it is exclusively as a conflict between politicians and experts (100 per cent).

The two conflict angles, political conflict and conflict between politicians and experts, prevail and keep the stories running because a precise diagnosis of the disease problem is not available, nor is a cure for the disease. The high number of the politicians' and experts' conflict angle within the devils story frame (100 per cent) may be interpreted as the experts, as participants in the controversy, having personal interests involved: it is often owners of wilderness parks who express the view of the devils as threatened species. An example from *The Mercury* (November 19 2006) shows this involvement of private interests:

In April, devils from Mr Kelly's park were exported – against some expert advice – to Denmark as a christening gift for a Danish prince.

Environmental consultant and former Tasmanian national park ranger Steve Cronin is critical of the decision to send devils overseas and interstate.

These investigations show further that the well-known principle of journalism – an article should contain one story and the jour-

nalist should take a single angle on a story – falls short in practice. The coverage of the devils story shows that a story may be influenced and structured by more angles and a single article may contain more than one story. For example, there are columns that sum up several interesting events in the previous week, one of them being the devils story. The investigation also shows (cf. Table 3) that the conflict in the Tasmanian papers is primarily presented as a conflict between politicians and experts (70.94 per cent), while in the Danish *B.T.*, for instance, it is angled and understood in a one-dimensional way as a straightforward (and far away) controversy between politicians (100 per cent). On this point, *Berlingske Tidende* gives a more substantial and varied picture where the conflict is shown as taking place both between politicians and experts (60.96 per cent) and politicians alone (39.04 per cent). The explanation of this difference in choosing an angle seems to be a result of the difference in the newspaper format (popular press and quality press).

Table 3

Distribution of angles on the conflict story frame within countries and papers.

Conflict angles/ countries/ papers	Denmark	Tasmania	B.T.	Berlingske Tidende	The Australian	Mercury
Political conflict	47.95%	29.06%	100%	39.04%	43.02%	27.97%
Politicians' and experts' conflict	52.05%	70.94%	0%	60.96%	56.98%	72.03%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
N = 66 cases = articles	N = 25	N = 41	N = 15	N = 10	N = 5	N = 36

The gift giving story frame

The analysis reveals a continuous interplay between angles and story frames, which has to be kept in focus: selecting and structuring a flow of events needs multiple rhetorical devices to underline salient aspects of the stories. For example, the devils play a role as a social hub of the gift giving, which is described as a ritual accomplished within systems (Maus 2000 [1923-24, 1950]: 35). Gift giving takes place on several occasions and with different scope but as a social act it expresses and confirms positive relationships and values between participants. As such, the gift giving is vulnerable to external factors which might negatively affect what it sought to accomplish. Therefore, the angles on gift giving (as an act of affection, a mistake or an act of cheating) to some degree serve as a continuously motivating power or driving force of nearly all story frames in the material (cf. Table 4 on the distribution of angle values on gift giving across story frames in all investigated papers). Every time the gift giving takes a negative angle, it functions as a story drive towards renewed balance, where the negative values are neutralized or replaced with positive values.

There are two recurrent angles which structure the devils story frame. One angle presents the devils as a threatened species requiring careful and empathic protection in their natural environment. The other presents them as a unique attraction of high

Table 4

Distribution of angles within the devils and the gift giving story frames in all papers.

Angles on gift giving in all papers	The conflict story	The devils story	The gift giving story	The royals story	N = 66
1: Threatened creatures	4.85%	90.45%	4.70%	0%	100.00%
2: Unique creatures	0%	80.50%	15.85%	3.65%	100.00%
3: Act of affection angle	7.83%	7.83%	75.89%	8.44%	99.99%
4: Mistake angle	79.10%	0%	0%	20.90%	100.00%
5: Cheat angle	0%	0%	100%	0%	100.00%

entertainment value. We have already indicated (see the earlier section ‘The devils story frame’) that Australian papers look at the devils as threatened, whereas the Danish papers present them as an attraction worth watching and enjoying simply for amusement.

This is confirmed by the numbers in Table 4 where both angles show a high percentage of appearances (90.45 per cent and 80.50 per cent). These numbers show how the angles are used within the devils story frame, and how two of the three angles on gift giving are used mainly within the gift giving story frame (75.89 per cent and 100 per cent). The exception is the angle on the gift giving as a mistake (79.10 per cent). This clearly negative angle serves as an argument in the referred controversies within the conflict story frame.

The numbers in Table 4 show further that the angles of seeing devils either as threatened or unique creatures are primarily activated within the devils story frame. This could have been expected. What had not been expected was that these angles show effects on other story frames too.

Within the gift giving story, the act of affection angle is far more frequently used (75.89 per cent), than the angle of devils seen as unique creatures (15.85 per cent). The following examples from *B.T.* (May 31 2005), where the theme of threat is not mentioned at all, show the way it is executed:

Hidsig tasmansk djævel til prinsen [Hot-tempered Tasmanian devil for the prince]

De fleste nyfødte bliver overdænget med tøjdyr – den lille prins har nu fået et ægte plysdyr. Den tasmanske djævel er dog for hidsig til at putte ned i vuggen.

[Most newborns are showered with soft toys – the little prince now has got a genuine plush animal. However, the Tasmanian devil is too hot-tempered to tuck into the cradle.]

In *Berlingske Tidende*, the uniqueness and entertainment value can be observed in the following examples concerning the gift giving story from, respectively, March 30 and April 11 2006:

Når fire tasmanske pungdjævle, to af hvert køn, i næste uge sætter poterne på dansk jord, kan de se frem til at rykke ind i mondæne omgivelser, der prismæssigt kan sammenlignes med en ganske nydelig menneskebolig.

[When four Tasmanian marsupials, two of each gender, put their paws on Danish soil within the next week, they may look forward to moving into fashionable surroundings, which in relation to what you get for the price you pay, may be compared to a rather posh human residence.]

„Vi glæder os til at se lille Christian med vidt opspærrede øjne betragte disse dyr fra den anden side af jorden,“ sagde kronprinsesse Mary i sin takketale, hvor hun også omtalte Zoos nye royale pensionærer som „langtfra nuttede“.

[“We look forward to seeing little Prince Christian wide eyed, observing these animals from the other side of the world,” Crown Princess Mary said in her speech of thanks, in which she also referred to the Zoo’s new royal lodgers as “far from cute”]

Seeing the devils as a positive and amusing gift object differs significantly from seeing them as threatened species – e.g. in this piece from *The Mercury* on October 18 2005:

Of critical concern in the decision to give the devils to Copenhagen Zoo is the need to ensure they are free of the deadly and debilitating Devil Facial Tumour Disease.

The disease, which has killed between 30 and 50 per cent of the devil population over the past four years, is notoriously hard to detect before its appearance as unsightly mouth lesions and gross facial deformities.

The royals story frame

The royal family, as presented in the newspaper material, live a privileged and protected life and endow those events in which they participate with positive values. They take on a role as national identity objects for both the present and the future and give an aura of fame and celebrity to people and events with which they connect and participate in. An investigation of possible angles on the royals story frame shows a distribution pattern almost exclusively in favour of this frame: the different uses of the celebrity angle and the national symbol angle fall inside the royals story frame (100 per cent).

An exception is the gift giving story frame, where the meaning of the gift giving story, to a limited degree (11.27 per cent), is exposed through an angle on royal imitative behaviour functioning as a symbol of friendship and open affection between people from the two nations. An example of this kind of exposure comes from *The Mercury* of April 11 2006:

CROWN Princess Mary and Crown Prince Frederik giggled and tried to copy the sounds of four Tasmanian devils when they [: the devils] arrived at Copenhagen Zoo as a christening gift to the couple's baby son yesterday.

The royal couple tried to emulate the loud growls of the small carnivorous animals, which were given to the zoo by the State Government.

The four devils – two males and two females – will be kept in a specially built facility in a section of the zoo that has other animals from Australia, including kangaroos and emus.

Frederik, Denmark's future king, kneeled as he tried to get the animals' attention through a thick window.

Princess Mary was more familiar with the animals of her homeland.

Tourism Minister Paula Wriedt, in Denmark for the presentation, said the group of captive-bred devils arrived safely at their new home at Copenhagen Zoo last week and were formally handed over yesterday.

“This is an exciting time for both Tasmania and Copenhagen and this unique gift further strengthens the ties between us,” Ms Wriedt said.

But how are the three possible angles distributed in each paper within the royals story frame, and how can these results be interpreted?

In Denmark, *Berlingske Tidende* is (100 per cent) a newspaper that follows the activities of the royal family closely – the implications of social values connected to the royal institution regularly get very high priority and extensive coverage. But we have to be slightly guarded in making such a strong generalization because of the limited items in the material. The best way to document this priority is to look at some statements from a text. Here is a reportage (*Berlingske Tidende*, 4 August 2006) where personal attitudes of joy and admiration around Mary as a key character are communicated in conjunction with factual observations from a historical event. It is an example of the use of the royal story frame in a text, where the royals are seen (angled) as a significant and a positively-validated link between the nations involved:

Mary mellem to nationer

Royal portræt: Så er kronprinsesse Mary blevet malet officielt. I går afslørede hun maleriet, som skal hænge på Frederiksborg Slot.

[Mary between two nations Royal portrait: Now Crown Princess Mary has been painted officially. Yesterday, she unveiled the painting which will be hung at Frederiksborg Castle.]

[...]

Havesalens malerier er udskiftet med spejle, der reflekterer hende bagfra med udsigt til et sceneri af hjembyen Hobarts dokker. Dannebrog skimtes i loftsdekorationen. Forbindelsen Tasmanien og Danmark er knyttet.

[The paintings in the orangery have been replaced with mirrors, which reflect her from behind with a view of scenery including the Hobart waterfront. The Dannebrog can

just be seen in the ceiling decoration. The connection between Tasmania and Denmark has been established.]

These value implications may also exist in the editorial policy of *B.T.*, but they are not expressed in such a direct way. Instead, *B.T.* angles its version of the royal story frame as a story about admired celebrities walking around in an exotic universe (50.38 per cent) or else they make the royals symbols of national identity (49.62 per cent). All three angles in the Danish papers can be traced and documented in the Australian material too, but here they take different numerical values (cf. Table 5). The celebrity angle gets greater coverage (70.27 per cent) in *The Australian* than in *The Mercury* where the highest percentage (42.32 per cent) is taken by the royals seen as national identity symbols. Two aspects have to be investigated further in order to explain the number variations: (1) editorial values and priorities, which might affect the choice between angles; (2) influences from the sample, which in our case contains relatively few article items.

Table 5

Distribution of angles on the royals within all four papers.

Distribution in the papers of angles within the royals' story	B.T.	Berlingske Tidende	The Australian	Mercury
1: Royals as celebrities	50.38%	0%	70.27%	36.51%
2: Royals as link between dk and ts	0%	100%	29.73%	21.16%
3: Royals as national identity symbols	49.62%	0%	0%	42.32%
Total	100.00%	100.00%	100.00%	99.99%
N = 66 cases = articles	N = 15	N = 10	N = 15	N = 36

Summary of findings

In all material, the four story frames are continuously activated, and each of them generates one of the ten possible angles. It was assumed that each group of angles is preferentially associated with only one story frame, but an investigation modifies this assumption in so far as frames and angles are combined in patterns which cannot be predicted precisely. The conflict story frame is preferably angled as a story about a conflict between politicians and experts (55.91 per cent), and the devils story is preferably written as a story about the devils as a threatened species (61.84 per cent). When it comes to the act of gift giving, the angle of affection is chosen most frequently with the highest coverage (62.85 per cent). The story about the royals is most often told as a story about celebrities (39.36 per cent), but the angle of the royals as symbols of national identity is not far behind (31.23 per cent).

Deviations from the average numbers within the story frames can be observed in each paper. However, the basis for drawing sharp conclusions again seems to be relatively weak because of limitations in the material. But tendencies can be seen, and to a certain degree interpreted, and so can the possibilities of using the method on greater and more secure empirical material.

In each paper, fewer angles than the possible ten are activated. Furthermore, the spread between numbers of each of the chosen angles are greater, making the differences of the angling procedure and content focus clearer.

Where *B.T.* sees the conflict as a threat and uses the mistake angle on the gift giving as a way of exposing the conflict, *Berlingske Tidende* points to its roots by mentioning the protagonists of the conflict among politicians and experts. Where *B.T.* draws on emotions, *Berlingske Tidende* looks to those involved for attitudes and reasons which might explain the grounds for conflict.

The picture in *The Australian* is, similarly, relatively clear cut. But we have to guard against generalizations because of the limited number of article items (5) from this paper.

In *The Mercury*, the patterns of angling the conflict and the devils stories (Table 6) are similar to the patterns of *The Australian*. The slight differences between the papers are probably

caused by a greater number of article items (36) in *The Mercury*. The gift giving story is angled as in *B.T.* with a preference for the affection angle (76.06 per cent) and, within the royals story, preferences for the royals as celebrities (31.10 per cent) and as symbols of national identity (36.04 per cent). This may be because of differences of paper style, but that would need to be confirmed by investigations of a sample which comprised more items from quality papers.

Table 6

Connections between angles and story frames in *The Mercury*.

The Mercury: Angles/Story frames	Conflict	The devils	The gift giving	The royals
Political conflict	23.23%	0%	0%	0%
Politicians and experts conflict	59.80%	10.92%	10.69%	0%
Threatened creatures	5.13%	65.92%	8.02%	0%
Unique creatures	0%	16.79%	2.31%	0%
Act of affection angle	5.81%	6.37%	76.06%	0%
Mistake angle	6.03%	0%	0%	14.84%
Cheating angle	0%	0%	0%	0%
Royals as celebrities	0%	0%	0%	31.10%
Royals as link between dk and ts	0%	0%	2.92%	18.02%
Royals as national identity symbols	0%	0%	0%	36.04%
N = 36 cases =articles	100%	100%	100%	100%

Conclusions

The objective of this paper was to develop a model for analyzing journalism and its production of meaning using *NVivo* as an analysis tool. We aimed to capture the variations of meaning-making by looking at the news texts about the gift of the devils published in two different countries (Australia and Denmark) and in two different newspaper formats (popular and quality). Following Franzosi's (2010) methods of analyzing text "from words to numbers", we developed a methodological framework that consists of eight steps: (1) close reading of the text to identify the central organizing ideas of the story; (2) defining, naming and classifying these ideas as dominant story frames; (3) identifying variations within each frame; (4) defining, naming and classifying variations of frames as dominant story angles; (5) coding of news texts to identify frames and angles; (6) using *NVivo* to identify the frequency and coverage of the frames and angles appearance; (7) using *NVivo* to identify patterns of use in comparative perspective; (8) interpreting data in the light of social and institutional context.

Our analysis shows that the reconstruction of an event – a 'real story' – generates one or more story frames, which are related to the newsworthiness of the event, shared and hunted down by all journalists regardless of the country of origin or newspaper format. We found that journalists acted differently when refining frames into angles, where the choice of angles relates to a specific national and media format setting.

The main advantage of the applied method is the precision in identifying journalistic tools used to produce a specific meaning. The variation of frames across the countries, Australia and Denmark in this case, is usually attributed to the influence of a social context. Indeed our analysis confirms this finding, but it would be impossible to reconstruct the specific, journalism-produced meaning of the events surrounding the gift of the devils (the 'real story'), if frames alone are examined. It is the comparison of the angles – influenced both by the national context and the model of journalism exercised in quality and popular papers – that explains why the Danish public got the story about the gift of the

devils as a story about unique creatures, while the Australians focused on the devils seen as a threatened species. This type of analysis provides empirical material that generates comprehensive description and interpretation of differences in the newspaper coverage of events. However, for the purpose of drawing significant theoretical conclusions about the relationships implied in a study, such as the tension between frame and angle as journalistic tools, further investigation is needed.

NOTE

1. For critical comments from our two anonymous referees and for a scrupulous proof reading by Helen Barney we are profoundly grateful. For all possible obscurities or substantial mistakes we, of course, alone are responsible. EG & VR.

REFERENCES

- Blundell, W. E. (1986) *The Art and Craft of Feature Writing. Based on The Wall Street Journal Guide*, New York, Dow Jones & Company.
- Burke, K. (1945) *A Grammar of Motives*, New York, Prentice-Hall.
- Clark, R. P. (2008) *Skrivervedskaber. 47 uundværlige råd til skribenten. [Writing Tools. 47 Indispensable Advices to the Writer]*, Århus, Forlaget Ajour.
- De Vreese, C. H. (2005) News Framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13, 51-62.
- Dunwoody, S. (1992) The Media and Public Perceptions of Risk: How Journalists frame Risk Stories. In Bromley, D. W. & Sergeson, K. (Eds.) *The Social Response to Environmental Risk: Policy Formulation in an Age of Uncertainty*. Boston, Kluwer.
- Entman, R. M. (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51-58.
- Entman, R. M., Matthes, J. & Pellicano, L. (2009) Nature, Sources, and Effects of news framing. In Wahl-Jorgensen, K. & Hanitzsch, T. (Eds.) *The Handbook of Journalism Studies*. 175-190, New York, Routledge.
- Fauconnier, G. & Turner, M. (2003) Konceptuelle integreringsnetværk. [Conceptual Integration Networks]. In Bundgård, P., Egholm, J. &

- Skov, M. (Eds.) *Kognitiv semiotik. En antologi om sprog, betydning og erkendelse. [Cognitive semiotics. An anthology about language, meaning and epistemology]*. Århus, P. Haase & Søns Forlag.
- Franklin, J. (1994 [1986]) *Writing for Story. Craft Secrets of Dramatic Non-fiction by a Two-Time Pulitzer Winner.*, New York, Plume.
- Franzosi, R. (2010) *Quantitative Narrative Analysis*, Los Angeles; London; New Delhi; Singapore; Washington DC, Sage.
- Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1987) The changing culture of affirmative action. In Braungart, R. G. & Braungart, M. M. (Eds.) *Research in Political Sociology*. 137-177, Greenwich, CT, JAI Press.
- Gitlin, T. (1980) *The whole world is watching. Mass media in the making and unmaking of the New Left*, Berkeley, University of California Press.
- Grunwald, E. & Rugar, V. (2009) Journalism Curiosity and Story Telling Frame: A Comparative Study of Australian and Danish Newspapers. *Journalism Practice*, 3.
- Halliday, M. A. K. & Hasan, R. (1998 [1985]) Språk, kontekst og tekst: aspekter ved språk i et socialemiotisk perspektiv [*Language, Context and Text. Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*]. In Berge, Coppock & Magerø (Eds.) *Å skape mening med språk. En samling artikler av M.A.K. Halliday, R. Hasan og J.R. Martin [Evoking meaning with Language. A collection of Articles by M.A.K. Halliday, R. Hasan and J.R. Martin]*. Oslo, Landslaget for norskundervisning (LNU) og Cappelen Akademisk Forlag as.
- Krippendorff, K. (2004) *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Thousands Oaks, Sage Publications.
- Lakoff, G. (1987) *Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind*, Chicago and London, The University of Chicago Press.
- Lakoff, G. (2003 [1988]) Kognitiv semantik. [Cognitive semantics]. In Bundgård, P., Egholm, J. & Skov, M. (Eds.) *Kognitivsemiotik. En antologi om sprog, betydning og erkendelse. [Cognitive semiotics. An anthology about language, meaning and epistemology]*. 419-452, Århus, P. Haase & Søns Forlag.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1999) *Philosophy in the Flesh. The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*, New York, Basic Books.
- Masterton, M. (1998) A theory of news. In Breen, M. (Ed.) *Journalism: Theory and Practice*. 85-104, Paddington, Macley Press.

- Maus, M. (2000 [1923-24; 1950]) *Gaven. Gaveudvekslingens form og logik i arkaiske samfund*. [French title: "Essai sur le don. Forme et raison de l'échange les société archaïques"]. Viborg, Spektrum.
- Morris, C. (1946) *Signs, language and behavior*, New York, Prentice Hall.
- Ogden, C. K. & Richards, I. A. (1985 [1923]) *The Meaning of Meaning: A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism* London, ARK.
- Osgood, C. E., Suci, G. & Tannenbaum, P. (1961 [1957]) The Logic of Semantic Differentiation. In Saporta, S. (Ed.) *Psycholinguistics. A Book of Readings*. 283-300, New York, Holt, Rinehart and Winston.
- Reese, S. D. (2003) Prologue – Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. IN Reese, S. D., Oscar H. Gandy, J. & Grant, A. E. (Eds.) *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, New Jersey; London, Lawrence Erlbaum Associates.

“Making us see science”

Visual images in popular science articles and science journalism

BY HARALD HORNMOEN

The article explores how scientific research and scientists are represented visually in popular science and science journalism. It discusses communicative functions and cultural meanings of visual elements in science stories. Drawing on concepts from the visual grammar developed by Gunther Kress and Theo van Leeuwen, the author indicates how different kinds of modality are used to address the audience in popular science articles in *Scientific American* and *Illustrert Vitenskap* (a Scandinavian magazine). It is argued that the visual elements in popular scientific magazines are conventionally arranged in a manner coinciding with a pedagogical/educational intent typical of much popular science, taking the readers from a reality they are presumed to have experienced towards more abstract scientific knowledge. However, the two magazines analyzed differ markedly with respect to the audience competence that they implicate in their visual representations. The level of visual abstraction in *Scientific American* contributes to creating an identity for its audience as belonging to well-educated and advanced elites, as opposed to the images of *Illustrert Vitenskap*, where the emphasis is to a larger extent on a naturalistic coding. The author goes on to discuss how photographs, visual composition and verbal text work together in a multimodal rhetoric typical of many science and health stories in Norwegian newspapers.

Introduction

Illustrations representing spectacular explosions in the universe; diagrams attempting to show how nerve cells communicate; photographs depicting scientists in lab coats staring at test tubes: Such visual images occur quite frequently in popular science stories.

Mediated visual images do not simply accompany verbal texts. They actively organize meaning and invite to be interpreted in particular ways (Kress & van Leeuwen 1990, 1996, Veel 1998). However, little research has been done on how images create meaning in popular science and science journalism. This is a bit surprising considering the salient use of visual elements (such as graphical illustrations, photographs, drawings) not only in television programmes and popular science magazines like *Scientific American* and *New Scientist*, but also as a part of the specialized science pages or the science-related material in the news sections of daily newspapers.

This article explores how scientific research and scientists are represented visually in popular science and science journalism, and it discusses communicative functions and cultural meanings of visual elements conventionally used in science stories. I limit my analysis to samples from newspapers and popular science magazines. The journalistic articles mainly focus on research topics within medicine or the natural sciences.

I use both the term “popular science” and “science journalism” in order to encompass visual images represented in a popular science magazine like *Scientific American* (where most of the articles are written by scientists, not professional journalists) as well as images in articles about scientific research in newspapers. The latter are written by so-called independent journalists in my samples. However, the term “science journalism” is not limited to include only articles displaying a critical attitude or approach to their subject. Rather, I find it difficult to point out distinct visual features in journalistic articles that have a different approach to their subject than primarily attempting to popularize or explain developments in scientific research for an audience of non-professionals in the field reported on.

When I devote a relatively large part of the text to analyzing *Scientific American* (SA), it is because of the influence that the more than 150-year-old magazine has had on the formation of popular science, including its visual dimension. The Scandinavian magazine *Illustrert Vitenskap* (IV) has been somewhat influenced by SA visually. But IV has a markedly more populist orientation than SA, thus allowing for a fruitful comparative analysis of how visual images are presented to different readerships of popular science. I have also chosen to analyze images appearing in large newspapers in Norway (such as *Aftenposten* and *Verdens Gang*), an objective here being to shed light on how such media visually attempt to attract reader attention to stories about science among other kinds of news stories found in newspapers.

Many readers may link an expression like “visual images in the media” to photographs. However, theoretical and methodological introductions to reading images normally analyze several dimensions of visual presentation such as graphic illustrations, the composition of visual elements in layout, the level of abstraction in illustrations and how images and words work together rhetorically. I will also touch on such dimensions by using some of the insights and concepts provided by Gunther Kress and Theo van Leeuwen (1990, 1996) in their account of the grammar of visual design.

Questions for the study are: How are visual images applied in popular science magazine articles and newspaper articles presenting scientific issues and findings? What are possible meanings and functions of the images and their composition in such articles?

In the first part of the article, I particularly examine how visual modalities are used in information graphics (visual representations of information or knowledge) commonly found in popular science magazines. In the second part, I analyze visual representations of science in Norwegian newspapers. Here I do not only look at information graphics applied in science news, but also at formulaic photographic depictions of scientists and how such photographs work together with verbal text in a multimodal rhetoric found in science and health stories.

The analytical concepts discussed and applied in this study may hopefully contribute to what Norman Fairclough (1995: 201) calls “critical media literacy”, that is a critical awareness of media discourse in social processes. More specifically, it is hoped that media students and practitioners may be made aware of how visual images not only mediate science and facilitate our understanding of research-generated knowledge, but also reflect power relations between participants such as scientific researchers and audiences/readerships. Such awareness may again stimulate reflection on how science could be visualized differently in the media.

Visual communication is becoming more and more crucial in the domains of public communication, and it may be – as Kress and Van Leeuwen predict – that: “‘Visual literacy’ will begin to be a matter of survival, especially in the workplace” (1996: 3).

A narrative of nature?

One of few substantial contributions to understanding the use of images in popular science is provided by discourse analyst Greg Myers (1990). He analyzes the ways in which the narratives are constructed in some articles in scientific journals (*Science, Evolution, Hormones and Behaviour*) and in articles by the same authors on the same topics for more popular journals, *Scientific American* and *New Scientist*. According to Myers, the texts in the scientific journals create a *narrative of science*, whereas the popularizing articles present a *narrative of nature*. What is meant by these concepts? Basically, that the “scientific” texts emphasize and are organized according to processes and concepts of scientific research, and this is reflected in the syntax, vocabulary and illustrations. The focus of the popularizing articles, on the other hand, is on the object of research rather than the research activity. In journalistic representations of natural science, the narrative is chronological and organized around nature (plants or animals may be the subject). The syntax, vocabulary and illustrations emphasize the externality of nature to scientific practices.

Myers claims that the differences in the narratives of articles for professionals and those for popular audiences are even more apparent in the illustrations than in the verbal texts.

In one of the examples that Myers gives to support his assertion, he compares the visual representations in scientific journals with the use of images in a popularized account of the research in an article in SA. The articles are about biologist David Crew's research on the evolution of sexual behaviour and the systems that control reproduction in lizards and snakes. Crew's articles in scientific journals often have graphs showing cycles of various hormones. According to Greg Myers, the illustrations in the SA article, on the other hand, attract the readers' attention to the snakes themselves (to *nature*, in other words), rather than to the research as such. A painting of the snakes is reproduced on the cover of the magazine, and the introductory page of the article is dominated by a colour photograph of male snakes mating. The next pages feature a series of drawings of the mating behaviour of these garter snakes.

The four drawings of the snakes outline the stages in their mating behaviour and thus provide a narrative of nature for the article (Fig. 1). See the appendix for the figures referred to.

The article also features graphs of hormonal cycles, illustrating central findings of Crew's studies (Fig. 2). The way Myers sees it, SA at each stage includes a little picture showing sperm in the testicles or displaying little snakes growing in the eggs and then hatching. These are illustrations attempting to visualize for the non-specialist reader what the stages mean. And Myers claims that these illustrations "help the reader to focus attention on the organism rather than on the concept of cycles, or on the measurement of hormonal levels and the gonadal sizes that are the data reported here" (Myers 1990: 161). The same effect is not brought about by the "more stylized" sorts of graphs used in scientific journals such as the one in *Hormones and Behavior* (Fig. 3).

Myers' suggestion of a radical difference in the way the graphs in the texts of the professional and popular articles function is not particularly convincing. By visual means, SA communicates

the concept of hormonal cycles rather than drawing attention to the organisms as such. But the graph in this magazine illustrates this in a pedagogical manner by *also* including illustrations of the organisms, in this case the snakes. The fact that the popular scientific magazine includes such representations does not necessarily imply that attention is drawn away from the scientific concepts, but rather that they aid our understanding of them by also showing explicitly the natural objects.

Naturalistic and scientific modality

In order to acquire a better understanding of the way images communicate meaning in different kinds of popular science articles, I find it useful to apply some of the concepts that Kress and van Leeuwen (1996) provide in their account of the grammar of visual design. This goes particularly for their concept of *modality*. The term ‘modality’ is from linguistics and refers to the truth value or credibility of statements about the world. In different social groupings there is a tendency that different expressions and criteria develop in order to decide what is more or less credible, true or real.

Kress and van Leeuwen accentuate some main modalities in our culture, or more precisely some ‘coding orientations’, which are sets of abstract principles that inform the way in which verbal texts and images are coded by specific social groups or within specific social contexts. Two of the main categories can be termed, with discourse analyst Per Ledin’s formulations (Ledin 2000), ‘naturalistic’ and ‘scientific’ modality. In naturalistic modality, the visual representation of the world is based on norms stating that we observe the true world with *the naked eye*, whereas visual representation in scientific modality is based on norms according to which the truth is *abstract*: It is not accessible by close and spontaneous experience of reality and must be established by scientific principles. Briefly, the two kinds of modality can be expressed in the following way:

A naturalistic modality: A visualization coding the world according to our everyday sensory experiences, as we per-

ceive it with the naked eye. The modality is marked by elements such as depth, detail, background and light being included in the representation.

A scientific modality: A visualization that does not stop at our everyday perception of the world, but probes beyond the visual appearance of things towards what is found 'below the surface', towards the general and principal. The modality is characterized by a suppression of elements such as depth, detail, background, light and shadow.

(The descriptions are from Ledin 1997: 49, my translation)

Different modalities address the audience in different ways. On the one hand, we can talk about visual elements relating to "what we see". Colour photographs often code reality in a way that relates to the viewers' everyday sensory experiences, at least we have a tendency to understand them in such a way. On the other hand, visual elements that relate to "what we know" present this knowledge at a greater distance from our everyday experiences. For example, graphs are conventionally regarded as expressing a more abstract or scientific modality. They are a kind of visual representation that omits background, depth and other dimensions conventionally contributing to an everyday spontaneous coding of reality.

Such categories of modality are not absolute, they are found in mixed forms. However, different social groups and institutions will accentuate different modalities depending on the context of communication. For instance, elite groups in society are more prone to use abstract visual modalities. One should not forget how the ability to produce or read signs grounded in this coding is a mark of social distinction, of being an 'educated person'.

Modality and composition in magazines

Popular science magazines typically apply mixed forms of modality in their visual presentations. This is characteristic of an elite-oriented magazine such as *Scientific American* as well as

the Scandinavian magazine *Illustrert Vitenskap* (“Illustrated Science”), which markets itself as “The Nordic countries’ largest magazine on nature, science and technology”. In popular science magazines where the intention to a large extent is to convey “new” scientific findings or insights and at the same time create some understanding of scientific concepts and ways of reasoning (however different their ambitions in this respect), it is characteristic that the articles are presented as a mixture of verbal text and graphs and images – whether they are photographs or more or less naturalistic illustrations by drawings or paintings.

Scientific American

Let’s have a look at SA first. Glancing through any recent edition, one is struck by the visual presentations of the magazine. Undoubtedly, they are eye-catching, even flashy when compared to the sparse line drawings of specialist journals – that is, if these journals include any illustrations at all.

But it is also a distinguishing trait of the articles in SA that the visual expressions mix different modalities. Very often, the visual layout of an article combines representations of “what we see” and of “what we know”. As in the visualization of how the earth’s carbon cycle can influence global climate and the role a plant-like organism plays in this process (Fig. 4).

The images of nature with mountains, the ocean, clouds, the sky, a volcano *and* the factory pipe represent ‘what we see’, whereas the arrows in the landscape that connect different elements in the picture accompanied by words and figures represent ‘what we know’, or at least what science has contributed to our knowledge about transport and causal connections in this cycle.

When different visual elements are organised in articles that cover several pages, they tend to follow a pattern where a naturalistic orientation precedes a scientific orientation. Characteristically, a naturalistic modality dominates the visual expression on the opening pages of the articles (together with the head and the lead), whereas more of a scientific or an abstract modality occurs further on in the article. This is illustrated by an

article about a parasite bacterium with the ability to change the sex of or eliminate its hosts.

The story's layout begins with images (Fig. 5) of what we can see and relate to, at first a butterfly threatened by the parasite (the butterfly being beautiful and eye-catching – together with the visually salient word “sex” in the headline). Photographs of other insects influenced by the bacterium follow (Fig. 6), before the last composition of images covering two pages presents a more abstract graphic visualization of the parasite's adaptive tactics (Fig. 7).

Visually, there is in other words a movement from what is known, that is from images familiar to the reader, to more abstract representations – to what appears to be new information to the uninitiated in the field of research. In several of the larger graphic illustrations in SA, the visual elements are also distributed along a horizontal axis in such a way that those placed on the left are presented as *given* and the ones on the right as *new*. This is in accordance with a rule in Kress and van Leeuwen's grammar of visual design. This rule can be understood as one of the codes of spatial composition of visual elements, at least in western cultures. In the upper part of the illustration of how a particular kind of cells orchestrates the immune response against invaders (Fig. 8), the given (the human body) is typically placed to the left. The level of visual abstraction increases further to the right along a horizontal axis.

To a large extent, the images in a magazine like SA are arranged – together with the text – in a way that attempts to take the reader from a world she has experienced and is familiar with to a reality of more abstract scientific knowledge. This kind of movement is similar to what Robert Veil (1998) has observed as an effect of visual images in environmentalist texts for students.

The manner of switching between naturalistic and abstract visual modalities seems to have a kind of verbal parallel in what I have elsewhere characterized as a ‘semi-narrative’ form displayed in a lot of science journalism (this also applies to SA, see Hornmoen, Meyer & Sylwan 2006). A typical way of structuring these texts is to have narrative parts (preferably in the opening and at the end of an article) alternate with parts devoted to ex-

position. Whether they focus on the actions or the behaviour of human beings or other organisms, a main objective of the narrative parts is to create reader identification, whereas the expository parts describe, elucidate and discuss processes and findings of the research presented in greater detail.

But although many of the visual compositions undeniably have a pedagogical function, I emphasize that one finds exceptions to the rule of the given placed to the left and the new to the right in the double-paged compositions of this magazine. Graphs with a marked abstract modality often appear in the left part of the compositions. And it is certainly not always the case that graphic illustrations and diagrams explicitly offer the reader something she has “already seen” as a point of entrance to visual abstractions of the research presented. For instance, the illustration of a vaccine strategy against AIDS (Fig. 9) is at a considerable semiotic distance from what we see with ‘the naked eye’, in spite of some outlines of an arm and a syringe.

Illustrations such as this one signal the kind of audience the magazine addresses. To a larger extent than many other popular science magazines, the compositions of SA do take the readers’ interest and competence in abstract visual codes for granted. The abstractions in the magazine’s graphic illustrations also have a verbal parallel in a relatively frequent use of a specialized vocabulary in the articles. The specialized words and the abstract visualizations mark a ‘differentness’ in relation to both the everyday language and the more naturalistic images used. This ‘differentness’ does not only signal that the version of reality which this language presents (or creates) is ‘alien’ compared to the version presented by everyday language and naturalistic images. When such different signs are included to the extent that they are in SA, they also contribute to creating an identity for its readers as belonging to a well-educated and advanced socio-cultural elite.

Comparing Scientific American with Illustrert Vitenskap

In a rather clear contrast to SA, the visual compositions in IV signal that this magazine addresses a broader audience than elite groups in society. Although a curiosity about science to some extent is expected from the reader, the magazine hardly

presupposes a special competence in abstract visual codes. That is not to say that the influence of a magazine like SA cannot be traced in this magazine's layout of text, images and graphs.

However, a naturalistic orientation is more dominant in IV. Differences between the two magazines stand out in their cover illustrations. Whereas SA seldom has naturalistic representations of human beings on its covers, such images as well as other motifs with a naturalistic modality commonly appear on the cover of IV. The covers of the two magazines issued in September 2003 (Fig. 10), both of them with neuroscience as their main story, hint at the influence of SA on IV. But the covers also indicate disparities in their visual aesthetics and ways of addressing the public. In IV, the human face is salient beneath the image of the brain. The glare of the eye can be interpreted as underscoring the mysteries in the headline ('hjernens mysterier' can be translated into 'the mysteries of the brain'). But the direct way of addressing the viewer also signals that this is a topic that concerns 'you', in other words the onlooker (or potential reader of the magazine).

The cover of SA to a larger extent appears as something to observe. When the human figure's head is depicted in *profile*, the viewer is positioned at a greater distance from it than from the motif of IV. The composition as a whole also requires more of an active interpretative role from the viewer in order for it to make sense at some level.

Moreover, the layout in IV more consistently follows a pattern where the naturalistic is positioned to the left, and illustrations with a somewhat more abstract coding are placed to the right. In a story about stress (Fig. 11), there is a visual appeal to the reader's recognition on the left of the two-page layout, while on the right there is a graph illustrating one's ability to perform and one's level of stress as well as the "new" information that research has generated. The graphic illustrations are less complex in this magazine, with a visualization that rarely invites the reader to reflect on the research being presented. A case in point is the layout for a story about an allegedly increasing IQ in the population (Fig. 12), the images here accompanying the headline's assertion "We are getting wiser and wiser". It is a kind of

visual aesthetic that to a larger degree than SA's illustrations contributes to creating an image of scientific research as an activity about discovering more or less certain connections, or 'facts', in the world.

Illustrations in the Norwegian press

I now take a closer look at the visual dimension in journalism about science and research issues in the Norwegian press.

The press in Norway does not have an extensive specialized coverage of science and scientifically related issues (Eide & Ot-tosen 1994, Hornmoen 1999). Apart from some specialized radio and TV programmes and a few specialized pages in the newspapers, science and research issues typically appear as a part of the general news coverage or as a part of other areas, for instance the coverage of health issues. I emphasize that the press uses scientists as so-called expert sources commenting on news events just as much as it lets them speak about scientific research as such. The activity of representing comments by experts hardly qualifies as 'science journalism'. But it is worth mentioning that when photographs of commenting experts are included in the story's layout, it is not unusual to arrange a setting that visually underscores their status as scientific experts, whether this is achieved by the photo capturing them in front of shelves upon shelves with books or in technologically authoritative laboratory settings (Fig. 13). Such illustrations serve to strengthen the credibility of the portrayed expert's message as well as strengthening the impression of the journalistic story as being a truthful representation of reality.

But quite often, one also sees visual compositions that are inspired by the popular science genre as it appears in magazines. The ambition is then, apparently, to convey scientific research findings or to situate news events within a research-based frame of understanding. For newspapers with sufficient financial resources, photographs or other kinds of illustrations with a marked naturalistic orientation are supplemented by more or less sophisticated graphs. Accompanying an article in the newspaper *Aftenposten* about Mars being closer to the earth than it has

been for a long time, we can see the typical mix of modalities (Fig. 14). Here there is an illustration of the Neanderthals to the left and a more abstract modality to the right. However, the abstraction is not at the level characteristic of the graphs of Scientific American – the audience of the newspaper clearly being considered to be broader than that of SA.

Tendencies in the visualization of science issues in the press can be considered in relation to how these issues are represented and framed in words. In my own study of the science coverage in Norwegian daily newspapers (Hornmoen 2003), I identify some traits typical of how scientific research is represented in journalistic texts. Use of language and frames emphasizing the uniqueness and the awesome qualities of the phenomenon or issue exposed is widespread, whether this is a technological innovation as a result of research or the research activity itself or what is “uncovered” or “revealed” by this activity. Related to this is a preoccupation with findings or discoveries. In addition, many articles focus on the potential utility and the kind of application that can result from research.

Reports on so-called ‘sensational’ or ‘unique’ scientific discoveries have a long tradition in journalistic coverage of science. American journalists have called this “gee-whiz-reporting” or “breathless discovery stories” (see Blum and Knudson 1997). The visual correlate to this journalism is spectacular illustrations of what scientific research has ‘revealed’ or science-based technology has generated, so that the illustrations indirectly constitute a tribute to science or to the technology that has enabled them (Fig. 15, Fig. 16). Impressive motifs of celestial bodies, planets and stars repeatedly occur in articles about astronomy. However, the possibility of creating flashy images such as the SA illustration of explosions in the universe (Fig. 17) is more limited in newspapers than in magazines.

Displaying the value of science

Such spectacular illustrations are visual expressions of what rhetorician Jeanne Fahnestock (1993) has termed the *wonder appeals* characteristic of science journalism. Her viewpoint is that journalists try to reach and engage readers by being clear

in their claims about the value of the scientific discoveries they report on. One way of doing that is praising or ‘celebrating’ the findings. In my view, spectacular illustrations of the kind mentioned invite the reader, or rather the viewer, to strike a position where she looks up to the phenomenon or object represented in humble admiration of what scientific research is capable of uncovering and technology can manage to produce.

More prosaic are the articles in health journalism presenting research with possible consequences for our health. But the illustrations of such stories also try to be explicit about the value of the research reported on. For an audience of non-experts, a recognized value in this area is how the research leads to further benefits, how it can be used to improve people’s health. This kind of value requires the efforts of photographers and illustrators to make it visible in a newspaper layout. For instance, the visual composition in an article (Fig. 18) tries to establish a connection between the photograph and the graphic illustration right beneath it, so that the science-based vaccine method described appears to be relevant and important to the audience. In the photo, the researcher depicted (the researcher in a white lab coat, one notes) is looking at the mouse and the syringe, his glance in this way forming a so-called *vector* – in other words an imagined line, here emanating from the researcher’s eyes. The direction of his glance leads the reader’s glance towards the new vaccine which is the topic of the article (the article’s headline may be translated into “New Norwegian vaccine method: can help against HIV and cancer”). For the reader, an image of a needle pricked into a laboratory mouse is hardly a striking expression of the vaccine’s potential applicatory value. But in the total visual composition, the syringe also forms a vector down towards the graphic illustration’s motif of a human arm which the needle is put into, this under the subtitle “This is how the new vaccine method works”.

The more abstract modality that dominates the graphic illustration may presumably function – together with several specialized words in text beneath it – to convince the reader about the utility of the vaccine method. Words that are used here may give the reader the impression that ‘the authoritative voice of sci-

ence' is speaking. The irony is that the article's main text discloses that this vaccine method has still not been tested on human beings. In their eagerness to visualize the utility of the method, the illustrators end up promising more about its potential for application than what is reasonable based on the vaccine experiments. However, this kind of visualization is barely unfortunate for research groups seeking publicity and access to research funding through the media.

Selling science through images

Selling science through the media has become a main objective for many public relations professionals as well as researchers in scientific institutions (Nelkin 1995). Quite a lot of the science stories in the Norwegian press also suggest that journalists, photographers and layout professionals readily promote different types of research and try to create a public appreciation of scientists' need for more funding. Sometimes the mission on behalf of science can take on a form of argumentation strikingly similar to the rhetoric of advertising. A main goal of advertising is to set the recipients of a message in a mood that makes them receptive to the argumentation of the 'sender' of the message. A typical strategy is to oppose negative attitudes that one assumes the audience might have and open up to the positive sides of the product or the service. ("You may have been told that Fiat corodes fast. You can forget that. We have now developed ...").

A similar strategy can be traced in the *Aftenposten* story about Norwegian biotechnology "lagging behind" (Fig. 19). Particularly interesting here is how the photographs, the visual composition and the text work together in order to convince the reader about the necessity of investing more money in Norwegian biotechnology. A picture of a mouse with human ears – an image likely to arouse feelings of disgust – is positioned on the top left hand side of the page beside a large photograph of a bioengineer seeing "the future" and "the possibilities" of the industry. In the text beneath the photo of the mouse, the research leader in a biotech company is cited as saying that he understands that people regard images like the 'mouse with the human ear' as grotesque, but he also points out that he does not

reckon that ‘cultivation of ears’ will become a major research trend in biotechnology. The lead and other parts of the text follow up by presenting common objections that people have and then let the leader argue against these or assert that “biotechnology is essentially not controversial”. In this way, he is allowed to make way for the message: Norway is unfortunately lagging behind in this field, but it can become a great growth industry if these companies are given “the same possibilities to develop as in other European countries”. At the bottom of the page, there is another picture that in contrast to the image of the mouse indirectly argues ethically in favour of this field of research. The illustration text tells the reader that what we see is “nice technology”, a so-called “technomouse” that the participants in the picture are “caressing”, a machine that, according to the text, will “spare the lives of 3,000 laboratory mice every year”.

If the illustrations together with the text in this story attempt to put a so-called media-created image (the mouse with the ear signifying the scary biotechnology) to death, I am personally more struck by how the large picture contributes to maintain a cultural stereotype. The picture of the researcher glancing at the test tube and its content has become a visual cliché in newspapers. The image is especially used to illustrate stories about assumed developments within genetic research and biotechnology. This image is in many ways a continuation and transformation of a traditional cultural stereotype, namely *the fortune teller with the crystal ball*. The difference is that it is the researcher who is granted the ability to see the possibilities, to foresee the future.

Apart from creating cultural prejudices such as “scientific research is something that goes on in laboratories and is carried out by people with test tubes and white coats”, I notice how this and other pictures with a similar motif (Fig. 20, Fig. 21), tend to construct a certain viewer position by the use of angles in the photograph. As Ledin (1997) notes, when the angle makes the viewer ‘look up’ towards the depicted, this gives the participants in the picture a symbolic power over the onlooker. Furthermore, he notes how images with participants depicted in profile situate the viewer at a distance where she is not expected to engage directly with them, unlike a depiction ‘from the front’ – face to face.

In my three examples of ‘researchers with tubes’, two of them are depicted in profile, whereas the angle in all the photos are from below and up towards the researcher (although in varying degrees). The scientists are looking upwards at the test tubes (or the glass), so that the viewer’s eyes are led to fixate what can be considered both an instrument in (the tubes) and a product of research (the content of the tubes) as if to signal: herein lie the possibilities, or herein is the solution, whether it is the solution to a lack of industrial innovation in Norway or, in a broader sense, the solution to the problems of mankind or the world’s crises. These are images that create a distance in relation to their audience. To me, the images also transmit something beyond their overt message (the message that in this field of research there are vast possibilities). At another level, the pictures tell me that these possibilities are something that is reserved for these scientist experts, something they deal with. Even though their predictions and results to some extent will concern me, they are not something that I am an implicated participant in, something that I – or “the readers” in a wider sense – can join in and contribute to creating conditions for. The images create a distance to their audience in the same way as standardized science news formulations such as “scientists have shown” and the frequent references to “unique” scientific discoveries. The many images of researchers in white coats in science journalism work in the same way as the visualizations of ‘spectacular’ or ‘awesome’ objects of scientific research do. Above all, they invite the audience to look up to scientists and science in deep admiration and respect.

Concluding remarks

Let me sum up tendencies in how visual images are used in popular science and science journalism. A characteristic trait in popular science magazines is that they alternate between graphs, photographs, other types of illustrations and verbal texts. The illustrations of the stories often switch between a naturalistic modality and a more abstract modality in a way that can take the reader from a reality she is familiar with towards a reality con-

sisting of more abstract scientific knowledge. However, there can be marked differences in the way a magazine like *Scientific American* and one like *Illustrert Vitenskap* addresses its readers. Graphic illustrations are less complex in IV than in SA. They hardly invite the reader to reflect on the represented research, which typically appears as an activity that discovers ‘facts of the world’. In contrast, the more complex graphics in SA to a larger extent draw attention to the processes and concepts of science. Differences in the levels of visual abstraction indicate the two magazines’ differing views of their readerships. In contrast to IV, SA creates an elite identity for its readers.

In major Norwegian newspapers, one also finds several examples of a visual mixture of naturalistic and abstract modalities. Moreover, visual motifs and compositions may be marked by how the articles highlight so-called “unique” research findings or emphasize the utility of the research. Whether they include spectacular illustrations of what new research has ‘revealed’ or pictures of researchers in white coats lifting test tubes, such popular science clichés invite their audience to look up to scientists and their activities in admiration. Often, the visual compositions are designed in a way that makes them suited to convince readers of the vast possibilities of the research reported on. This suggests that selling science and technology through journalistic coverage has become an objective not only for some researchers, but also for some journalists.

I have indicated some of the causes for such trends. They are partly the result of what editorial staffs consider as necessary communication strategies in order to make complex issues engaging. The images and layouts visually argue for the value of the research, in this way also reflecting how science stories in newspapers compete for reader attention with stories that have more obvious news value, such as crime stories. Furthermore, working within their media frames (time frames, for instance), the people who are responsible for the illustrations and the layout have to draw on a reservoir of formulaic expressions, or so-called *schemata*. A schema may be understood as a kind of model for the representation of different areas of reality (Kjørup 1995). The laboratory man in the white coat with a test tube is

such a model of the scientist and science, a handy image to use in order to create recognition. This image is also invested with a cultural authority, something that, from the reader's viewpoint, may strengthen the status of journalism as a truthful account of reality.

Are there not other ways of representing science and science-related issues visually in journalism? Certainly there are other ways, but I find it difficult to spot clear trends among them, for example as to what characterizes images accompanying articles representative of more critical science coverage. This may be partly due to such journalism seeing scientific research in a broader societal context and not necessarily focusing on research and developments within science as such. The use of images, then, does not necessarily become distinct or different compared to what one finds in critical journalism in other areas.

Let me end this article by relating the subject to my own practical experience as an editor and journalist of the magazine *Apolon*. This is a popular science magazine published by the University of Oslo. An editor of such a publication has a certain obligation to promote the institution's research. That undoubtedly influenced the way I used illustrations. But although I can now clearly see how several articles reproduced the visual clichés in popular science, my ambition as an editor was to develop a kind of journalism that was as critical as possible within the frames mentioned. Part of my goal was to reduce the distance between science and society; a distance that I find that the media have a tendency to maintain. To achieve this purpose, I found the portrait genre most usable, not only because of the freedom the genre provides for the writer, but also for the photographer. Here, the photographer could portray scientists as persons that the reader was invited to engage in a dialogue with, so to speak. An example is the portrait of Niels Christie, Professor of Criminology (Fig. 22).

I have argued that there are certain codes and established conventions guiding the use of images in popular science and science journalism. These codes may be accentuated in different ways, depending on such things as the newspaper's or the magazine's perception of its readers. However, I think there are

a lot of unexplored possibilities for a different visualization in science journalism. One challenge is to portray science and science-related issues in a way that makes us see with “fresh eyes”, so to speak, and invites the viewer to participate in questions connected to scientific research. But contributing to this by the use of images is certainly not a small challenge.

REFERENCES

- Blum, Deborah, Mary Knudson (eds.) (1997): *A Field Guide for Science Writers*, New York: Oxford University Press.
- Eide, Martin, Rune Ottosen (1994): “Science journalism without science journalists: notes on a Norwegian Media Paradox”, *Public Understanding of Science* No. 3, pp. 425-434.
- Fahnestock, Jeanne (1993): “Accommodating Science: The Rhetorical Life of Scientific Facts”, pp. 17-36 in Murdo William McRae (ed.): *The Literature of Science. Perspectives on Popular Scientific Writing*, Georgia: University of Georgia Press.
- Fairclough, Norman (1995): *Media Discourse*, London: Edward Arnold.
- Hornmoen, Harald (1999): *Vitenskapens vakthunder. Innføring i forskningsjournalistikk*, Oslo: Tano Aschehoug.
- Hornmoen, Harald (2003): „Forskningen har vist“: Roller og maktrelasjoner i forskningsjournalistikk“, pp. 182-199 in Kjell Lars Berge, Siri Meyer & T.A. Trippestad (eds.), *Maktens tekster*, Oslo: Gyldendal.
- Hornmoen, Harald, Gitte Meyer & Peter Sylwan (2006): *Fornuftens har flere stemmer. Offentligheten, journalisten og forskeren*, Oslo: Cap-pelen Akademisk Forlag.
- Kjørup, Søren (1995): *Hvorfor smiler Mona Lisa? – en bog om billeder og deres brug*, Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Kress, Gunther, Theo van Leeuwen (1990): *Reading Images*, Victoria: Deakin University Press.
- Kress, Gunther, Theo van Leeuwen (1996): *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, London: Routledge.
- Ledin, Per (1997): „Med det nyttiga skola vi söka att förena det angenäma ...“. *Text, bild och språklig stil i veckopressens föregångare*, Lund: Institutionen för nordiska språk, Lunds universitet.

- Myers, Greg (1990): *Writing Biology: Texts in the Social Construction of Science*, Madison: University of Wisconsin Press.
- Nelkin, Dorothy (1995): *Selling Science. How the Press Covers Science and Technology*, New York: Freeman and Company.
- Veel, Robert (1998): "The Greening of School Science", pp. 114-151 in J.R. Martin & Robert Veel (eds.): *Reading Science. Critical and Functional Perspectives on Discourses of Science*, London: Routledge.

THE FIGURES REFERRED TO

- Figs. 1, 2: from *Scientific American*, November 1982, copied from Myers (1990)
- Fig. 3: from *Hormones and Behavior*, Vol. 18, 1984, copied from Myers (1990)
- Fig. 4: from *Scientific American*, August 2002
- Figs. 5, 6, 7: from *Scientific American*, April 2002
- Fig. 8: from *Scientific American*, November 2002
- Fig. 9: from *Scientific American*, June 2002
- Fig. 10: from *Scientific American*, September 2003/ *Illustrert Vitenskap* 12/2003
- Fig. 11: from *Illustrert Vitenskap* 3/2000
- Fig. 12: from *Illustrert Vitenskap* 12/2003
- Fig. 13: from *Nationen*, August 2003
- Fig. 14: from *Aftenposten*, 27.08.2003
- Fig. 15: from *VG Nett*, 19.06.2001
- Fig. 16: from *VG Nett*, 05.12.2000
- Fig. 17: from *Scientific American*, December 2002
- Fig. 18: from *Aftenposten*, 03.05.2001
- Fig. 19: from *Aftenposten*, 02.02.2000
- Fig. 20: from *Apollon* 3/1996
- Fig. 21: from *VG Nett*, 27.06.2000
- Fig. 22: from *Apollon* 3/1997

Hvor blev slagene i bolledejen af?

Journalistiske vælgerskabeloner 2007 & 1968

AF HEIDI JØNCH-CLAUSEN

Hvordan fremstiller nyhedsjournalisten vælgere og deres forhold til politikerne? Med såkaldt postdebatjournalistik fra *Politiken* og *Berlingske Tidende* som analysemateriale viser forfatteren, hvordan journalisten i 2007 bruger antitesen „*politiker versus vælger*“ til etablering af et grundlæggende modsætningsforhold mellem den svage og passive vælger over for den magtfulde og beregnende politiker. Anderledes så det ud i 1968, hvor vælgeren blev portrætteret som en selvstændig aktør og dermed værdig med- og modspiller til politikerne.

Skabeloniserede relationer

Det er ikke muligt for nyhedsjournalisten at arbejde med detaljerede karakteristikker af fænomener, personer, steder og sager. For at lette formidling såvel som forståelse konstruerer journalisten forenklede formidlingsmønstre. B.S Hall skriver om disse mønstre, at de journalistiske rutiner udmønter sig i „fælles iscenesættelser og narrativer“, der „finder deres form i kollektive og gentagende måder at formulere personer og sager på“. (Hall, 1994: 66). En interessant uddybning af fænomenet findes hos retorikeren Bengt Nerman, der allerede i 1970'erne beskæftigede sig med journalistik i en retorisk optik. Han skriver, at journalistens greb – såsom udvælgelse af detaljer, beskrivelse af personer, miljøer, gengivelse af udtalelser, metaforer osv. – samler sig

til bestemte verdens-, livs- og menneskeopfattelser; med ét ord – skabeloner. (Nerman 1981: 40). Skabeloner har ifølge Nerman en „styrende karakter“ der, ved at præsentere et særligt virkelighedsbillede, „rækker ud efter sin læser“, og derved inviterer læseren til at dele denne virkelighedsopfattelse. Opfattelsen af, at journalistens beskrivelser har en persuasiv effekt på mediebrugeren, finder genklang i den journalistiske litteratur – fra Walter Lippmanns klassiske „Public Opinion“ fra 1922 (Lippmann 2004) over Kahneman og Tverskys banebrydende holdningsændringsforsøg (Kahneman 1984) til moderne journalistisk framingteori. (Scheufele 1999; De Vreese 2001; Slothuus 2008). I betragtning af journalistens persuasive rolle er det relevant for den retoriske journalistikforsker at undersøge disse skabeloner nærmere. I denne artikel vælger jeg at se på nyhedsjournalistens skabelonisering af vælgeren – med særligt fokus på vælgerens forhold til politikeren. Dette fokus skyldes, at de forskellige nyhedsaktørers indbyrdes forhold (ifølge Nerman dækningens „relationssystem“) har en afgørende betydning for dækningens skabeloner (Nerman 1981: 41). Netop relationen imellem politiker og vælger er værd at beskæftige sig med, da denne kan betragtes som selve demokratiets nerve. Med politikerens som symbol på det politiske system er vælgerens tillid til politikerens altafgørende for vælgerens tro på og tillid til demokratiet.

En essentiel gendrivelse i læsningen af min analyse er at medierne selvfølgelig ikke egenrådigt konstruerer verden, men langt hen ad vejen faktisk er en reel afspejling af den. Forholdet mellem verden og mediernes verdensbillede er altid værd at have in mente i tekstnære analyser af journalistiske produkter.

Vælgeren som forandringsagent

Den retoriske medie- og journalistikforskning opererer oftest ud fra et normativt udgangspunkt. Ifølge Christian Kock adskiller retorikken sig fra andre, relaterede discipliner ved ikke blot at undersøge mediernes dækning, men også spørge *om* og *hvordan* dækningen lever op til de retoriske idealer, analytikerens vælger at arbejde med – og hvordan dækningen evt. kan forbedres (Kock 2004: 104). I en retorisk analyse af journalistiske væl-

gerskabeloner bør man derfor opstille nogle konkrete idealer for en hensigtsmæssig fremstilling af vælgeren.

I den journalistiske litteratur hersker der konsensus om, at en af nyhedsjournalistens vigtigste opgaver er at fungere som „en markedsplads for ideer“. Et forum, hvor borgeren igennem nyhedsdækningen rustes til at danne sig sine egne ideer og holdninger og tage del i den offentlige debat (Norris 2000; Kovach 2001; Asp 2007). Beskrivelser af dette borgeraktiverende ideal befinder sig imidlertid oftest på et meget overordnet og abstrakt niveau. I en retorisk analyse er det relevant at anlægge et mere konkret og tekstnært perspektiv på idealet. Her føres vi tilbage til Nerman, som skriver, at mediernes invitation til den skabeloniserede virkelighed lokker læseren ind i et fællesskab, hvor han selv bliver del af en skabelon (det være sig som vælger, mand, kvinde, ung, gammel, indvandrer, venstreorienteret, højreorienteret osv.). I sin beskrivelse af dette læserfællesskab bruger Nerman *rummet* som metafor: Læseren inviteres ind i et rum, som kan være et mere eller mindre konstruktivt sted at være. Det konstruktive rum er trygt. Her føler læseren sig hjemme. Trygheden handler ifølge Nerman i høj grad om rummets relation til andre rum og andre grupper. Er relationerne til andre rum venligt eller fjendtligt? Er der åbne døre til de andre rum eller smækkes der med døre? Udover at være trygt, skal det konstruktive rum opleves som virkeligt. Læseren skal kunne identificere sig med og føle sig hjemme i det rum, han placeres i. Det vigtigste element til opbygningen af et både trygt og genkendeligt rum er ifølge Nerman, at læseren har lyst og mulighed til at handle på de informationer, han bliver givet.

Et klassisk retorisk begreb kan bruges til at udfolde Nermans ideal om tilskyndelsen til handling. Lloyd F. Bitzer beskriver i sin klassiske artikel “The Rhetorical Situation” fra 1968 et retorisk publikum som “mediators of change”.

[...] a rhetorical audience must be distinguished from a body of mere hearers or readers: properly speaking, a rhetorical audience consists only of those persons who are capable of being influenced by discourse and of being mediators of change. (Bitzer 1968: 3)

Et retorisk publikum er altså et handledygtigt publikum. Overført til min problemstilling betyder det, at læserne ikke blot skal indtage den passive tilskuerrolle, men derimod påvirkes på en sådan måde, at de gives mulighed for at forandre det, de præsenteres for.

Men overfører man idealet om at være “mediator of change” – eller på dansk *forandringsagent* – på den journalistiske vælgerskabelon, er der en niveaudeling, man skal være opmærksom på: For hvem er det mere præcist, der skal være forandringsagent? Vælgeren, der optræder i den politiske dækning, eller den vælger, der sidder og læser avis derhjemme? Pointen er her, at disse skal betragtes som gensidigt repræsentative: Hvis den avislæsende vælger fx skal kunne relatere sig til de politiske processer, hun læser om, er det af væsentlig betydning at hun føler sig repræsenteret af de vælgere, der er til stede i dækningen. Læserens følelse af tryghed, genkendelighed og engagement afhænger – ikke udelukkende, men i nogen grad – af om hvorvidt hun kan identificere sig med dækningens vælgere – dvs. om hun finder, at de har nogenlunde de samme erfaringer, ønsker og problemer som hende selv. Det kræver, at journalisten lader vælgerne komme til orde. Den vælger, der optræder i dækningen, skal have plads til at tale om sin stramme økonomi, om de daglige udfordringer hun møder som enlig mor, som selvstændig, som offentligt ansat, som pensionist osv. Derudover skal hun gerne portrætteres som en stærk aktør med selvstændige meninger – en aktør, der respekteres som værdig med- og modspiller til politikerne. Manglende eller mangelfuld repræsentation af mennesker, der minder hende om sig selv, bryder med idealet om det retoriske, handlende publikum og kan betyde, at vælgeren distancerer sig fra nyhederne – og dermed fra det samfund, hun lever i.

Nermans forestilling om journalistens invitation til et trygt og genkendeligt rum og Bitzers ideal om fremstillingen af vælgeren som forandringsagent vil tjene som mine retoriske idealer i analysen af *Politiken* og *Berlingske Tidendes* vælgerskabeloner. I undersøgelsen vil jeg forsøge at besvare følgende spørgsmål:

– I hvor høj grad og hvordan inddrages vælgeren i dækningen? Og lever fremstillingen op til idealet om, at vælgeren bør være forandringsagent?

Analysemateriale

Analysen vil omhandle *Politiken* og *Berlingske Tidendes* valgdækning i 2007 og 1968. Udgangspunktet vil være 2007 dækningen. I overensstemmelse med den retoriske analyses anvisende karakter tjener sammenligningen med 1968 bl.a. det formål at vise, at den journalistiske vælgerskabelon kan se helt anderledes og langt mere konstruktiv ud end tilfældet er i 2007. At valget af analyseår netop er faldet på 1968 skyldes, at jeg i min gennemlæsning af gamle aviser fandt, at dette fyrreårige spring var nogenlunde så langt, jeg kunne gå tilbage i tiden og stadig fastholde et nogenlunde validt sammenligningsgrundlag. Aviserne før 1968 var så eksplicit politiske i deres udvælgelse og vinkling af historier, at en sammenligning ville virke søgt. Dermed ikke sagt at det er uproblematisk at sammenligne 1968 og 2007: Som læseren vil vide, er der sket en kolossal udvikling af journalistikken i denne periode. En massiv vækst i sider, stofområder, genrer og fortælleformer i løbet af de fyrre år gør det til to vidt forskellige produkter og dermed også to vidt forskellige læseoplevelser.¹ (Roksvold 1997; Djerf-Pierre 2000; Esmark 2000; Schultz 2007). Fælles for de mediehistoriske teorier og undersøgelser, der har sat fokus på denne periode, er, at den politiske dækning de sidste 40-50 år har flyttet sig betydeligt i spektret fra loyalt refererende til kritisk evaluerende. Et mere helstøbt billede af de udviklingstendenser, jeg skitserer, forudsætter naturligvis, at man sætter sig ind i denne udvikling.

Valget af valgkampsjournalistik er motiveret af, at journalisternes vinkling under valgkampe, grundet tidspres, spænding og konkurrence fra andre medier, må antages at være sat på spidsen. Valgkampene er desuden opbygget af vigtige politiske debatter, som er udgangspunktet for min analysegenre. Samtidig er valgkampen et af de tidspunkter, hvor politik fylder mere end sædvanligt i vælgernes bevidsthed. Det er her de demokratiske

forsamlinger sammensættes og mediernes ansvar om at engagere borgerne politisk derfor er sat på spidsen.

Som analysegenre har jeg valgt, hvad jeg (inspireret af Lemert et. al.s (1991) begreb “post debate framing”) vælger at kalde „post-debatjournalistik“. Som det ligger i betegnelsen, er det de historier, der følger i kølvandet på de politiske valgkampsdebatter. Jeg fravælger dog alt holdningsorienteret journalistik (fx i form af ledere, analyser, kommentarer såvel som interviews med politikere og debatstof) og koncentrerer mig udelukkende om den klassiske nyhedsjournalistik – dvs. hovedsageligt reportager, men også andre typer af nyheds- og baggrundsartikler, der har afsæt i en debat mellem to eller flere debatterende politikere. Forskning viser, at postdebatjournalistik kan være lige så vigtig for vælgernes opfattelse af debatterne som debatterne selv. Mange seere, lyttere og læsere ved simpelthen ikke, hvad de skal mene om det, de har set, før medierne fortolker det for dem.² Postdebatjournalistik er derfor vigtig, til tider ligefrem afgørende, for et valgs udfald. (Lang 1968; Drew 1991; Lemert 1991: Kap. 5; Hellweg 1992)

Politiker versus vælger antitese

En gennemlæsning af analysedataet i 2007 viser, at journalisten meget tydeligt opstiller et modsætningsforhold mellem politiker og befolkning. Politikerens tildeles rollen som skurk, og det uundgåelige offer er vælgerne. Med denne rollefordeling etablerer journalisten et modsætningsforhold mellem de to grupper. Flere danske forskere har dokumenteret tendensen (Hjarvard 1995; Brink Lund 2002; Phillips 2004; Hjarvard 2008).

Modsætningsforholdet mellem politiker og vælger afspejles både i udvælgelsen af historier og sprogligt i form af troper, figurer og værdiladede ord. I retorisk terminologi kaldes et sådan retorisk modsætningsprincip – lige meget hvordan den manifesterer sig – en *antitese*. Den modsætningsfulde sagsfremstilling er, i modsætning til den nuancerede fremstilling, et godt grundlag at fremkalde stærke følelser på. Stilistikerens Ulla Albeck beskrev allerede i 1930'erne hvordan det er i opstillingen af modsætninger, at vi forstår, hvad der er rigtigt og forkert, godt og

dårligt. Og hvordan det er her, vores sym- og antipatier og dermed oplevelser af vrede, glæde, uretfærdighed og retfærdighed opstår. (Albeck 1996: 181)

Antitesen *politiker versus vælger*, som jeg – lige ud ad landevejen – kalder den, dominerer postdebatjournalistikken i 2007 valgkampen. Fra journalistens overordnede udvælgelse af historier til disposition, sprog, ordvalg og nogle gange ligefrem layout ligger spændingen imellem politiker og borger som et magtfuldt formidlingsprincip.

2007: Kontraktjournalistik

Men hvordan kommer politiker versus vælger antitesen mere konkret til udtryk? I 2007 er der overraskende få traditionelle reportager – forstået som dækning af debatter, hvorfra journalisten rapporterer efter at have været personligt til stede (Bech-Karlsen 2000; Steensen 2009). Både *Politiken* og *Berlingske Tidende* nedprioriterer tydeligvis disse reportager til fordel for holdningsstof, kommentarer og analyser. I mit analysemateriale viser antitesen sig tydeligst i en ny type postdebatartikler. Det drejer sig om længere, selvstændige artikler om de løftebrydende, populistiske politikere på den ene side og de stakkels snydte vælgere på den anden. Jeg vælger at betegne denne antitetisk opbyggede type postdebatjournalistik for „kontraktjournalistik“. Gennem dels offervinklede vælgerhistorier, dels løfteafprøvende historier, der undersøger rigtigheden af de udtalelser og løfter politikerne kommer med til debatter og vælgermøder, cementerer journalisten modsætningsforholdet mellem de to aktører ved at forsøge at bevise, at politikerne ikke holder hvad de lover – med store menneskelige konsekvenser til følge.

Politikeren som populist og løftebryder

Kontraktjournalistikken kan tolkes som et logisk modsvar til den kontraktpolitik, VK- regeringen lancerede ved magtovertagelsen i 2001, hvor evnen til at holde valgløfter var det afgørende succesparameter. (Jønsson 2002) Journalistens skepsis over for politikerne i postdebatmaterialet i 2007 omhandler dels politiker-

nes populistiske krumspring i form af opportunistisk fordrejning af fakta, dels deres manglende evne til at holde deres løfter.

Begge disse hovedkritikpunkter er repræsenteret i artiklen „Guld og Grønne Skove“ fra *Politiken*.³ Reportagen indledes med en kritik af politikernes populisme – hvilket bl.a. ses ved de betegnelser, der bruges om politikernes valgløfter: „valgflæsk“, „gyldne løfter“ og „lokkemad“. I 2007 taler disse negativt ladede ord for sig selv: „Lokkemad“ associerer fx til en jagt, hvor politikeren er jægeren, der skal fange sit bytte, vælgeren. Jæger/bytte-metaforen fremmer et billede af politikeren som den aktive, der vil gøre alt for en stemme, mens vælgeren er et passivt potentielt bytte – eller offer. Med ord som „gyldne løfter“ og „valgflæsk“ er det ikke så meget jagtmetaforikken, som det leflende, indsmigrende indtryk, der formidles: Politikeren vil gøre alt for at få en stemme mere. Jeg vil dog ikke komme nærmere ind på denne tendens til at fremstille politikerne som stemmehungrende populistler,⁴ men i stedet se på journalisternes tendens til at fremstille politikerne som løgnagtige opportuniste og løftebrydere.

Som overskriften „Guld og grønne skove“ afslører, udgør politikernes evne til at holde, hvad de lover, artiklens vinkel. I den stort anlagte tosidens artikel på en baggrund af lysegrønne bøgetræer er de ni partiers valgløfter sat op i kasser med to overskrifter på hver: En med „Valgløfter“ og en med „Valgstatus“. Bøgetræerne giver et idyllisk visuelt præg, der ligesom formuleringen „gyldne løfter“ ironiserer over politikernes valgløfter. Ved siden af løfterne har journalisten lavet en oversigt over, hvor mange valgløfter der blev hhv. „indfriet“, „delvist indfriet“ og „ikke indfriet“.

Denne form for systematik i gennemgangen af, hvad politikere konkret har lovet, og oversigten over i hvor høj grad, de har holdt disse løfter, er et typisk kontraktjournalistisk indslag.

Et udsnit af overskrifter fra begge aviser understreger den kontraktjournalistiske tendens. Med overskrifter som „Man skal holde hvad man lover“,⁵ „Uhellige køer: Vild med kovendinger“⁶ og „Sandheden er valgets første offer“⁷ tegnes der helt tydeligt et billede af politikere som løftebrydere.

Begge aviser kører desuden artikelsier, der viser kontraktjournalistikken i sin reneste form. I *Politiken* hedder serien „Dagens påstand“ og i *Berlingske Tidende* „Ret og vrang“. Konceptet

i serierne er, at journalisterne afprøver de påstande og belæg, politikerne kommer med under valgkampen – og særligt i de større debatter. Journalisterne researcher sig frem til svarene ved hjælp af eksperter, statistikker og undersøgelser. En research, der lægges frit frem for læseren. Serierne har i begge aviser en fremtrædende rolle i første sektion og handler om alt fra stigende ulighed og økologisk landbrug til overfyldte klasser og asylstatistikker. Som regel udvælger journalisterne påstande, der ikke holder.

Et vilkårligt eksempel fra *Politiken* omhandler en påstand, som Lene Espersen har fremlagt i Danmarks Radios program „Krydsild“. Hun har i programmet sagt, at Danmarks CO₂-stigning skyldes de svenske og norske elve. Journalisten ringer rundt til fagfolk, finder ud af, at påstanden ikke holder, og konkluderer derfor:

Lene Espersen havde ikke læst ordentligt på lektionen, da hun hævdede, at elektriciteten fra svensk og norsk vandkraft påvirkede Danmarks CO₂-regnskab.⁸

Et andet eksempel stammer fra *Berlingske Tidende* dagen efter en partilederdebat, hvor et af stridspunkterne var asylansøgers ret til at arbejde. Journalisten citerer Anders Fogh Rasmussen for at sige, at Socialdemokraterne og De Radikale er de eneste i Europa, der vil tillade alle asylansøgere, også de afviste, at tage et job. Men påstanden holder åbenbart ikke:

En opringning til den finske flygtningerådgivning viser, at det er forkert. Afviste asylansøgere i Finland, som ikke kan sendes hjem, får en midlertidig opholdstilladelse. Bliver den fornyet efter et år, kan de begynde at arbejde, oplyser Sanna Rummako, pressechef i flygtningerådgivningen.⁹

„Dagens påstand“ og „Ret og vrang“ må betragtes som et klart budskab fra avisen om, at politikerne ikke er til at stole på. Et budskab om, at vælgeren ikke kan tage politikernes udsagn for gode varer – og derfor må stole på, at journalisterne finder frem til sandheden for dem.

Vælgeren som offer

I 2007 bruges vælgeren altså ikke som et politisk, men nærmere som et fortælleteknisk middel i journalistens vinkling af nyhedskriteriernes sensations- og konfliktstof.

Når politikerne ikke holder, hvad de lover, går det ud over vælgerne. Historier om vælgere, der er blevet ramt af et brudt løfte, spiller derfor en væsentlig rolle i postdebat-dækningen. Om tendensen til at fremstille vælgeren som offer skriver Stig Hjarvard, at journalisten ofte ser verden igennem borgerens briller: „[...] man fortæller nyhederne ‘fra’ folket ‘til’ magthaverne“ (Hjarvard 2008: 112). Med andre ord: Når en ny motorvej skal bygges, så interviewes den nabo, der bor ved siden af, om de konsekvenser, vejen vil have for ham. Hermed er den stakkels nabo, der skal leve med motorstøjen, historiens *subjekt*, mens de politikere, der har besluttet, at vejen skal bygges, er *objekter*. Denne grundlæggende synsvinkel betyder, at journalisten etablerer et fællesskab med læseren imod politikerne. Ved at vinkle sine historier på denne måde udfylder han sin svære dobbeltrolle med både at informere og kritisere. Det betyder dog samtidig, at det er et noget dystert billede, der tegnes af vælgerne. De vælgere, journalisten sætter fokus på i sin dækning, har således oftest store økonomiske problemer, er syge, lider under dårlige arbejdsforhold, vil rammes negativt af et lovforslag eller er på anden måde ofre for politikernes gerninger.

Politiken bruger ofte fotoreportager til at fremhæve offerperspektivet i portrættering af vælgerne. Et repræsentativt eksempel er et stort foto på forsiden den 7. november, der viser en gruppe 12-13-års elever, der blokerer deres skole i forbindelse med en skolestrejke, hvor 40 skoler nedlagde undervisningen i protest mod de dårlige forhold på skolen. Inde i avisen er en hel side sat af til at vise skolens dårlige stand: Nærbilleder af uhumskede bade, smadrede ruder og hærgede basketballnet siger mere end tusind ord om lærernes og elevernes forhold.¹⁰ De har det ikke godt – og skylden er politikernes, som ikke har sat penge nok af til vedligeholdelse af skolen.

Dagen efter sætter også *Berlingske Tidende* fokus på skolelærernes dårlige forhold i forbindelse med indførelsen af de nye

kvalitetsrapporter. I reportagen „Masser af hjerterum, men desværre ikke mere husrum“ har journalisten interviewet en ung lærer, som kan berette om dårlige arbejdsforhold: Alt for mange elever i klasserne, slidte bøger, teknik, der ikke duer, landkort, hvor Sovjetunionen stadig eksisterer, og alt for lange arbejdsdage – ofte 45 timer om ugen – ikke mindst pga. kravet om de tidskrævende kvalitetsrapporter. Hun siger, at hun ikke kan holde ud at være lærer for evigt – det er simpelthen for hårdt. Hun får også luftet sin mening om Bertel Haarder:

Det irriterer mig når Bertel Haarder siger at vi bare skal tørre øjnene, når vi siger at vi ikke har tid til alle de test, års- og elevplaner.¹¹

Der er ingen tvivl om, hvor journalistens sympati ligger – og hvilken læsning han opfordrer læseren til at følge. Efter at have hørt om Trines arbejdsforhold fremstår Haarders råd om at tørre øjnene arrogant og bidrager til at cementere *politiker versus vælger*-figuren; den arrogante politiker over for den stakkels skolelærer. At journalisten indleder artiklen med deloverskriften „Våde øjne“, kan forstås som en ironisk henvisning til Haarders råd til lærerne om at tørre øjnene.

Et tredje eksempel på fremstillingen af vælgeren som offer er artiklen med den sigende titel „Man skal holde hvad man lover“. Her har journalisten fundet tre vælgere: den 64-årige skolelærer Bruno Ingemann, den 61-årige Anette Marthin og indvandrerfamilien Ploresi fra Makedonien. De tre kilder blev i 2005 udspurgt om deres daglige problemer og forventninger til regeringen. I 2007 opsøger *Politiken* dem igen for at spørge, om deres problemer er blevet løst og om deres holdninger til politikerne. Ingen af de tre kilder er tilfredse med politikerne. Godt hjulpet på vej af journalistens ledende spørgsmål fortæller de om deres problemer, der alle kan føres tilbage til politikerne. Reportagen er følelsesladet og appellerer tydeligt til læserens foragt for politikerne og medfølelse med de tre vælgere. Tydeligst er det i forhold til den makedonske familie, hvor journalisten vælger at fokusere på faderen, Blerim Prolesi, der har fået afslag på familiesammenføring:

Ud over at være cykelmontør med godt job på Fyn har Blerim været den næstbedste kuglestøder i Danmark, han taler flydende dansk og har følt sig godt tilpas i her i landet, hvor det meste af hans familie også har boet i 17 år nu. Men det var en bundulykkelig Blerim Polisi, der hev fat i daværende integrationsminister Bertel Haarder [...]¹²

Journalisten fortsætter med at fortælle om Ploresis forgæves forsøg på at gøre Bertel Haarder opmærksom på sit problem. Modsætningsfiguren er tydelig. Journalisten vækker læserens sympati med den velintegrerede Prolesi, der både taler godt dansk og har et godt job. Derefter smadrer afslaget på familiesammenføringen – personificeret ved Bertel Haarder – hans liv og lykke.

I historier som disse, hvor journalisten zoomer ind på skolelæreren og indvandrerens som ofre, bliver Hjarvards pointe om, at journalisten ser verden ud fra vælgerens briller, tydelig. Journalisten går her helt tæt på den enkelte vælger, bl.a. ved at tage udgangspunkt i vælgerens sårede følelser over de dårlige situationer, de er blevet sat i. Her bliver journalistens fællesskab med vælgeren, med politikeren som fælles fjende, sat på spidsen.

Med Nermans rummetafor placeres vælgeren her i et rum, der hverken er trygt eller konstruktivt. Relationen til det andet rum – politikernes – er fjendtligt. Der er kold luft og smækkede døre frem for venlig og åben stemning imellem de to aktører. I offerskabelonen kan vælgeren desuden ikke handle. Den negative tone, hvormed vælgeren beskrives, peger på, at slaget mod de beregnende og magtfulde politikere er tabt. Offerskabelonen lægger ikke op til kamp, men mere end antyder, at der ikke er noget at gøre. I en analyse af den svenske tabloidavis *Aftonbladet* konkluderer Nerman, at journalisten er fanget i et fastlåst modsætningsforhold mellem politikere („de høje og de onde“) på den ene side og vælgeren på den anden. Han visualiserer denne fastlåste position som en gyngetur i „Følelsernes Gyng“. En gyng, der ikke bare kan stoppes, fordi der er sat så mange indignerede følelser og fastlåste fortællemechanismer i sving. Han skriver, at den verden som „Følelsernes Gyng“ fremmer, er

„stillestående, hierarkisk, kontaktløs verden uden handlemuligheder for læseren“. (Nerman 1981: 140) Denne nedslående diagnose er møntet på en tabloidavis, der traditionelt arbejder med meget skarper kontraster. Diagnosen er da også alt for sort/hvid og negativ til at gælde for *Politiken* og *Berlingske Tidendes* postdebatartikler. Alligevel er Nermans dystre diagnose værd at have in mente for journalisten, når han vinkler sine artikler ud fra „politikere versus vælger“ antitesen.

1968: Slag i bolledejen

I lyset af den noget nedslående vælgerskabelon i 2007 er det interessant at se på 1968 dækningens vælgerskabelon, der er anderledes positiv, og som i langt højere grad lever op til Bitzers ideal om vælgeren som forandringsagent.

Selvom omnibuspressen i princippet gør sig gældende i 1968 (Schultz 2007), er der tydelige levn fra partipressen, når det gælder fremstillingen af politikerne: *Politiken* sympatiserer tydeligvis med de radikale og socialdemokratiske politikere, mens *Berlingske Tidendes* sympati er med de borgerlige politikere. Denne ret tydelige forskel til trods kan det dog nævnes som en generel tendens, at tonen over for politikerne som gruppe i 1968 ikke som udgangspunkt er hård eller negativ. Det skyldes bl.a., at journalistikkens personfiksering i beskrivelserne af politikerne endnu ikke er særligt dominerende. I overensstemmelse med datidens formidlingsideal indtager journalisten en tilbagetrukket, refererende rolle. Det betyder bl.a., at der ingen suveræne hovedpersoner findes i dækningen. Politiske ordførere får fx mindst lige så meget plads som partilederne fra de tre største partier.

Derudover er det interessant at observere, at beskyldninger om populisme og leflen for vælgerne er totalt fraværende i 1968-dækningen. Det omtales aldrig som noget negativt, når politikerne er ude for at skaffe vælgere. Tværtimod fremstilles de kreative måder at møde vælgere på som noget positivt, sjovt og anderledes (og selvfølgelig særligt når det gælder kandidater som avisen støtter). I artiklen „Blomster til vælgerne“ fra *Berlingske Tidende* skriver journalisten:

Man har i denne valgkamp mødt adskilligt nyt – og ret nye metoder – når det drejer sig om at få vælgerne i tale; det mest charmerende gjorde den konservative kandidat Palle Simonsen i 17. Kreds – Ryvangskredsen i Østre Storkreds – da han i weekenden kørte rundt med hestevogn og ud-delte blomster til valgkredsens beboere.¹³

Adjektivet „charmerende“ siger det hele. Journalisten er imponeret over Palle Simonsens gestus. I samme tone giver han udtryk for, at vælgerne måske ligefrem vil gengælde denne gestus ved at sende blomster til Palle Simonsen, hvis han kommer i Folketinget.

Trods den generelt sobre tone over for politikerne er kampen mellem politikernes slagord og vælgernes virkelighed et tilbagevendende tema i begge avisers reportager: Antitesen „Politiker versus vælger“ er så småt begyndt at manifestere sig. Interessant er det dog at bemærke, at journalisten i sin brug af antitesen etablerer et dynamisk og ligeværdigt forhold imellem de to aktører. Det sker bl.a. ved, at journalisten lader vælgerens udtalelser og udbrud fylde så meget, at læseren ikke er i tvivl om, hvad vælgeren mener – og vælgerskaren fremstår dermed som en stærk og samlet stemme. Vælgeren fremstilles generelt som en ressourcestærk og humørfuld aktør, fuld af holdninger både til de politiske sager og til politikerne, som ofte kommer til kort over for vælgerne. Den positive fremstilling af vælgeren kommer bl.a. til udtryk ved, at vælgerne fremstilles som glade og engagerede, fx når journalisten skriver: „Først da vælgerne fik ordet, kom smilet lidt frem.“¹⁴ Her underforstås det, at politikerne er så kedelige, alvorlige og nedslående i deres budskaber, at der intet er at smile af. Reportagerne byder også på masser af små sproglige eksempler på den positive fremstilling af vælgeren såsom: „Vælgerne stiller gode og nærgående spørgsmål til politikerne ...“ og „Den interesserede vælger gjorde opmærksom på ...“¹⁵ I reportagen „Politikere i krydsild af gymnasister“ er tendensen til at fremstille vælgeren positivt og politikerne negativt helt tydelig. De sludrende og usaglige politikere fremstilles som underlegne de skarpe og spørgelystne gymnasieelever, fx som her i manchetten:

400 gymnasiaster fra Frederiksborg Statsskole i Hillerød havde mange spørgsmål og tilråb til seks politikere på valg mødet på skolen i går. Venstremanden Henry Christensen fik endog en tilrettevisning. „Kom så til det saglige!“ blev der råbt, da han besvarede et spørgsmål om landsbrugsretten. Gymnasiasterne viste mere disciplin end mødedeltagerne i spørgerunderne.¹⁶

At politikerne ikke bare er usaglige, men også kedelige, fremgår af reportagen „Der blev væltet – og taget kegler på kroen i Hørning“, hvor journalisten skriver om mødet med en gruppe vælgere der har fravalgt debatten med de „skøre politikere“ til fordel for et spil kegler i kroens kælder.¹⁷

Vælgerens status som selvstændig aktør afspejles også i reportagernes gentagne både direkte og indirekte hyldelse til vælgermøderne. Det sker eksempelvis i artiklen „Vælgermøde i den ægte stil“ fra *Politiken*, hvor journalisten i en veloplagt reportage beskriver, hvordan vælgere nyder at tage del i det politiske liv:

Det var et møde med slag i bolledejen med råben og skrig, og folk morede sig storartet, når injurierne fløj gennem luften.¹⁸

At der ikke kun er „slag i bolledejen“ til valg møderne, men også i reportagerne, skyldes, at journalisten i 1968 giver vælgere plads til at udtrykke deres holdninger til politikerne – fx her hvor nogle utilfredse vælgere får afløb for deres frustration over den kontroversielle konservative kandidat i Kalundborg-kredsen, Carmen Curlers-fabrikanten Arne Bybjerg:

[...] ord som valggas, rædselsfuldt bævl, dumme svin, svindler og et sandt væld af eder og forbandelser – svirrede gennem salen ...¹⁹

Baggrunden for vælgernes eder og forbandelser er, at vælgere mener, at Arne Bybjerg har brugt ufine metoder i sin politiske markedsføring, bl.a. ved at rundsende kampagnemateriale til

alle husstande i valgkredsen. At journalisten her videreformidler vælgerens aggressioner, er et tegn på, at deres holdninger ikke er lige gyldige, men tværtimod af betydning. Et signal om at både journalister og politikere lytter til dem – og at kritikken potentielt vil medføre en konkret ændring. I dette tilfælde at Bybjerg måske ændrer sine markedsføringsmetoder. Vælgerens rolle som forandringsagent er her helt tydelig.

Den betydning, som journalisten tillægger vælgerne ved at inddrage deres holdninger i reportagen, forstærkes ved, at vælgerne gentagne gange ikke blot omtales enkeltvis som „en af vælgerne“, men med navn og titel. Det sker fx i en reportage, hvor Erhardt Jakobsen er til vælgermøde på Børsen. Her parafraseres spørgsmål fra de to vælgere Henning Glahn og Kurt Holdt, hvis tilstedeværelse i teksten, med navn, titel og længere citater, giver læseren indtrykket af en dialogisk samtale mellem Jakobsen og de to vælgere snarere end en monolog fra politiker til vælger.²⁰ Andre gange understreger journalisten vælgerens betydning ved at citere dem for deres ideer og forslag. Som det fremgår af overskriften i reportagen „Lad os bygge, sagde arbejdsløse til Krag“, vælger journalisten her én af de arbejdsløse vælgeres forslag som reportagens vinkel.²¹ Vælgerens forslag udfoldes med et langt direkte citat. Dels at nævne vælgere ved navn og titel, dels inddrage en vælgers politiske forslag som et vigtigt politisk indslag, sendes et stærkt signal til læseren om, at den almindelige vælger ikke er lige gyldig. Med Nermans metafor er der åbne døre mellem de to grupper.

Vælgeren som politisk instrument

Selvom vælgerne jævnligt citeres for deres synspunkter, sker det ikke altid på deres egne præmisser, men på journalistens. Som tidligere nævnt fremgår det ret tydeligt af reportagerne fra 1968, at partipressen i en vis forstand stadig gør sig gældende. Det betyder bl.a., at journalisten „caster“ vælgerne, så de passer til artiklens vinkel, der i 1968 ofte er politisk. Det betyder, at vælgeren ofte inddrages som et politisk instrument, for at journalisten kan give udtryk for sine sym- og antipatier. I mangel af redaktio-

nelt holdningsstof (jf. note 2) er dette en oplagt mulighed for journalisten til at afspejle avisens politiske tilhørsforhold.

Et eksempel på journalistens politiske brug af vælgeren er at finde i *Berlingske Tidendes* to reportager „Stokkemethoden hos Fiskerne“ og „Trolld på Venstrebordet“. De to reportager er del af den samme artikelserie, hvor avisen rapporterer fra forskellige partiordføreres møder med deres respektive lokalkredse: Henholdsvis socialdemokraten Per Hækkerups møde med sin forholdsvis nye Esbjerg-kreds og Venstre-politikeren Henry Christensens møde med sin Hillerød-kreds.

I *Berlingske Tidendes* politiske ånd fremstilles Henry Christensen varmt og positivt. I opbygningen af det positive indtryk fylder vælgerne meget. Det omtales hele syv gange, hvor meget de klapper og hujer af deres populære kandidat. En gentagende kilde til journalistens begejstring er Christensens lille maskot-trolld, som han stiller på bordet foran sig:

Endnu inden han havde fået talt, stjal Henry Christensen billedet fra sine modstandere, da han foran sig på bordet stillede sin maskot, en lille trolld, og den hjalp åbenbart også så meget, at tilhørerne på vælgermødet ved tilråb og klapsalver viste en tydelig holdning mod de ikke-socialistiske partier.²²

Det modsatte gør sig gældende for Per Hækkerup, som *Berlingske Tidendes* journalist tydeligvis ikke er begejstret for. Alle-rede i overskriften vinkles han ud fra sin, på det tidspunkt, berømte hårde og uforsonlige „stokkemåde“. Hækkerup fremstilles, både direkte og indirekte, som helt ude af trit med sin valgkreds, der primært består af fiskere. Journalisten bruger vælgerens hånlige tilråb og tydelige sarkasme til at stille ham i et dårligt lys. Eksempelvis ved at fiskerne dels afbryder ham, dels råber mishagsytringer efter ham, som: „Øv, øv, hylede stemmer i forsamlingen“. Hækkerup fremstilles i det hele taget som den svage politiker, der er kastet for løverne. At magten er vælgerens, afspejles i citater som:

Da der lød en faretruende mumlen fra fiskerne tilføjede han – men vi er naturligvis villige til at drøfte sagen.²³

Tilføjelsen er en underminering af hans politiske etos. Journalisten fremhæver en svaghed hos ham i og med, at han tvinges til at indrette sig efter fiskerne for at imødegå deres „faretruende mumlen“. Her er vælgerens rolle som forandringsagent igen tydelig: Deres optræden får ligefrem politikeren til at moderere sit udsagn. Igen bruges vælgeren som journalistens instrument til at stille kandidaten i et dårligt lys.

Til trods for at motivet ofte er af politisk karakter, kan fru Jensen i 1968 betegnes som forandringsagent. Der bliver lyttet til hende, hun bliver ikke bare talt *til*, men også *med*. Hun er en del af det politiske liv. Inddragelsen af vælgeren er kernen i idealet om at være forandringsagent med indflydelse på de politiske begivenheder. Det gælder både de utilfredse vælgere på mødet selv, men også deres medborgere, læserne, som på positiv vis kan spejle sig i den stærke vælgerrepræsentation.

Konklusion

I 2007 er den klassiske valgreportage nedprioriteret til fordel for selvstændige historier om politikere og vælgere. Dét, der binder disse historier sammen, er, hvad jeg vælger at kalde kontraktjournalistik: En ny form for kritisk journalistik, der systematisk tester politikernes udtalelser og løfter og de konsekvenser, politikernes handlinger har for de stakkels vælgere. Kontraktjournalistikken viser *politiker versus vælger* antitesen i sin reneste form: Politikerne er løgnagtige løftebrydere, som journalisterne må beskytte de stakkels vælgere imod. De mange vælgerhistorier gør, at de avislæsende vælgere kan identificere sig med de stakkels lærere, indvandrere, gamle og unge – og dermed føle sig repræsenteret i dækningen. Det skaber en følelse af identifikation og nærhed. Det store fokus på identifikation er imidlertid problematisk, da offer-rollen ikke lever op til idealet om vælgeren som forandringsagent. Tværtimod. Et offer er som udgangspunkt hjælpeløst, ressourceløst og vækker medlidenhed snarere end respekt, med- og modspil. En frugtbar måde at anskue poli-

tiker-vælger relationer i nyhedsdækningen er gennem Nermans tanker om nyhedsaktørerne som tilhørende forskellige rum. Med de lukkede, smækkede døre isoleres vælgeren ved ingen adgang at have til politikernes rum. I lyset af den magt medierne har over den offentlige mening kan den meget kontrastfyldte fremstilling af den ødelagte relation mellem politiker og vælger være farlig, da billedet kan være selvforstærkende og dermed bidrage til at vælgeren mister lysten til at tage del i de demokratiske processer. I 1968 er dørene mellem vælgere og politikere mere åbne. Vælgerne tildeles en aktiv og fremtrædende rolle i valgdækningen. Selv om det ofte sker som del af et overordnet politisk motiv, sender journalisten et signal om, at politikerne bliver nødt til at lytte til vælgernes holdninger. I retorisk terminologi kan vælgeren dermed betegnes som forandringsagent: En demokratisk aktør med indflydelse på de politiske processer.

NOTER

1. Jørgen Goul Andersen skriver, at kun 6 procent af befolkningen i valgkampen 2005 havde overværet et vælgermøde. Det betyder, at resten af de politisk interesserede vælgere må have deres viden om de vigtige valgaktiviteter fra medierne. (Goul Andersen, 2007)
2. I amerikansk journalistikforskning benævnes tendensen ofte *anti politics bias* eller *authority disorder*. Som det fremgår af disse betegnelser, er der i den amerikanske udlægning af figuren oftest mere fokus på den negative portrættering af politikerne end på fremstillingen af de stakkels vælgere. (Patterson, 1994, Schudson, 2003, Bennett, 2007)
3. „Guld og grønne skove“, *Politiken* d. 11. november, 2007.
4. Se Phillips og Schrøder, 2002, s. 184. for en beskrivelse af politikerne som populister.
5. „Man skal holde hvad man lover“, *Politiken* d. 11. november, 2007.
6. „Uhellige køer: Vild med kovendinger“. *Berlingske Tidende*, d. 13. november, 2007.
7. „Sandheden er valgets første offer“, *Berlingske Tidende*, d. 4. november, 2007.
8. „Dagens påstand. CO₂-stigning skyldes norske og svenske elve“, *Po-*

- litiken*, 7. november, 2007.
9. „Det finske eksempel: Fogh brugte finsk eksempel forkert“, *Berlingske Tidende*, 13. november, 2007.
 10. „På barrikaderne. Elever på Kirsebærhavens Skole blokerer deres nedslidte skole“, *Politiken* den 7. november, 2007. Forsiden og fotoreportage første sektion, s. 4.
 11. „Masser af hjerterum, men desværre ikke mere husrum“, *Berlingske Tidende* d. 8. november, 2007. Første sektion, s. 11. (Titel hentyder til skolen ikke har plads til flere elever)
 12. „Man skal holde hvad man lover“, *Politiken* d. 11. november, 2007.
 13. „Blomster til vælgerne“, *Berlingske Tidende* d. 22. januar 1968.
 14. „Til vælgermøde hvor ledigheden er 100 procent“, *Politiken* d. 21. januar, 1968.
 15. „Pia Dam advarede J. O. Krag“, *Politiken* d. 17. januar, 1968.
 16. „Politikere i krydsild af gymnasiaster“, *Politiken* d. 21. januar, 1968.
 17. „Der blev væltet – og taget – kegler på kroen i Hørning“, *Politiken* d. 15. januar, 1968.
 18. „Vælgermøde i den ægte stil“, *Politiken* d. 19. januar, 1968.
 19. „Konservativt angreb på Bybjerg“, *Politiken* d. 21. januar, 1968.
 20. „Er interesseret i en regering på et bredt grundlag“, *Politiken* d. 16. januar, 1968.
 21. „Lad os bygge, sagde arbejdsløs til Krag“, *Politiken*, d. 16. januar, 1968.
 22. „Trolde på Venstrebordet“, *Berlingske Tidende* d. 22. januar, 1968.
 23. „Stokkemethoden hos fiskerne“, *Berlingske Tidende* d. 18. januar, 1968.

REFERENCER

- Albeck, U. (1996). *Dansk Stilistik*. København, Gyldendal.
- Asp, K. (2007). "Fairness, Informativeness and Scrutiny-the Role of News media in Democracy" *Nordicom Review* (Jubilee Issue): 31-49.
- Bech-Karlsen, J. (2000). *Reportasjen*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Bitzer, L. F. (1968). "The Rhetorical Situation." *Philosophy & Rhetoric*: 1-14.
- Brink Lund, A. (2002). *Den Redigerende Magt – Nyhedsinstitutionens politiske indflydelse*. Århus, Aarhus Universitetsforlag.
- De Vreese, C., Peter, Jochen and Semetko, Holli A. (2001). "Framing Politics at the Launch of the Euro: A Cross-National Comparative Study of Frames in the News." *Political Communication* 18: 107-122.
- Djerf-Pierre, M. (2000). "Squaring the Circle: News in Public Service and

- Commercial Television in Sweden, 1956-1999” *Journalism Studies* 1: 239-260.
- Drew, D. o. W., David (1991). “Voter Learning in the 1988 Presidential Election: Did the Debates and the Media Matter?” *Journalism Quarterly* 68 (1): 27-37.
- Esmark, A., Meier Carlsen, Erik, Horst, Maja, Pedersen Ove Kaj og Kjær, Peter (2000). *Politisk Journalistik*. Århus: Center for Journalistisk Efteruddannelse og Forlaget Ajour..
- Hellweg, S. A., Pfau, Micheal and Brydon, Steven R. (1992). *Televised Presidential Debates- Advocacy in Contemporary America* New York, Praeger.
- Hall, B. J. (1994): “Understanding intercultural conflict through an analysis of kernel images and rhetorical visions”. *The International Journal of Conflict Management*, 5 (1).
- Hjarvard, S. (1995). *Nyhedsmediernes rolle i det politiske demokrati*, Rapport udarbejdet Statsministeriets Medieudvalg.
- Hjarvard, S. (2008). *En verden af medier- medialiseringen af politik, sport, religion og leg* Frederiksberg, Samfundslitteratur.
- Jønsson, R. o. L., Ole (2002). *Professionel politisk kommunikation – et studie af 20 dages valgkamp*. Viborg, Akademisk Forlag.
- Kock, C. (2004). “Rhetoric in Media Studies” *Nordicom Information* 26 (2): 103-110.
- Kovach, B. a. R., Tom (2001). *The Elements of Journalism*. New York, Three Rivers Press.
- Lang, K. o. L., Gladys Engel (1968). *Politics and Television*. Chicago, Quadrangle Books.
- Lemert, B. J., Elliott, William R., Bernstein, James M., Rosenberg, William L., Nestvold, Karl J. (1991). *News Verdicts, the Debates, and Presidential Campaigns*. New York, Praeger.
- Lippmann, W. (2004). *Public Opinion*. Mineola, New York, Dover Publications, Inc..
- Nerman, B. (1981). *Massemedieretorik*. Stockholm, Almquist och Wiksell.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle- Political Communications in Postindustrial Societies*. (Onlineudgave: www.pippanorris.com). New York, Cambridge University Press.
- Phillips, L. o. S., Kim (2004). *Sådan taler medier og borgere om politik – en diskursanalytisk undersøgelse af politik i det medialiserede samfund*. Århus, Århus Universitetsforlag.

- Roksvold, T. r. (1997). *Avisjangrer over tid*. Fredriksstad: Institutt for Journalistikk.
- Scheufele, D. A. (1999). "Framing as a Theory of Media Effects" *Journal of Communication*.
- Schultz, I. (2007). „Fra omnibuspresse til segmentpresse?." *Journalistica* 2007 (5): s. 5-21. <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/journalistica/article/view/1807/1629>
- Slothuus, Rune (2008). "More than Weighting Cognitive Importance: A Dual Process Model of Issue Framing Effects." *Political Psychology* 29 (1): 1-28.
- Steensen, S. (2009). *Stedets sjanger – om moderne reportasjeyournalistikk* Kristiansand, IJ Forlaget.

English Abstract

The Presidents of the Press – from Satan to Messiah History writing and journalism as a realm of possibilities

DORTE ANDERSEN AND HANNE JØRNRUP

In their self-conception, journalism and historical research are still caught by the belief that they describe the world as it is. Journalism reports from the present, whereas historical research tells us what happened in the past. This article questions the division of labour between the two disciplines by illustrating how the two inform each other and how they both fail to realise their intention of simply describing things as they were and are. Despite attempts at constructing neutral points of departure for their descriptions, the disciplines are loaded with opinions that influence current as well as future politics. By way of an analysis of media constructions of three presidents – Hussein, Milosevic and Obama – the article illustrates some of the problems involved when misconceiving the very foundation of one's own practice. The purpose is to open the possibility of critical reflection when writing history and this by better linking journalism with experiences from self-reflective historical research.

English Abstract

Free Daily Newspapers as a Political Resource

ASKE KAMMER

Even though the free daily newspapers have become some of the most read newspapers in Denmark, the Danish research (especially from a content analytical perspective) into this kind of newspapers is still very limited. This article presents the results of a quantitative content analysis of the political content in free daily newspapers in comparison with the corresponding content in a broadsheet and a tabloid newspaper. The analysis is carried out within a framework of the three parameters 'monitoring', 'understanding' and 'access'; three parameters that can be taken – it is argued – as an expression of whether a news medium could be understood as a political resource.

Danish Abstract

Historien og vinklen som værktøjer i journalistik

BY EBBE GRUNWALD & VERICA RUPAR

At arbejde med indholdsanalyse er ikke kun et spørgsmål om at udvikle og benytte kvantitativt definerede kategorier for at undersøge et forskningsproblem. Hvis man ønsker at gå videre i sin analyse og forstå en artikel som helhed, sidder man med nye udfordringer, fordi tallene i analysen kun afdækker en del af tekstens indhold. Forskningsfællesskaber har naturligvis fordel af muligheden for objektivt at kontrollere, hvad der kan kvantificeres, klassificeres og tælles sammen. Men i processen lykkes det ikke altid at formulere de begreber, som kan fortælle, hvordan betydning i hele nyhedstekster bliver produceret, kommunikeret og forstået.

I denne artikel skitserer vi en fremgangsmåde, der løber ad to spor i indholdsanalysen af de journalistiske tekster. Ved hjælp af softwaren *NVivo 8* har vi kombineret en kvalitativ og en kvantitativ tilgang. Franzosi (2010) har allerede vist, at man i sin analyse ikke behøver at gå fra teori og forskningsproblem til tekst, men også kan gå den modsatte vej og bevæge sig „fra ord til tal“. Vi følger hans princip ved at *nærlæse* avisartiklerne som systematisk opbyggede helheder og udvikle metodiske værktøjer, som bidrager til at afdække, hvordan forskellige kulturelle kontekster, politiske realiteter og journalistiske kulturer øver indflydelse på produktionen af teksterne, idet de fremkalder narrative forskelle og alternative betydninger i artikler, der handler om den samme virkelige begivenhed.

For at afdække detaljerne i processen benytter vi historien om de tasmanske djævløse som *case*. De sjældne dyr blev modtaget i Danmark i april 2006 som en gave fra den tasmanske regering i anledningen af prins Christians dåb. Danske og tasmanske avi-

ser dækkede historien i en periode på næsten to år. Vores analyse viser, at en begivenhed, som bliver gengivet som en 'virkelig historie', i selve gengivelsen benytter en eller flere *frames* baseret på nyhedsværdier, som deles af alle journalister uanset oprindelsesland eller avisformat, og som forklarer, hvorfor journalisterne er enige om at jage begivenheden.

Analysen viser også, at journalister handler forskelligt, når de vælger mellem disse *frames* og koncentrerer dem i *vinkler*, hvor det viser sig, at valget af *vinkel* reflekterer en særlig national interesse og et bestemt avisformat.

Præcisionen i den anvendte analysemetode gør det lettere at identificere og undersøge de værktøjer, journalister benytter, når de producerer betydninger, der indgår i grundlaget for forståelsen af begivenheder.

Nøgleord: journalistik, betydning, frame, vinkel, narrative værktøjer

Norwegian Abstract

„Visualisert vitenskap“. Billedillustrasjon i populærvitenskap og forskningsjournalistikk.

HARALD HORNMOEN

Artikkelen utforsker hvordan forskning og forskere blir representert visuelt i populærvitenskap og forskningsjournalistikk. Den diskuterer hvilke kommunikative funksjoner og kulturelle betydninger visuelle elementer har i artikler om forskning. Ved å anvende begreper fra den visuelle grammatikken utviklet av Gunther Kress og Theo van Leeuwen, antyder forfatteren hvordan ulike typer modalitet blir brukt til å adressere leserne i populærvitenskapelige artikler i magasinene *Scientific American* og *Illustrert Vitenskap*. Forfatteren argumenterer for at de visuelle elementene konvensjonelt blir tilrettelagt med et pedagogisk siktemål, slik at de kan føre leserne fra en virkelighet som de antas å være fortrolig med og henimot mer abstrakt vitenskapelig kunnskap. Det er imidlertid markante forskjeller i måten *Scientific American* og *Illustrert Vitenskap* gjør dette på. Abstraksjonsnivået i *Scientific American* bidrar til å skape en identitet for magasinet lesere som en velutdannet og avansert sosial elite. *Illustrert Vitenskap* legger betydelig mer vekt på naturalistiske avbildninger. Forfatteren diskuterer videre hvordan fotografier, visuelle komposisjoner og verbaltekster virker sammen i en multimodal retorikk som er vanlig i forsknings- og helseartikler i norske aviser.

English Abstract

Actors and Victims: Elector Stereotypes in Danish Election Coverage 1968 & 2007

HEIDI JØNCH-CLAUSEN

How does the news journalist portrait the electors and their relationship to the politicians? A rhetorical analysis of so called “post debate journalism” from the two Danish newspapers *Politiken* and *Berlingske Tidende* in 1968 and 2007, shows how the journalist in 2007 uses the antithesis “politician versus elector” to establish a dichotomy between the powerful politician and the weak elector. This was not the case in 1968, where the elector was depicted as a much stronger and independent player with a better interplay with the politicians – and consequently a higher impact on political events.