

# Større brugerindflydelse inden for redaktionelt styrede rammer

## Rapport fra et eksperiment med koblingen af et journalistisk magasin og et brugerdrevet community.

AF METTE STENTOFT

Artiklen beskriver community'et [input.refleXx.dk](http://input.refleXx.dk), der i 2010 indgik som en del af et forsknings- og udviklingsprojekt med blandt andet det formål at undersøge community'ets potentiale til at bidrage med værdiskabende brugerindlæg i det tilknyttede magasin [refleXx.dk](http://refleXx.dk) samt generere input til magasinjournalisternes idé- og researchfase.

Med udgangspunkt i Alex Bruns begreb *gatewatching* diskuteres her, hvorvidt den tætte kobling af community og magasin formår at give brugerne større indflydelse inden for rammerne af et redaktionelt styret og produceret journalistisk produkt. Det vurderes, at brugere gerne bidrager aktivt som medproducenter og informationssamlere motiveret af muligheden for at påvirke indholdet i et medie. Hos journalisterne synes barrieren for at deltage i og udnytte den åbne samtale med brugerne på community'et derimod større. Artiklen påpeger mulige årsager til denne tilbageholdenhed, herunder de uarticulerede rutiner og metoder samt den selvforståelse som producent og gatekeeper, der udspringer af journalistikkens produktionslogik.

På den ene side står 'den gamle presse' og insisterer på værdien af den journalistiske metode og formidling, og på sit monopol som leverandør af gode, sande og tilstræbt objektive nyheder til befolkningen (se bl.a. Breinholt 2006:9). På den anden side står the World Wide Web, der med sin uendelige spaltepads og sen-detid giver stort set hvem som helst mulighed for at publicere til alverden.

Yderpunkterne er skarpt ridset op. For selvfølgelig er hovedparten af den trykte presse i dag også til stede på internettet, og deres formidling dér finder sted på andre præmisser end på tryk. Med brug af Axel Bruns terminologi kan vi sige, at medierne til en vis grad har justeret deres selvforståelse og erkendt deres manglende evne til at opretholde tidligere tiders gatekeeping på internettet, altså den fuldstændige kontrol over hvilket indhold læseren møder i avisens spalter (Bruns 2009:11). Og medierne har i nogen grad indrettet sig efter internettets begrænsninger og muligheder; som når for eksempel Jyllands-Postens website, [jp.dk](http://jp.dk), giver læserne mulighed for at kommentere eller bedømme (nogle af) journalisternes artikler og indretter en hel blog-sektion, hvor inviterede, ikke-journalistiske bloggere skriver frit fra leveren uden redaktionel indblanding. Eller når Ekstra Bladets Nationen! giver brugerne frit slag til at bidrage med deres egne artikler om selvvalgte emner.

Men selv om billedet af den gamle presse på den ene side og internettet på den anden er karikeret, er det ikke helt ved siden af. For selv om brugerne har mulighed for at finde og formidle uendelige mængder information på nettet og dermed omgå de barrierer eller gates, medie-websites bygger op, er deres rolle på de fleste traditionelle mediers websites stærkt begrænset. Og på brugerdrevne nyhedssites, som for eksempel amerikanske [slashdot.com](http://slashdot.com) og sydkoreanske [ohmynews.com](http://ohmynews.com), hvor brugerens og internettets potentiale udnyttes i langt højere grad, består hovedparten af artiklerne af henvisninger til indhold andre steder på nettet eller små personlige kommentarer. Der er altså ikke mange gennemresearchede, begivenheds- eller problemafdækkende artikler skrevet fra bunden. Med andre ord er brugerne kun i ringe omfang repræsenteret på de traditionelle medie-websites, mens den traditionelle og original-producerede journalistik kun er repræsenteret i ringe omfang på de brugergenererede sites.

Så hvordan kan man på den ene side gå skridtet videre og give brugerne plads som medproducenter og perspektivgivere – og på den anden side insistere på, at journalistisk formidling, fortælleteknikker og researcharbejde har en værdi i sig selv? Hvordan kan brugerne gives større indflydelse inden for redaktionelt styrede rammer? Community'et [input.refleXx.dk](http://input.refleXx.dk) og magasinet [refleXx.dk](http://refleXx.dk) har gjort forsøget.

## input.refleXx.dk

I efteråret og vinteren 2010 eksperimenterede en projektgruppe ved forskningscentret Digital Urban Living og UPDATE/Danmarks Medie- og Journalisthøjskole med at producere og publicere et magasin, [refleXx.dk](http://refleXx.dk), til først og fremmest iPad. En device, der godt nok først blev lanceret i Danmark 1. december 2010, men som anslået mere end 15.000 danskere havde anskaffet sig et eksemplar af inden indgangen til 2011. Ud over projektets formål med at udforske produktions- og publiceringsbetingelser på den nye tablet-computer indgik brugerinddragelse som en vigtig del i eksperimentet. Tæt knyttet til magasinet blev der således lavet et community, [input.refleXx.dk](http://input.refleXx.dk), hvor alle interesserede kunne oprette en profil og blandt andet deltage i diskussioner om de temaer, magasin-redaktionen arbejdede med at producere til [refleXx.dk](http://refleXx.dk). I den tre måneder lange projektperiode var der 1.209 besøg på community'et, og der blev skrevet lidt over 50 indlæg – heraf var en del forfattet af community-manageren. Cirka 90 brugere oprettede en profil på community'et, og af disse besvarede 21 efterfølgende et spørgeskema om pay-offs og barrierer i forhold til deres deltagelse. Desuden blev 10 iPad-ejere interviewet kvalitativt om det samme.

Hovedtanken med at knytte et community til magasinet var at undersøge, hvorvidt brugerbidragene kunne løfte magasinjournalistikken ved at tilføje nye perspektiver, små fortællinger og tekster, fotos med videre. Desuden var ideen at fremlægge artiklernes temaer før offentliggørelsen på [refleXx.dk](http://refleXx.dk) og dermed give brugerne mulighed for at bidrage i idé- og researchfasen og derigennem muligvis berige og kvalificere redaktionens arbejde. Således blev de på redaktionsmøderne vedtagne temaer og artikelideer 'pitchet' på [input.refleXx.dk](http://input.refleXx.dk), hvorefter brugerne kunne bidrage med, hvad der nu måtte falde vedkommende naturligt: Vedkommendes mening om sagen eller idéen, et link til en artikel om samme emne, et kildeforslag, et spørgsmål eller noget helt femte. Desuden kunne brugerne selv komme med artikelforslag eller foreslå emner, de savnede i mediebilledet.

Alt i alt blev brugerne inviteret med til en slags åbent redaktionsmøde, hvor de kunne følge den redaktionelle proces og selv havde muligheden for at påvirke den. En proces, der afsluttedes

med et færdigredigeret, redaktionelt produkt i form af et magasin, der – på nær den velkendte kommentarfunktion i bunden af artiklerne – ikke var til yderligere forhandling. Her søgte projektet at åbne op for den redaktionelle proces, der ifølge blandt andre Michael Karlsson har været skjult i de analoge medier, men uden at bevæge sig over i en opfattelse af selve journalistikken som proces – en opfattelse, der ifølge Karlsson er opstået som følge af internettets mulighed for løbende af redigere, fejlrette og opdatere (Karlsson 2006:199).

*(Figur) Magasinet refleXx.dk og community'et input.refleXx.dk fungerede i princippet som to tæt kobledede og gensidigt afhængige systemer, hvor community'et direkte og indirekte genererede indhold til magasinet, der til gengæld ledte magasinlæserne tilbage til community'et (Kabel 2011a).*

Med hensyn til brugere og målgruppe blev det på forhånd fastlagt, at magasinet skulle befinde sig et sted i krydsfeltet mellem et publicistisk medie om vigtige samfundsemner til brugeren som borger og et mere segment-orienteret medie til den læserskare, der nu en gang forventedes at have adgang til en tablet-computer: de veluddannede, 30-40-årige og hovedsageligt mandlige vidensarbejdere (se blandt andet Stentoft 2011). Dét kom blandt andet til udtryk i valget af temaer: klimaforhandlinger og udkantsproblematikker over for landskampe og lederskab.

Community'ets målgruppe ekspliciteredes ikke på samme måde, men projektgruppen forventede naturligt, at den lå op ad magasinet. De 21 spørgeskemabesvarelser tyder dog på noget lidt andet: Dels havde størstedelen af svarerne ikke adgang til en iPad. Og dels repræsenterede svarerne mange aldersgrupper og begge køn. Beskæftigelsesmæssigt var ikke bare vidensarbejdet, men mere specifikt medie- og journalistjob overrepræsenteret.

## **Gatewatching som middel til bedre journalistik?**

Med Axel Bruns ord kan vi sige, at projektgruppen eksperimenterede med at udfordre den gatekeeper-rolle, journalisterne traditionelt har bestridt, og i højere grad end tidligere udnyttet de praksisser for brugeraktivitet, der er allestedsnærværende på

nettet.

Betegnelsen gatekeeper er som nævnt knyttet til journalistens traditionelle funktion med at kontrollere avisens spalter eller radioens og tv'ets sendeflade. Ifølge Bruns har den kontrol traditionelt fundet sted på tre niveauer: input-niveauet, output-niveauet og respons-niveauet.

På input-niveauet afgøres hvilke ideer og emner, der i første omgang overvejes, udvælges og bliver en del af det journalistiske produktionsapparat. Den afgørelse er, ifølge både Bruns og flere danske, empiriske forskningsprojekter, langt fra altid rationel og bevidst, men også er præget af rutiner, ikke-italiesatte metoder og en dybtliggende journalistisk selv- og verdensopfattelse (se bl.a. Gravngaard 2010 og Schultz 2006). På output-niveauet afgøres, hvad der bringes i spalterne og på skærmen. Og endelig er der respons-niveauet, hvor det afgøres, hvilke af brugernes kommentarer til artiklen eller programmet – i form af læserbreve eller lignende – der publiceres efterfølgende (Bruns 2009:12-15).

Internettet vanskeliggør opretholdelsen af gatekeeper-funktionen, særligt på input-niveauet, idet brugerne nu uden problemer kan finde et sted – en blog, et personligt website, et andet medie – hvor de kan formidle deres tanker og ideer. Samtidig har brugerne let adgang til historier på andre mediers websites og vil, illoyalt mod det enkelte medie, bevæge sig derhen, hvor den gode eller interessante historie måtte befinde sig. Gatekeeping, som grundlæggende mekanisme, udfordres på internettet således af en anden mekanisme, *gatewatching*: Brugerne overvåger historier inden for et særligt interessefelt på tværs af medier, websites, blogs med videre, hvor medierne ikke længere har eneret på produktionen. Således er der sket en opblødning af skellet mellem læser eller forbruger på den ene side og skribent eller producent på den anden side. Brugeren er, med Bruns kobling af de engelske begreber 'user' og 'producer', blevet *producer* – dét, vi i en lidt uelegant oversættelse kan kalde medproducent (Bruns 2009:8ff).

Adskillige websites udnytter i større eller mindre grad brugerne som gatewatchere og medproducenter, der med mere eller mindre substantielle indlæg og henvisninger til interessant information andetsteds på nettet tilsammen skaber et mangefacetteret billede af en bestemt begivenhed, problematik eller emne (Bruns

2009:25f). Det gælder blandt andet de allerede nævnte websites slashdot.com og ohmynews.com. Og det gælder input.refleXx.dk.

Det nye ved eksperimentet input.refleXx.dk er altså langt fra forsøget på at udnytte brugernes potentiale som informationsleverandører og medproducenter. Det nye er at kombinere det i princippet fuldstændigt åbne community med et søsterwebsite, refleXx.dk, der i høj grad forlader sig på traditionel gatekeeping ud fra en tanke om, at netop en redaktionelt styret produktion og informationsudvælgelse har værdi i sig selv. Også Bruns, der tillægger åbenhed, deltagelse og gatwatching stor betydning, understreger, at den store overflod af information på internettet på sin vis gør fortsat gatekeeping nødvendig:

*"even on the web, then, the practice of gatekeeping remains a useful, if in its traditional forms perhaps impracticable, model for addressing the question of how to select from the entire range of news events (...)" (Bruns 2009:14).*

Input.refleXx.dk er baseret på brugernes villighed til at agere gatwatchere; til at bidrage med links og korte indlæg. Alle indlæg publiceres direkte på community'et, og ingen indlæg slettes; i princippet kan hvem som helst, der har lyst og gider oprette en profil, altså skrive hvad som helst. Med et andet af Bruns begreber kan vi sige, at input.refleXx.dk i stedet for at publicere selvstændige nyhedsartikler *publicizer*, det vil sige stiller links til anden information på nettet samt kortfattede tanker og holdninger til rådighed. Og *publicizing* har en tydelig værdi i sig selv: Den sætter et givent interessefelt eller en begivenhed i nyttig kontekst for brugeren og mindsker på den måde uoverskueligheden på det uendelige internet (Bruns 2009:19). Dét er, som det fremgår, ikke hovedformålet med input.refleXx.dk. Community'et er i stedet et middel til at skabe bedre journalistik på et 'lukket', redigeret magasin gennem publicering af brugertekster og -fotos samt gennem brugernes hjælp i og meninger om researchprocessen.

Hvor dørene til community'et altså står fuldstændigt åbne, og input-niveauet således stort set ikke kontrolleres, er journalister og redaktører i spil som gatekeepers i overgangen mellem det sociale input.refleXx.dk og det redaktionelle refleXx.dk. For det

er op til den enkelte journalist, i hvor høj grad vedkommende vil anvende brugernes input i sin ideudvikling og research. Og det er ene og alene redaktionen, der forvalter, hvilke af community'ets brugerindlæg der publiceres i magasinet. Den forvaltning beror på overvejelser om, hvorvidt indlægget tilføjer et nyt perspektiv til dét, journalisten formidler i artiklen, eller tilføjer nye, relaterede informationer til artiklens problemstilling. Som når artiklen om Bangladesh' hovedstad, Dhaka, indeholder brugerindlæg i form af 'øjenvidneskildringer' fra andre storbyer i Asien, hvor storby-problematikkerne kommer til udtryk på anden vis end i Dhaka. Eller når artiklen om fankultur indeholder to sportsinteresserede brugeres filosofien over samme emne.

I magasinet kan de læsere, der måtte have lyst, kommentere det skrevne i bunden af artiklerne – en kommentarfunktion, der meget ligner den på andre online-medier. Men de af redaktionen udvalgte community-indlæg gives en anden status. I stedet for at optræde under den mentale linje mellem redaktionens og brugernes ord er de at finde i bokse ved siden af journalistens tekst. Stavefejl og lignende er blevet rettet, og brugerens tekst er i nogle tilfælde blevet forkortet, så den passer ind i boksens format – men ellers fremstår indlægget uredigeret, og der optræder altid et link til brugerens uforkortede, urettede originalindlæg på community'et.

Under den nævnte mentale linje befinder der sig desuden et automatisk genereret uddrag af de community-indlæg, der handler om samme tema som artiklen. I princippet kan community-brugerne altså godt blive publiceret i magasinet uden om redaktionsmedlemmernes direkte kontrol, men dels har de automatiserede uddrag en anden status end de indlæg, der optræder i bokse højere oppe i artiklen, og dels medtages kun uddrag af de tre seneste indlæg. Derfor er det i praksis svært at sikre sig en plads i magasinet.

## **Brugerne er med**

Medproducerende brugerne på [input.refleXx.dk](http://input.refleXx.dk)? Oplevede de i høj nok grad et pay-off ved deres deltagelse til at gide oprette en profil og bidrage med tid, tanker og ord? Det er svært at svare entydigt på. Som nævnt blev det til 1209 besøg og lidt over 50

indlæg i den tre måneder lange projektperiode. Hverken antallet af besøg eller egentlige brugerindlæg er i sig selv imponerende. Men projektperioden var kort, og community'et havde ingen tilknytning til et etableret mediebrand eller andet, der kunne generere stor trafik. Derfor siger de to tal i sig selv næppe meget om projektets succes. Heller ikke differencen mellem det store antal besøgende og det lille antal aktive bidragydere kan bruges som succesparameter; gatewatchere og medproducenter vil uværgeligt udgøre en lille og særligt aktiv del af den store population på internettet (se bl.a. Engebretsen 2007).

Kigger vi kvalitativt i stedet for kvantitativt på diskussioner og tråde, tyder noget på, at der er potentiale i konceptet. Først og fremmest er der en del eksempler på aktiv brugerdeltagelse – på at brugerne besvarer redaktionens spørgsmål med links og egne holdninger. Som i temaet 'Kød', hvor redaktionen i oplægget blandt andet spørger: "Kan vi spise dansk kød uden konsekvenser for helbred og samvittighed?" Og hvor én bruger gør opmærksom på en relevant artikel i *New Scientist*, og flere andre filosoferer over, hvor abstrakt det moderne menneskes forhold til slagtning er. Også i flere andre temaer er resultatet af brugernes gatewatching, at journalisten gøres opmærksom på et link, en historie, en kontekst, eller et perspektiv, vedkommende næppe ville være faldet over i sin normale researchproces. Med andre ord stiller brugernes deltagelse en pulje af viden til rådighed, der i hvert fald i princippet kan højne journalistikkens kvalitet.

Desuden er der eksempler på deciderede erkendelser, der vokser frem i det samtalerum, community'et udgør. Som når der under temaet 'Generation Wii' om unges forhold til digitale medier pingponges om, hvordan artiklerne om temaet kan nå de helt unge selv – uden at tabe de lidt ældre kernelæsere på gulvet. I løbet af samtalen opstår en ide om at lade de unge give input til historien gennem de mobile, digitale devices, de benytter i dagligdagen, og på den måde skærpe deres interesse – en ide, der altså ikke er opstået internt på redaktionen, men i samtale på community'et.

Endelig begyndte enkelte tråde hen imod slutningen af projektperioden at få deres eget liv uden om community-managementen, hvor to eller flere brugere skrev længere, holdningsprægede indlæg og vendte tilbage til community'et for at følge med i den



fortløbende diskussion.

Community-brugerernes loyalitet over for magasinet *refleXx.dk* kan ses som et yderligere tegn på i hvert fald en form for succes for konceptet – også selv om loyalitet ikke fra starten var blandt hovedformålene med at koble magasin og community. Bruns understreger, at inddragelse har betydning for fastholdelse af de ellers illoyale brugere, der som nævnt hellere følger den gode historie end det enkelte medie (Bruns 2009:8). Og dét så ud til at være resultatet af inddragelsen på *input.refleXx.dk*. Ifølge Google Analytics skiller community'ets brugere sig nemlig ud fra de øvrige besøgende på *refleXx.dk* ved at opholde sig dobbelt så lang tid på magasinet; syv minutter mod et gennemsnitligt besøg på tre et halvt minut (se i øvrigt Kabel 2011b).

Flere forhold tyder altså på, at brugerne kan motiveres til at hjælpe i idé- og researchfasen. Men hvorfor gjorde de det? Hvad var pay-off for dem?

Flere forhold peger i retning af, at hovedmotivationen ikke – som projektgruppen havde forventet – var muligheden for at blive eksponeret i et magasin. I hvert fald ikke, hvis vi skal tro det relativt begrænsede antal spørgeskemabesvarelser fra 21 ud af de cirka 90 profil-indehavere samt 10 kvalitative interviews med iPad-ejere, der blev foretaget som en del af afrapporteringen af projektet (Stentoft 2011).

I spørgeskemaet angiver kun fire, at de finder værdi i publicering af deres tekst eller fotos i *refleXx.dk*. På samme spørgsmål om, hvad de får ud af at besøge community'et, er de øvrige besvarelser nogenlunde ligeligt fordelt mellem "muligheden for at påvirke indholdet i et medie" med fem positive svar, "inspiration i det daglige arbejde", "ny viden om spændende emner" samt "ikke noget" og "muligheden for at hjælpe en ven eller kollega". Sidste svarmulighed henviser til, at mange af projektgruppens bekendte blev opfordret til at skabe en smule aktivitet på community'et, så eksterne brugere ikke ville blive mødt af et tomt rum.

I 10 kvalitative interviews med iPad-ejere, der enten blev præsenteret for eller allerede kendte til *refleXx.dk*, *input.refleXx.dk* og koblingen imellem de to sites, lader eksponering til at have endnu mindre motivationskraft. Ingen af de interviewede ser stor værdi i at finde deres eget navn på et medie, og på flere af

dem virker det direkte afskrækkende, da de har ledende stillinger og er under relativt stor bevågenhed fra deres organisationer. Som en af dem udtrykker det:

*“Der er rigtigt mange mennesker, der synes, at det, jeg skriver, er rigtigt vigtigt. Så jeg er meget forsigtig.” (Mand, 54 år)*

Nu kan der ikke uden videre sættes lighedstegn mellem det begrænsede antal interviewede og oplagte gatewatchere, der som nævnt må udgøre en relativt lille gruppe af den store population af internet-brugere. Særligt fordi iPad-ejerne stadig er en speciel gruppe sammenlignet med internet-brugerne i øvrigt qua iPad'ens relativt høje pris og dens begrænsede udbredelse i Danmark. Men det er værd at bemærke, at også de yngste interviewpersoner afviser at finde værdi i eksponeringen – det gælder altså ikke kun de lidt ældre, men også dem, der jævnligt interagerer og formidler på sociale medier som Facebook og Twitter.

Men hvad kan så motivere folk til deltagelse? Som det fremgår, er én mulig hovedmotivation muligheden for at påvirke indholdet i et medie. At netop denne mulighed er væsentlig, peger også de 10 kvalitative interviews på. Kun en enkelt af de 10 interviewede så ikke større værdi i at påvirke den journalistiske proces undervejs end i at kommentere artikler efterfølgende. På den baggrund går det an forsigtigt at påpege værdien i at åbne døren mere til input-niveauet, end netaviserne traditionelt gør det – selv om der selvfølgelig er et stykke vej fra at se værdien i et bestemt koncept til rent faktisk at agere som aktiv medproducent. Og selv om en del af de 10 interviewede, der i udgangspunktet blev forevist magasinet og ikke community'et, havde svært ved at afkode koblingen mellem de to sites ved første øjekast (Stentoft 2011).

Hvorfor brugerne øjensynligt motiveres af chancen for at påvirke medieindholdet, er en interessant diskussion i sig selv. Her skal dog blot påpeges, at Bruns (2008) anser brugernes motivation for at være tæt knyttet til muligheden for at bidrage med sine egne specifikke kompetencer til at tjene et større gode, og at dét kan tænkes at være en del af forklaringen på input.refleXx.dk-brugernes motivation, for så vidt at et nuanceret og velresearchet mediebillende kan ses som ”et større gode”.

Desuden er det værd at bemærke, at aktiviteten på community'et tilsyneladende steg, efter at det blev redesignet godt tre uger inde i projektperioden. Fra at have været tematisk organiseret i et relativt statisk design blev interfacet mere dynamisk efter en Facebook-lignende logik, således at det senest kommenterede indlæg hele tiden blev vist øverst på sitet. Samtidig kom brugeren mere i fokus ved at få vist sit profilbillede ved siden af de første par linjer i indlægget.

Med det nye interface skiftede magtbalancen mellem afsenderne, redaktionen, på den ene side og brugerne på den anden. Hvor den tematiske organisering i sig selv var tydeligt afsenderstyret, gav det Facebook-lignende interface mere magt til brugerne ved at lade det være op til dem at bestemme, hvilket indlæg der skulle placeres øverst på sitet; det var bare at kommentere en given tråd eller starte en ny. Godt nok optrådte en community-manager og i princippet redaktionens journalister på community'et, men ud over den status, der lå i at have "refleXx.dk" stående under profilbilledet, var der ingen eksplicit statusforskel på dem og brugerne. Også manageren og journalisterne måtte altså kommentere en tråd for at få den flyttet op i toppen af sitet, og de delte altså – igen i princippet – en væsentlig del af redigerings- eller prioriteringsretten internt på community'et med brugerne (jf. Bruns 2009:76).

## Journalistisk selvforståelse som barriere

Én ting er, hvorvidt brugerne købte konceptet med koblingen af et åbent community med et så godt som lukket magasin. Noget andet er, hvorvidt de seks fast tilknyttede redaktionsmedlemmer og de adskillige løbere tilknyttede freelancejournalister rent faktisk formåede at bruge og få noget ud af de input, brugerne leverede på community'et. Også i den forbindelse er grundlaget spinkelt grundet den korte projektperiode og de mange personlige forhold, der kan have haft indflydelse på, i hvor høj grad journalisterne gjorde brug af community'ets muligheder. Men med de forbehold i baghovedet er det muligt at udpege et tydeligt skel mellem community-brugernes bidragsvillighed og journalisternes udnyttelse af potentialet deri.

På forhånd foregik der en del overvejelser om, hvordan brugerne skulle motiveres til at deltage på [input.refleXx.dk](http://input.refleXx.dk), men det var så som så med overvejelser om motivering af journalisterne. I projektgruppen blev det nærmest antaget, at journalisternes deltagelse var en selvfølge. Følgelig var dogmerne for, hvordan de skulle agere på og anvende brugergenereret indhold fra community'et, få; blot blev det indskærpet, at hver færdig artikel skulle indeholde mindst to udvalgte, redigerede brugerindlæg, og at journalisterne gerne skulle deltage aktivt i diskussionerne om netop deres artikel-emne på [input.refleXx.dk](http://input.refleXx.dk) – uden nogen nærmere definition af, hvad en sådan aktiv deltagelse kunne bestå i.

Kravet til slutproduktet blev stort set opfyldt; Journalisterne udvalgte eller opsøgte aktivt to brugerindlæg til deres artikler. Med deltagelsen i diskussionerne og brugen af eventuelle input til researchprocessen kneb det derimod mere. Over så godt som hele linjen endte journalisternes udnyttelse af brugerne med at være yderst sparsom. Det var også tilfældet, når brugerpotentialet var til stede på [input.refleXx.dk](http://input.refleXx.dk) enten direkte i form af gode idéer, meninger og henvisninger til relevante websites eller indirekte med en aktiv brugerdiskussion, der med den rette moderering fra journalistens side måske kunne have udviklet sig til et væsentligt input til det journalistiske arbejde.

En forklaring på journalisternes manglende deltagelse på og udnyttelse af [input.refleXx.dk](http://input.refleXx.dk) kan søges i den journalistiske selvforståelse, der udspringer af hverdagens produktionslogik og rutiner, og som både Bruns og en række danske forskere har skitseret.

Som nævnt mener Bruns, at journalisten traditionelt har set sig selv som først og fremmest gatekeeper – snarere end som en blanding af gatekeeper, journalist, moderator, diskussionspartner, projektleder og det, som en bedre udnyttelse af community'et nu ellers måtte fordrer. Blandt andre Christian Breinholt og Carsten Jensen går skridtet videre i diskussionen og kritiserer journalistens selvforståelse for at være præget af det såkaldte transmissionsideal, hvor journalistikken handler om *"at påvirke publikum (f.eks. gøre dem klogere) via sande og relevante informationer, som overføres direkte til dem."* (Breinholt et al 2006:16-21).

Fokus er således typisk på journalistens informationsoverførsel til læseren, ikke på hverken en åben proces eller en udveksling af information begge veje. Gitte Gravengaard og Ida Willig (tidligere Schultz) samt en række forskningsprojekter og undersøgelser konkluderer i tråd hermed, at mange journalister opfatter "historien" som en nærmest naturgiven størrelse, der findes ude i verden på forhånd, og som de blot transmitterer til brugerne efter et sæt definerede nyhedskriterier (Gravengaard 2010:27f, Schultz 2006:223, From Jacobsen et al 2010:37). Man kan argumentere for, at forskerne i deres analyse delvist overser journalistikkens formål som produktionslogik og håndværksfag. Ikke desto mindre er det klart, at valg og fravalg på input-niveauet ikke kun træffes ud fra bevidste beslutninger fra journalistens, redaktionens og mediets side, men også ud fra uartikulerede præferencer, forforståelser og menneskelige relationer samt internaliserede rutiner og metodologier (Bruns 2009:12, Gravengaard 2010:57, Schultz 2006:223).

Man kan argumentere for, at den manglende refleksion over faktorer, der påvirker valg, fravalg og produktionsproces, samt de veletablerede rutiner på input-niveauet, må gøre det sværere at forholde sig åbent og samtalende på et community som input. [refleXx.dk](http://refleXx.dk). For hvordan kan man ændre en rutine, metode eller selvforståelse, der er så grundfæstet, at den føles naturgiven? Altså hvordan kan almindelige, dødelige journalister og medier udnytte det potentiale, der jævnfør ovenstående tilsyneladende findes i at lade brugerne komme til orde som gatewatchers og medproducenter allerede tidligt i den redaktionelle proces?

Ét oplagt svar er, at opdragsgiverne på forhånd kan arbejde med et sæt eksplicitte kriterier for omfanget og karakteren af journalisternes community-deltagelse – i stedet for at forvente, at deltagelsen sker af sig selv.

Et andet svar er, at der måske tegner sig en ændring et sted i horisonten. I hvert fald er det værd at bemærke, at redaktionens tre yngste medlemmer, studerende fra Danmarks Medie- og Journalisthøjskole, var klart mest aktive i diskussionen på community'et. De er i højere grad end ældre journalister vokset op med uformel formidling på sociale medier, der oplagt for den rutinerede Facebook- og Twitter-bruger indgår som for eksempel researchværktøj, når der ledes efter kilder og cases. De ældre

generationer af journalister, der stadig dominerer medier og uddannelsesinstitutioner, er vokset op i en tid, da gatekeeping og begrænset spalteplads var arbejdsvilkår, og det er alt andet lige forståeligt, at selvopfattelsen fra den tid ikke uden videre udskiftes med en ny – særligt når de digitale medier stadig på mange måder leder efter en mere endelig form end den nuværende.

Samtidig peger blandt andet en dansk undersøgelse på, at netjournalister vitterligt er glade for kontakten til læserne, der både tipper dem om historier og korrigerer deres fejl (Hartley 2009:38). Og man kan argumentere for, at netaviserne gradvist åbner for en udfordring af den 'traditionelle' rolleopfattelse ved at være i større og større kontakt med brugerne. Kontakten finder blot (endnu) ikke sted på input- og outputniveauerne, men på responsniveauet. Selvom deltagelse på et community som input.refleXx.dk altså tilsyneladende er i konflikt med den journalistiske selvforståelse, kan det tænkes, at tiden arbejder for konceptet.

**METTE STENTOFT**, cand.public, tilknyttet det nationale forskningscenter Digital Urban Living og Danmarks Medie- og Journalisthøjskole.

## REFERENCER

- Breinholt, Christian og Jensen, Carsten 2006: *"Bare en journalistisk konstruktion? En diskussion om journalistisk selvopfattelse"*, Journalistica 2006 3: 7-24.
- Bruns, Axel 2008: *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond*. Peter Lang, New York.
- Bruns, Axel 2009: *Gatewatching: Collaborative online news production*. New York: Peter Lang Publishing.
- From Jakobsen, Peter og Stentoft, Mette 2010: *"Nyheder på web – flow og fortælleformer"*, E-publicering, Digital Urban Living. Aarhus: Forlaget Ajour.
- Engebreetsen, Martin 2007: *Digitale diskurser. Nettavisen som kommunikativ flerbruksarena*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Gravngaard, Gitte 2010: *Journalistik i praksis - valg og fravalg af nyhedsidéer*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.
- Hartley, Jannie Møller 2009: *"Nye medier – ny journalistik? En pilotundersøgelse af netnyhedsproduktionen i Danmark"*. Journalistica 2009

1: 28-45.

Kabel, Lars 2011a: *"Produktet, processen og metoderne", Et medie til hånden*. Digital Urban Living. Aarhus: Forlaget Ajour.

Kabel, Lars 2011b: *"Fortællingerne – det journalistiske og det sociale", Et medie til hånden*. Digital Urban Living. Aarhus: Forlaget Ajour.

Karlsson, Michael 2006: *Nätjournalistikk – en explorativ fällstudie av digitale mediers karaktersdrag på fyre nyhedssajter*, Lund Universitet.

Schultz, Ida 2006: *Bag nyhederne – værdier, idealer og praksis*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.

Stentoft, Mette 2011: *"iPad-brugernes oplevelser og medievaner", Et medie til hånden*. Digital Urban Living. Aarhus: Forlaget Ajour.