

JOURNALISTICA

Nr. 1 · 2018

Tidsskrift for forskning i journalistik

7MMF .g8 8q. 7MMF /MF
MM .dP' YM. MM M
MM dM' MM MM M
MM MM MM MM M
MM MM. ,MP MM M
(O) MM `Mb. ,dP' YM. ,M
Ymmm9 ` "bmm d" ' ` bmm mmd" "
7MM " " Mq. ` 7MN. ` 7MF' db
MM `MM. MMN. M ;MM:
MM ,M9 M YMb M ,V^MM.
MMmmdM9 M `MN. M ,M `MM
MM YM. M `MM.M AbmmmqMA
MM `Mb. M YMM A' VML
.JMML. .JMM..JML. YM .AMA. .AMMA
7MMF' ` 7MMF' .M " " bgd MMP " " MM " " YM
MM MM ,MI "Y P' MM `
MM MM `MMb. MM
MM MM `YMMNq. MM
MM , MM . `MM MM
MM ,M MM Mb d' M
JMMmmmmMMM .JMML. P"Ybmm
7MMF' .g8 " " " bgd
MM .dP' `M
MM dM' `
MM MM ,M
MM MM. AbmmmqMA
MM `Mb. , ' A' VML
JMML ` "bmm d' AMA AMMA

DETTE NUMMER OM

**ÅBENT
TEMA**

ÅBENT TEMA

NR. 1 · 2018 **JOURNALISTICA**

**ÅBENT
TEMA**

Journalistica nr. 1 · 2018
© 2018 forfatterne &
Journalistica

Ansvarshavende redaktør af
JOURNALISTICA:
Jonas Nygaard Blom
Redaktører af dette nummer:
Jonas Nygaard Blom
Kirsten Sparre

Omslag og grafisk
tilrettelæggelse:
Stefan Urup Kaplan

Bogen er sat med
Univers og Utopia

ISBN 978-87-93453-44-9
ISSN 1904-7967

Alle rettigheder forbeholdes.
Fotografisk, mekanisk eller
anden gengivelse af denne
bog eller dele deraf er forbudt
uden forlagets skriftlige
tilladelse 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

AF MORTEN SKOVSGAARD, ARJEN VAN DALEN OG KATRINE BISGAARD

Et ædelt fag under stigende pres?
Udviklingen i journalisternes professionelle idealer og deres
opfattelser af det daglige arbejde som journalist 2009-2015 4

AF BOY RASMUS REPENNING

Fra datasæt til journalistik
Et kvalitativt studie af danske datajournalisters
legitimeringspraksis og epistemologi 27

AF RASMUS RØNLEV

Brølet i kommentarsporet:
Journalisters formidling af den offentlige opinion på politiken.dk 48

AF POUL THØIS MADSEN

Økonominyheder på Facebook:
Er usikkerhed på arbejdsmarkedet og fordelingen
af samfundskagen vigtigere end konjunkturer? 78

Et ædelt fag under stigende pres? Udviklingen i journalisterne professionelle idealer og deres opfattelser af det daglige arbejde som journalist 2009-2015

AF MORTEN SKOVSGAARD, ARJEN VAN DALEN OG KATRINE BISGAARD

Resumé

Mediebranchen er under pres, journalistikkens mangler bliver taget under behandling i mange indlæg i debatten, og mange journalister mener selv, at den journalistiske kvalitet er blevet ringere over de senere år. Man får indtryk af en profession i forfald. Ofte er pessimismen dog baseret på retrospektive vurderinger, som kan være problematiske.

Via to spørgeskemaundersøgelser blandt et repræsentativt udsnit af de danske journalister – en fra 2009 og en fra 2015 – viser vi, at journalisterne i 2015 ikke oplever mere indflydelse fra konkurrence eller læser-/seer-/lytter-/brugertal end i 2009. Og selvom journalisterne oplever mere indflydelse fra deadlines og mediets redaktionelle linje, er de professionelle idealer stabile. Resultaterne er ikke i sig selv en afvisning af en profession under pres, men de peger på, at den journalistiske profession er mere modstandsdygtig, end det ofte bliver fremstillet i den offentlige debat.

Introduktion

”Journalistik er et ædelt fag under et helt enormt pres”. Bag denne overskrift fra fagbladet Journalistens hjemmeside gemmer sig filosofiprofessor Vincent F. Hendricks’ dystre diagnose af en krise i dansk journalistik, som blandt andet bunder i kampen

om opmærksomhed, klik og penge på et marked, hvor alle kan publicere information via internettet (Skadhede, 2016a). Andre istemmer bekymringen om journalistikken på afveje (Larsen, 2017), eller at journalistikken er i et kapløb mod bunden (Kragh, 2014). Og beder man journalisterne selv om at vurdere udviklingen, er krisetegnene også til at få øje på. Mange har en oplevelse af et stigende produktionspres og faldende journalistisk kvalitet (Møllerup m.fl., 2016: 4. Se dog Willig m.fl., 2015 for en mere optimistisk vurdering af den journalistiske kvalitet blandt journalister). På baggrund af kritikernes og journalisterne egne bekymringer kan man frygte, at der foregår en hastig erodering af den journalistiske profession.

Man sætter da også kikkerten for det blinde øje, hvis man ignorerer, at der er sket en betydelig udvikling i betingelserne for at bedrive journalistik, og at forandringerne især har accelereret gennem de seneste 10 år, selvom debatten om journalistikkens forfald er noget ældre end det (se eksempelvis Fallows, 1996; Patterson, 2003). Internationale teknologigiganter som Facebook og Google har gjort et stort indhug i det danske annoncemarked og samtidig reduceret de traditionelle mediers kontrol over deres brugere (Slots- og Kulturstyrelsen, 2017).

Men selvom det baseret på kritiske røster, analyser og endda journalisterne egen opfattelse er nærliggende at konkludere, at journalistikken er fanget i en hastigt nedadgående spiral, er der grund til at trække vejret, inden man slår to streger under facit. I debatten om journalistikkens tilstand møder man ofte konklusioner baseret på generaliseringer ud fra enkelte eksempler og analyser af udviklingen, der bygger på øjebliksbilleder af den nuværende situation sammenlignet med erindringen om, hvordan det så ud engang i nær eller mere fjern fortid.

Selv når man spørger journalisterne om deres opfattelse af, hvad der er sket med journalistikken over en årrække, skal man være påpasselig med at tage svarene som udtryk for en reel udvikling. Der er ofte problemer med validiteten i den type retrospektivt data (se for eksempel Bernard m.fl., 1984), særligt fordi svarene har det med at blive påvirket af folks nuværende opfattelser og holdninger (se for eksempel Pudney, 2011). I journalisterne tilfælde er det således sandsynligt, at deres opfattelse er påvirket af den nutidige debat om journalistikkens udvikling.

Derfor er det vigtigt at supplere med analyser, der bygger på data over tid, hvor man har mulighed for at sammenligne svar om den aktuelle situation indsamlet med et antal års mellemrum. På den måde kan man lave en sammenligning og få en bedre forståelse af, hvad der har ændret sig, i stedet for at basere konklusionerne udelukkende på retrospektive spørgsmål.

I et eksempel på en analyse, der bygger på en sammenligning af svar fra to forskellige tidspunkter frem for retrospektive vurderinger, blev danske folketingspolitikere i 1980 og 2000 stillet de samme spørgsmål om deres forhold til medierne. Elmelund-Præstekær m.fl. (2011) viste, at folketingsmedlemmerne – modsat forventningen baseret på den offentlige debat – var mere tilfredse med mediedækningen af dem selv, og at de ikke fandt mediernes dækning af politik mere fordrejet, når man sammenlignede svarene fra 2000 med svarene fra 1980. En anden undersøgelse, der ligesom vores fokuserede på journalister, brugte samme fremgangsmåde til at analysere udviklingen i svenske journalisters arbejdsmiljø over tid. Undersøgelsen viste en stor stabilitet i svenske journalisters oplevelse af deres arbejdsmiljø mellem 1989 og 2005, selvom deres arbejdsbetingelser også i den periode blev drastisk forandret (Nilsson, 2007:78).

Indtil nu har det i dansk sammenhæng ikke været muligt at lave lignende analyser af ændringer i journalisternes opfattelse af journalistikken. To spørgeskemaundersøgelser af danske journalister foretaget i henholdsvis 2009 og 2015 åbner dog muligheden for at foretage netop denne type analyse. Begge år har journalisterne svaret på en række spørgsmål om deres opfattelse af det daglige arbejde som journalist. Det giver et stærkt grundlag for at analysere, hvorvidt denne opfattelse har forandret sig i perioden fra 2009 til 2015, der har budt på store omvæltninger i mediebranchen.

Målet med artiklen er således at svare på, *hvordan danske journalisters professionelle idealer og deres opfattelse af indflydelse på deres daglige arbejde som journalist har ændret sig mellem 2009 og 2015*. Vores indsamling af data med seks års mellemrum giver os mulighed for at bidrage med et nyt perspektiv, som kan indgå i debatten om journalistikkens udvikling.

Som det første vil vi via forskningslitteraturen beskrive journalistikkens professionsværdier og diskutere, hvordan de struktu-

relle udviklinger kan forventes at påvirke disse værdier og muligheden for at leve op til dem i praksis. Derefter analyserer vi med udgangspunkt i de to spørgeskemaundersøgelser udviklingen i journalisternes rolleopfattelser, deres opfattelse af forskellige typer af pres og indflydelse på deres daglige arbejde. Som det sidste diskuterer vi resultaterne fra analysen.

Journalistik som profession

Det har i mange år været debatteret, om journalistik skal opfattes som en profession, en semi-profession eller et erhverv (for eksempel Aldridge & Evetts, 2003; Tumber & Prentoulis, 2005). Denne diskussion er væsentlig for at forstå, hvad der sker, når professionelle normer kommer under pres.

På den ene side påpeger såvel beskrivelser som empiriske undersøgelser af journalister, at de traditionelt har udvist bred opbakning til at følge professionelle normer i deres arbejde, som for eksempel at arbejde i offentlighedens tjeneste, at være samfundets og demokratiets vagthund, at sikre (tilstræbt) objektiv oplysning og facilitere den offentlige debat (for eksempel Deuze, 2005; Tumber & Prentoulis, 2005; Weaver & Willnat, 2012). I 2009 gennemførte Skovsgaard m.fl. (2012) den spørgeskemaundersøgelse, som sammen med den nyere spørgeskemaundersøgelse fra 2015 indgår i datagrundlaget for analysen i denne artikel. Formålet med undersøgelsen i 2009 var at tegne en detaljeret profil af danske journalister og deres professionelle værdier og opfattelser af deres arbejde. Undersøgelsens resultater pegede på en journalistisk profession med stærke professionsværdier, og hvor journalister havde en forholdsvis høj grad af frihed til at forfølge deres idealer, også selvom forskellige interne faktorer såsom deadlines, målsætning om at generere læsere, lyttere, seere og/eller klik samt mediets redaktionelle linje havde en vis indflydelse. Disse professionelle idealer skaber grundlaget for en professions legitimitet og dens professionelle autonomi (Skovsgaard & Bro, 2011), og hvis journalistik skal betragtes som en profession, er det afgørende, at de professionelle normer nyder stærk opbakning blandt journalister (for eksempel Deuze, 2005).

På den anden side udgør journalister af flere grunde en mere sårbar profession end eksempelvis læger og advokater, der ofte er blevet fremhævet som de klassiske professioner i professionslitteraturen (Aldridge & Evetts, 2003). I modsætning til læger og advokater skal journalister ikke opnå en statsautorisation for at kunne arbejde som journalister. Alle kan i princippet blive journalist, og journalister kan ikke fratages en licens, hvilket betyder, at de professionelle normer og idealer er mindre beskyttede end i de klassiske professioner (Aldridge & Evetts, 2003). Nok så vigtigt arbejder journalister i modsætning til læger og advokater ikke for enkelte klienter, men er afhængige af at arbejde for en organisation, som kan give dem adgang til den offentlighed, de hævder at tjene (Hallin & Mancini, 2004: 35). Den afhængighed betyder, at når de professionelle idealer og organisationens mål kommer i konflikt, kan de professionelle idealer og dermed også journalisternes samfundsmæssige legitimitet komme under pres (Cook, 1998).

Professionslitteraturen fremhæver den potentielle modsætning mellem en økonomisk markedslogik og den professionelle logik, hvor en økonomisk markedslogik kan true med at undergrave de idealer, som den professionelle logik bygger på (for eksempel Freidson, 2001).

Professionsværdier under pres?

Over de seneste år har en lang række danske medier oplevet problemer med at opretholde deres forretningsmodel og indtjening. Internettet har ændret befolkningens måde at finde nyheder på og dermed journalisternes måde at nå borgerne på. Fra 2007 til 2014 har de største dagblade mistet mellem 18 og 57 procent af deres hverdagsoplæg (Skadhede, 2016b). I 2017 svarede mere end halvdelen af befolkningen, at de i løbet af den seneste uge havde anvendt deres telefon til at tilgå nyheder, hvilket var en markant stigning over bare nogle få år (Schrøder m.fl., 2017: 16-17). Samtidig med at borgere i høj grad har flyttet sig fra print til internet, er en del af annoncerne flyttet samme vej, men her er det sværere for de klassiske medier at opnå den samme indtjening som på printannoncer (se for eksempel Franklin, 2014;

Nielsen, 2012). Internettet har også betydet, at de medier, som tidligere fokuserede på enten print, tv eller radio, nu også kan udkomme digitalt og gøre det løbende uden begrænsende deadlines. Det gør det lettere at monitorere og konkurrere med de andre mediers nyheder (Blach-Ørsten, 2013: 105). Samtidig har internettet også givet andre aktører meget nemmere adgang til at formidle til et større publikum – blandt andet gennem sociale medier. Derved er konkurrencen generelt øget, og kampen om at være hurtigst med nyhederne og få flest klik er radikaliseret (se eksempelvis Bakker, 2012; Blach-Ørsten, 2013; Hartley, 2011, Kammer, 2013; Levy & Nielsen, 2010). Udviklingen har fået Blach-Ørsten til at konkludere, at vi er på vej væk fra det traditionelle uafhængige nyhedsregime hen imod et konkurrencebaseret nyhedsregime (2013: 105).

Det har ført til en stor opmærksomhed på læsertal, særligt på nettet, hvor historier hurtigt kan op- og nedprioriteres eller ændres baseret på deres popularitet (se for eksempel Hartley, 2011; Kammer, 2013; Vu, 2014). Samtidig peger Blach-Ørsten (2013) på en udvikling hen mod mere sensationsprægede og tabloide nyheder. Det økonomiske pres har, som beskrevet i indledningen af denne artikel, fået mange til at frygte en erodering af de professionelle idealer, fordi de kommer i konflikt med kravet om at tjene penge. Som en amerikansk redaktør har udtrykt det: ”I den her branche [...] må du tænke med et kasseapparat i hovedet” (McManus, 1997: 5, vores oversættelse). Daniel Hallin (2000) har ligeledes argumenteret for, at det økonomiske pres, som amerikanske medier var udsat for, forandrede balancen mellem den økonomiske logik og den professionslogik, som de amerikanske journalister arbejder ud fra. For det første voksede betydningen af nogle roller, som ikke traditionelt var en del af de professionelle journalistiske normer, eksempelvis underholdningsrollen. For det andet blev amerikanske journalisters frihed til at leve op til deres professionelle idealer i stigende grad begrænset af det økonomiske pres. At begrænsningerne i journalisters frihed til at arbejde i overensstemmelse med deres professionelle værdier er vokset, blev for nylig bekræftet i en spørgeskemaundersøgelse, som har været gennemført blandt amerikanske journalister siden 1971 (Weaver and Wilhoit, 2014). Hvor 60 % af amerikanske journalister i 1971 oplevede en stor frihed til at

vælge, hvilke historier de ville arbejde på, var antallet faldet til 33 % i 2013. Undersøgelsen viste dog også, at det voksende pres på journalisterne ikke har betydet lavere opbakning til de professionelle idealer. Tværtimod var det i 2013 eksempelvis vigtigere end nogensinde for amerikanske journalister at analysere komplekse problemer og agere vagthund over for regeringen. Witschge og Nygrens undersøgelse (2009) blandt journalisterne i England og Sverige bekræfter billedet. Den viste, at de professionelle idealer bliver vigtigere og vigtigere for journalisterne som en modvægt til de strukturelle forandringer, herunder det øgede økonomiske pres.

De professionelle normer og idealer og friheden til at arbejde i overensstemmelse med disse idealer er altså centrale, fordi journalistikkens legitimitet baserer sig på de stærke professionsideal. Derfor opridser vi herunder tre forskningsspørgsmål om, hvorvidt danske journalisters professionelle idealer og deres opfattelse af indflydelsen på deres arbejde har ændret sig over en periode, hvor de traditionelle mediehuse har været under hårdt pres.

Forskningsspørgsmål

Den journalistiske profession og privilegier som momsfrihed og mediestøtte bygger på tanken om, at journalister tjener offentligheden. Men en stor del af journalistikken varetages af medier, som også skal tjene – eller som minimum ikke tabe – penge. Journalister kan således både betragte deres publikum som borgere og som forbrugere (Skovsgaard & Bro, 2017). Der kan altså opstå spændinger mellem at tjene offentligheden og tjene penge, selvom det ikke nødvendigvis er modsætninger. Spørgeskemaundersøgelsen fra 2009, som også er en del af datagrundlaget for undersøgelsen i denne artikel, viste, at journalisterne i høj grad lagde vægt på at tjene offentligheden snarere end at skabe profit og sælge deres journalistik på linje med en hvilken som helst anden vare (Skovsgaard m.fl., 2012). Den professionelle logik blev altså vægtet højere end den økonomiske markedsløse. Spørgsmålet er, om den øgede konkurrence, som er beskrevet ovenfor, har påvirket journalisternes prioritering i

spørgsmålet om at tjene offentligheden. Det første spørgsmål, vi søger svar på, er derfor:

Har de danske journalisters opfattelse af at tjene offentligheden ændret sig fra 2009 til 2015?

Journalister kan se deres rolle i samfundet på mange forskellige måder, og selv hvis de generelt er temmelig enige om at tjene offentligheden, så kan det også gøres på flere forskellige måder. Ideen om rolleopfattelser er netop baseret på, at journalister har flere forskellige mulige roller, som kan være mere eller mindre vigtige for dem (se Mellado m.fl., 2017, for at få en introduktion til journalistiske rolleopfattelser). Rolleopfattelser generelt – herunder også journalisters professionelle rolleopfattelser – dannes på baggrund af forventninger i omgivelserne (Biddle, 1986; Skovsgaard & Bro, 2017; Turner, 2001). Disse forventninger udtrykkes blandt andet i debatter omkring journalistik, gennem uddannelse og på nyhedsredaktionerne, men også via de valg og prioriteringer, som borgerne eller forbrugerne foretager, når de konsumerer journalistik. På den baggrund er det nærliggende at spørge, om ændringerne i betingelserne for journalisternes arbejde og de forventninger, journalister mødes af i deres daglige arbejde, afspejler sig i en ændring i journalisternes rolleopfattelser.

Skovsgaard m.fl. (2012) viste, at danske journalister så det som deres vigtigste rolle at være en kritisk vagthund, mens det også var vigtigt, men dog mindre vigtigt, at sørge for, at borgerne kommer til orde og deltager i samfundsdebatten, mens det kun af meget få blev set som et selvstændigt mål at underholde. Hvis rollen som underholder er blevet vigtigere på bekostning af rollerne som neutral observatør eller kritisk vagthund, er det en indikation på, at det øgede fokus på at tjene penge har betydet, at en økonomisk markedslogik truer den professionelle logik.

Det andet spørgsmål, vi søger svar på, er:

Har de danske journalisters rolleopfattelser ændret sig fra 2009 til 2015?

Én ting er journalisternes idealer om, hvordan de bør udføre deres job. Noget andet er, om de rent faktisk føler, at de har frihed til at udføre deres arbejde i en stadig mere presset mediebranche. I 2009 vurderede journalisterne, at de havde stor autonomi, og at deres arbejde var temmelig afskærmet fra eksterne faktorer såsom politisk og økonomisk indflydelse fra eksempelvis annoncører og ejere, mens de i højere grad oplevede, at interne faktorer som tidspres og deadlines samt den redaktionelle linje på deres eget medie havde indflydelse på deres arbejde.

Det kan dog tænkes, at udfordringen med at finde en velfungerende forretningsmodel i den digitale tidsalder og de deraf følgende økonomiske udfordringer har betydet, at journalisterne i 2015 oplever større indflydelse fra ejere, annoncører og fra brugerne. Vores tredje og sidste spørgsmål er:

Har de danske journalisters opfattelse af de interne og eksterne indflydelser på deres arbejde ændret sig fra 2009 til 2015?

Metode

Vi baserer analyserne på en webbaseret spørgeskemaundersøgelse blandt danske journalister i foråret 2015 og sammenligner dem med resultaterne fra en lignende spørgeskemaundersøgelse fra 2009. Undersøgelsen fra 2015 var en del af den internationale The Worlds of Journalism-undersøgelse (The Worlds of Journalism Study, 2012). En del af spørgsmålene var identiske med de spørgsmål, der blev stillet til danske journalister i undersøgelsen fra 2009. Samtidig var fremgangsmåden i dataindsamlingen den samme, hvilket giver os mulighed for at sammenligne svarene fra 2009 og 2015 og se på udviklinger over tid (se en beskrivelse af dataindsamlingen fra 2009 i Skovsgaard m.fl., 2012). Vi er dog også begrænset i sammenligningen på visse punkter, da ikke alle spørgsmål var formuleret ens, og da svarkategorierne heller ikke i alle tilfælde var identiske. I analysen vil vi gøre klart, hvordan vi håndterer de tilfælde.

Undersøgelsen fra 2015 tager udgangspunkt i definitionen af journalister fra feltmanualen til The Worlds of Journalism-manualen (The Worlds of Journalism Study, 2012):

“En professionel journalist er en person, der tjener mindst 50 procent af sin indkomst fra betalt arbejde for nyhedsmedier og er involveret i at producere og redigere journalistisk indhold eller i redaktionel ledelse og koordinering [...]. Journalister fra alle former for medier er inkluderet i populationen, inklusive aviser, magasiner, tv-stationer, radiostationer, onlinemedier og nyhedsbureauer.” (Vores oversættelse).

Forudsat at organisationsgraden blandt journalister er usædvanlig høj (i 2009 anslog Dansk Journalistforbund den til 90-95 procent, selvom det naturligvis er afhængigt af definitionen, se Skovsgaard m.fl. 2012), operationaliserede vi populationen af danske journalister som medlemmer af Dansk Journalistforbund. Det er dog ikke alle medlemmer af forbundet, som passer til denne undersøgelses definition af journalister. Vi udvalgte derfor medlemmer, der hører til følgende sektioner: distriktsblade, dagblade, organisationsblade, ugeblade, radio/tv, nyhedsbureauer og internetmedier. Samtidig blev medlemmer i freelancegruppen inkluderet. Da nogle af freelancerne udelukkende arbejder med pr og ikke journalistik, startede spørgeskemaet med et filterspørgsmål, der skulle frasortere medlemmer, der ikke passede på denne undersøgelses definition af journalister.

Den 18. maj 2015 sendte vi i samarbejde med Dansk Journalistforbund en e-mail til medlemmerne med et link til spørgeskemaet. 2. juni 2015 blev der sendt en påmindelsesmail til dem, der ikke havde svaret eller kun havde svaret på dele af spørgeskemaet, så de havde mulighed for at svare, inden dataindsamlingen stoppede 9. juni 2015.

Invitationen blev sendt ud til 8.644 journalister, hvor 200 e-mails ikke nåede frem, 591 indikerede ved filterspørgsmålet, at de ikke hørte til populationen, og 413 stoppede, før de havde besvaret 50 % af spørgsmålene. Herefter bestod datasættet af 1.362 journalister, hvoraf 1.280 havde besvaret hele spørgeskemaet. Dette giver en AAPOR-svarprocent på 18,9 % (AAPOR response rate 4, AAPOR 2015).

Denne svarprocent er baseret på en konservativ vurdering, fordi vi ikke kan være sikre på, om alle de medlemmer, som modtog spørgeskemaet, egentlig tilhører populationen for denne undersøgelse. Det første spørgsmål, når respondenterne kikkede

på linket til spørgeskemaet, skulle afklare, om vedkommende arbejdede som journalist ifølge vores definition ovenfor. 591 respondenter svarede nej og deltog derfor ikke i undersøgelsen. Blandt de mange respondenter, der aldrig klikkede sig ind i spørgeskemaet, er der efter al sandsynlighed flere af denne type respondenter, som ikke passede ind i populationen. Vi har dog ikke mulighed for at afgøre, hvem eller hvor mange blandt dem, der ikke har klikket sig ind i spørgeskemaet, som egentlig ikke tilhører populationen, og derfor indgår de i grundlaget for beregningen af svarprocenten. Det betyder, at den reelle svarprocent efter al sandsynlighed undervurderes i vores beregning.

Svarprocenten er dog – det konservative estimat til trods – i den lave ende (Johnson & Owen, 2003). Lave svarprocenter er et stigende problem for forskning, der anvender spørgeskemaundersøgelser, herunder særligt for elitegrupper som eksempelvis politikere eller journalister. En svarprocent på omkring 20 % er ikke usædvanlig for undersøgelser i sådanne grupper (for eksempel Wiesehomeier & Benoit, 2007), og nylige undersøgelser af journalister har endda baseret sig på svarprocenter helt ned til 5 % (Örnebring & Mellado, 2016). Når svarprocenten er lav, er det endnu vigtigere så vidt muligt at analysere, om respondenterne i samplet er repræsentative for populationen (Johnson & Owen, 2003).

Vi havde med hjælp fra Dansk Journalistforbund mulighed for at foretage en frafaldsanalyse, hvor vi på en række variabler sammenlignede dem, der havde svaret på spørgeskemaet, med dem, der ikke havde svaret. En sådan analyse kan give et indtryk af, om den lave svarprocent giver problemer i forhold til, hvor repræsentativt vores sample er for populationen af danske journalister. Vores sammenligning viste, at der ikke er en statistisk signifikant forskel mellem vores sample og populationen i forhold til køn, alder og geografi, mens vi fandt en statistisk signifikant, men substantielt lille underrepræsentation af freelancere og overrepræsentation af journalister, der arbejder ved dagblade (se udvalgte resultater i tabel 1). Dermed tyder frafaldsanalysen på, at vores sample afspejler populationen af journalister uden store skævheder (det samme gjorde sig gældende i undersøgelsen fra 2009, se Skovsgaard, 2010), hvilket styrker validiteten af begge undersøgelser og sammenligningen mellem dem.

Tabel 1. Sammenligning af respondenter og ikke-respondenter (2015-undersøgelsen).

	Ikke-respondenter	Respondenter	Total
Andel kvinder	42,4 %	43,5 %	42,6 %
Gennemsnitlig alder	45,37	45,72	45,43
Region Hovedstaden	60,4 %	60,7 %	60,5 %
Dagblade***	33,6 %	39,4 %	34,7 %
Tv og radio	35,1 %	31,9 %	34,5 %
Freelancere*	23,8 %	21,2 %	23,4 %
Laveste N	3.955	921	4.876

* $p < 0,05$ *** $p < 0,001$

I de tilfælde, hvor spørgsmålene tillader en direkte sammenligning af svarene mellem de to år, har vi – for at sikre, at forskellene ikke skyldes forskelle mellem de to samples – lavet regressionsanalyser, hvor vi kontrollerer for køn, journalistisk erfaring, medietype, og om man er freelancer. Denne metode er også med til at sikre, at eventuelle skævheder, der stammer fra den lave svarprocent, ikke eliminerer validiteten af sammenligningerne mellem årene. I alle analyserne fastholdes de signifikante forskelle, når kontrolvariablerne er inkluderet. Disse ekstra analyser er således med til at styrke indtrykket af, at vores samples giver et retvisende billede af forskellene mellem de danske journalister i 2009 og 2015. For at holde fortolkningerne af vores resultater så gennemsikkelige som muligt rapporterer vi ikke regressionstabellerne i analysen.

Resultater

Offentlighedens tjener

Journalisternes opfattelse af, at de bør tjene offentligheden snarere end at tænke i efterspørgsel og profit, er ikke reduceret i 2015 sammenlignet med 2009 (se tabel 2). Tværtimod er der, ligesom i USA, England og Sverige, en tendens til, at journalisterne lægger endnu mere vægt på at tjene offentligheden. Ved to af de fire spørgsmål er journalisternes gennemsnitlige score højere i 2015 i forhold til 2009. Det gælder spørgsmålene om, at journalister bør gå efter historier, som i deres professionelle vurdering

er de vigtigste, og at en journalistisk vurdering snarere end efterspørgsel skal afgøre, hvilke historier der skal produceres. Disse forskelle er statistisk signifikante.

Tablet 2. Journalisternes opfattelse af at tjene offentligheden.

	Gennemsnitlig score ¹	
	2009	2015
Journalisterne bør tjene offentligheden snarere end at skabe profit for medierne	0,74	0,74
Journalister bør gå efter de historier, som efter deres professionelle vurdering er de vigtigste for borgerne i demokratiet	0,79***	0,84***
Journalistik er en vare, hvor efterspørgslen fra borgerne må bestemme, hvad der produceres	0,33	0,32
Journalistik er en offentlig service, hvor en professionel journalistisk vurdering snarere end efterspørgsel skal afgøre, hvad der produceres	0,68***	0,74***
Laveste N	1.925	1.357

1) Målt på en skala fra 0 = "Meget uenig" til 1 = "Meget enig". Transformeret fra svarskala (7 punkter): 0 = "Meget uenig" til 6 = "Meget enig".

*** $p < 0,001$

Resultaterne tyder altså ikke på, at det økonomiske pres på mediebranchen i årene mellem vores to undersøgelser har eroderet danske journalisters stærke ideal om at tjene offentligheden. Snarere tværtimod.

Rolleopfattelser

Det næste spørgsmål er, om de økonomiske og teknologiske udviklinger har påvirket den måde, journalister mener, man bør tjene offentligheden på. Det undersøger vi ved at se nærmere på journalisternes rolleopfattelser.

Man skal være forsigtig i sammenligningen af rollespørgsmålene fra 2009 til 2015. For det første er spørgsmålene i flere tilfælde formuleret lettere forskelligt. For det andet var der ved spørgsmålene i 2009 fire svarkategorier ("Ikke vigtigt", "Mindre vigtigt", "Temeiligt vigtigt" og "Ekstremt vigtigt" mod fem svarkategorier i 2015 ("Ikke vigtigt", "Mindre vigtigt", "Ret vigtigt", "Meget vigtigt" og "Ekstremt vigtigt"). For at skabe det bedste grundlag for sammenligningen fokuserer vi på kategorierne "Ikke vigtigt" og "Ekstremt vigtigt". I begge undersøgelser er de

skalaens henholdsvis laveste og højeste kategori, og ordlyden er for begge kategoriers vedkommende ens i begge undersøgelser. Dette greb afslører både, hvad journalisterne prioriterer lavt og højt, og det giver et bedre grundlag for sammenligningen, men det skal samtidig understreges, at det ikke gør tallene direkte sammenlignelige. Ikke overraskende er andelen, der svarer "Eks-tremt vigtigt" generelt højere i 2009, hvor der var fire frem for fem svarkategorier, og hvor den næsthøjeste svarkategori var "Tem-melig vigtigt" i stedet for "Meget vigtigt". Vi begrænser os derfor til at sammenligne mønstre i svarene på tværs af årene.

Mønstret er temmelig ensartet i 2009 og 2015 (se tabel 3 og 4). Rollen som den kritiske vagthund får stor opbakning, mens det at mobilisere folk til at deltage i demokratiet og den offentlige debat får mindre opbakning end rollen som vagthund, men dog en del opbakning. Til gengæld får rollerne som henholdsvis aktivist og underholder begrænset opbakning begge år, ligesom rollen som loyal over for magten (der kun er målt i 2015) nærmest ingen støtte får. Kun i forhold til rollen som den neutrale iagttagere er der en markant forskel i prioriteringen på tværs af årene. Denne forskel skyldes dog sandsynligvis formuleringen af spørgsmålene. I 2009 blev journalisterne spurgt, hvor vigtigt det er at "spejle den offentlige mening neutralt", mens de i 2015 blev spurgt, hvor vigtigt det er at "beskrive tingene, som de er" og være en "neutral observatør". At spejle den offentlige mening neutralt fordrer, at man ved, hvad den offentlige mening er, og at den kan *spejles neutralt*. Svarene er derfor næppe et udtryk for, at det er blevet meget mere væsentligt at være neutral og nøg-tern i 2015, end det var i 2009. Svarene fra 2015 er nærmere et udtryk for, at det at være neutral eller tilstræbt objektiv stadig er et væsentligt ideal for journalisterne, ligesom det også var i 2009 (Albæk m.fl., 2015; Skovsgaard m.fl., 2012). Denne pointe støttes også af, at journalisterne i 2015 finder det noget mere væsentligt at overvåge og granske politiske ledere end at være kritisk over for regeringen. Forskellen mellem de to skyldes formentlig, at spørgsmålet om at være kritisk over for regeringen delvist kommer i konflikt med idealet om neutralitet, fordi man kun bliver spurgt til regeringen og ikke politikere generelt, hvilket kan åbne for en modvilje mod en ubalance i den kritiske tilgang.

Tabel 3. Journalisternes rolleopfattelse 2009.

Neutral	% , der svarer "Ikke vigtigt" ¹	% , der svarer "Ekstremt vigtigt" ¹
Spejle den offentlige mening neutralt	5,2	23,2
Vagthund		
Undersøge påstande og udsagn, som kommer fra regeringen	0,7	57,1
Være djævlens advokat i forhold til de folkevalgte ved konstant at være kritisk over for deres handlinger	0,7	55,6
Være djævlens advokat i forhold til erhvervslivet ved konstant at være kritisk over for erhvervsfolkens handlinger	0,8	53,0
Borgerdeltagelse		
Motivere borgerne til at involvere sig i den offentlige debat om vigtige emner	1,6	28,8
Give almindelige mennesker en chance for at udtrykke deres holdninger til offentlige anliggender	1,5	27,6
Udvikle intellektuel og kulturel interesse hos borgerne	4,5	21,6
Aktivist		
Sætte den politiske dagsorden	4,1	14,7
Være talerør for bestemte grupper i samfundet	35,2	4,3
Underholde		
Sørge for underholdning og afslapning	12,3	3,8
Koncentrere sig om journalistik, som interesserer det bredest mulige publikum	11,0	3,5
Laveste N	1.873	1.873

1) Målt på en firepunktskala fra "Ikke vigtigt" til "Ekstremt vigtigt"

Om de enkelte rolleopfattelser nyder den samme opbakning i 2015, som de gjorde i 2009, er ikke muligt at svare på med vores data, da der er for store forskelle i formuleringerne af spørgsmål og i svarkategorierne til at drage den slags konklusioner. Vi kan dog konkludere, at der mellem 2009 og 2015 ikke er sket store forskydninger i, hvilke roller journalisterne prioriterer højt og lavt. I deres opfattelse af journalistikkens rolle i samfundet lægger journalisterne vægt på de demokratiske roller som kritiske vagthunde og som dynamoer for borgerdeltagelse i demokratiet. De opfatter sig også fortsat mere som vagthunde, der agerer på vegne af borgerne, end som nogen, der skal inddrage borgerne som deltagere i den demokratiske proces. Begge roller nyder dog betragtelig opbakning blandt journalisterne i både 2009 og 2015. Omvendt er der ikke stor støtte til, at journalister som et selvstændigt mål skal stræbe efter at påvirke politik, hvilket er i

Tabel 4. Journalisternes rolleopfattelse 2015.

Neutral	%, der svarer "Ikke vigtigt" ¹	%, der svarer "Ekstremt vigtigt" ¹
Beskrive tingene, som de er	0,1	61,4
Være en neutral observatør	3,1	32,2
Vagthund		
Overvåge og granske politiske ledere	1,0	43,1
Overvåge og granske erhvervslivet	0,8	34,1
Være kritiker af regeringen	9,6	18,5
Borgerdeltagelse		
Lade almindelige borgere udtrykke deres holdning om offentlige anliggender	3,2	16,5
Sørge for dannelse blandt borgerne	8,1	16,4
Motivere borgerne til at deltage i politiske aktiviteter	11,0	8,4
Aktivist		
Sætte den politiske dagsorden	8,9	7,5
Være forkæmper for sociale forandringer	17,3	7,5
Påvirke den offentlige mening	17,5	6,6
Underholde		
Levere underholdning og afslapning	19,4	1,1
Levere den form for nyheder, der tiltrækker det største publikum	23,4	1,0
Loyal over for magten		
Støtte regeringens politik	90,4	0,2
Præsentere et positivt billede af de politiske ledere	79,5	0,1
Laveste N	1.333	1.333

1) Målt på en fempunktsskala fra "Ikke vigtigt" til "Ekstremt vigtigt"

overensstemmelse med tanken om, at journalister opfatter det som vigtigt at være neutrale og nøgterne i deres beskrivelser af verden. Ligesom i 2009 bakker de i 2015 i lav grad op om rollerne som underholdere. I alle tilfælde svarer færre end fire procent af journalisterne, at disse roller er "Ekstremt vigtige". Altså har journalisternes eget syn på deres professionelle roller ikke ændret sig mærkbart fra 2009 til 2015 i en periode, hvor der har været markante økonomiske og teknologiske udviklinger.

Indflydelse på journalisternes arbejde

At ændringerne i journalisternes idealer fra 2009 til 2015 ser ud til at være begrænsede, udelukker ikke, at journalisternes autonomi og mulighed for at efterleve deres idealer er forandret hen over de år, hvor mediebranchen og den journalistiske

profession har oplevet markante udviklinger i betingelserne for deres arbejde. Man kunne således forestille sig en situation, hvor de professionelle idealer er intakte, men presset på dem ifølge journalisternes opfattelse er højere, end det var tidligere. Det er i hvert fald tilfældet i USA (Willnat & Weaver, 2014).

Vi har både i 2009 og 2015 stillet journalisterne spørgsmål om, i hvor høj grad en række faktorer har indflydelse på deres daglige arbejde. Vi har i denne analyse kun medtaget de spørgsmål, der blev stillet både i 2009 og 2015. Man skal dog være en smule forsigtig i sammenligningen mellem de to år. For det første er der små ændringer i formuleringerne af nogle af spørgsmålene (se noter til tabel 5). For det andet giver svarskalaen i 2009 med sine 11 punkter mulighed for mere finjusterede svar end skalaen i 2015, der havde fem punkter. Begge skalaer gik dog fra "slet ingen indflydelse" i den ene ende til "meget stor indflydelse" i den anden ende, og de havde begge et naturligt midtpunkt, så vi har transformeret dem til at gå fra 0 = "slet ingen indflydelse" til 1 = "meget stor indflydelse", så vi har sammenlignelige scorere på tværs af de to undersøgelser.

Tabel 5. Sammenligning af indflydelse på journalisternes arbejde 2009-2015.

Interne faktorer i organisationen	Gennemsnitlig score ¹	
	2009	2015
Deadlines ²	0,64***	0,72***
Dit medies redaktionelle linje	0,51***	0,66***
Dit medies ejere ³	0,31***	0,26***
Eksterne faktorer i forhold til organisationen		
Konkurrence med andre medier ⁴	0,51***	0,36***
Oplags-/læser-/seer-/lyttartal ⁵	0,49***	0,42***
Kommentarer fra læsere/seere/lyttere ⁶	0,38***	0,41***
Annoncører ⁷	0,24***	0,16***
Laveste N	1.514	1.197

1) Spørgsmål: "Hvor stor indflydelse har de følgende faktorer på dit daglige arbejde som journalist?" Målt på en skala fra 0 = "Slet ingen indflydelse" til 1 = "Meget stor indflydelse". Transformeret fra svarskala 2009 (11 punkter): 0 = "Slet ingen indflydelse" til 10 = "Meget stor indflydelse" og 2015 (fem punkter): 0 = "Ingen indflydelse" til 4 = "Meget stor indflydelse".

2) Formulering 2009: "Tidspres/deadlines"; 2015: "Deadlines"

3) Formulering 2009: "Dit medies aktionærer/ejere"; 2015: "Dit medies ejere"

4) Formulering 2009: "Konkurrence med andre medier"; 2015: "Konkurrerende medier"

5) Formulering 2009: "Oplags-/læser-/seer-/lyttartal"; 2015: "Undersøgelser af eller data om læsere/lyttere/seere/brugere"

6) Formulering 2009: "Kommentarer fra læsere/seere/lyttere"; 2015: "Feedback fra publikum"

7) Formulering 2009: "Annoncører"; 2015: "Annonce- og reklamehensyn"

*** p<0,001

At transformere to skalaer til en samlet skala betyder selvfølgelig ikke, at man skal smide forsigtigheden over bord, når man fortolker sammenligningerne mellem årene. Men da den gennemsnitlige score i nogle tilfælde er højere i 2015 end i 2009 og i andre tilfælde lavere, er der i hvert fald ikke en systematisk skævhed på grund af forskellene i svarkategorier mellem årene. Derfor fortæller sammenligningerne også med en vis forsigtighed i fortolkningerne noget om udviklingerne mellem 2009 og 2015.

I 2015 har deadlines fået større indflydelse i det daglige arbejde end i 2009, hvilket giver god mening, da publicering på flere platforme er blevet hverdag for en stor del af journalisterne. Mediets redaktionelle linje ser også ud til at have fået større indflydelse, mens det er ganske overraskende, at konkurrence med andre medier og hensynet til publikumstal er blevet mindre. Selvom det kan spille ind, at spørgsmålsformuleringen ikke er helt ens, ser det ud til, at journalisterne ikke nødvendigvis oplever, at den øgede konkurrence beskrevet i teorien ovenfor har en større indflydelse på det daglige arbejde. Heller ikke kommentarer og feedback fra publikum, som der ellers har været stort fokus på gennem de senere år under betegnelsen web 2.0, ser ud til at være blevet markant vigtigere fra 2009 til 2015. Resultaterne indikerer altså, at journalisterne føler sig mere tidspressede af deadlines, og at den redaktionelle linje er blevet en mere tydelig indflydelse i det daglige arbejde. Omvendt ser det ikke ud til, at det økonomiske pres, medierne har været udsat for mellem 2009 og 2015, har resulteret i, at journalisterne føler konkurrencepresset mere intenst, og heller ikke, at publikum har fået større indflydelse på deres daglige arbejde. Selvom disse konklusioner må drages med forbehold for forskellene i spørgsmålsformuleringer og svarskalaer, er resultaterne lettere overraskende, da de på nogle punkter strider mod det pessimistiske billede, der ofte tegnes af journalistikkens udvikling.

Diskussion

Journalister arbejder i en mediebranche, som på mange måder er under pres. Alle har mulighed for at publicere information via internettet og særligt sociale medier, og konkurrencen er øget for

de traditionelle medier. Mange har advaret om en nedadgående spiral med vægt på hurtige klik, tabloide nyheder og vigende kvalitet. Og ifølge en tidligere undersøgelse oplever journalisterne også selv et stigende produktionspres og faldende journalistisk kvalitet (Mollerup m.fl., 2016). Litteraturen påpeger også, at en økonomisk markedslogik kan risikere at undergrave de idealer, som journalistikkens professionelle logik bygger på (for eksempel Hallin, 2000; Freidson, 2001).

Set i det lys er vores resultater overraskende. I 2015 såvel som i 2009 støtter journalisterne de samme høje idealer om at arbejde i offentlighedens interesse frem for ensidigt at styre efter forbrugernes efterspørgsel, hvad end den måtte være, og på den måde skabe profit. Rollen som vagthund dominerer stadig efterfulgt af rollen som katalysator for borgerdeltagelse i demokratiet. Samtidig er der begrænset støtte til et rolleideal som underholder. Én ting er dog, at de høje idealer stadig lever trods en presset tid i mediebranchen. Noget andet er, at journalisterne tilsyneladende ikke oplever konkurrencen fra andre medier eller hensynet til antallet af læsere/lyttere/seere/brugere som en mere væsentlig indflydelse på deres daglige arbejde i 2015, end de gjorde i 2009. Dog viser resultaterne, at journalisterne i 2015 oplever mere pres fra deadlines og fra mediets redaktionelle linje end i 2009. Det indikerer, at presset på dagligdagen mest kommer til udtryk i de direkte, interne betingelser for det journalistiske arbejde i den eller de medieorganisationer, journalisterne arbejder for.

Overordnet peger vores resultater på en temmelig stor stabilitet fra 2009 til 2015 i både journalisternes idealer og det pres, de føler på deres daglige arbejde. Det, til trods for at mediebranchen har været gennem en rivende udvikling henimod mere publicering på hjemmesider og sociale medier end tidligere og et generelt indtryk af krise og nedskæringer hos de traditionelle mediehuse, der kæmper med at finde den rette forretningsmodel under de nye betingelser. Man kan ikke med vores resultater i hånden afvise, at der i dag er problematiske forhold for at producere journalistik, eller at den journalistiske kvalitet er dalende, ej eller at disse problemer vil blive mere markante over tid. Man kan dog konstatere, at når journalisterne er spurgt med seks års mellemrum frem for at give en retrospektiv vurdering, ser det ikke ud til, at den journalistiske profession med de idealer, der

er knyttet til den, og det pres, der er på journalisternes daglige arbejde, er inde i en nedadgående spiral, som ender med en hård mavelanding på bunden. På den måde stemmer resultaterne godt overens med hovedkonklusionerne i en stor undersøgelse af den journalistiske kvalitet i danske nyhedsmedier. Den viste en stigning i antallet af kilder i historierne og en stabil andel af *hard news* (Willig m.fl., 2015). Det er dog en udvikling, som bør følges tæt, da der helt åbenlyst for øjeblikket og også inden for en overskuelig fremtid ikke er ro og stabilitet i mediebranchen og blandt journalisterne, som traditionelt har leveret en væsentlig råvare i demokratiet.

REFERENCER

- Albæk, Erik, van Dalen, Arjen, Pihl-Thingvad, Signe, Skovsgaard, Morten & de Vreese, Claes H. (2015). *Den Danske journalist: Værdier, produktion, indhold*, Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Aldridge Meryl & Evetts, Julia (2003). "Rethinking the concept of professionalism: The case of journalism", *British Journal of Sociology*, 54. årgang, nr. 4, pp. 547-564.
- Bakker, Piet (2012). "Aggregation, content farms and Huffinization. The rise of low-pay and no-pay journalism", *Journalism Practice*, 6. årgang, nr. 5-6, pp. 627-637.
- Bernard, H. Russell, Killworth, Peter, Kronenfeld, David & Sailer, Lee (1984). "The problem of informant accuracy: The validity of retrospective data", *Annual Review of Anthropology*, 13. årgang, pp. 495-517.
- Blach-Ørsten, Mark (2013). "The emergence of an increasingly competitive news regime in Denmark", pp. 93-110 i Raymond Kuhn & Rasmus Kleis Nielsen (red.), *Political journalism in transition: Western Europe in a comparative perspective*, London: I.B. Tauris.
- Biddle, Bruce J. (1986). "Recent developments in role theory", *Annual Review of Sociology*, 12. årgang, pp. 67-92.
- Cook, Timothy (1998). *Governing with the news: The news media as a political institution*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Elmelund-Præstekær, Christian, Hopmann, David N., & Nørgaard, Asbjørn S. (2011). "Does mediatization change MP-media interaction and MP attitudes towards the media? Evidence from a Longitudinal Study of Danish MPs", *International Journal of Press/Politics*, 16. årgang, nr. 3, pp. 382-403.

- Deuze, Mark (2005). "What is journalism? Professional identity and ideology reconsidered", *Journalism*, 6. årgang, nr. 4, pp. 442-464.
- Franklin, Bob (2014). "The future of journalism. In an age of digital media and economic uncertainty", *Journalism Studies*, 15. årgang, nr. 5, pp. 481-499.
- Freidson, Eliot (2001). *Professionalism. The third logic*, Cambridge: Polity Press.
- Hallin, Daniel C. (2000). "Commercialism and professionalism in the American news media", *Mass media and society*, 3. årgang, pp. 243-262.
- Hallin, Daniel and Mancini, Paolo (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hartley, Jannie M. (2011). *Radikalisering af kampzonen. En analyse af netjournalistisk praksis og selvforståelse i spændingsfeltet mellem idealer og publikum. Ph.d.-afhandling*, Roskilde: Roskilde Universitet.
- Johnson, Timothy & Owens, Linda (2003). Survey response rate reporting in the professional literature. *58th Annual Meeting of the American Association for Public Opinion Research, Nashville* (paper presentation).
- Kammer, Aske (2013). "The mediatization of journalism", *MedieKultur: Journal of media and communication research*, 29. årgang, nr. 54, pp. 141-158.
- Kragh, Claus (2014). "Mediernes kapløb mod bunden". *mm.dk*, 13. januar. <https://www.mm.dk/artikel/mediernes-kaploeb-mod-bunden> (besøgt 12. september 2017).
- Levy, David, A. L. & Nielsen, Rasmus Kleis (red.) (2010). *The changing business of journalism and its implications for democracy*, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nielsen, Rasmus Kleis (2012). *Ten years that shook the media world*, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Larsen, Alex F. (2016). "Journalistikken er på afveje", *Politiken.dk*, 17. januar. <http://politiken.dk/debat/debatindlaeg/art5607173/Journalistikken-er-p%C3%A5-afveje> (besøgt 12. september 2017).
- McManus, John H. (1997). "Who's responsible for journalism?", *Journal of Mass Media Ethics*, 12. årgang, nr. 1, pp. 5-17.
- Mellado, Claudia, Hellmueller, Lea & Donsbach, Wolfgang (red.). *Journalistic role performance. Concepts, contexts, and methods*, London: Routledge.
- Møllerup, Jacob, Bro, Peter, Jørgensen, Søren S. & Andersen, Kim (2016). *Mediernes tilstandsrapport 2016*. Den Danske Publicistklub & Center for Journalistik, Syddansk Universitet.
- Nilsson, Monica L. (2007). "Redaktionell förändring och arbetsmiljön", pp.

- 67-78 i Kent Asp (red.), *Den svenske journalistkåren*, Göteborg: Göteborgs Universitet.
- Pudney, Stephen (2011). "Perception and retrospection: The dynamic consistency of responses to survey questions on wellbeing", *Journal of public economics*, 95. årgang, nr. 3-4, pp. 300-310.
- Reuters Institute for the study of journalism (2015). *Digital news report 2015. Tracking the future of news*, Oxford: Reuters Institute for the study of journalism.
- Schrøder, Kim, Blach-Ørsten, Mark & Burkal, Rasmus (2017) *Danskernes brug af nyhedsmedier 2017*, Roskilde: Roskilde University, Center for nyhedsforskning.
- Skadhede, Jørgen (2016a). "Journalistik er et ædelt fag under et helt enormt pres", *Journalisten.dk*, 24. maj. <http://journalisten.dk/journalistik-er-et-aedelt-fag-under-et-helt-enormt-pres> (besøgt 12. september 2017).
- Skadhede, Jørgen (2016b). "Hvor længe overlever de store aviser på papir", *Journalisten.dk*, 7. januar. <http://journalisten.dk/hvor-laenge-overlever-de-store-aviser-paa-papir> (besøgt 12. september 2017).
- Slots- og Kulturstyrelsen (2017). *Globaliseringen af den danske mediebranche. Analyser af internationale aktørers betydning for det danske mediemarked, danske medieudbydere og dansk medieindhold*. https://slks.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/Mediernes_udvikling/2017/Specialrapporter/Internationale_aktorer/Rapport_og_bilag/Final_Final_rapport_4.9.2017.pdf (besøgt 13. september 2017).
- Skovsgaard, Morten (2010). *Den Danske journalist. Ph.d.-afhandling*, Odense: Syddansk Universitet.
- Skovsgaard, Morten & Bro, Peter (2011). "Preference, principle and practice: Journalistic claims for legitimacy", *Journalism Practice*, 5. årgang, nr. 3, pp. 319-331.
- Skovsgaard, Morten, Albæk, Erik, Bro, Peter, de Vreese, Claes H. (2012). "Media professionals or organizational marionettes: Professional values and constraints of Danish journalists", pp. 155-170 i David H. Weaver & Lars Willnat (red.), *The global journalist in the 21st Century*, London: Routledge.
- Skovsgaard, Morten & Bro, Peter (2017). "Journalistic roles in the mediated public sphere", pp. 60-74 i Claudia Mellado, Lea Hellmueller, Wolfgang Donsbach (red.), *Journalistic role performance. Concepts, contexts, and methods*. London: Routledge.
- The Worlds of Journalism Study (2012). *Field Manual*. <http://www.worldsofjournalism.org/research/2012-2016-study/methodological->

- documentation/ (besøgt 12. september 2017).
- Tumber, Howard & Prentoulis, Marina (2005). "Journalism and the making of a profession", pp. 58-74 i Hugo de Burgh (red.), *Making journalists*, London: Routledge.
- Turner Ralph H. (2001). "Role theory", pp. 233-254 i Jonathan H. Turner (red.), *Handbook of Sociological Theory*, New York: Springer.
- Vu, Hong T. (2014). "The online audience as gatekeeper: The influence of reader metrics on news editorial selection", *Journalism*, 15. årgang, nr. 8, pp. 1094-1110.
- Weaver, David H. & Willnat, Lars (red.) (2012). *The global journalist in the 21st Century*, London: Routledge.
- Wiesehomeier, Nina & Benoit, Kenneth (2007). "Presidents, parties and policy competition", *Journal of Politics*, 71. årgang, nr. 4, pp. 1435-1447.
- Willig, Ida, Ørsten, Mark, Hartley, Jannie M., & Flensburg, Sofie (2015). *Journalistiske kvaliteter 1999-2014: Specialrapport*. København: Kulturstyrelsen.
- Willnat, Lars and Weaver, David (2014). *The American journalist in the digital age: Key findings*, Bloomington, In: School of Journalism, Indiana University.
- Witschge, Tamara & Nygren, Gunnar (2009). "Journalistic work: a profession under pressure?", *Journal of Media Business Studies*, 6. årgang, nr. 1, pp. 37-59.
- Örnebring, Henrik & Mellado, Claudia (2016). "Valued skills among journalists: An exploratory comparison of six European nations", *Journalism*, 19. årgang, nr. 4, pp. 445-463.

FORFATTERE

Morten Skovsgaard

Professor mso ved Center for Journalistik, Syddansk Universitet
skh@sam.sdu.dk

Arjen van Dalen

Professor mso ved Center for Journalistik, Syddansk Universitet
avd@sam.sdu.dk

Katrine Bisgaard

Cand.scient.pol.

katrinebisgaard@me.com

Fra datasæt til journalistik

Et kvalitativt studie af danske datajournalisters legitimeringspraksis og epistemologi

AF BOY RASMUS REPENNING

Resumé

På baggrund af otte semi-strukturerede interviews med danske datajournalister undersøger artiklen, hvordan datajournalister begrundes og retfærdiggør deres praksis i forhold til oversættelsen af kvantitative data til journalistik. Særligt fokuseres der på, hvordan journalisterne retfærdiggør eventuelle lån af metoder og logikker fra discipliner uden for den journalistiske profession. Indsigterne bruges til at opridse epistemologien bag datajournalistikken, altså de normer, regler og procedurer, der styrer vidensproduktionen. Artiklen konkluderer, at datajournalisternes epistemologiske overvejelser er præget af en høj grad af pragmatisme, samt at journalistiske rationaler sætter tydelige rammer for importen af metoder og logikker fra andre discipliner.

Introduktion

Tal og data er allestedsnærværende i journalistikken og langt fra et nyt syn. Den såkaldte datajournalistik, her bredt forstået som produktionen af journalistik med afsæt i kvantitative data, går imidlertid et skridt videre og gør arbejdet med data til selve omdrejningspunktet for journalistens arbejde (Coddington, 2015: 332). Et skridt, der ikke blot har betydning for datajournali-

sternes arbejdsproces, men også for den måde, hvorpå datajournalistik præsenteres og formidles.

I et forskningsøjemed rejser skridtet ikke mindst problemstillinger vedrørende datajournalistikens epistemologi. Spørgsmålet er med andre ord, på hvilket grundlag og ud fra hvilke kriterier datajournalisterne kan retfærdiggøre deres talknuseri. Som al journalistik handler datajournalistik om at frembringe troværdiggjort viden om virkeligheden, og epistemologien betegner det sæt af regler, rutiner og institutionaliserede procedurer, der bestemmer, hvilken form for (journalistisk) viden der bliver produceret, og hvordan vidensproduktionen legitimeres (jf. Ekström, 2002: 260, Parasie, 2015: 373).

Denne artikel har til formål at belyse nogle af datajournalistikens epistemologiske grundtræk samt de logikker og afvejninger, der kendetegner journalisternes metodiske og formidlingsmæssige valg. Artiklen gør dette ved at undersøge, hvordan danske datajournalister retfærdiggør deres praksis i forhold til produktionen af datajournalistik.

Datajournalistikens professionelle rammer og vidensgrundlag

Datajournalister arbejder som andre professionelle aktører næppe i et vakuum. En analyse af, hvordan aktørerne legitimerer deres praksis, bliver derfor nødt til at skele til det professionelle menings- og videnssystem, som datajournalisterne agerer inden for.

Ifølge professionssociologen Andrew Abbott (1988) er grundlaget for en profession og den professionelle praksis et abstrakt vidensgrundlag, som professionens medlemmer anvender i konkrete sager, og som kan bruges til at afgrænse professionens ansvars- og opgaveområde (Abbott 1988: 6ff). Betragtes det journalistiske arbejde med data som en professionel praksis, bliver koblingen mellem valg og vidensgrundlaget for alvor synlig i de tilfælde, hvor journalisterne skal foretage et professionelt skøn (Grimen, 2008: 74; Svith, 2014: 119). For journalisters vedkommende kan for eksempel vinklingen og formidlingen af en historie betragtes som et skøn, idet journalisten under forudsætning

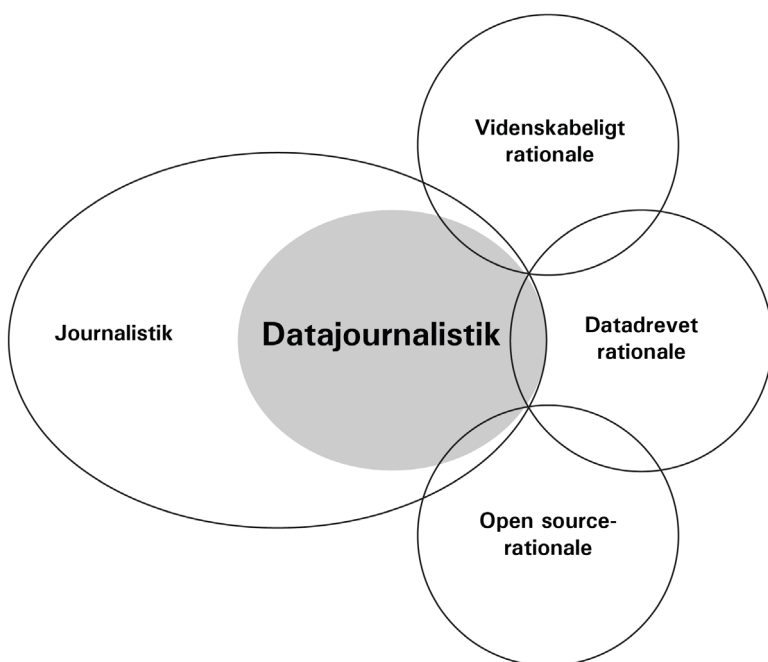
af en vis handlingsautonomi og i fraværet af klare retningslinjer kan vælge mellem principielt lige gode handlingsalternativer (Grimen og Molander, 2008: 182).

Vidensgrundlaget bag den professionelle praksis kan være heterogen i den forstand, at det er sammensat af elementer fra forskellige discipliner (Grimen, 2008: 72). Det indebærer, at journalister kan låne konkrete og abstrakte videnselementer fra andre fagdiscipliners vidensgrundlag til at legitimere deres professionelle praksis (ibid.). For datajournalisters vedkommende kan disse elementer eksempelvis være metoder til den statistiske dataanalyse. Vidensgrundlagets sammensatte karakter begrebsliggøres i det følgende ved hjælp af begrebet vidensrationaler, der indgår som delelementer i vidensgrundlaget (Svith, 2014: 123). Vidensrationaler skal forstås som nogenlunde kohærente systemer af relativt abstrakte logikker, principper og begreber, der tilsammen former en grundlæggende fortælling om journalistens rolle og rationalet bag den journalistiske praksis (ibid.). Rationalerne indikerer eksempelvis, hvilke metoder og logikker indeholdt i vidensgrundlaget der bør anvendes i en bestemt situation.

Strømninger og vidensrationaler i datajournalistikken

Begrebet vidensrationaler er det analytiske udgangspunkt for dette studie af datajournalistikens epistemologi. Generelt er den eksisterende litteratur om journalistikkens ”kvantitative drejning” (jf. Coddington, 2015) kendetegnet ved, at der omtales en række distinkte, men ikke desto mindre beslægtede og til tider overlappende strømninger med tilknyttede epistemologiske rationaler. Mere specifikt kan der med afsæt i litteraturen skitseres tre centrale vidensrationaler med betydning for den videre analyse: et videnskabeligt, et datadrevet og et open source-inspireret (jf. figur 1).

Figur 1. Forskellige vidensrationaler influerer på datajournalistikens vidensgrundlag.



Det videnskabelige

Som de tidligste eksempler på datajournalistiske tendenser nævnes ofte de tæt relaterede strømninger "computer-assisted reporting" (CAR) og "precision journalism". Disse er kendetegnet ved, at de tilstræber anvendelsen af samfundsvidenskabelige metoder og databehandling med journalistisk formål i et forsøg på at øge journalistikkens præcision og objektivitet (Meyer, 1973: 2f; Wien, 2005). For den epistemologiske tilgang betyder importen af disse metoder, at CAR i endnu højere grad end andre former for journalistik bygger på en grundlæggende positivistisk epistemologi og den heri liggende antagelse, at man ved hjælp af empiriske observationer og kvantitative metoder kan komme tættere på en objektiv forståelse af virkeligheden (Hanitzsch, 2007: 376; Wien, 2005: 43). CAR-traditionen adopterer ligeledes et videnskabeligt præget objektivitetsideal, hvor en systematisk

fremgangsmåde, transparens og frem for alt replicerbarhed er alfa og omega (Meyer, 1991: 13; Post, 2015: 731).

Det datadrevne

Mens CAR først og fremmest indebar brugen af videnskabelige metoder, har muligheden for at indsamle og behandle store mængder data på det seneste banet vejen for en mere datadrevet tilgang til selve dataanalysen, som blandt andet skitseres i Sylvain Parasio (2015) studie af amerikanske "programmer-journalists". Den datadrevne tilgang er i sin kerne mere induktiv og medfører i et vist omfang en radikal omfortolkning af journalistens rolle, idet journalistens opgave i mindre grad bliver at fortolke data, men i højere grad at skabe rammevilkårene for, at brugerne selv kan foretage analyser (Parasio og Dagiral, 2012: 865). Dette forudsætter en øget grad af interaktivitet i formidlingen samt en mere omfattende præsentation af datasæt, der tillader en individualiseret, brugerdrevet analyse af sidstnævnte (Parasio og Dagiral, 2012: 867ff).

Det open source-inspirerede

Endelig fremhæves i litteraturen datajournalistikkens tætte bånd til open source-kulturen, der oprindeligt har sine rødder i it-verdenen og den kollektive og decentrale udvikling af software (Greene, 2015; Parasio og Dagiral, 2012: 866). Ifølge de amerikanske medieforskere Nikki Usher og Seth Lewis (2013) kan open source-kulturens karaktertræk især spores i en grundlæggende åbenheds-etos, der omgiver datajournalistikken, og som tilskynder en større åbenhed omkring kilder og data (Coddington, 2015: 332f; Vos og Craft, 2016: 8). Det journalistiske arbejde ses som en åben proces, hvor forskellige aktører opfordres til at supplere og videreudvikle det journalistiske produkt (Greene, 2015). Den journalistiske vidensproduktion er dermed ikke afsluttet i det øjeblik, et produkt publiceres, men der er tale om et kontinuerligt samarbejde (Lewis og Usher, 2013: 609).

Metode

Empirisk bygger undersøgelsen på 8 semi-strukturerede interviews med danske datajournalister (IP1-IP8), der med undtagelse af et enkelt besøgsinterview blev gennemført via telefon i løbet af april 2016 og havde en varighed på 30 til 60 minutter.

Gruppen af danske datajournalister blev identificeret gennem internetsøgninger på termer som "datajournalist" samt ved hjælp af bylines på datajournalistiske publikationer. Publikationerne blev blandt andet fundet via Facebook-gruppen „Datajournalistik“, der er målrettet nordiske datajournalister, samt ved at nærlæse listen over nominerede til de årligt uddelte NODA-Awards (tilgængelig på nodabase.net). Yderligere interviewpersoner blev identificeret ved at spørge de initialt udvalgte datajournalister om navne på andre personer, der beskæftiger sig med datajournalistik i en dansk kontekst (snowball-metoden). I alt blev 11 personer kontaktet, og rekrutteringen blev afsluttet, da interviewpersonerne i overvejende grad henviste til de samme personer. Allerede fordi datajournalistikens afgrænsning er omtvistet og flydende, omfatter dette udvalg formentlig ikke samtlige personer, der på den ene eller den anden måde arbejder med datajournalistik i Danmark. Det vurderes dog, at en stor del af de mest relevante aktører (personer og/eller medier) er omfattet af undersøgelsen.

Idet flere af de interviewede journalister har arbejdet for forskellige medier, repræsenterer journalisterne et bredt udsnit af det danske medielandskab med større og mindre dagblade (bl.a. Politiken, Berlingske, Information), fagblade (bl.a. Computerworld, Ugeskrift for Læger), tv-medier (TV 2, DR) og rene webmedier (Bias.nu, Finans.dk).

Interviewene blev gennemført med afsæt i en overordnet interviewguide, der foruden en række baggrundsspørgsmål rummede relativt åbne spørgsmål om overvejelserne bag datajournalisternes (legitimerings)praksis (f.eks.: Hvornår er en særskilt metoderedegørelse nødvendig? Hvilke faktorer kigger du på, når du vurderer troværdigheden af et datasæt? Hvorvidt og hvornår spørger du eksterne eksperter til råds?). Så vidt muligt blev der herved spurgt ind til konkrete eksempler fra interviewpersonens arbejde.

Efter transskriberingen blev materialet indledningsvis kodet tekstnært, hvorefter der ud fra den mere induktive kodning blev defineret koder for kategorier (f.eks. „åbenhed“) og underemner (f.eks. „forbehold over for åbenhed“). Disse koder blev brugt til en mere deduktiv genkodning af materialet. For at kontrollere kodningens konsistens blev tilfældigt udvalgte dele af interviewene genkodet efter et stykke tid, hvilket ikke viste nogen nævneværdig diskrepans.

Som et yderligere valideringstrin blev der gennemført en såkaldt medlemsvalidering (Brinkmann, 2012: 87), hvilket indebærer, at de interviewede journalister fik mulighed for at kommentere og uddybe eventuelle citater og fortolkninger, der blev udledt af deres interviewudtalelser. Interviewpersonerne er anonymiseret, både for at undgå et for tydeligt fokus på enkeltpersoner og for at facilitere en mere ufiltreret dialog om eventuelle pragmatiske ”smutveje”.

Brugen af interviews betyder, at det er interviewpersonernes artikulerede refleksioner, der er det analytiske omdrejningspunkt. De gennemførte interviews kan da ikke direkte bruges til at kortlægge, hvilke elementer fra forskellige vidensrationaler datajournalisterne rent faktisk anvender. De kan derimod bruges til at opnå indsigt i, hvordan journalisterne selv legitimerer deres fremgangsmåder, samt hvilke regler, procedurer og overvejelser der styrer en eventuel kombination af forskellige logikker og teknikker. Gennem analyse og fortolkning tilstræbes det sidenhen at sammenstykke et billede af den mere abstrakte epistemologi bag de interviewede journalisters ageren og i nogen grad datajournalistikken som helhed.

Resultater

På grundlag af den indsamlede empiri vil det følgende afsnit beskrive indsigter vedrørende en række af de skønssituationer, som kendetegner datajournalisternes hverdag. Herved fokuseres især på fire aspekter, der løst knytter an til de ovenfor beskrevne vidensrationaler: (1) metodevalg, (2) valideringsprocedurer, (3) åbenhedspraksis og (4) journalisterne syn på interaktiv, non-lineær formidling.

1. Metodevalg: Mellem journalistik og videnskab

Med hensyn til den metodiske fremgangsmåde kan det først og fremmest konstateres, at datajournalisternes grundlæggende tilgang til dataanalysen, herunder metodevalget, i høj grad synes at være styret af pragmatiske overvejelser:

Det er ikke så formaliseret. Det er ikke sådan, at vi sætter os ned på redaktionsmødet og siger: Denne her ide kræver de her data, og de her data kræver denne her metode, og denne metode kræver denne beregning [...] Det opstår mere som sådan en: Her er en idé, hvad gør vi med det?

(IP2, tv-/webmedie)

Når valget af metoder er kendetegnet ved en ad hoc-tilgang, rejser det spørgsmålet, i hvilket omfang datajournalisterne egentlig orienterer sig mod videnskabelige rationaler og logikker, som blandt andet CAR-traditionen tilsiger det. På den ene side fremhæver kun én interviewperson eksplicit og af egen drift videnskabelige normer som grundlag for vedkommendes brug af kvantitative metoder. Omvendt pointerer fire interviewpersoner i varierende grad, at deres tilgang ifølge dem ikke følger en "videnskabelig metode". På den anden side må datajournalisternes praksis dog antages at bygge på en implicit accept af nogle af de epistemologiske grundantagelser, som står centralt i både den kvantitative forskning og CAR-traditionen, herunder præmissen om, at virkeligheden kan måles, vejes og tælles (Wien, 2005: 38ff).

Ser man på de konkrete metoder, er det bemærkelsesværdigt, at interviewpersonerne synes at have svært ved at retfærdiggøre brugen af mere avancerede videnskabelige teknikker såsom statistiske modeller. Som en interviewperson formulerer det:

Min filosofi er, at jo mere avancerede metoder man skal bruge, eller man bruger, desto mere er der at forklare læserne. [...] Og det taler for, at man hurtigt kan stå med et forklaringsproblem, når man har lavet nogle meget indviklede analyser.

(IP8, dagblad)

En årsag kan således ligge i journalisternes publikum, der ikke kan forventes at være i stand til at fortolke og vurdere komplekse statistiske modeller (Albæk, 2006: 30). Den logiske konsekvens bliver da, at der ofte tyes til simple analysemetoder, der alt andet lige er lettere at forklare og dermed legitimere vis-a-vis brugeren.

Som en anden konsekvens af forbeholdene beskriver fire interviewpersoner, at mere avancerede analyser og følgelig også det tilhørende fortolkningsarbejde i nogen grad overflyttes til eksterne aktører:

Vi laver ikke regressionsanalyser eller den slags. Det kunne vi i princippet godt gøre. [...] Men i dag vil vi nok lægge den type analyser uden for huset [...]

(IP8, dagblad)

Selvom journalisterne ifølge citatet ”i princippet” godt kunne gennemføre analyserne, kan det diskuteres, i hvilket omfang journalister egentlig råder over den specifikke viden og den metodiske rutine, som brugen af mere komplekse statistiske beregninger og analyser kræver. Der eksisterer på nuværende tidspunkt ikke nogen detaljeret undersøgelse af danske datajournalisters baggrund og statistiske færdigheder, men stort set alle interviewpersoner angiver i nogen grad at være autodidakte inden for feltet. De således forventelige begrænsninger med hensyn til ekspertise i kombination med tidspres kan da gøre det nødvendigt i nogle tilfælde at opgive en del af den ”analytiske autonomi” ved at hente hjælp udefra.

Foruden at kompensere for eventuelt manglende tekniske og metodiske færdigheder opnår journalisten ved at udlicitere analyser imidlertid også en form for ”kompensatorisk legitimitet”, det vil sige at journalisten låner ekspertens autoritet som indehaver af neutral, faktuel viden (Albæk, 2006: 35f). På et normativt plan kan dette være tilstræbelsesværdigt, da avancerede analyser kan være svære at forene med et muligt ideal om journalisten som værende distanceret observatør (Post, 2015: 743). Mere komplekse metoder kræver flere valg, for eksempel når det handler om at sortere og filtrere data, hvilket alt andet lige tvinger journalisten ud i en mere aktiv rolle (jf. Schrager, 2014). Jo flere valg journalisten træffer, jo større er faren for, at resultatet

fremstår som selektivt og skævvredet, og journalisten kan ikke i samme grad legitimere sin praksis ved at henvise til en rolle som passiv formidler.

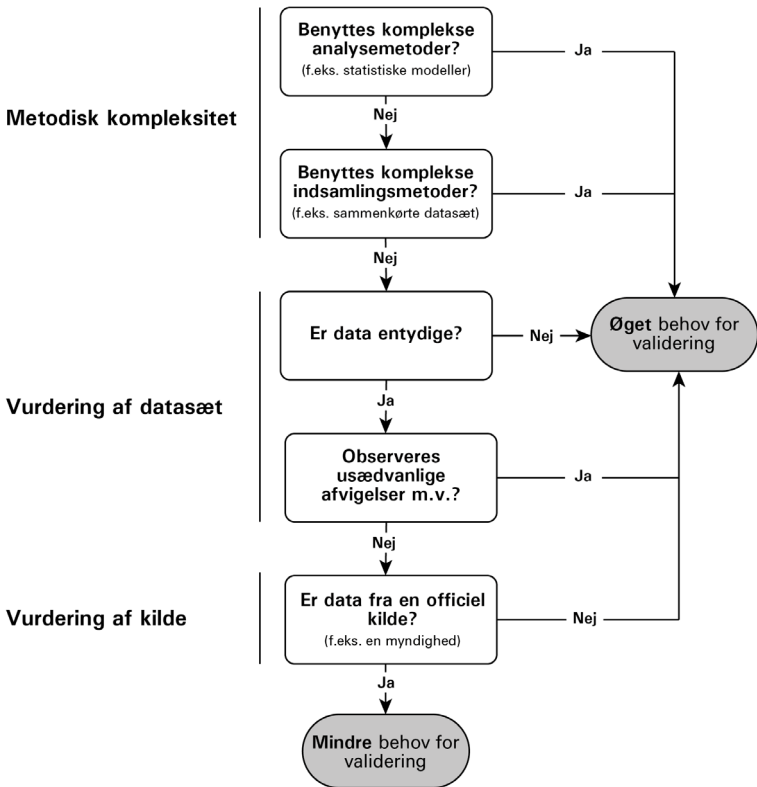
Uagtet bevæggrundene kan interviewpersonernes forbehold dog tolkes som et tegn på, at der i praksis er nogle tydelige grænser for, hvor meget datajournalister i metodisk henseende kan låne fra videnskabelige discipliner uden at komme i konflikt med journalistiske rationaler og normer.

2. Validering: Hvornår kan man stole på data og analyser?

På baggrund af datajournalisternes tids- og ressourcemæssige begrænsninger vil det langt fra altid være muligt at validere alle data tilbundsående (Ekström, 2002: 270). Der må sidenhen foretages et skøn vedrørende behovet for validering.

I denne forbindelse beskriver interviewpersonerne, at valideringsbehovet grundlæggende afhænger af datagrundlagets og de anvendte metoders kompleksitet såvel som en individuel vurdering af datasættet og datakilden (jf. figur 2).

Figur 2. Skitsering af journalisterne skøn vedrørende behovet for datavalidering.



Ved metodisk simple typer datajournalistik er journalistens ansvar mere eller mindre begrænset til vurderingen af datakilden og en akkurat gengivelse af data. Det datajournalistiske produkts legitimitet beror primært på de anvendte metoders selvforklarende karakter og kildens umiddelbare troværdighed:

Når man arbejder med officielle kilder som Eurostat, FN og Danmarks Statistik [...], så går man jo ikke ind og tjekker den enkelte tabel.

(IP5, dagblad)

I tilfælde af en høj(ere) metodisk kompleksitet og selvindsamlede data er datajournalisten derimod nødt til at forholde sig

mere reflekterende til data og metoder. Idet journalisten her ikke kan nøjes med at henvise til datakildens autoritet, kommer vedkommende i højere grad til selv at stå til ansvar for de frembragte resultater.

En strategi til at imødegå dette kan igen bestå i at inddrage eksterne aktører med henblik på at validere egne konklusioner og analyser. I journalisterens udtalelser fremgår det flere steder, at denne form for validering i høj grad ser ud til at være styret af "klassiske" journalistiske normer og valideringsteknikker, der også bruges i andre typer journalistik. Som eksempel nævner en interviewperson princippet om at få to uafhængige kilder til at validere data som valideringsprincip:

For mig handler det bare om: "Kan jeg validere det hos en anden kilde?" [...] Det er lidt den der klassiske journalistiske tilgang, at der skal to kilder til at verificere [...].

(IP1, dagblad/fagblad)

Inddragelsen af en "second opinion", der især omtales i forbindelse med mere komplekse analyser og data, behøver dog ikke partout at fremgå af selve produktionerne, for at sidstnævnte betragtes som tilstrækkelig legitimeret:

Det [kan] meget ofte foregå i baggrunden, at jeg ringer og siger: "Jeg har lavet denne her analyse og når frem til det og det resultat", og så hører jeg simpelthen, hvad de siger. [...] Det kan også godt være, de ikke bliver citeret, fordi man ikke skønner, at det er relevant.

(IP8, dagblad)

Udsagnet nuancerer dermed i nogen grad ovenstående pointe om journalisterens brug af "kompensatorisk legitimitet". Inddragelsen af eksperter benyttes ikke nødvendigvis som synlig argumentationsstrategi over for brugeren ("påstand Y er troværdig, fordi den stammer fra ekspert X"). Kontakten til eksterne med henblik på at afprøve resultater kan godt være begrænset til journalisterens bagvedliggende valideringsproces. En udadtil mere synlig legitimeringsstrategi er derimod den praktiserede åbenhed.

3. Åbenhed: Mere forsvarsstrategi end open source

På tværs af interviewpersonerne kan det konstateres, at åbenhed omtales som værende en afgørende faktor, når det handler om at legitimere datajournalistikken over for modtagerne. Åbenhed, der ofte beskrives som en grundpræmis for datajournalistikken (Coddington, 2015: 340), kommer i praksis blandt andet til udtryk ved, at journalisterne giver adgang til datasæt, linker til kilder og gør rede for de metoder og valg, der har ledt frem til et bestemt resultat (jf. Vos og Craft, 2016: 4).

Ud fra de gennemførte interviews kan åbenhedens betydning som legitimeringsstrategi imidlertid tolkes forskelligt. Det mest fremtrædende motiv bag danske datajournalisters åbenhedspraksis synes at være, at åbenhed fungerer som en slags værn:

Jeg synes, at det [åbenhed, red.] kan styrke historien, og at man kan undgå kritik. Simpelthen fordi [hvis] der er nogen, der er i tvivl om, om det nu kan være rigtigt, når man bare skriver en eller anden overordnet procent, [så kan] folk selv efterprøve det.

(IP8, dagblad)

Netop emfasen af replicerbarhed kan udlægges som bevægelse hen imod et videnskabeligt inspireret objektivitetsideal, hvor objektivitet ikke nødvendigvis står og falder med journalistens strengt passive observatørrolle (Wien, 2005: 38). Legitimitet og objektivitet opnås derimod ved, at modtageren kan reproducere resultaterne (Post, 2015: 731). Bevægelsen mod en større åbenhed mødes dog til tider også af forbehold, som for eksempel her:

Jeg tror personligt, at jeg tænker, at jeg gør mig selv sårbar, fordi når man lægger en artikel ud, har man jo ikke kunnet sikre sig 100%, at alt er i orden.

(IP3, dagblad)

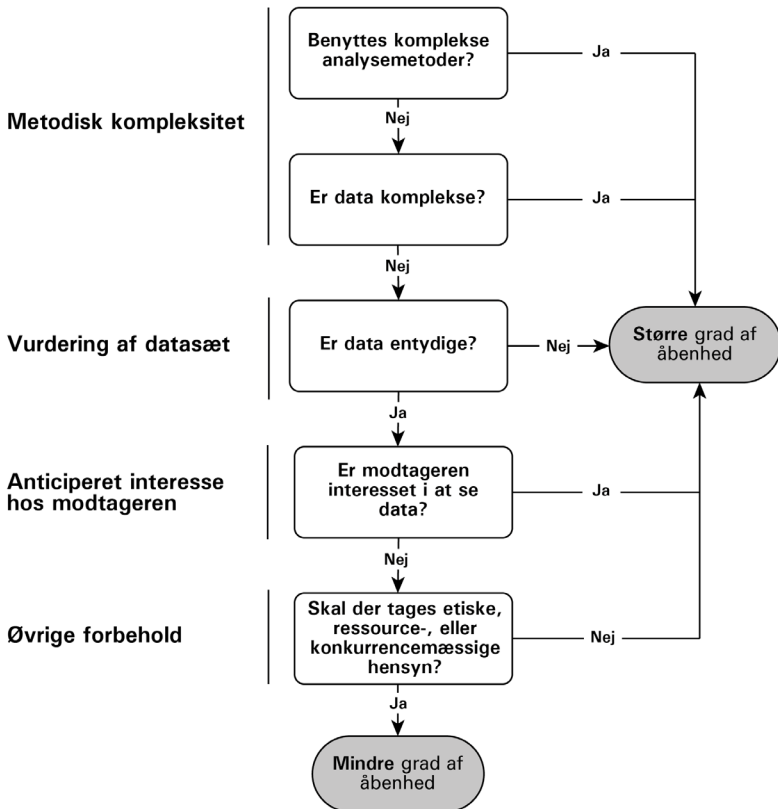
Følgelig synes den praktiske implementering af åbenhedsidealet i mange tilfælde at være betinget af journalistiske skøn i forhold til det konkrete projekt. Det illustreres eksempelvis af udtalelser, der fremhæver betydningen af den tilsigtede målgruppe:

Jeg laver noget for Ugeskrift for Læger indimellem. De vil virkelig gerne have kildeangivelse på, [...] de vil gerne have mulighed for at tjekke det selv. Hvorimod hvis jeg laver noget til pædagogerne, så er de ikke så interesseret i på samme måde at efterprøve.

(IP4, freelancer)

Derudover fremgår det af de gennemførte interviews, at det oplevede behov for åbenhed godt nok synes at vokse i takt med datasættenes og metodernes kompleksitet, men at både ressourcemæssige, konkurrencemæssige og etiske hensyn (bl.a. anonymitet) trækker i den modsatte retning (jf. figur 3).

Figur 3. Faktorer med betydning for omfanget af åbenhed omkring data og metoder.



Disse forbehold medfører, at åbenheden langt fra altid er så vidtgående, at læseren faktisk kan efterligne resultaterne. Åbenhed fremstår som et "nice-to-have" frem for et ufravigeligt krav, hvilket sætter spørgsmålstegn ved, om formålet egentlig er at sikre transparens i videnskabelig forstand.

Som blandt andre Karlsson (2010) pointerer, kan åbenhed til tider også tolkes som en form for distancering og et "strategisk ritual" (Tuchman, 1972), der underbygger en klassisk journalistisk objektivitetsnorm baseret på journalistens upartiske rolle (Lesage og Hackett, 2013: 44). Ved at lægge data frem begrænser journalisten i nogen grad sit ansvar ved at overlade dele af vurderingsarbejdet til brugerne. Målet om at sikre, at andre kan efterligne dataarbejdet, er derimod af underordnet betydning (jf. Post, 2015: 741).

Mens rygdækningsmotivet uagtet disse forskellige fortolkningsmuligheder synes at være den dominerende drivkraft bag interviewpersonernes åbenhedspraksis, er de mere open source-inspirerede ambitioner langt mere afdæmpede. På den ene side kan datajournalisternes retoriske værdsættelse af åbenhed og enkelte journalisters argumenter om, at brugerne skal kunne arbejde videre med data, tolkes som spæde tegn på, at journalisterne ser dem selv som værende en del af et større fællesskab præget af en kollaborativ ånd og en værdsættelse af vidensdeling (Lewis og Usher, 2013). Citater som det følgende antyder denne tankegang:

Vi har flere gange offentliggjort datasæt, efter vi har lavet historierne, så folk principielt kan gå dem efter i sømmene, men også arbejde videre med dem [...]

(IP6, tv-/webmedie)

Lignende open source-inspirerede argumenter nævnes på den anden side dog kun sjældent, og ingen af journalisterne kunne pege på eksempler, hvor brugere faktisk har benyttet fremlagte data, eller hvor der udtrykkeligt blev lagt op til dette fra journalisterens side.

4. Formidling: Den styrede interaktivitet

Især datadrevne strømninger inden for datajournalistikken lægger i høj grad op til mere interaktive fortælleformer. Sidstnævnte kan blandt andet være kendetegnet ved, at brugeren kan interagere med omfangsrige datavisualiseringer, frem for at journalisten serverer en skarpvinklet og ofte lineær fortalt historie. Udpræget interaktivitet rykker dermed ved præmisserne for den journalistiske formidling, idet den indebærer en mere aktiv rolle for brugeren, mens datajournalistens opgave bliver at sætte rammerne for brugernes udforskning af data (Lesage og Hackett, 2013: 44; Segel og Heer, 2010). I praksis fremstår rollefordelingen mellem journalist og bruger dog mere broget.

På den ene side fremhæver flere interviewpersoner interaktivitet som et kerneelement i og én af fordelene ved datajournalistikken, der typisk ledsages af klikbare visualiseringer. På den anden side lægger flertallet af datajournalisterne vægt på, at datajournalistikken i deres øjne ikke medfører et radikalt brud med de fortælleformer, der præger den mere traditionelle journalistiks praksis og epistemologi. Ofte betones et klart behov for, at journalisten sætter nogle faste rammer for brugerens undersøgelse af data og beholder kontrollen over den journalistiske vinkel:

Det er ikke lykken at overlade for mange valg til brugerne i interaktive grafikker og i analysen. De færreste kan overskue det. Journalistens rolle er stadig i datajournalistik at fortælle vinklen klart.

(IP4, freelancer)

Det er bemærkelsesværdigt, at flere interviewpersoner beskriver, hvordan der tidligere har været tale om en større entusiasme omkring muligheden for at lade brugeren udforske data. Interviewpersonerne understreger dog, at disse forsøg i deres optik ikke har båret frugt, hvorfor man har revurderet satsningen på mere brugerdrevne formidlingsformer. Eksempelvis forklarer en interviewperson:

[I starten var det] meget ud fra ideologien "gå på opdagelse i data" [...] Men for den almindelige læser virker det overhovedet ikke. [...] Man er simpelthen nødt til at fokusere utrolig meget og sige, at det er det her i datasættet, der er vigtigt, og præsentere det.

(IP3, dagblad)

Denne udvikling kan tolkes som en tilbagevenden til mere traditionelle journalistiske normer og rutiner på bekostning af det datadrevne vidensrationale, der betoner datas iboende journalistiske værdi og værdien af at lade brugeren fortolke selv (Lewis og Westlund, 2015: 453; Parasie og Dagiral, 2012: 864). Det kan da diskuteres, hvad der ligger bag denne udvikling.

En mulig forklaring kan være, at det datadrevne vidensrationale er i direkte konflikt med kerneelementer i den journalistiske kultur og selvopfattelse. Som Mark Deuze fremhæver, er ønsket om at bevare autonomien over det journalistiske indhold og dets vinkling stærkt forandret i den journalistiske ideologi (Deuze, 2005: 456). Dette foranlediger også Seth Lewis til at udpege den professionelle ideologi og etablerede kultur som en forhindring for en mere udpræget brugerinddragelse (Lewis, 2012: 845). Ud fra en etableret konvention om, at journalisten styrer formidlingen, er det vanskeligt at legitimere formidlingsformer, der bygger på, at brugerne selv skal udforske data.

Særligt journalisternes beskrivelser af deres mislykkede forsøg med brugerdrevne formater kunne også tyde på, at brugerne enten ikke ønsker eller ikke forstår at gøre brug af diverse former for interaktivitet og brugerinddragelse (se Segel og Heer, 2010: 1147). Med hensyn til årsagen kan der imidlertid være tale om en vis hønen eller ægget-problematik. Det kan være svært at afgøre, hvorvidt en tilbageholdende brug af brugerinddragelse og interaktivitet skyldes manglende interesse på brugersiden, eller om den manglende interesse omvendt skyldes manglende bekendtskab med interaktive formidlingsformer.

Konklusion

Hvad kan de foroven skitserede overvejelser vedrørende metodevalg, valideringsprocedurer, åbenhedspraksis og interaktivitet

overordnet fortælle om epistemologien bag danske datajournalisters arbejde?

Grundlæggende bærer de interviewede journalisters legitimeringspraksis præg af, at datajournalisterne meget pragmatisk kombinerer epistemologiske og metodologiske elementer fra flere discipliners vidensgrundlag, herunder samfundsvidenskab, it og journalistik. Pragmatismen er blandt andet tydelig, når både metodevalget såvel som graden af åbenhed og interaktivitet justeres afhængigt af faktorer som datagrundlag, produktionsvilkår og ikke mindst journalistiske formidlingskrav. Uagtet eventuelle lån fra andre discipliner og kulturer fremstår journalistiske normer som det afgørende omdrejningspunkt for datajournalisternes overvejelser, hvilket sætter tydelige rammer for importen af metoder og logikker "udefra".

Mangfoldigheden af skøn, normer og forbehold gør det generelt vanskeligt at tale om en monolitisk epistemologi. Tværtimod kan den udprægede pragmatisme tolkes som tegn på, at datajournalistikken endnu ikke har udviklet et selvstændigt erkendelsesteoretisk grundlag med heraf afledte systematiske procedurer. Det epistemologiske grundlag for datajournalisters kombination af vidensrationaler forbliver diffust.

I et professionsperspektiv rejser dette spørgsmålet, hvilken betydning datajournalistikens multidisciplinære karakter og pragmatiske tilgang har eller kan få for den journalistiske profession som helhed. Hvis det lykkes i højere grad at integrere rationaler og metoder for arbejdet med kvantitative data i det journalistiske vidensgrundlag og den journalistiske praksis, kan dette potentielt være med til at udvide journalistikkens jurisdiktion. Arbejdet med data vil da blive en legitim "journalistisk" opgave. Lykkes det derimod ikke at basere den datajournalistiske praksis på et tilstrækkeligt solidt og erkendelsesteoretisk kohærent vidensgrundlag, kan det have mere eller mindre alvorlige implikationer. I bedste fald vil man holde sig til simple former for datajournalistik, der kan legitimeres alene ud fra gængse journalistiske logikker, rutiner og metoder. Denne praksis ville minde om den kendte brug af infografikker og cementere afhængigheden af andres dataanalyser. I værste fald vil datajournalistik opleves som værende i strid med både journalistikkens og andre

discipliners normer, hvilket kan sætte spørgsmålstejn ved denne journalistikforms troværdighed og legitimitet.

Diskussion af resultaternes generaliserbarhed

De opridsede konklusioners gyldighed skal ses i lyset af, at der tages udgangspunkt i journalisternes eget syn på deres praksis og legitimeringen af selvsamme. Det indebærer, at konteksten og rammevilkårene for datajournalisternes arbejde kun er belyst indirekte og gennem journalisternes øjne. Ligeledes kan undersøgelsen ikke sige noget direkte om, hvorvidt andre, for eksempel brugere, chefer og faggrupper som grafikere og programmører, anser datajournalisternes praksis og produktioner som værende tilstrækkelig legitimeret. Dette tydeliggør behovet for også at inddrage andre aktører end datajournalister i fremtidige studier for at opnå et mere eksternt syn på datajournalistikens oplevede legitimitet.

Hertil kommer, at undersøgelsen empirisk er afgrænset til en dansk kontekst. På et praktisk plan kan eksempelvis det danske mediemarkeds størrelse have betydning for, hvor mange ressourcer medier kan investere i datajournalistik, hvilket igen kan påvirke journalisternes råderum og muligheder (Fink og Anderson, 2014: 479). På et mere kulturelt plan kan bl.a. indholdet af det journalistiske rationale og de epistemologiske træk af professionskulturen variere på tværs af lande (se Hanitzsch, 2007). Det er derfor muligt, at specifikke aspekter af den danske journalistiks professionskultur, der her ikke er undersøgt i sin helhed, er en begrænsende faktor i forhold til at overføre de tilgange og tendenser, som observeres i udlandet. Fremtidige komparative studier af datajournalistikken vil her kunne fremme forståelsen af, hvordan forskellige nationale professionskulturer sætter deres præg på datajournalistikken.

REFERENCER

- Abbott, Andrew (1988). *The System of Professions. An Essay on the Division of Expert Labor*. Chicago: University of Chicago Press.
- Albæk, Erik (2006). "Statskundskab og journalistik – et umage par?" *Journalistica* 3: pp. 27-43.
- Brinkmann, Svend (2012). "Forståelse og fortolkning". I *Videnskabsteori i statskundskab, sociologi og forvaltning*, redigeret af Michael H. Jacobsen, Kasper Lippert-Rasmussen og Peter Nedergaard, pp. 67-98. København: Hans Reitzels Forlag.
- Coddington, Mark (2015). "Clarifying Journalism's Quantitative Turn". *Digital Journalism* 3 (3): pp. 331-48.
- Deuze, Mark (2005). "What is Journalism?: Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered". *Journalism* 6 (4): pp. 442-64.
- Ekström, Mats (2002). "Epistemologies of TV Journalism – A Theoretical Framework" 3 (3): pp. 259-82.
- Fink, Katherine og C.W. Anderson (2014). "Data Journalism in the United States". *Journalism Studies* 9699 (April 2015): pp. 1-15.
- Greene, Taylor (2015). "Common Values Unite Journalism and Open Source". opensource.com/life/15/8/common-values-unite-journalism-open-source (hentet 27.7.17).
- Grimen, Harald (2008). "Profesjon og kunnskap". I *Profesjonsstudier*, redigeret af Anders Molander og Lars Inge Terum, 2.udg., pp. 71-86. Oslo: Universitetsforlaget.
- Grimen, Harald og Anders Molander (2008). "Profesjon og skjønn". I *Profesjonsstudier*, redigeret af Anders Molander og Lars I. Terum, 2.udg., pp. 179-96. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hanitzsch, Thomas (2007). "Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory". *Communication Theory* 17 (4): pp. 367-85.
- Karlsson, Michael (2010). "Rituals of Transparency". *Journalism Studies* 11 (4): pp. 535-45.
- Lesage, Frédéric og Robert A. Hackett (2013). "Between Objectivity and Openness – The Mediality of Data for Journalism". *Media and Communication* 1 (1): pp. 39-50.
- Lewis, Seth C. (2012). "The Tension Between Professional Control and Open Participation". *Information, Communication & Society* 15 (6): pp. 836-66.
- Lewis, Seth C. og Nikki Usher (2013). "Open Source and Journalism: Toward New Frameworks for Imagining News Innovation". *Media, Culture & Society* 35 (5): pp. 602-19.

- Lewis, Seth C. og Oscar Westlund (2015). "Big Data and Journalism". *Digital Journalism* 3 (3): pp. 447-66.
- Meyer, Philip (1973). *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods*. 2. ed. Bloomington: Indiana University Press.
- Meyer, Philip (1991). *The New Precision Journalism*. Bloomington: Indiana University Press.
- Parasie, Sylvain (2015). "Data-Driven Revelation?" *Digital Journalism* 3 (3): pp. 364-80.
- Parasie, Sylvain og Eric Dagiral (2012). "Data-driven Journalism and the Public Good: 'Computer-assisted-reporters' and 'Programmer-journalists' in Chicago". *New Media & Society* 15 (6): pp. 853-71.
- Post, Senja (2015). "Scientific Objectivity in Journalism? How Journalists and Academics define Objectivity, Assess its Attainability, and Rate its Desirability". *Journalism* 16 (6): pp. 730-49.
- Schrager, Allison (2014). "The problem with data journalism". *Qz.com*. qz.com/189703/the-problem-with-data-journalism/ (hentet 27.7.17).
- Segel, Edward og Jeffrey Heer (2010). "Narrative Visualization: Telling Stories with data". *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics* 16 (6): pp. 1139-48.
- Svith, Flemming (2014). "Grundlaget for journalisters viden". I *Professioner under pres*, redigeret af Gitte S. Harrits, Martin B. Johansen, Jens E. Kristensen, Lars T. Larsen og Søren G. Olesen, pp. 119-46. Aarhus: Systime.
- Tuchman, Gaye (1972). "Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity". *The American Journal of Sociology* 77 (4): pp. 660-679.
- Vos, Tim P. og Stephanie Craft (2016). "The Discursive Construction of Journalistic Transparency". *Journalism Studies*, februar, pp. 1-18.
- Wien, Charlotte (2005). "Journaivismen og positivlistikken". *Nordicom Information*, nr. 2: pp. 37-46.

FORFATTER

Boy Rasmus Repenning

Cand.public., webproducer, Jyllands-Posten.

repenning@gmx.de

Brølet i kommentarsporet: Journalisters formidling af den offentlige opinion på politiken.dk

AF RASMUS RØNLEV

Resumé

Artiklen præsenterer et casestudie af et forløb i vinteren 2012 hvor en ung studerendes indlæg om hendes trange studenterøkonomi skabte voldsom debat på politiken.dk. På baggrund af en retorisk analyse påvises det hvordan den offentlige opinion der manifesterede sig i netavisens kommentarspor, blev påfaldende forenklet i den danske medieomtale af debatten: Det flerstemmige kor af argumenter i kommentarsporet som analysen afdækker, blev i danske medier reduceret til en enstemmig kritik af den studerende og hendes indlæg. Studiet viser hvordan journalisters rolle som privilegerede fortolkere og formidlere af den offentlige opinion undertiden ikke blot fastholdes på nettet, men forstærkes.

Introduktion

I takt med udbredelsen af digitale netværksmedier har iagttagere sået tvivl om journalisters rolle som bindeled mellem – eller gatekeepers for – politisk debatterende kommunikation mellem borgere og magthavere; tilsyneladende kan parterne jo nu kommunikere direkte med hinanden, for eksempel på de sociale medier (Bro og Wallberg 2015: 99). Flere retorikere har i lyset af medieudviklingen fremsat den håbefulde hypotese at debatterende borgeres hverdagsretorik på nettet i stigende grad vil udfordre den autoritet som retorikken fra traditionelt privilege-

rede kommunikatører som journalister indtil nu har nydt (Hauser, 2007: 338; Howard, 2010: 256--257; Ingraham, 2013: 17-18). Eksempelvis Gerard A. Hauser har fremhævet at nettet gør det muligt for borgere hurtigt og effektivt at påvirke den offentlige opinion og i sidste ende de politiske beslutningstagere, ikke blot uden journalisters indblanding, men undertiden som udtryk for en direkte destabilisering af journalisters privilegerede position som moderatører for den offentlige meningsdannelse (Hauser, 2007: 338). Også nyhedsmediernes egne digitale platforme kan principielt understøtte en sådan mere direkte kommunikationsstrøm fra borgere til magthavere. Ikke alene kan borgere her dele deres erfaringer og holdninger i debatindlæg og lignende; i kommentarspor kan andre gøre det samme, og ved at læse, dele og kommentere kan borgere være med til at skabe opmærksomhed om en sag og på den måde bidrage til at få magthaverne i tale. Med netaviser som understøttende mellemlid kan borgere ideelt set sætte en politisk dagsorden og gøre deres indflydelse gældende.

I denne artikel argumenterer jeg imidlertid for at digitale netværksmedier som netaviser og den kommunikation mellem borgere og magthavere de muliggør, ikke har overflødiggjort journalister som fortolkere og formidlere af den offentlige opinion, tværtimod. Journalisters formidling af debatter på netaviser kan stadig have afgørende betydning for de debatterende borgeres *retoriske agency*. Agency skal her forstås som det dialektiske samspil mellem borgernes individuelt betingede evner og strukturelt betingede muligheder for at handle retorisk og opnå indflydelse (Gunn og Cloud, 2010; Hoff-Clausen, Isager og Villadsen, 2005; Isager, 2009).¹ I mine analyser vil jeg vise at idet journalister omtaler debatter på netaviser og fortolker og formidler hvad debatterne handler om, og hvad debattørerne mener, er journalisterne i høj grad med til at bestemme borgernes muligheder for at opnå opmærksomhed og øve indflydelse på den politiske meningsdannelse i den bredere offentlighed.

Tidligere studier har vist at også journalister mener at det har stort demokratisk potentiale at åbne for borgeres kommentarer på netaviser: På den måde kan nyhedsmediernes styrke deres idealfunktion som kanaler for offentlig debat og være med til at demokratisere den offentlige meningsdannelse ved at lade

flere og nye stemmer komme til orde (Braun og Gillespie, 2011: 386; Robinson, 2010: 132; Singer, 2010: 134 og 138; Singer og Ashman, 2009: 13 og 18). Denne opfattelse er så udbredt blandt journalister at journalistikforskeren David Domingo ligefrem har kaldt den en stærk, socialt konstrueret *myte* (Domingo, 2008: 682-683). Myten har imidlertid vist sig svær at realisere i praksis. Ifølge journalister skyldes det at borgernes kommentarer generelt er af lav kvalitet (Bergström og Wadbring, 2015: 143; Chung, 2007: 56; Diakopoulos og Naaman, 2011: 136; Singer, 2010: 133; Winsvold, 2009: 47 og 51) og fyldt med personangreb, ikke kun borgerne imellem, men også på journalisternes kilder (Braun og Gillespie, 2011: 388; Canter, 2013: 612; Diakopoulos og Naaman, 2011: 136; Loke, 2012: 239). Flere journalister mener derfor at de stadig bør indtage rollen som gatekeepere, også for debatter på netaviser (Hermida og Thurman, 2008: 350-351 og 353-354; Singer, 2010: 138). Mængden af kommentarer betyder dog at det ofte kan være en særdeles ressourcekrævende opgave at moderere debatterne og finde og fremhæve de momenter af kvalitet der måtte være i dem (Braun og Gillespie, 2011: 386-389; Chung, 2007: 56; Diakopoulos og Naaman, 2011: 141; Robinson, 2010: 135; Thurman, 2008: 147 og 152; Winsvold, 2009: 47-48 og 52). Disse negative praksiserfaringer til trods giver journalister ikke desto mindre også udtryk for at kommentarspor på netaviser kan være en journalistisk ressource, for eksempel som kilde til nye historier og vinkler, ekspertviden og kritik der kan føre til faglig disciplin og udvikling (Diakopoulos og Naaman, 2011: 140; Graham og Wright, 2015: 320 og 328-332; Hermida og Thurman, 2008: 349 og 352; Loke, 2012: 238-239; Singer, 2010: 135).

Alle de nævnte studier af journalisters erfaring med og opfattelse af kommentarspor på netaviser baserer sig på interviews, surveys og observationer. Enkelte af studierne supplerer dette med indholdsanalyser af kommentarspor og sammenholder journalisters opfattelse af kommentarsporene med kommentarsporenes faktiske indhold (Canter, 2013: 606; Graham og Wright, 2015: 321-323). I ingen af studierne undersøges journalisters tekster, for eksempel omtaler af debatter på netaviser, og hvordan de tekster spiller sammen med borgeres tekster, for eksempel debatindlæg og kommentarer, i længere debatforløb på tværs af medietyper og kommunikationsformer. En grundantagelse i

denne artikel er imidlertid at offentlig meningsdannelse er en dynamisk proces der manifesterer sig i offentlig retorik, hvorfor man må vende blikket mod netop *tekster* og deres intertekstuelle samspil hvis man vil undersøge journalisters betydning for den opmærksomhed og indflydelse borgere kan få i offentligheden (jf. Hauser, 1999: 84-85 og 275-277). Derfor tager jeg udgangspunkt i dette samspil mellem borgeres og journalisters tekster og præsenterer et casestudie af debat blandt borgere på en netavis og journalisters omtale af samme. Det centrale spørgsmål er hvordan journalisterne tilskriver de debatterende borgere retorisk agency.

Studiet tager afsæt i et debatforløb i vinteren 2012 hvor den indtil da ukendte studerende Sofie V. Jensen (SVJ) skabte voldsom debat i danske medier. D. 7. januar fik hun publiceret et debatindlæg både i Politiken² og på politiken.dk³ der handlede om hendes trange studenterøkonomi. På få dage fik indlægget små 2.000 kommentarer på politiken.dk, og hurtigt spredte debatten sig til andre nyhedsmedier, blogs og debatfora på nettet. Efterhånden som indlægget resulterede i rekordmange kommentarer på Politikens netavis⁴ og skabte debat på tværs af danske webmedier, begyndte flere journalister, politikere og andre meningsdannere at tage del i debatten. I ugen der fulgte, blev den megen opmærksomhed som indlægget fik på nettet, desuden vekslet til opmærksomhed i de traditionelle massemedier. SVJ endte på forsiden af både Ekstra Bladet⁵ og Kristeligt Dagblad⁶ og besøgte såvel Go'morgen Danmark på TV 2⁷ som Deadline på DR2⁸. I den megen medieomtale indledte journalisterne typisk med at slå fast hvor mange der havde læst og kommenteret den studerendes indlæg på politiken.dk. Samtidig konstaterede de at flertallet var negativt, ja, ligefrem fjendtligt stemt over for hende. Den dominerende historie i danske medier var at SVJ måske nok fik sat en dagsorden med sit indlæg, men også at hun blev sat godt og grundigt på plads af sine medborgere. Ikke desto mindre lykkedes det hende at råbe flere politiske magthavere op, både medlemmer af Folketinget⁹ og ikke mindst uddannelsesminister Morten Østergaard der medgav "at danske studerende (...) ikke [levede] i sus og dus".¹⁰

Casen er interessant fordi den umiddelbart fremstår som et prototypisk eksempel på hvordan webmedier og herunder

netaviser ikke kun kan understøtte politisk debatterende kommunikation fra magthavere til borgere, men også fra borgere til magthavere. Politikens opinionsredaktør Per Michael Jespersen mente at forløbet var et eksempel på en “nedefra og op-debat”,¹¹ og avisens lederskribent Kristian Madsen så det som “et stærkt tegn på den helt særlige danske debatkultur, hvor ‘almindelige’ mennesker også kan komme til i avisernes spalter”.¹² Madsen mente imidlertid også at forløbet illustrerede at der var forskel på at blive hørt og så at blive forstået: “Det er et ubetinget gode ved den danske offentlige debat, at selv en ung studerende kan sætte en dagsorden. Nu mangler vi blot, at de professionelle debattører også forsøger at forstå, hvad de [ikke-professionelle debattører] skriver.” Adskillige af de “professionelle debattører” Madsen kritiserede, var journalister. Som hans kritik antyder, er casen også interessant fordi den illustrerer at debat blandt borgere på nettet måske nok kan sætte den offentlige dagsorden, men at journalister fortsat spiller en rolle som fortolkere og formidlere af hvad den dagsorden så er, og hvilke argumenter der er fremherskende blandt de debatterende borgere.

Artiklens analyse falder i tre trin: Jeg analyserer SVJ's debatindlæg, de små 2.000 kommentarer det afstedkom på politiken.dk, og den omtale som såvel indlægget som kommentarerne fik i danske medier. Ved at sammenholde mine analyser vurderer jeg hvor retvisende de journalister der skrev om debatten, udlagde de spørgsmål og synspunkter der kom til udtryk i indlægget og kommentarerne på Politikens netavis. På den baggrund diskuterer jeg journalisters rolle som retorisk privilegerede fortolkere og formidlere af den offentlige opinion på nettet. Inden jeg skrider til analysen, vil jeg dog først uddybe dens teoretiske afsæt og metodiske greb.

Journalisters retoriske privilegier i den offentlige meningsdannelse

I en artikel om politisk kommunikation i medierede masse-demokratier har Jürgen Habermas peget på at samfundet kan anskues som et *kommunikativt hierarki* (Habermas, 2006: 419; se også Rønlev, 2014: 43-46). Lagdelingen i dette hierarki beror

ifølge Habermas på en ulige distribution af *magt*, det være sig politisk magt, social magt, økonomisk magt eller magt over medierne (Habermas, 2006: 418-419). Ud fra et retorisk perspektiv betyder dette at nogle kommunikatører nyder retoriske privilegier i den offentlige sfære som andre kommunikatører ikke gør. Eksempelvis har journalister i kraft af deres tilhørsforhold til pressen som samfundsinstitution (og den magt over medierne det indebærer) generelt nemmere ved at få taletid og ørenlyd i offentligheden end de fleste borgere. Hvad Habermas implicit peger på, er altså at der eksisterer *institutionaliserede forskelle i retorisk agency* i den offentlige sfære (se også Rønlev, 2014: 47-49). Ikke i den forstand at journalisters retoriske handleevne nødvendigvis er bedre end de fleste borgeres, men i den forstand at deres retoriske handlemulighed er det.

Traditionelt har journalister derfor haft privilegeret mulighed for at øve indflydelse på den *offentlige opinion*. Retorikeren Gerard A. Hauser har argumenteret for at den offentlige opinion træder frem i samfundets fortsatte *multilog*, med hvilket han mener et netværk af samtaler blandt engagerede borgere, ikke kun i den politiske offentlige sfære, men i alle samfundets sfærer (Hauser, 1999: 65, 74 og 93-108). Her er praktisk argumentation – eller retorik om man vil – afgørende for at en offentlighed kan nå en fælles forståelse og vurdering af et samfundsmæssigt anliggende og på den baggrund give udtryk for en egentlig offentlig opinion (Hauser, 1999: 65, 74 og 93-108). Vil man vide hvad offentligheder mener, og hvordan de kommer til at mene det, må man derfor studere offentlig retorik, vel at mærke både den formelle retorik fra privilegerede debattører som eksempelvis journalister og den mere uformelle hverdagsretorik blandt mindre privilegerede debattører som de fleste almindelige borgere (Hauser, 1999: 85).

På trods af at den offentlige meningsdannelse ifølge Hauser ikke begrænser sig til en lille elites diskussioner i institutionelle fora som pressen og parlamentet, anerkender han ikke desto mindre at journalister indtager en retorisk privilegeret position i den multilog han beskriver, netop på grund af deres adgang til medierne (Hauser, 1999: 275 og 277). Som *debattører* har journalister ikke alene nemmere ved at få udbredt deres synspunkter; i kraft af deres profession som nyhedsformidlere (Bro, 2009: 382)

har de særlig adgang til de politiske magthavere og dermed større indblik i baggrunden for politiske forslag og bevæggrundene hos forslagsstillerne. Derfor nyder kommentatorer og redaktører en naturlig opmærksomhed i offentligheden som de fleste borgere ikke gør. Også som multilogens *moderatorer* (se også Hansen, 2015: 104-105) nyder journalister særlige privilegier. I kraft af deres adgang til nyhedsmedierne som platforme for offentlig debat (Bro, 2009: 382) har de ikke alene indflydelse på hvad der sættes til debat, og hvilke indlæg der bringes, men også hvordan debatten og herunder den offentlige opinion bør fortolkes.

Disse traditionelle privilegier har medieudviklingen som sagt sat til debat. Som medieforskeren Klaus Bruhn Jensen har påpeget, har udbredelsen af digitale netværksmedier fundamentalt forandret samfundets *kommunikationsstrømme*, altså strømme af information på tværs af forskellige medietyper og kommunikationsformer (Jensen, 2012: 186-189). Hvor disse tidligere har været domineret af én til én-kommunikation ansigt til ansigt og én til mange-kommunikation i traditionelle massemedier, er der ifølge Jensen i dag føjet et tredje trin til disse to, nemlig mange til mange-kommunikation i digitale netværksmedier (Jensen, 2009: 335-36, 2010: 64; Jensen og Helles, 2011: 528-529; Jensen, 2012: 188). Udviklingen er, som jeg var inde på indledningsvis, blevet set som udtryk for en demokratisering af den offentlige meningsdannelse: Via de digitale netværksmedier skulle flere borgere kunne gøre deres indflydelse gældende som offentlige debattører (Hindman, 2009: 6). Og den mere direkte kommunikation mellem borgere og magthavere som netværksmedierne tilsyneladende muliggør, skulle desuden overflødiggøre journalister som moderatorer (Bro og Wallberg, 2015: 99).

Såvel politologiske som retoriske studier antyder dog at journalisters retoriske privilegier i den offentlige debat består, også i digitale netværksmedier. I et ofte citeret studie har politologen Matthew Hindman eksempelvis vist hvordan journalister med tilknytning til de etablerede nyhedsmedier løber med langt størstedelen af opmærksomheden i den politiske blogosfære i USA (Hindman, 2009: 116-117 og 122). Som debattører har journalister altså også online nemmere ved at komme til orde og blive hørt. Tilsvarende har retorikeren Christine Isager i et studie af Berlingske Tidendes journalistiske projekt *Forbrydelsen* fra 2008

vist hvordan journalister også på nettet indtager en privilegeret rolle som moderatører for offentlig meningsdannelse (Isager, 2009: 287). Det er netop journalisters forvaltning af denne rolle som denne artikels analyser kaster lys over.

Casestudiet der følger, er en *retorisk kritik* (se Isager, 2015: 6; Lund og Roer, 2014; Villadsen, 2009) der baserer sig på nærlæsninger af tekster og de intertekstuelle reaktioner de afstedkommer (se Ceccarelli, 2001; Hauser, 1999: 275-277). Jeg undersøger det forløb som SVJ's debatindlæg igangsatte, ved i tre trin at analysere indlægget, så dets kommentarspor på politikken.dk og til sidst den omtale begge fik i danske medier. I denne trinvis analyse fokuserer jeg først på hvilke argumenter SVJ fremsatte i sit indlæg, siden hvilke (mod)argumenter hendes indlæg blev mødt med i kommentarsporet, og endelig hvilke af argumenterne i henholdsvis indlægget og kommentarsporet der blev videreført af journalister i medieomtalen. I analyserne af kommentarsporet og medieomtalen supplerer jeg mine kvalitative analyser af hvilke argumenter der var at finde i analyseteksterne, med kvantitative optællinger af hvor udbredte de argumenter var. På den måde kortlægger jeg hvilke argumenter der dominerede i forskellige trin af kommunikationsstrømmen, og påviser i sidste ende en påfaldende diskrepans mellem den offentlige opinion der manifesterede sig i kommentarsporet på Politikens netavis, og hvordan denne blev udlagt i danske medier.

Fra én borger til mange: Hvad skrev Sofie V. Jensen?

SVJ's debatindlæg blev offentliggjort på et tidspunkt hvor der var røre i folkestemningen med hensyn til hvad det ville sige at være fattig i Danmark, og hvordan ansvarsfordelingen mellem borger og stat i den forbindelse burde være.¹³ Det skyldtes ikke mindst debatten nogle måneder forinden om "Fattige Carina", en enlig mor på kontanthjælp som Özlem Cekic, MF for Socialistisk Folkeparti, i november 2011 brugte som et eksempel på en fattig dansker i en konfrontation med Joachim B. Olsen, MF for Liberal Alliance.¹⁴ Debatten om Carina kan dog ikke alene forklare at det så eftertrykkeligt lykkedes for SVJ at skabe opmærksomhed om sig selv og sin sag. En del af forklaringen på den megen virak skal

også findes i det indlæg som den studerende sendte til Politikens debatredaktion.

Karakteristisk for debatindlægget var først og fremmest at det ikke havde ét klart *formål*. En teksts formål skal her forstås som dens “budskab, idé eller grundpåstand – altså det, man helt grundlæggende *vil* med teksten” (Pontoppidan, 2013: 21). I stedet indeholdt indlægget to formål og henvendte sig dermed også til to forskellige *retoriske publikummer*, altså beslutnings- og handlelydige personer i den pågældende kommunikationssituation (“mediators of change”, jævnfør Bitzer, 1968: 7-8). At det således var uklart både hvad SVJ ville med sit indlæg, og hvem det var hun forsøgte at få i tale, kan være med til at forklare den store spredning i reaktioner som det vil vise sig at hendes indlæg afstedkom.

Det primære formål i SVJ’s debatindlæg var at udtrykke frustration over at hendes omgivelser “ingen tolerance og forståelse” havde for at hun var fattig, hvorfor hun med egne ord følte sig “ekskluderet” og “ensom”. Samtidig postulerede medierne ifølge hende at “man [kunne] leve i luksus på SU”, og at unge var “rige, fordrukne modedyr, der [tog] til dyre fester i weekenden og [drak] caffelatte i frokostpausen”. På den baggrund appellerede hun til “mere sammenhold og forståelse de studerende imellem” og efterlyste at omgivelserne tog højde for hendes situation når der for eksempel skulle holdes fest på studiet, fejres jul i familien eller skrives om studieliv i medierne. “Hvad blev der af sammen-skudsgilde og medbragt alkohol fra Fakta?”, spurgte hun retorisk. Dette formål fremstod som indlæggets vigtigste, ikke mindst fordi SVJ afslutningsvis slog fast at det var “okay” at hun ikke havde råd til en caffè latte, men at det “ikke [var] okay” at andre ikke tolererede eller forstod det. Det retoriske publikum for dette budskab var en relativt bred gruppe, nemlig SVJ’s medstuderende, hendes familie og “det generelle samfund”, som hun formulerede det.

Det sekundære formål i SVJ’s indlæg var at udtrykke frustration over at hun var fattig, en påstand hun underbyggede med et eksempel på sit månedlige budget der viste at hun – uden studielån – havde et månedligt rådighedsbeløb på 329 kr. Hun var derfor “træt af at være (...) nødsaget til at plage [s]ine forældre om at betale transporten hjem i ferien” og “af ikke at have råd til p-piller og vitamintilskud”, men også af “at vågne med koldsved

og hjertebanken”, “være træt og uoplagt” og kort og godt “have en dårlig dag hver dag”. Det var uklart hvad SVJ præcis advokerede for i forlængelse af dette; men hun skrev blandt andet at hun var “træt af, at det [var] (...) en kliche at kæmpe for højere SU”, og at hun følte sig “opgivende” når hun så “hvor lidt uddannelses-systemet [tog] hensyn til, at man [var] nødt til at tjene penge ved siden af studiet”. Det retoriske publikum for dette andet, mindre udfoldede budskab var en noget mere snæver, men ikke mindre vagt defineret gruppe af andre studerende der som SVJ ønskede at SU- og uddannelsessystemet blev reformeret, og politikere der med politiske indgreb kunne få det til at ske.

Debatindlæggets tvetydighed med hensyn til formål og publikum blev yderligere underbygget af dets stilistik og syntaks. Det mest karakteristiske stilistiske træk var anaforen “Jeg er træt af at...”. Formuleringen faldt første gang midt i indlæggets anden periode og indledte herefter 18 af de første 24 perioder i indlægget (som indeholdt 34 perioder i alt). De ting der trættede SVJ, hobede sig op, og når hun på indholdssiden beskrev følelsen af at være overvældet, understøttedes dette af formen. Samtidig var alle de sætninger som anaforen indledte, sideordnede, hvorfor de ophobede elementer umiddelbart var ligestillede. Anaforen indledte således både perioder som knyttede sig til indlæggets primære formål, og perioder der knyttede sig til dets sekundære formål: SVJ var på én gang “træt af at føle [s]ig ekskluderet, oven i købet mellem [s]ine medstuderende” og “træt af at få at vide, at [hun] ikke [kunne] kalde [s]ig fattig”. Som tilfældet er med anaforer generelt, var gentagelsesfiguren med til at understrege indlæggets agiterende karakter med patosfyldt emfase (jævnfør Albeck, 2000: 165); samtidig var de mange sideordnede perioder som anaforen indledte, med til at fastholde det dobbelte formål og adressatforhold.

Fra mange borgere til mange: Hvad skrev debattørerne på politiken.dk?

I analysens næste trin analyserer jeg de 1.971 kommentarer som SVJ’s debatindlæg fik på politiken.dk.¹⁵ Når jeg citerer fra kommentarsporet, angiver jeg med et tal i parentes hvilken kom-

mentar jeg citerer fra. Tallet 1 henviser til den første kommentar der blev publiceret på Politikens netavis, mens tallet 1.971 henviser til den sidste kommentar der blev publiceret på netavisen.

Jeg har brugt de ni kategorier i Tabel 1 til at karakterisere hvordan de mange kommentarer på politiken.dk relaterede til SVJ's debatindlæg. De ni kategorier er i tabellen eksemplificeret med citater fra kommentarsporet; disse eksempler supplerer jeg nedenfor med en uddybende karakteristik af de argumenter der gik igen i hver af de ni kategorier. Tilsammen tjener kategorierne og karakteristikken af dem til at give et overblik over den reaktion som SVJ og hendes indlæg blev mødt med i kommentarsporet på Politikens netavis.

Kategoriseringen der følger, beror for det første på *emne*: Kommenterede den enkelte debattør det primære formål i SVJ's indlæg, det sekundære formål eller noget andet? Med afsæt i analysen af debatindlægget har jeg kategoriseret kommentarerne ud fra om debattørerne forholdt sig til SVJ's argument om at fattigdom var et spørgsmål om eksklusion (det primære formål), hendes argument om at fattigdom var et spørgsmål om definition (det sekundære formål), eller noget andet.

For det andet beror kategoriseringen på *holdning*: Udtrykte den enkelte debattør enighed eller støtte, var han eller hun i tvivl eller neutral, eller udtrykte han eller hun uenighed eller kritik? Igen har jeg taget afsæt i analysen af SVJ's debatindlæg og kategoriseret kommentarerne ud fra hvordan debattørerne tog stilling til argumenterne i indlægget.

Table 1. De ni kategorier som jeg har brugt til at kategorisere og optælle kommentarerne til Sofie V. Jensens debatindlæg på politiken.dk. Det er værd at bemærke at kategorierne ikke er anvendt gensidigt ekskluderende. Kategorierne er i tabellen eksemplificeret med citater fra kommentarsporet; her som i analysen i øvrigt gælder at alle sprogfejl også var i de oprindelige kommentarer.

Hvilken holdning udtrykte den enkelte debattør?	Hvilket emne kommenterede den enkelte debattør?		
	<i>Det primære formål</i>	<i>Det sekundære formål</i>	<i>Noget andet</i>
<i>Enig/støtte</i>	“Jeg synes blot du efterlyser mere solidaritet og forståelse for når man ikke har råd til at deltage i ting som studerende og så efterlyser du sammenskudgilder og øl fra fakta og jeg kunne ikke være mere enig.” (118)	“Jeg forstår dig så godt. SU'en rækker bare ikke og folk skal ikke komme og sige at det er nok. (...) Ofte koster bare en bog en fjerdel af ens SU. Hvis vi skal tage en uddannelse så skal der kunne leves af SU'en.” (31)	“Tak fordi du har delt din historie med os. Det kræver mod! Kan sagtens forstå dig, da jeg selv er fattig studerende.” (155)
<i>I tvivl/neutral</i>	“Du er træt af at være fattig, ok. Men hvad er pointen med at fortælle det? Er der fordi, du gerne vil have hjælp til et eller andet, f.eks. flere penge? Eller er det bare for at få medfølelse eller forståelse?” (2)	“ http://www.findbolig.nu/ (søg på roskilde, sorter efter pris. Nu koster det kun 2794, + du bor tættere på RUC, så kan du også droppe uddannelseskortet (...) Inkl. SU-lånet, så har du nu ca. 4000 til rådighed. Det er da rimelig ok? Uden lån: 1500. Det er da også ok?” (187)	“Selv har jeg aldrig været medlem af nogen politisk forening, men naar jeg læser dit indlæg, falder ideen først og fremmest paa at det skulle du gøre... Altsaa melde dig ind i en politisk ungdomsorganisation” (178)
<i>Uenig/kritik</i>	“[D]it største problem er 1) at din familie åbenbart ikke anerkender din pengemangel (...) og 2) At du lader dig påvirke ALT for meget af de af dine studievenner, som (...) [bl.a. har] studiejobs (...) Det er kampe som du må tage med dig selv og dem.” (88)	“Jeg er studerende. Og jeg er uenig i at det er synd for studerende. Mine faste udgifter er også ca. 4800 (...) [Jeg kan] tage SU lån (...) (det billigste lån i verden?), som jeg nemt kan tilbagebetale når jeg får et job (...) Og sidst kan jeg sfl få et studiejob.” (6)	“Gud hvor blev jeg træt af at læse dit indlæg – og det var blot en fattig sætning!” (92)

I de kommentarer der handlede om indlæggets primære formål, gik en række argumenter igen. Generelt bekræftede de debattører der var enige med, eller som støttede SVJ, at nogle studerende blev ekskluderet fordi de ingen penge havde, og medgav at der eksisterede mange fordomme om studerendes økonomi og forbrugsmønstre. De genkendte "frustrationen over, at skolens julefest igen skal holdes på en natklub, hvor en øl koster 45,-" (474) og mente også at samfundet anså studerende for at være nogle "latte-drikkende forkælede forbrugsdyr" (1.830). Ifølge debattørerne i denne kategori burde venner og familier blive bedre til at tage højde for studerendes økonomi ved sociale sammenkomster: "Jeg synes (...) at vi som studerende skal blive bedre til at lave ting, der ikke koster penge når vi skal være sociale", skrev en debattør for eksempel (941).

Omvendt anfægtede nogle af de debattører der også kommenterede det primære formål, men som var uenige med eller kritiske over for SVJ, at studerende blev ekskluderet på grund af deres økonomi; det var ikke deres erfaring. "Jeg oplever netop, at jeg er "den fattige studerende", og alle omkring mig tager næsten for mange hensyn", indvendte en debattør for eksempel (361). Generelt mente disse debattører at SVJ selv kunne løse sit problem ved at droppe forbrugsræset, tale med sine venner og familie og så i øvrigt tage initiativ til billige sammenkomster. Vel at mærke hvis ikke hendes venner og familie var helt så "monster usympatiske" (552) som de lød. Var de det, burde SVJ revurdere disse relationer: "Drop dine forkælede RUC-venner" (460) og "Få dig en ny familie" (552), lød det eksempelvis.

Blandt de kommentarer der handlede om det primære formål, var der kun meget få der gav udtryk for tvivl, eller som var neutrale. Ét eksempel er dog eksemplet i Tabel 1. Her metakommenterede en debattør det forhold at SVJ's indlæg indeholdt to budskaber, og spurgte om det var det ene eller det andet som SVJ søgte tilslutning til. Med sine relativt neutralt formulerede spørgsmål tog han imidlertid ikke eksplicit stilling til nogen af dem.

I de kommentarer der handlede om indlæggets sekundære formål, gik en række argumenter også igen. Generelt mente de debattører der var uenige med, eller som kritiserede SVJ, bl.a. at hun burde være taknemmelig for sin gratis uddannelse, sin gratis

SU og sit billige studielån, og at hun i øvrigt burde tage ansvar og gøre noget selv såsom at få sig et job, tage et lån, flytte til noget billigere eller droppe ud. “[H]vorfor tager du ikke et studiejob så har du råd til cafe latten... Synes faktisk du burde være taknemmelig for alt det du får”, skrev en debattør for eksempel (1.305). At det kunne lade sig gøre at gennemføre en uddannelse på de vilkår som SVJ studerede under, var flere af debattørerne selv eksempler på; beretninger om hvordan de selv havde klaret sig igennem, og udsagn som det følgende gik igen i disse kommentarer: “Vi HAR prøvet at leve under de forhold og ved du hvad? Vi er her stadig, vi overlevede!” (314)

Omvendt argumenterede de debattører der var enige med SVJ, eller som støttede hende, for at det slet ikke var så let at finde et studiejob og en billig bolig eller droppe licensen og månedskortet til bus og tog. Igen var egne erfaringer hyppigt brugte belæg. “Er selv på SU og kan ikke engang få den til at dække min bolig – som er valgt af nød”, konstaterede en debattør som underskrev sig “En anden Sophie” (807). I øvrigt mente disse debattører at SVJ og hendes forældre selv betalte for den uddannelse og SU hun fik. “[U]dd. er bestemt ikke gratis i Danmark vi betaler ALLE dyrt for den igennem skatten” (327) og “Det er MINE forældre som har betalt for min SU via deres skat” (25), lød det eksempelvis. Endelig mente debattørerne i denne kategori at det var vigtigt at huske at ikke alle studerende havde den samme (økonomiske) støtte med hjemmefra, de samme forudsætninger for at læse og lære eller det samme overskud til både at studere og arbejde. Som en debattør formulerede det: “[S]tuderende er forskellige og har forskellige evner og ressourcer, ikke alle lige er stærke og magter det samme.” (1.955)

Andre kommentarer der handlede om det sekundære formål i SVJ's debatindlæg, udtrykte tvivl eller var neutrale. Som det fremgår af eksemplet i Tabel 1, modtog SVJ adskillige økonomiske råd i kommentarsporet. Ved alene at råde hende til hvordan hun kunne justere sine udgifter og dermed hæve sit rådighedsbeløb, tog debattørerne imidlertid ikke eksplicit stilling hverken for eller imod argumentationen i indlægget. I andre kommentarer der hørte til i denne kategori, delte debattører der studerede eller havde gjort det, deres egne budgetter eller erfaringer, vel at mærke uden at eksplicitere om de var enige eller uenige, støt-

tende eller kritiske i forhold til SVJ og hendes indlæg. Principielt kunne disse budgetter og beretninger både fungere som belæg for at man havde få penge som studerende, og at det ikke desto mindre var muligt at klare sig. Andre debattører i samme kategori stillede spørgsmål til SVJ's budget eller præciserede oplysningerne i det, men forholdt sig neutrale. For eksempel spurgte en debattør hvordan SVJ's budget ville se ud hvis hun medregnede det studielån hun tog (1.530), mens en anden præciserede at den indtægt fra SU som SVJ havde angivet i sit budget, var hvad der var tilbage efter skat (1.590). Endelig ekspliciterede nogle debattører i kategorien at de var i tvivl om hvad de skulle mene. "Jeg er noget splittet" (998) og "Er jeg den eneste, der er splittet?" (1.099), hed det eksempelvis.

Endelig gik en række træk igen i de kommentarer der handlede om noget andet end de to formål i SVJ's indlæg. Som de to eksempler i Tabel 1 illustrerer, udtrykte nogle debattører støtte eller kritik uden at ekspliciterer hvilke specifikke dele af indlægget som de støttede og kritiserede. På den ene side omtalte de negative debattører SVJ's indlæg som et "tudeindlæg (...)" (261) og noget "klynkeri" (338). På den anden side kritiserede de positive debattører de mange negative kommentarer, ofte med henvisning til tonen i dem, og kom i forlængelse af dette med mere eller mindre eksplicite støtteerklæringer til fordel for SVJ. Disse debattører mente at kommentarerne var symptom på en udbredt mangel på empati og solidaritet i dagens Danmark. Som en debattør formulerede det: "[D]enne debat (...) vil stå tilbage som en lysende skamstøtte for hvor lavt et niveau danskernes empati kunne nå." (1.263)

Andre kommentarer der handlede om noget andet end de to formål i SVJ's indlæg, udtrykte tvivl eller var neutrale. Ud over indfald og digressioner som den strøtanke en debattør delte i eksemplet i Tabel 1, indeholdt kommentarerne i denne kategori blandt andet ukommenterede links til andre netsteder og meta-kommentarer der begræd tonen i kommentarsporet eller i navngivne debattørers kommentarer, vel at mærke uden at de pågældende debattører samtidig indikerede om de var enige eller uenige med SVJ. Eksempelvis konstaterede en debattør uden at uddybe sit synspunkt yderligere: "Hold op hvor er der mange bitre røvhuller, efter kommentarerne at dømme." (872)

Tæller man op hvordan de mange kommentarer fordelte sig på de ni kategorier jeg har karakteriseret ovenfor, tegner to pointer sig som særligt centrale for den videre analyse. For det første var der langt flere debattører der kommenterede SVJ's budskab om at hun var træt af at være fattig, end der var debattører der kommenterede hendes budskab om at hun var træt af at ingen udviste forståelse og tolerance for at det forholdt sig sådan. Hele tre ud fire (75 %) kommentarer handlede om debatindlæggets sekundære formål, mens kun omkring én ud af ti (11 %) handlede om det primære. Flertallet af debattørerne på politiken.dk var med andre ord mere optagede af SVJ's definition af fattigdom end hendes oplevelse af eksklusion.

For det andet var der samlet set flere debattører der udtrykte enighed eller støtte i forhold til SVJ og hendes indlæg, end der var debattører der udtrykte uenighed eller kritik. Det første gjaldt en lille majoritet (45 %), mens det sidste gjaldt en stor minoritet (38 %). Erklæringerne af enighed og uenighed hang dog sammen med om debattørerne kommenterede indlæggets primære eller sekundære formål. I de kommentarer der handlede om det primære formål, udtrykte en klar majoritet (69 %) enighed eller støtte, mens en minoritet (24 %) udtrykte uenighed eller kritik; i dem der handlede om det sekundære formål, udtrykte en lille majoritet (44 %) uenighed eller kritik, mens en stor minoritet (40 %) udtrykte enighed eller støtte. Som den næste analyse vil vise, står dette resultat i kontrast til den omtale debatten fik i danske medier.

Fra få journalister til mange: Hvad skrev journalister om debatten?

I analysens tredje og sidste trin analyserer jeg medieomtalen af SVJ's debatindlæg og den debat det afstedkom, baseret på et korpus af 15 tekster fra Politiken og politiken.dk og 13 tekster fra andre danske nyhedsmedier. Teksterne har jeg fundet ved at søge på kombinationer af ordene "Sofie", "Jensen", "fattig" og "SU" på Google og i Infomedia. Jeg har begrænset mine søgninger til perioden 1. januar 2012 til 1. januar 2013.

I løbet af tre døgn opnåede SVJ's debatindlæg status af at være det mest læste og mest kommenterede nogensinde på politiken.dk.¹⁶ Da Politikens journalister i dagene umiddelbart efter fulgte op på debatten, syntes de da også imponerede over reaktionens omfang og fremhævede for eksempel at indlægget "indtil videre [havde] affødt flere end 1.000 læserkommentarer"¹⁷, og at "over 1000 læsere [havde] kommenteret [det] på politiken.dk."¹⁸ På baggrund af disse første omtaler var det imidlertid ikke helt klart hvad debatten egentlig handlede om. I en artikel på politiken.dk søndag formiddag, dagen efter at indlægget var blevet lagt på nettet, betonedede en journalist at SVJ "kæmpe[de] for retten til at kalde sig for fattig",¹⁹ og fremhævede dermed det sekundære formål i debatindlægget. Omvendt betonedede en journalist i en artikel i Politiken mandag morgen at SVJ mente at "[m]anglen på penge [var] direkte ekskluderende", og at "hun savne[de] forståelse fra både samfund og medstuderende."²⁰ Han fremhævede altså det primære formål i indlægget.

De to journalister var dog enige om hvad et flertal af dem der havde skrevet kommentarer, mente: "[D]er er langt mellem dem, der udviser sympati for den fattige studerende",²¹ hed det i artiklen søndag, mens det i artiklen mandag lød at "selv om nogle erklære[de] sig enige (...), [tog] de fleste skarp afstand".²² Denne udlægning blev i begge tilfælde underbygget med en række eksempler: "Pinligt indlæg. Vi skal have et opgør med krævementaliteten i DK. (...)" (96), blev en bruger citeret for i artiklen om søndagen, mens en anden blev citeret for følgende opråb: "Vågn op, Danmark! Prøv dog at se, hvilke snotforkælede børn velfærdsmonstret har skabt! (...)" (119).²³ Denne udlægning blev nuanceret en anelse til sidst i artiklen: "Sympatien er i undertal, men den er der", hed det under underrubrikken "En smule sympati".²⁴ Også nuanceringen blev underbygget med et citat: "Jeg skammer mig over de mennesker, der bare sjofler en ung studerendes nød-råb. Skammer mig over, hvor vi danskere er endt: I en evindelig nedrakning af hinanden og af andres vilkår. (...)" (47).²⁵ På trods af at denne sidste kommentar var et eksempel på at ikke alle var efter SVJ i kommentarsporet, bekræftede den ikke desto mindre den overordnede udlægning, nemlig at flertallet 'rakkede ned' på den studerende.

De to nyhedshistorier var symptomatiske for hvordan Politikens journalister omtalte og udlagde debatten på netavisen i ugerne og månederne der fulgte. Her gik både den kvantitative fascination og den kvalitative forståelse der karakteriserede de første omtaler, igen.

I 11 af de 13 artikler der blev publiceret efter de to første omtaler, fremhævede avisens journalister hvor mange gange indlægget var blevet læst og kommenteret. Også her hed det at indlægget “indtil videre”²⁶ og “foreløbig”²⁷ havde affødt “hundrede- og atter hundredevis”,²⁸ “over 1.000”²⁹ og endda “flere end 2.000 kommentarer”³⁰ på politiken.dk, og at det var det “mest diskuteret og mest læste debatindlæg nogensinde”³¹ på netavisen. I 4 af de 13 artikler lagde journalisterne desuden vægt på de specifikke læser- og besøgstal SVJ’s indlæg havde resulteret i: “270.000 læsere læste hendes artikel i debatsektionen, og 100.000 (ny rekord!) klikkede ind på nettet”, lød det et sted.³²

I 8 ud af de 13 artikler der fulgte efter de to første omtaler, kommenterede Politikens journalister hvilke holdninger der kom til udtryk i de mange kommentarer, og i samtlige tilfælde slog journalisterne fast at flertallet af kommentarerne var negative over for SVJ og hendes indlæg. Denne udlægning blev i løbet af det næste år gentaget med forskellig ordlyd i avisens dækning af debatten: Efter nogle dages debat skrev en journalist at selvom den studerende ikke selv syntes “at hendes indlæg [var] så kontroversielt endda”, mente “læserne derimod (...) at Sofie [skulle] tage sig sammen”;³³ efter en uge hed det at “[d]e fleste debattører [var] uenige med Sofie[s] sag”;³⁴ efter en måned at “[l]angt hovedparten af kommentarskribenterne stillede sig uforstående over for den selvudnævnte fattige studerendes problemer”;³⁵ efter et halvt år at “[i]ndlæg efter indlæg kaldte hende forkælet, kritiserede hende (...) og kom med meget kontante råd”;³⁶ og endelig efter ni måneder at “langt de fleste kritiserede hende for at være forkælet og krævende”.³⁷ Det medie der havde hovedansvaret for at SVJ fik så meget opmærksomhed som hun fik, havde med andre ord også et væsentligt ansvar for at den dominerende udlægning af debatten blev at det store flertal skældte ud på hende.

I dagene efter at SVJ’s indlæg var blevet publiceret på politiken.dk, spredte debatten sig til flere andre medier, online såvel som offline. I 9 ud af de 13 tekster hvor debatten blev omtalt i andre

medier end Politiken og politiken.dk, henviste omtalerne til det oprindelige kommentarspor på Politikens netavis. Journalister og debattører ansat på danske nyhedsmedier indledte i 7 ud af de 13 tekster med at konstatere at SVJ's indlæg ikke blot havde fået mange, men rekordmange kommentarer på politiken.dk, og i 9 ud af de 13 tekster hed det at flertallet af kommentarerne var kritiske. Præcis som tilfældet var i Politikens omtaler, blev det i næsten identiske vendinger fremhævet at indlægget "indtil videre"³⁸ og "[l]ige nu"³⁹ havde fået "flere end 1500"⁴⁰ og "flere tusinde"⁴¹ kommentarer på politiken.dk, og at det dermed var det "mest diskuterede og mest læste debatindlæg i Politiken nogensinde."⁴² Også Politikens udlægning af hvad den dominerende holdning i kommentarsporet var, blev gentaget. Således hed det at SVJ havde udløst en 'orkan',⁴³ "en lavine"⁴⁴ og en "tusindehær(...) af efterfølgende kommentarer",⁴⁵ og at det var en "fortrinsvis rasende",⁴⁶ 'massiv og negativ og unuanceret',⁴⁷ 'overvejende negativ',⁴⁸ "overvældende" og "rasende"⁴⁹ samt "voldsom(...) kritik, der [var] (...) haglet ned over"⁵⁰ hende. Da debatten fik omtale i tv, kunne Deadline på DR2 rapportere at SVJ's indlæg "faldt så mange for brystet, at flere end 1800 læsere indtil videre [havde] svaret",⁵¹ og det samme konkluderede finansnyhederne på TV 2: "Debatindlægget har været genstand for stor debat, og de fleste reaktioner har været kritiske."⁵² Hvorvidt der var tale om egne vurderinger eller blot reproduktioner af Politikens udlægning af debatten, er uvist. Men selvom det varierede hvad journalisterne og debattørerne mente om kritikken – nogle var enige i den, andre ikke – så bekræftede de i hvert fald at stemningen generelt var imod SVJ i kommentarsporet på politiken.dk.

Hvad debattørerne på Politikens netavis reagerede så stærkt på, var ikke altid lige klart i den megen medieomtale. Men at dømme efter hvordan journalisterne lagde op til debat mellem brugerne på deres netsteder eller gæster de havde inviteret i studiet, syntes de at mene at det var spørgsmålet om hvorvidt SVJ var fattig eller ej, altså debatindlæggets sekundære formål, som fortrinsvis skabte så meget debat og vrede. To af landets største netaviser, ekstrabladet.dk og bt.dk, spurgte deres brugere: "22-årig RUC-studerende vil også kaldes fattig, selvom hun får SU. Hvad synes du?"⁵³ og "Hvad mener du? Har Sofie V. Jensen ret i, at hun er fattig?"⁵⁴. Deadline bad et panel debattere indlægget

under overskriften “Fattig eller bare klynk?”,⁵⁵ mens TV 2 | Finans spurgte brugerne på finans.tv2.dk: “Klynker Sofie V. Jensen eller har hun ret i, at de studerende lever et hårdt og fattigt liv?”⁵⁶ Endelig lagde Pressen på P3 op til debat på dr.dk efter at SVJ havde været i studiet, med spørgsmålet: “Er det okay for Sofie at kalde sig fattig?”⁵⁷ På tværs af netaviser, tv og radio lagde journalisterne altså vægt på at debatten handlede om definition – hvorvidt SVJ var fattig – og ikke eksklusion.

Diskussion

Umiddelbart var det forløb som SVJ's debatindlæg igangsatte, et eksempel på hvordan netaviser kan understøtte “debat fra neden”, altså debat der har sit arnested i bunden af samfundets kommunikative hierarki: Med politiken.dk som det primære springbræt fik en hidtil ukendt studerende sat sin egen og andre studerendes økonomi på den offentlige dagsorden, ikke kun på tværs af nyhedssites, blogs og debatfora på nettet, men også via traditionelle massemedier som aviser, tv og radio. Og fordi den megen medieomtale lige så meget gik på de mange kommentarer til debatindlægget som på selve indlægget, fik debatten blandt de borgere der tog del i debatten på Politikens netavis, ligeledes stor og bred medieopmærksomhed.

Som sådan kunne forløbet synes at bekræfte hypotesen om at digitale netværksmedier som netaviser er med til at demokratisere den offentlige meningsdannelse ved at muliggøre en mere direkte kommunikation mellem borgere og magthavere og dermed overflødiggøre journalister som kommunikationens moderatorer. En sådan hypotese kan mine analyser dog ikke bekræfte. Tværtimod illustrerer de hvordan journalisters traditionelle privilegerede position som fortolkere og formidlere af debat blandt borgere ikke blot fastholdes, men forstærkes på nettet. Det var journalisters stærkt forenklede udlægning af hvad debatten blandt borgerne på politiken.dk handlede om, og hvad de i øvrigt mente, der vandt hævd i den medierede offentlighed som manifesterer sig i denne artikels analysemateriale (jævnfør Hauser, 1999: 64 og 97).

De indledende omtaler af SVJ's indlæg og den debat det afstedkom på politiken.dk, bar som sagt præg af den flertydighed som også var at finde i indlægget, med hensyn til hvad den studerendes budskab egentlig var. Politikens journalister var – uden at de selv kommenterede det – uenige om hvorvidt indlægget og den debat det skabte, handlede om at SVJ var træt af at være fattig (indlæggets sekundære formål), eller at hun savnede forståelse og tolerance for at det forholdt sig sådan (dets primære formål). Efterhånden som omtalen af indlægget og debatten spredte sig til andre medier, og omtaler avlede flere omtaler, blev det dog det sekundære formål der løb med overskrifterne. Udlægningen af hvad debatten handlede om, gik med andre ord fra at være flertydig til at blive mere og mere entydig: Det grundlæggende spørgsmål blev om SVJ var “[f]attig eller forkælet”.⁵⁸

Hvor der skete en udvikling i journalisters udlægning af hvad debatten handlede om, var de til gengæld sikre i deres udlægning af hvad de mange borgere der tog del i den, mente. Som sagt viser min analyse at der var et lille flertal af debattørerne på politiken.dk der var positivt over for SVJ og hendes indlæg, mens et stort mindretal var negativt. Den dominerende historie i danske medier var imidlertid en anden, nemlig at det store flertal af dem der skrev kommentarer på Politikens netavis, var uenige, kritiske og i flere tilfælde decideret fjendtlige. I medieomtalen blev den offentlige opinion i kommentarsporet på politiken.dk altså ikke blot unuanceret formidlet som mere entydig end tilfældet var, men decideret misvisende udlagt som overvejende negativ og kritisk over for den borger der tog initiativ til debatten, og de synspunkter hun gav udtryk for.

Efterhånden som forløbet skred frem, blev de ni kategorier af kommentarer som jeg har påvist i min analyse, altså reduceret til én: Debatten handlede om hvorvidt SVJ var fattig eller ej, og det mente debattørerne på politiken.dk *ikke* at hun var. Det flerstemmige kor af argumenter som en retorisk nærlæsning afdækker, blev i medieomtalen fremstillet som et enstemmigt brøl – for nu at vende journalisternes hyperbolske sprogbrug mod dem selv.

Den skråsikre udlægning var påfaldende taget i betragtning *hvor* mange kommentarer journalisterne opsummerede. Sådan som kommentarsporet på politiken.dk var indrettet, skulle man klikke sig igennem 100 sider med kommentarer for at læse de

kommentarer som SVJ's indlæg afstedkom bare inden for det første døgn. Som journalisternes egen fascination af reaktionens numeriske omfang afspejlede, var den overvældende grænsende til uoverskuelig. På den baggrund kunne man tro at journalisterne ville være mere tilbageholdende med at udlægge den offentlige opinion der manifesterede sig i kommentarerne, så entydigt. Som jeg var inde på i artiklens indledning, viser flere studier nemlig at journalister der arbejder med debat blandt borgere på netaviser, er særdeles bevidste om hvor vanskeligt det kan være at moderere og samle op på hvad borgerne skriver, ikke mindst fordi borgerne til tider skriver så mange kommentarer at deres meninger drukner i mængden.

Som min case illustrerer, kan kommentarer på netaviser dog undertiden få betydning for den offentlige meningsdannelse alene i kraft af deres mængde. For selvom den offentlige opinion i de mange kommentarer på politikken.dk blev misvisende udlagt i danske medier, så var kommentarerne takket være deres antal ikke desto mindre med til at skabe opmærksomhed omkring SVJ og hendes debatindlæg, ikke kun i de dage hvor debatten var på sit højeste, men også i månederne der fulgte. I sommerferien fik SVJ igen taletid i Politiken i et stort interview i serien "Hvad blev der af...?";⁵⁹ omkring studiestart fik hun oprejsning på avisens forside da en forbrugerøkonom gav hende ret i at studerende var fattige;⁶⁰ og ved årets afslutning blev hun af avisens debatredaktører fremhævet som en der "satte dagsordenen i det forgangne år".⁶¹ Hver gang blev det fremhævet hvor mange kommentarer hendes indlæg havde fået på Politikens netavis tilbage i januar. Over tid blev de mange kommentarer med andre ord en talerstol hvorfra SVJ kunne gentage sine synspunkter. Og som min analyse har vist, deltes hendes synspunkter faktisk af flertallet af dem der kommenterede hendes indlæg.

Konklusion

Fordi digitale netværksmedier muliggør mange til mangelkommunikation på en hidtil uset skala (Jensen, 2012: 187-188, 2013: 25), er ikke kun det potentielle antal af modtagere, men også afsendere større på nettet. Jo flere der ytrer sig, des færre

bliver imidlertid hørt, også på netavisen (Hindman, 2009: 142; Winsvold, 2009: 52). I stedet koncentrerer opmærksomheden sig om de kommunikatører der nyder den i forvejen, ikke mindst journalister (Hindman, 2009: 116-117 og 122). Denne artikels casestudie illustrerer hvordan journalister ikke kun nyder særlige retoriske privilegier når de selv ytrer sig på nettet, men også når de fortolker og formidler andres ytringer samme sted. Konfronteret med det kvantitative omfang af debatter blandt borgere på nettet kommer offentlighedens forståelse af debatternes kvalitative betydning undertiden til at bero på journalisters fortolkning og formidling. Kommentarsporenes uoverskuelige karakter reaktualiserer og revitaliserer med andre ord journalisters ret til at udlægge den offentlige opinion i dem.

En central udfordring for journalistikken som såvel uddannelse som profession er derfor at styrke journalisters evne til at "læse" hvad offentligheder på nettet mener (jævnfør Hauser, 1999: 92-93). Dette er, som Gerard A. Hauser påpeger, en *retorisk kompetence* der kræver indsigt og færdigheder i praktisk argumentation (Hauser, 1999: 33 og 93-94). At kunne fremsætte egne argumenter og fortolke andres argumenter er to tæt forbundne aktiviteter (Hauser, 1999: 92), så bliver man bedre til det ene, bliver man også bedre til det andet. Mere grundlæggende plæderer Hauser for at fortolkere af den offentlige opinion bør forstå offentlig meningsdannelse som polyfonisk, ja, ligefrem kakofonisk (Hauser, 1999: 67, 92, 97, 100-101). Den offentlige opinion er derfor sjældent så entydig og endegyldig som eksempelvis meningsmålinger og den udbredte brug af dem i nyhedsmedierne kan give indtryk af; tværtimod er den offentlige opinion ifølge Hauser ofte flertydig og foranderlig (Hauser, 1999: 67, 91-92, 278-279). En sådan forståelse af den offentlige opinion kan være svær at forene med journalisters brug af *konflikt* som nyhedskriterium; som kritikere har påpeget, fører misbrug af dette kriterium indimellem til at modsætninger i samfundet forenkles, forstærkes og endda forfalskes (Kabel, 2014: 427). Skal journalister klædes på til rollen som fortolkere og formidlere af den offentlige opinion på nettet, kræver det derfor også at journalister på både uddannelser og redaktioner kritisk reflekterer over deres forståelse af hvad en offentlig opinion egentlig er, og hvilke forventninger den bør "læses" med. Styrkes journalisters

retoriske agency i denne forstand, styrkes samtidig deres mulighed for at tilskrive en sådan handlekraft til de borgere der tager del i den offentlige meningsdannelse online.

Noter

- ¹ Joshua Gunn og Dana L. Cloud har argumenteret for at der efter to årtiers diskussion blandt retorikere eksisterer i hvert fald tre udlægninger af retorisk agency og det forhold mellem subjekt og struktur som begrebet refererer til: en kritisk posthumanistisk der vægter strukturen, en konservativ humanistisk der vægter subjektet, og endelig en pragmatisk dialektisk der lægger vægt på det gensidige betingelsesforhold mellem de to (Gunn og Cloud, 2010: 52-57). Når jeg i denne artikel følger Gunn og Clouds anbefaling og trækker på den dialektiske mellemposition (Gunn og Cloud, 2010: 71), lægger jeg mig i forlængelse af en række nyere danske retoriske kritikere der alle har agency som det begrebsmæssige omdrejningspunkt, og som eksplicit eller implicit trækker på netop denne udlægning af begrebets betydning (Berg og Juul Christiansen, 2010: 10-11; Hoff-Clausen, 2013: 429; Isager, 2009: 271-272; Villadsen, 2008: 27).
- ² Sofie V. Jensen, "Myten om det fede studieliv er falsk", *Politiken*, 7. januar 2012, 8
- ³ Sofie V. Jensen, "Jeg er træt af at have en dårlig dag hver dag", 7. januar 2012, besøgt d. 19. januar 2012, <http://politiken.dk/debat/ECE1501598/jeg-er-traet-af-at-have-en-daarlig-dag-hver-dag/>
- ⁴ Annelise Eskesen, "Studerende sætter rekorddebat i gang", *Politiken*, 12. januar 2012, 2
- ⁵ Ekstra Bladet, "Du er ikke fattig, Sofie", *Ekstra Bladet*, 10. januar 2012, 1
- ⁶ Ida Skytte og Ulla Poulsen, "De værdigt trængende er kommet i høj kurs", *Kristeligt Dagblad*, 14. januar 2012, 1
- ⁷ Morten Bruno Engelschmidt, "Klynker de fattige studerende?", 9. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://finans.tv2.dk/nyheder/article.php/id-47317257:klynker-de-fattige-studerende.html>
- ⁸ Deadline, "11/01: Fattig eller bare klynk?", 11. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, http://www.dr.dk/DR2/deadline2230/2012/01/08/151901_1_1_1.htm
- ⁹ Ekstra Bladet, "Du er ikke fattig..."
- ¹⁰ Jakob Sorgenfri Kjær, "Studerende lever i fattigdom", *Politiken*, 3. september 2012, 1

- ¹¹ Per Michael Jespersen, “Domineres medierne af røv og nøgler?”, 28. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://politiken.dk/debat/profiler/permichael/ECE1521869/domineres-medierne-af-roev-og-noegler/>
- ¹² Kristian Madsen, “Fattig? Næh, da jeg var ung, du...”, *Politiken*, 14. januar 2012, 7
- ¹³ Allan Larsen, “Fattig-Carina fik danskerne op af stolen”, 18. december 2012, besøgt d. 23. maj 2014, http://www.ugebreveta4.dk/fattig-carina-fik-danskerne-op-af-stolen_14183.aspx
- ¹⁴ Anne Sofie H. Schrøder, “Fattigdomsdiskussion raser hos kontanthjælpsmodtager”, 28. november 2011, besøgt d. 23. maj 2014, <http://www.b.dk/politiko/fattigdomsdiskussion-raser-hos-kontanthjaelpsmodtager>
- ¹⁵ Min analyse af kommentarerne til SVJ's debatindlæg på politiken.dk baserer sig på en udgave af kommentarsporet der stammer fra d. 19. januar 2012, og som jeg har arkiveret som pdf-filer. Da debatten var stilnet af på dette tidspunkt, er der grund til at tro at der er tale om det komplette korpus af kommentarer som indlægget afstedkom på Politikens netavis i vinteren 2012.
- ¹⁶ Eskesen, “Studerende sætter...”
- ¹⁷ Katrine Jo Andersen, “Der er ikke meget sympati for den fattige studerende”, 8. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://politiken.dk/debat/ECE1501942/der-er-ikke-meget-sympati-for-den-fattige-studerende/>
- ¹⁸ Peter N. Christensen, “Ringe sympati for fattig studerende”, *Politiken*, 9. januar 2012, 2
- ¹⁹ Andersen, “Der er ikke meget...”
- ²⁰ Christensen, “Ringe sympati...”
- ²¹ Andersen, “Der er ikke meget...”
- ²² Christensen, “Ringe sympati...”
- ²³ Andersen, “Der er ikke meget...”
- ²⁴ Andersen, “Der er ikke meget...”
- ²⁵ Andersen, “Der er ikke meget...”
- ²⁶ Andersen, “Der er ikke meget...”
- ²⁷ Mette Højbjerg, “Fattig eller forkælet”, *Politiken*, 14. januar, 2012, 8
- ²⁸ Annelise Hartmann Eskesen, “Studerende efter vild fattig-debat: Måske skal man bare lade tabu være tabu”, 11. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://politiken.dk/debat/ECE1504039/studerende-efter-vild-fattig-debat-maaske-skal-man-bare-lade-tabu-vaere->

tabu/

- ²⁹ Christensen, "Ringe sympati..."
- ³⁰ Politiken, "Tyskere undrer sig over dansk studerendes "luksusproblemer", 3. februar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://politiken.dk/debat/ECE1528508/tyskere-undrer-sig-over-dansk-studerendes-luksusproblemer/>
- ³¹ Eskesen, "Studerende efter vild..."
- ³² Per Michael Jespersen, "Kære læsere, vi siger nitten tusinde tak", *Politiken*, 29. december 2012, 7
- ³³ Eskesen, "Studerende efter vild..."
- ³⁴ Højbjerg, "Fattig eller forkælet"
- ³⁵ Politiken, "Tyskere undrer sig..."
- ³⁶ Jacob Fuglsang, "Da Sofie fik fattigrøven på komedie", *Politiken*, 1. juli 2012, 6
- ³⁷ Kjær, "Studerende lever i..."
- ³⁸ Deadline, "11/01: Fattig eller..."
- ³⁹ Anne Sophia Hermansen, "Sofie-orkanen – succes som fiasko", 12. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://annesophia.blogs.berlingske.dk/2012/01/12/sofie-orkanen-succes-som-fiasko/>
- ⁴⁰ Tom Jensen, "Sofies verden", 9. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://tomjensen.blogs.berlingske.dk/2012/01/09/sofies-verden/>
- ⁴¹ Hermansen, "Sofie-orkanen..."
- ⁴² Deadline, "11/01: Fattig eller..."
- ⁴³ Hermansen, "Sofie-orkanen..."
- ⁴⁴ Morten Mærsk, "Fattig-studerende: Jeg kræver ikke flere penge", 9. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://www.bt.dk/danmark/fattig-studerende-jeg-kræver-ikke-flere- penge>
- ⁴⁵ Sofie Rye, "Er fattigdom noget, der kun findes i Afrika", *metroXpress Aarhus/Vest*, 10. januar 2012, 13
- ⁴⁶ Jensen, "Sofies verden"
- ⁴⁷ Rye, "Er fattigdom noget..."
- ⁴⁸ Hermansen, "Sofie-orkanen..."
- ⁴⁹ Sebastian Gjerding, "De provokerende fattige", *Information*, 14. januar 2012, 14
- ⁵⁰ Camilla Paaske Hjort, "Hadet til de produktive klasser", 16. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://www.b.dk/kronikker/hadet-til-de-produktive-klasser>
- ⁵¹ Deadline, "11/01: Fattig eller..."
- ⁵² Engelschmidt, "Klynker de fattige..."

- ⁵³ Anders Kjærulff, "Studerende: Jeg vil også kaldes fattig", 9. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://ekstrabladet.dk/nationen/article1687880.ece>
- ⁵⁴ Morten Mærsk, "Studerende: Forstå nu, jeg er fattig!", 9. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://www.bt.dk/danmark/studerende-forstaa-nu-jeg-er-fattig>
- ⁵⁵ Deadline, "11/01: Fattig eller..."
- ⁵⁶ Engelschmidt, "Klynker de fattige..."
- ⁵⁷ Jonas Delfs, "Er studerende fattige?", 9. januar 2012, besøgt d. 31. januar 2013, <http://www.dr.dk/p3/programmer/pressen/2012/01/09/er-studerende-fattige>
- ⁵⁸ Højbjerg, "Fattig eller forkælet"
- ⁵⁹ Fuglsang, "Da Sofie fik..."
- ⁶⁰ Kjær, "Studerende lever i..."
- ⁶¹ Mads Zacho Teglskov og Per Michael Jespersen, "Vi diskuterede voldsofre, fattige studerende og sexovergreb i 2012", 3. januar 2013, besøgt d. 31. januar 2013, <http://politiken.dk/debat/ECE1854738/vi-diskuterede-voldsofre-fattige-studerende-og-sexovergreb-i-2012/>

REFERENCER

- Albeck, Ulla (2000). *Dansk Stilistik*, 7. udgave, København: Gyldendal.
- Berg, Kristine Marie og Tanja Juul Christiansen (2010). "Retorisk eksklusion: Festen i Hyskenstræde som retorisk handling", *Rhetorica Scandinavica*, nr. 54, pp. 7-28.
- Bergström, Annika og Ingela Wadbring (2015). "Beneficial yet crappy: Journalists and audiences on obstacles and opportunities in reader comments", *European Journal of Communication*, 30. årgang, nr. 2, pp. 137-151.
- Bitzer, Lloyd F (1968). "The Rhetorical Situation", *Philosophy & Rhetoric*, 1. årgang, nr. 1, pp. 1-14.
- Braun, Joshua og Tarleton Gillespie (2011). "Hosting the Public Discourse, Hosting the Public: When Online News and Social Media Converge", *Journalism Practice*, 5. årgang, nr. 4, pp. 383-398.
- Bro, Peter (2009). "Nyhedsmediernes funktioner", pp. 382-385 i Søren Kolstrup, Gunhild Agger, Per Jauert og Kim Schrøder (red.), *Medie- og kommunikationsleksikon*, 1. udgave, Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Bro, Peter og Filip Wallberg (2015). "Gatekeeping in a Digital Era: Principles, Practices and Technological Platforms", *Journalism Practice*, 9.

- årgang, nr. 1, pp. 92-105.
- Canter, Lily (2013). "The Misconception of Online Comment Threads: Content and Control on Local Newspaper Websites", *Journalism Practice*, 7. årgang, nr. 5, pp. 604-619.
- Ceccarelli, Leah (2001). "The Close Textual-Intertextual Analysis: Combining Rhetorical Criticism and Historical Research", pp. 6-9 i Leah Ceccarelli, *Shaping Science with Rhetoric: The Cases of Dobzhansky, Schrodinger, and Wilson*, Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Chung, Deborah Soun (2007). "Profits and Perils: Online News Producers' Perceptions of Interactivity and Uses of Interactive Features", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 13. årgang, nr. 1, pp. 43-61.
- Diakopoulos, Nicholas og Mor Naaman (2011). "Towards quality discourse in online news comments", pp. 133-142 i *Proceedings of the ACM 2011 conference on Computer supported cooperative work*, New York, NY: Association for Computing Machinery.
- Domingo, David (2008). "Interactivity in the Daily Routines of Online Newsrooms: Dealing with an Uncomfortable Myth", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13. årgang, nr. 3, pp. 680-704.
- Graham, Todd og Scott Wright (2015). "A Tale of Two Stories from 'Below the Line': Comment Fields at the Guardian", *The International Journal of Press/Politics*, 20. årgang, nr. 3, pp. 317-338.
- Gunn, Joshua og Dana L. Cloud (2010). "Agentic Orientation as Magical Voluntarism", *Communication Theory*, 20. årgang, nr. 1, pp. 50-78.
- Habermas, Jürgen (2006). "Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research", *Communication Theory*, 16. årgang, nr. 4, pp. 411-426.
- Hansen, Ejvind (2015). "Journalistik som en hermeneutisk og dekonstruktiv intervention i den distribuerede offentlighed", *Journalistica*, nr. 1, pp. 96-115.
- Hauser, Gerard A. (1999). *Vernacular Voices: The Rhetoric of Publics and Public Spheres*, Columbia, SC: University of South Carolina Press.
- Hauser, Gerard A. (2007). "Vernacular Discourse and the Epistemic Dimension of Public Opinion", *Communication Theory*, 17. årgang, nr. 4, pp. 333-339.
- Hermida, Alfred og Neil Thurman (2008). "A Clash of Cultures: The Integration of User-Generated Content within Professional Journalistic Frameworks at British Newspaper Websites", *Journalism Practice*, 2.

- årgang, nr. 3, pp. 343-356.
- Hindman, Matthew S. (2009). *The Myth of Digital Democracy*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Hoff-Clausen, Elisabeth (2013). "Attributing Rhetorical Agency in a Crisis of Trust: Danske Bank's Act of Public Listening after the Credit Collapse", *Rhetoric Society Quarterly*, 43. årgang, nr. 5, pp. 425-448.
- Hoff-Clausen, Elisabeth, Christine Isager og Lisa Storm Villadsen (2005). "Retorisk agency – Hvad skaber retorikken?", *Rhetorica Scandinavica*, nr. 33, pp. 56-65.
- Howard, Robert Glenn (2010). "The Vernacular Mode: Locating the Non-institutional in the Practice of Citizenship", pp. 240-261 i Daniel C. Brouwer og Robert Asen (red.), *Public Modalities: Rhetoric, Culture, Media, and the Shape of Public Life*, Tuscaloosa, AL: University of Alabama Press.
- Ingraham, Chris (2013). "Talking (About) the Elite and Mass: Vernacular Rhetoric and Discursive Status", *Philosophy & Rhetoric*, 46. årgang, nr. 1, pp. 1-21.
- Isager, Christine (2009). "Retorisk handlekraft: Hvem giver journalisterne ordet?", pp. 269-289 i Marie Lund Klujeff og Hanne Roer (red.), *Retorikkens aktualitet: Grundbog i retorisk kritik*, 2. udgave, København: Hans Reitzel.
- Isager, Christine (2015). "Haderen, elskereren og læseren: Holdning, underholdning og pædagogisk potentiale i essayistisk skrivelitteratur", *Journalistica*, nr. 1, pp. 4-23.
- Jensen, Klaus Bruhn (2009). "Three-step flow", *Journalism*, 10. årgang, nr. 3, pp. 335-337.
- Jensen, Klaus Bruhn (2010). *Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass, and Interpersonal Communication*, New York, NY: Routledge.
- Jensen, Klaus Bruhn (red.) (2012). *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*, 2. udgave, Abingdon, Oxon: Routledge.
- Jensen, Klaus Bruhn (2013). *Medier og samfund*, 2. udgave, Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Jensen, Klaus Bruhn og Rasmus Helles (2011). "The internet as a cultural forum: Implications for research", *New Media & Society*, 13. årgang, nr. 4, pp. 517-533.
- Kabel, Lars (2014). "Nyhedskriterier", pp. 425-428 i Søren Kolstrup, Gunhild Agger, Per Jauert og Kim Schrøder (red.), *Medie- og kommunika-*

- tionsleksikon*, 3. udgave, Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Loke, Jaime (2012). "Old Turf, New Neighbors: Journalists' Perspectives on Their New Shared Space", *Journalism Practice*, 6. årgang, nr. 2, pp. 233-249.
- Lund, Marie og Hanne Roer (2014). "Retorisk kritik – en oversigt", pp. 9-36 i Marie Lund og Hanne Roer (red.), *Retorikkens aktualitet: Grundbog i retorisk kritik*, 3. udgave, København: Hans Reitzels Forlag.
- Pontoppidan, Christina (2013). *Gør teksten klar: Principper for klart skriftsprog*, Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Robinson, Sue (2010). "Traditionalists vs. Convergents: Textual Privilege, Boundary Work, and the Journalist-Audience Relationship in the Commenting Policies of Online News Sites", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16. årgang, nr. 1, pp. 125-143.
- Rønlev, Rasmus (2014). *Danske netaviser som webmedier for retorisk medborgerskab*, Københavns Universitet.
- Singer, Jane B. (2010). "Quality Control: Perceived Effects of User-Generated Content on Newsroom Norms, Values and Routines", *Journalism Practice*, 4. årgang, nr. 2, pp. 127-142.
- Singer, Jane B. og Ian Ashman (2009). "'Comment Is Free, but Facts Are Sacred': User-Generated Content and Ethical Constructs at the *Guardian*", *Journal of Mass Media Ethics*, 24. årgang, nr. 1, pp. 3-21.
- Thurman, Neil (2008). "Forums for citizen journalists? Adoption of user generated content initiatives by online news media", *New Media & Society*, 10. årgang, nr. 1, pp. 139-157.
- Villadsen, Lisa Storm (2008). "Speaking on Behalf of Others: Rhetorical Agency and Epideictic Functions in Official Apologies", *Rhetoric Society Quarterly*, 38. årgang, nr. 1, pp. 25-45.
- Villadsen, Lisa Storm (2009). "Retorisk kritik", pp. 195-218 i Charlotte Jørgensen og Lisa Storm Villadsen (red.), *Retorik. Teori og praksis*, Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Winsvold, Marte (2009). "Arguing into the Digital Void?", *Javnost – The Public*, 16. årgang, nr. 3, pp. 39-54.

FORFATTER

Rasmus Rønlev

Adjunkt, Center for Journalistik, Syddansk Universitet

roenlev@journalism.sdu.dk

Økonominyheder på Facebook: Er usikkerhed på arbejdsmarkedet og fordelingen af samfundskagen vigtigere end konjunkturer?¹

AF POUL THØIS MADSEN

Resumé

På basis af 2 x 100 økonomiske nyheder, der blev kommenteret eller liket på Facebook i 2012 og 2015, undersøger denne artikel, hvilke typer af økonomiske spørgsmål mediebrugere interagerer over. Det viser sig særligt at være økonomiske nyheder, der handler om udviklingen i indkomstfordeling og på arbejdsmarkedet. Det står i modsætning til den hidtidige internationale forskning i mediernes dækning af økonomiske forhold, der har betonet betydningen af konjunkturnyheder. Fremtidig forskning bør derfor analysere mediernes dækning af indkomstfordeling og arbejdsmarked og de mulige konsekvenser, som disse typer af nyheder kan have for mediebrugeres økonomiske og politiske dispositioner.

Introduktion

Er mediebrugerne overhovedet interesseret i økonomiske nyheder? Og i givet fald hvilken type af økonomiske nyheder? Det er de to hovedspørgsmål, der søges besvaret i denne artikel. Det er vigtige spørgsmål, fordi det er en grundantagelse i forskningen, at mediebrugeres politiske og økonomiske dispositioner er stærkt påvirket af økonomidækningen (se Schiffrin, 2015, for en oversigt over denne forskning med særligt henblik på mediernes dækning af finanskrisen).

Analysen i artiklen er baseret på 2 x 100 økonomiske artikler fra henholdsvis 2012 og 2015. Det nye metodiske begreb i forhold til den hidtidige forskning i mediernes dækning af økonomi er, at de analyserede nyheder er identificeret via Facebook. Artiklen handler imidlertid ikke om sociale medier; Facebook er alene brugt som et værktøj til at indsamle nye typer af data. Ved fortolkningen af resultaterne er det imidlertid nødvendigt at konsultere dele af litteraturen om sociale medier, fordi det er omdiskuteret, hvad de sociale medier gør ved den virkelighed, der kanaliseres gennem dem, og hvordan denne virkelighed derfor skal fortolkes.

I det følgende gives først et overblik over den hidtidige forskning i økonomiske nyheder med særlig vægt på mediebrugerne. Herudfra gives der også et bud på, hvilke typer af økonomiske nyheder der er forskningsmæssigt belæg for kan interessere Facebook-brugere. Dernæst redegøres der for metoden. Som det tredje punkt redegøres der for de væsentligste resultater. Endelig diskuteres resultaterne af undersøgelsen blandt andet i form af mulige implikationer for fortolkningen af den hidtidige forskning og udviklingen af den fremtidige.

Hvad ved vi på forhånd om medieforbruget af økonomiske nyheder, og hvilke resultater forventer vi?

Hovedparten af forskningen i økonomidækningen har søgt at kortlægge mønstre i dækningen af økonomiske forhold – primært i de skrevne medier. Hovedsporet i denne forskning har været at påvise mediernes forkærlighed for negative økonomiske nyheder eller det, som Kollmeyer betegner som et 'bad-news-bias perspective' (2014:433).

En vigtig del af forskningen i økonomidækningen har derfor ganske logisk handlet om mulige konsekvenser af et sådant bias. Hovedresultatet har været, at når medierne giver et for negativt billede af, hvordan det går med den økonomiske udvikling, så påvirker det mediebrugerne mere negativt, end det burde, hvilket kan påvirke deres økonomiske dispositioner, og hvem de stemmer på (centrale ældre bidrag er Blood og Phillips, 1995, og Goidel og Langley, 1995).

Modellen bag denne forskning er baseret på følgende forståelse:

økonomidækning → [mediebrugeren] → økonomiske og politiske konsekvenser

Som det fremgår, står mediebrugeren i parentes. Det skyldes, at det antages, at mediebrugeren og hans/hendes udvælgelse af økonomiske nyheder har samme karakter som den generelle økonomidækning: Hvis nyhederne overvejende er negative, så vil mediebrugere overvejende vælge at læse negative økonomiske nyheder. Det kan virke som en rimelig antagelse, men den efterlader ikke meget spillerum til mediebrugernes frie valg. Det kan jo tænkes, at de netop ikke er interesserede i negative økonomiske nyheder, eller at de har større interesse for andre typer af økonomiske nyheder, eller at en væsentlig del af mediebrugere surfer uden om de økonomiske nyheder. Den problematik er imidlertid aldrig undersøgt empirisk, hvilket udgør en af de vigtigste foranledninger til dette studium.

For at vide, om de økonomiske nyheder faktisk påvirker mediebrugere, er vi derfor nødt til at komme tættere på det faktiske forbrug af økonomiske nyheder, end tilfældet har været i den hidtidige forskning. Allerede Parker (1997) påpegede, at der her var et hul i forskningen og fremhævede, at vi ved alt for lidt om 'economic learning' blandt det, som han kalder 'audience' (1997:15). Det er det hul, jeg søger at mindske, men dog langt fra formår at lukke med den empiri, der præsenteres nedenfor.

En hovedårsag til, at der har været så lidt blik for den enkelte mediebruger, er, at størstedelen af den hidtidige forskning har fokuseret på det generelle mønster i økonomidækningen og på henholdsvis forbrugere og vælgere set som en samlet gruppe. Forskningen har søgt at påvise mulige generelle konsekvenser for især forbrugerforventninger og stemmeafgivelse af den generelle økonomidækning i den generelle medieflade. Derved er den enkelte mediebruger kun indirekte repræsenteret, og der måles kun meget indirekte på medieforbruget.

Kun en særdeles begrænset del af forskningen i økonomidækning har fokuseret *direkte* på mediebrugeren. Det eneste eksempel herpå, som jeg har kunnet finde i min litteratursøgning, er

Haller og Norpoth (1997), der gennem deres fortolkning af resultaterne af en spørgeskemaundersøgelse for den amerikanske økonomi er kommet ganske tæt på den enkelte mediebruger gennem svaret på spørgsmålet: 'have you heard of any favorable or unfavorable changes in business conditions?' (1997:558). Ud fra svaret på det spørgsmål vælger Haller og Norpoth lidt dristigt at konkludere, at halvdelen af befolkningen ifølge eget udsagn slet ikke har 'hørt' nogen økonomiske nyheder (1997:555), hvorfor store dele af befolkningen i princippet slet ikke *kan* påvirkes direkte af økonomidækningen.

En begrænset del af forskningen har bestået i eksperimenter, hvor udvalgte informanter er blevet konfronteret med udvalgte virkelige økonomiske nyheder (Pruitt m.fl., 1988), eller hvor udvalgte respondenter har deltaget i en spørgeskemaundersøgelse, hvor de er blevet bedt om at tage stilling til en *konstrueret* positiv og negativ nyhed, som Helle Svensson har gjort det i en af artiklerne i sin ph.d.-afhandling fra 2016. Af de tre nævnte bidrag er det således kun Haller og Norpoth, der, omend i særdeles begrænset omfang, har forholdt sig til faktiske mediebrugere og deres frie valg af nyheder om økonomi.

Det er således ikke undersøgt i den hidtidige forskning, hvilken type af økonomiske nyheder mediebrugerne opsøger ud af egen drift. Selvom der derfor er tale om et helt uudforsket område, er det alligevel muligt ud fra den hidtidige forskning at udkrystallisere nogle mønstre i mediernes økonomidækning, der kan anvendes til at kategorisere de økonomiske nyheder, som har brugernes særlige interesse på Facebook.

Et af de nyere bidrag i forskningen om, hvordan økonomidækningen kan påvirke forbrugernes forventninger, er skrevet af van Dalen, de Vreese & E. Albæk (2015), der også giver en oversigt over den tidligere forskning på området. Den forskning indikerer, at det første forventede mønster er en betydelig mængde '*konjunkturyheder*', som afspejler, at mediebrugerne er interesserede i at finde ud af: Går det op eller ned med økonomien?

En anden del af forskningen går ud fra, at mediebrugerne anvender de økonomiske nyheder til at danne sig en forventning om, hvordan det går og vil komme til at gå på arbejdsmarkedet (jf. Pruitt et al., 1998, men særligt Garz, 2013 og 2014). Den type af økonomiske nyheder og andre, der relaterer til arbejdsmarkeds-

forhold i bredere forstand, er den anden hovedkategori og kan sammenfattes under betegnelsen *'arbejdsmarked'*.

Tager man derimod udgangspunkt i den del af økonomidækningsforskningen, som kan betegnes som *'politisk økonomi'* (Durham, 2007; Kollmeyer, 2004; Tracy, 2012), så er fokus på, hvem der taber og vinder ved den økonomiske udvikling og som følge af gennemførelsen af diverse reformer. Denne tredje type af nyheder betegnes i det følgende som *'indkomstfordelingsnyheder'*.

Metode: Udvælgelsen af nyheder om økonomi delt på Facebook

I det følgende gennemgås metoden relativt dybdegående, fordi der er en række begrænsninger og fortolkningsproblemer ved empirien. I forbindelse med sit forskningsprojekt *'devirale-nyheder.dk'* har Filip Wallberg, SDU, udviklet en metode til at høste nyheder, der stammer fra danske mediers hjemmesider, men som også dukker op på Facebook. Wallberg har ud fra mine dessiner foretaget de to søgninger, som undersøgelsen baserer sig på. Der søges efter økonomiske ord i artiklernes rubrik og manchete.

Første trin var en pilotsøgning, der tog udgangspunkt i en bruttoliste på 44 makroøkonomiske søgeord. Pilotsøgningen viste, at der var en betydelig mængde nyheder om økonomiske temaer, der enten bliver delt, kommenteret eller liket på Facebook (kaldet interaktioner), hvorfor der var basis for at gå videre. Det næste trin var at reducere antallet af *'økonomiske'* søgeord for at mindske antallet af nyheder, der enten intet har med økonomi at gøre (økonomiske ord og vendinger bruges ofte i ikke-økonomiske sammenhænge i medierne, viste pilotsøgningen) eller har særdeles begrænset interaktion. Det skete ved at fokusere på de søgeord, som pilotsøgningen viste afdækkede økonominyheder med mest interaktion. Slutresultatet var 15 makroøkonomisk orienterede søgeord: Skat, Krise, Økonom, Vækst, Ulighed, Løn, Arbejds, Ledige, Dumping, Penge, Finanslov, Euroen, Fattige, Rige og Kontanthjælp (søgestrengen er i appendiks nedenfor).

Den endelige søgning førte til en bruttoliste af nyheder. Baseret på en analyse af de nyheder, som havde størst interaktion i henholdsvis 2012 og 2015, udvalgte jeg 100 (makro)økonomiske nyheder for hvert af de to år. Der er ingen særlig begrundelse for at vælge 100 nyheder per år, udover at de udgør et vist volumen, samtidig med at det analytiske arbejde stadig er overkommeligt.

Der opereres med to år af flere grunde. For det første er det en udbredt antagelse i litteraturen, at økonomidækningen ændrer sig, når konjunkturerne gør det. Centrale bidrag som Alsem et al. (2008) og van Dalen, de Vreese og E. Albæk (2015) når frem til, at der er en tendens til, at både op- og nedture overdrives af medierne. Derfor er der valgt et år, 2012, med lavkonjunktur (0,2% vækst i BNP) og et andet år, 2015, med en betydeligt bedre konjunktur (1,6% vækst i BNP) (begge væksttal er hentet fra Statistikbanken). Hvis der kan påvises ens resultater på tværs af en konjunkturcykel og under skiftende regeringer, er det mere sandsynligt, at der er tale om en gennemgående systematik. Omvendt vil det også være interessant, hvis der kan påvises en ændring fra 2012 til 2015 i, hvilke typer af økonomiske nyheder der interageres over, og hvor eventuelle skift i typen af nyheder måske kan tilskrives en ændret konjunktur.

Ved indkredsningen af de 2 x 100 økonomiske nyheder blev en række nyheder sorteret fra. Bruttolisten af nyheder var således på henholdsvis 125 i 2012 og 169 i 2015. At der sker en frasortering skyldes for det første, at stort set enslydende nyheder går igen i forskellige medier. For det andet frasorteredes historier, som slet ikke handler om makroøkonomiske spørgsmål: 'Betaler topskat og har boet i Danmark i 12 år: Nu står han til at blive smidt ud'. Den nyhed handler ikke om topskat, men om flygtninge- og indvandrerpolitik. Topskatten udgør blot en del af den journalistiske 'krog'. For det tredje er der set bort fra en række historier, som slet ikke har noget at gøre med makroøkonomiske spørgsmål: 'Hun er 315 millioner rigere: BT har mødt lotto-vinderen'. Der ses i tråd hermed også bort fra historier, som enten kun lugter lidt af økonomi, eller som er af mikroøkonomisk natur uden makroøkonomiske implikationer. Det vil sige, at der ses bort fra

- Forbrugerstof og skattefiduser

- Flygtninge- og indvandrers historier, som ikke handler om økonomi
- Mikroorienterede erhvervsnyheder
- Historier, der fremhæver kongefamiliens økonomiske privilegier

Et af de springende punkter har været, hvorvidt såkaldte human interest-historier skulle medtages. Eftersom den slags på papiret ikke-makroøkonomiske nyheder i høj grad har mediebrugernes interesse, kan de tænkes at have potentiale til at påvirke mediebrugernes økonomiske og politiske forventninger og i sidste instans dispositioner. Derfor er nyheder af typen 'Enlig mor til fire på kontanthjælp: Tania får 23.000 i støtte efter skat' medtaget i analysen.

Analysen opererer altså ikke med en bestemt deduktiv definition af, hvad en økonomisk nyhed er. Wallberg, der har indsamlet de 2 x 100 økonomiske nyheder fra en række internetmedier, definerer heller ikke præcist, hvad han forstår ved et medie, men tabel 1 viser de medier, som de 100 økonomiske nyheder primært kommer fra i hvert af de to år.

Tabel 1. Hvor kommer økonominyhederne på Facebook især fra? Antal nyheder ud af 100 i 2012 og 2015.

Medier	Berlingske	Politiken	tv2.dk	dr.dk	eb.dk	Information
2012	21	18	2	14	9	7
2015	9	10	25	12	7	7

Som et led i analysen skete der endelig en *kodning*. At kode kan rumme et betydeligt usikkerhedsskabende element af fortolkning, og man lader derfor ofte assistenter kode uafhængigt af hinanden for at tjekke, hvorvidt man kan stole på kodningen. Herved kan man tjekke for interkoderelibilitet.

I dette tilfælde er der sket en relativt simpel kodning af forfatteren selv, idet nyhederne alene kategoriseres som arbejdsmarkeds-, indkomstfordelings- eller konjunkturnyheder. Det vil sige hvis der står noget om arbejdsmarkedsforhold, lønforhold, dagpenge og kontanthjælp og lignende, så er der tale om en arbejdsmarkedsnyhed. Når der er tale om, at der er grupper, der mister eller får en indkomst, så er det en indkomstfordelingsnyhed. I de tilfælde, hvor nyheden i høj grad handler om, at økonomien er

på vej op eller ned eller har stabiliseret sig, så er der tale om en konjunkturnyhed.

Den eneste komplikation opstår, når nyheden falder ind under flere kategorier: Hvornår er der eksempelvis primært tale om en arbejdsmarkedsnyhed, og hvornår er det også en indkomstfordelingsnyhed (en både og-nyhed)? På grund af den usikkerhed, det kan give, fokuseres der nedenfor kun på helt klare tendenser i data.

Der er otte principielt mulige fordelinger: tre rene kategorier, alle tre kategorier på én gang, en blanding af henholdsvis indkomstfordeling og arbejdsmarked, indkomstfordeling og konjunktur, arbejdsmarked og konjunktur og endelig uden for kategori.

En analyse af de kategoriserede økonomiske nyheder giver et mere detaljeret billede af, hvad de tre typer af nyheder kan dække over. Indkomstfordelingsnyheder handler typisk om:

- Den markedsmæssige fordeling af samfundskagen (fattigdom, rigdom, marginalisering)
- Den statslige omfordeling (kontanthjælp, dagpenge, skattesystemet, finanslov, reformer af henholdsvis overførselsindkomster, afgifter og skatter)
- Social dumping
- Privilegier

Arbejdsmarkedsnyheder handler om:

- Arbejdstid, arbejdsintensitet, arbejdsløshed og mangel på arbejdskraft
- Social dumping
- Overenskomster
- Dagpenge
- Arbejdsmarkedskonflikter
- Lønudvikling

Konjunkturnyheder handler om:

- Mangel på arbejdskraft, øget arbejdsløshed og øget/mindsket beskæftigelse
- Flere/færre på dagpenge og kontanthjælp

- Ændring af indkomstfordeling som følge af skiftende konjunkturer
- Skift i den økonomiske politik som følge af konjunkturerne
- Krise og opsving
- Udviklingen i offentlig gæld og underskud

Resultater: Mønstre i Facebook-brugernes relationer til økonomiske nyheder

I det følgende undersøges det, hvilke mønstre der er i de økonomiske nyheder, som skaber mest interaktion på Facebook. Først undersøges det, hvordan de nyheder, der skaber mest aktivitet, fordeles sig på de tre kategorier: konjunktur, arbejdsmarked og indkomstfordeling. For at kunne gå ned i de mere detaljerede mønstre zoomes der derefter ind på de fem mest delte nyheder i henholdsvis 2012 og 2015. Gennemgangen slutter med en tematisk opdeling af de 2 x 100 nyheder.

Det mest slående resultat er, at økonomiske nyheder rent faktisk skaber en betydelig aktivitet på Facebook – faktisk på niveau med den Facebook-aktivitet, der skabes ved ikke-økonomiske historier, som har særlig gennemslagskraft. Hvor Wallberg (2012) fremhævede, at 897 *generelle* nyhedshistorier i perioden 1. juni 2011 til 1. juni 2012 skabte over 1000 interaktioner, viser den nye undersøgelse, at der for året 2012 var 50 økonomiske nyheder, der hver især havde over 1.000 interaktioner.

Spørgsmålet er imidlertid, hvilken type af økonomiske nyheder det er tilfældet for. Som det fremgår af tabel 2, er det mod forventning ikke primært konjunkturnyheder, der skaber aktivitet på Facebook. Af de 100 mest interagerede økonomiske nyheder i hvert af de to år er der ifølge tabel 2 kun henholdsvis syv og otte egentlige konjunkturnyheder (af typen 'Bageri erkender: Det er ikke et problem at skaffe arbejdskraft'). Den dominerende type af nyhed (mere end 7 ud af 10 i begge år) handler helt eller delvist om indkomstfordelingsspørgsmål af typen: Hvem vinder, eller hvem taber ved eksempelvis en reform? Det gælder især i forhold til spørgsmål om kontanthjælp og dagpenge.

Tabel 2. Antal økonominyheder (= procent) fordelt på centrale kategorier i 2012 og 2015.

	Indkomstfordeling	Arbejdsmarked	Konjunktur
2012	76	42	7
2015	74	52	8

Hvilke nyheder har så haft den største interaktion? Det fremgår af nedenstående tabel med de fem økonomiske nyheder, hvilke der har affødt størst interaktion i hvert af de to år.

Tabel 3. De 5 økonominyheder med mest interaktion i henholdsvis 2012 og 2015.

	Overskrift	Likes	Delinger	Kommentarer
2012	'Joachim B: Pladderhumanisme fastholder folk på kontanthjælp'	3518	67	4070
	'Joachim B.: Mænd er mere ambitiøse, og det afspejler lønnen'	2705	1813	3073
	'Får 4,4 millioner kroner i dagpenge'	2483	515	4093
	'Enlig mor til fire på kontanthjælp: Tania får 23.000 i støtte efter skat'	1436	441	4853
	'Baconkrise under opsejling i EU'	1822	1320	3009
2015	'Flemming Jensens opråb: Holsts eftervederlag svarer til 8 års løn for en pædagogmedhjælper'	16057	4441	1871
	'Sænk arbejdstiden og drop arbejdshysteriet'	16884	919	1990
	'Gratis sommerlejr mangler fattige børn: Hvor er de henne?'	4572	9585	1950
	'Mangler sin kontanthjælp: Gimi Levakovic raser over systemet'	11635	747	2537
	'Jeg er arbejdsløs – ikke idiot'	10829	2129	1317

Wallberg (2012:15 og 17) peger på, at en nyhed, der har en høj grad af interaktion på Facebook, typisk er 'solid', 'sensationel', fokuserer på en politiker eller en politisk sag, der er let at forstå. Som det fremgår af tabel 3, så minder gængse Facebook-nyheder med en høj grad af interaktion om de økonomiske nyheder, der særligt tiltrækker sig opmærksomhed på Facebook. Linaa Jensen (2017) peger på, at der især *deles* nyheder på Facebook som følge af 'medfølelse eller selvfølelse', hvilket også passer ind i fortolkningen af de fleste af de 10 nyheder, selvom de er økonomiske.

Derimod *likes* sensationer og det konfliktuelle ifølge samme kilde.²

Anden forskning som Hermida (2014) peger på, at forargelse er en væsentlig 'driver' for delingen af nyheder på de sociale medier. Den iagttagelse stemmer også fint overens med flere af de 10 mest delte nyheder, som enten i sig selv vækker forargelse, eller hvor man er forarget over andres forargelse.

Manglen på sensation kan omvendt være med til at forklare, hvorfor konjunkturyheder fylder ret lidt på Facebook. De er sværere at gøre sensationelle eller til en politisk sag, der har en bestemt politiker i centrum: 'Joachim B. Olsen: Nu må der gang i hjulene igen' – en konstrueret nyhed – vil næppe tiltrække sig den store opmærksomhed på Facebook.

En tematisering af de mest interagerede nyheder underbygger, at indkomstfordeling og arbejdsmarked er centrale emner for mediebrugerne, som det fremgår af tabel 4. Der er næsten samme overordnede mønster i 2015 som i 2012.

Tabel 4. De centrale debattemaer blandt de 100 økonomiske nyheder med størst interaktion i henholdsvis 2012 og 2015. Antal nyheder under temaet.

	2012	2015
Er kontanthjælpen for høj eller for lav/tilpas?	16	21
Dagpengeproblemet <i>skal</i> løses	13	0
Er dagpengesystemet nu OK eller ej?	0	8
De rige bliver rigere + de privilegerede har for mange privilegier	7	10
Fattigdomsdebat + de fattige bliver fattigere	5	11
Skatten er for høj (topskat i parentes)	7 (1)	10 (3)
Er social dumping et problem eller ej?	5 (<i>Vejlegården-sagen</i>)	7 (<i>Ryanair</i>)
Flygtninge og indvandrere er en økonomisk belastning	0	5

Det viser, at de nyheder, der har offentlighedens bevågenhed, tilsyneladende er uafhængige af konjunkturer og regeringens sammensætning (der kom en Venstre-regering til 28. juni 2015). Aktualitet er dog også en determinerende faktor, hvorfor det er ganske logisk, at dagpengedebatten i 2015 har flyttet sig til ikke længere at handle om dagpengereformen, men om, hvorvidt dagpengesystemet efter justeringerne fungerer godt nok. Tilsvarende er der i 2012 sagen om Restaurant Vejlegården, hvor fagfor-

eningen forsøgte at få de ansatte over på en overenskomst. Den case er i 2015 skiftet ud med en ny, der i endnu højere grad har social dumping som omdrejningspunkt: debatten om arbejdsforholdene i Ryanair.

Fra de 100 nyheder i 2012 til de 100 nyheder i 2015 opstår der kun én helt ny økonomisk debat, der er en følge af den flygtningestrøm, som EU og dermed Danmark har oplevet. I den debat diskuteres ikke primært integrations- og flygtningeproblemer, men der fokuseres i stedet på en mere afgrænset del af problemstillingen, nemlig flygtninge og indvandrere som en egentlig økonomisk belastning. Der var fem nyheder herom i 2015 mod 0 i 2012 blandt de 100 mest interagerede nyheder.

Interessant nok fylder en af de helt aktuelle økonomiske debatter, som det politiske parti Liberal Alliance i den grad har søgt at markedsføre, mod forventning ikke meget: Topskatten er i fokus i én nyhed i 2012 og tre i 2015. Derimod udgør nyheder om skattelettelser eller forøgelser en langt større andel af de 100 nyheder.

Det skal understreges, at de to debatter, der dominerer, drejer sig om dagpenge og kontanthjælp med særlig vægt på kontanthjælp i 2015. Samlet set udgør den type af nyheder lidt under en tredjedel i hvert af de to år. Det peger på, at usikkerhed i forbindelse med, hvordan arbejdsmarkedet fungerer i samspil med det offentlige sikkerhedsnet, er af central betydning for Facebook-brugerne. En konklusion, der underbygges af den opmærksomhed, der tildeles Vejlegården-sagen og Ryanair.

Hvordan skal vi fortolke resultaterne?

I det følgende fortolkes resultaterne ovenfor ud fra tre perspektiver: Hvad udtrykker de i sig selv? Hvilket lys kaster de på den hidtidige forskning? Hvilken fremtidig forskning peger resultaterne på?

Der er to empiriske hovedresultater: Det *første* resultat er, at der *er* betydelig interesse for økonomiske nyheder på Facebook, der har samfundsrelevans. Det er med andre ord muligt at skrive økonomiske nyheder om væsentlige samfundsforhold, som fænger.

For det *andet* interesserer mediebrugerne på Facebook sig i høj grad for indkomstfordeling og arbejdsmarkedsforhold og i mindre grad for konjunkturdækning. Af den hidtidige forskning får man omvendt det indtryk, at mediebrugerne primært forholder sig til økonomistoffet for at afkode, om økonomien er på vej op eller ned. Her peger resultaterne på, at det gør mediebrugerne også, men at der er en langt større interesse for at vide noget om, hvem der vinder og taber som følge af økonomiens udvikling og politiske tiltag.

Det er især økonomiske historier, der har et konfliktperspektiv, som tiltrækker sig opmærksomhed. Det gælder formentlig også i forhold til forbruget af økonomiske nyheder uden for Facebook, men det bør selvsagt undersøges empirisk. De nye resultater peger endvidere på, at der er et behov for at undersøge, hvordan sådanne historier påvirker mediebrugerne. Hvad betyder det for deres syn på økonomien? Deres økonomiske dispositioner og den politiske stemmeafgivelse?

Styrken ved de ovenstående resultater er, at de udtrykker 'noget' om nogle mediebrugeres faktiske 'forbrug' af skriftlige økonomiske nyheder. Svagheden er indikeret ved, at forbrug netop står i gåseøjne, fordi vi stadig mangler fuld viden herom. Hvad vi ved er, at som minimum er en økonomisk orienteret overskrift blevet læst, liket og i nogle tilfælde kommenteret og delt. Vi ved ikke, om og i hvilken udstrækning den økonomiske nyhed er læst i sin helhed. Der er klart et behov for at undersøge det 'fulde' mediebrug.

En anden mangel, som fremtidig forskning burde søge at råde bod på, er, at der mangler viden om, *hvem* der interagerer over de økonomiske nyheder. Det kunne tænkes, at de mange nyheder om dagpenge og kontanthjælp i høj grad affødte interaktion på Facebook af dagpenge- og kontanthjælpsmodtagere, som i princippet har mere tid til at være aktive på de sociale medier, end tilfældet er for erhvervsaktive. Men reelt eksisterer der ikke en detaljeret viden ud over alder og køn (som det afrapporteres i den årlige medierapport fra Slots- og Kulturstyrelsen, 2016) om Facebook-brugere, og vi ved slet ikke noget om, hvordan fordelingen måtte være i forhold til forbruget af økonomiske nyheder.

En tredje mangel er, at det ikke fremgår, hvilke økonomiske nyheder Facebook-brugerne har valgt at se *bort* fra. Vi kender

med andre ord ikke de økonomiske nyheder, som Facebook-brugerne slet ikke interagerer over. Der foreligger derfor heller ikke viden om, hvor mange økonomiske nyheder der rent faktisk er, eller hvorvidt de 2 x 100 nyheder minder meget eller lidt om tendensen i den samlede økonomidækning. Det kan eksempelvis tænkes, at en af forklaringerne på, at der interageres relativt lidt over konjunkturyheder, er, at der skrives mindre om de økonomiske konjunkturer, end man skulle formode ud fra den hidtidige forskning. Det kunne derfor være interessant at afdække, hvor skævt eller dækkende et billede de 2 x 100 nyheder giver af den samlede økonomidækning.

Endelig ville man også kunne øge vores viden betydeligt gennem en *komparativ* analyse. Ikke mindst kunne det være interessant at undersøge, hvilke debatter der interageres over på Facebook i mindre veludviklede velfærdsstater som den britiske og ikke mindst den amerikanske. Måske er der i disse to lande en langt større interesse for konjunkturyheder på Facebook, da den menige brite eller amerikaner er mere afhængig af den økonomiske udvikling, end tilfældet er i lande, der som Danmark har et mere finmasket sikkerhedsnet. Hvor interessante resultaterne end måtte fremstå, så udgør Danmark i et komparativt perspektiv en atypisk case i kraft af en meget lille økonomi og en meget veludviklet velfærdsstat.

Konklusion: Økonomiske nyheder om konflikter og usikkerhed har en gang på Facebook

Hovedresultatet er, at der *er* økonomiske nyheder, som optager en betydelig mængde Facebook-brugere. Et andet vigtigt resultat er, at Facebook-brugerne især er optagede af systemiske spørgsmål om, hvordan samfundskagen fordeles, og hvordan arbejdsmarkedet fungerer. Det er tankevækkende nok også de spørgsmål, som udgør udgangspunktet for de relativt få bidrag inden for økonomidækningsforskningen, som har et mere politisk-økonomisk og konfliktorienteret perspektiv end hovedstrømmen af forskningen i økonomi og medier.

Et tredje vigtigt resultat er, at kun et fåtal af de mest interagerede nyheder har at gøre med konjunktursituationen. Det er

mere det spektakulære, kontroversielle og forargelige, men dog også systemiske, der bliver interageret over.

Derudover gør resultaterne én opmærksom på, at den hidtidige forskning har haft en blind plet ved at se bort fra mediebrugernes eget valg af økonomiske nyheder. Store dele af den hidtidige forskning i økonomidækningen har konkluderet, at mediebrugerne har en særlig forkærlighed for negative økonomiske nyheder uden at spørge dem om det rent faktisk også er tilfældet.

Som et minimum burde den fremtidige forskning i højere grad fokusere på, hvordan indkomstfordelingsnyheder og usikkerhederne på arbejdsmarkedet dækkes – ikke mindst komparativt. Derudover bør forskningen i højere grad afdække, hvordan den slags nyheder og en eventuel skæv afrapportering af dem kan tænkes at påvirke såvel mediebrugernes økonomiske såvel som politiske dispositioner.

Det er med andre ord nødvendigt at udvikle metoder til at komme endnu tættere på mediebrugerne, end det er lykkedes i dette studium, hvis man vil vide mere om forbruget af økonomiske nyheder og de mulige konsekvenser heraf. Her er der inspiration at hente fra de dele af medieforskningen, der går langt tættere på mediebrugerne, end der er tradition for i økonomidækningsforskningen, som mere har arbejdet ud fra armslængdeprincippet: deduktivt og positivistisk og kun i begrænset omfang kvalitativt.

REFERENCER

- Alsem, Karel Jan, et al (2008). "The Impact of Newspapers on Consumer Confidence: Does Spin Bias exist?", *Applied Economics* 40.5 (2008), pp. 531-539.
- Blood, Deborah J. & Peter C.B. Phillips (1995). "Recession Headline News, Consumer Sentiment, the State of the Economy and Presidential Popularity: A Time Series Analysis 1989–1993", *International Journal of Public Opinion Research* 7.1, pp. 2-22.
- Van Dalen, Arjen, Claes de Vreese & Erik Albæk (2017). "Economic News Through the Magnifying Glass: How the Media Cover Economic Boom and Bust", *Journalism Studies* 18.7 (2017), pp. 890-909.
- Durham, Frank D. (2017). "Framing the State in Globalization: The Financial Times' Coverage of the 1997 Thai Currency Crisis", *Critical*

- Studies in Media Communication* 24.1 (2007), pp. 57-76.
- Garz, Marcel (2013). "Unemployment Expectations, Excessive Pessimism, and News Coverage", *Journal of Economic Psychology* 34 (2013), pp. 156-168.
- Garz, Marcel (2014). "Good News and bad News: Evidence of Media Bias in Unemployment Reports." *Public Choice* 161.3-4 (2014), pp. 499-515.
- Goidel, Robert K. & Ronald E. Langley (1995). "Media Coverage of the Economy and Aggregate Economic Evaluations: Uncovering Evidence of Indirect Media Effects", *Political Research Quarterly* 48.2, pp. 313-328.
- Haller, H. Brandon & Helmut Norpoth (1997). "Reality Bites: News Exposure and Economic Opinion", *Public Opinion Quarterly*, pp. 555-575.
- Hermida, Alfred (2014). *Tell Everyone: Why We share and Why It matters*. Doubleday Canada.
- Kollmeyer, Christopher J. (2004). "Corporate Interests: How News Media Portray the Economy", *Social Problems* 51(3), pp. 432-52.
- Linnaa Jensen, Jacob (2017). "Sensationer, skandaler eller blot kattedøling", *pov.international*, 25.9.
- Parker, Richard (1997). "Journalism and Economics: The Tangled Webs of Profession, Narrative, and Responsibility in a Modern Democracy", Joan Shorenstein Center on the Press, Politics, and Public Policy, Harvard University, John F. Kennedy School of Government, *Discussion Paper* D-25. Cambridge, MA: Joan Shorenstein Center, Harvard University.
- Pruitt, Stephen W., Robert J. Reilly & George E. Hoffer. (1988). "The Effect of Media Presentation on the Formation of Economic Expectations: Some Initial Evidence", *Journal of Economic Psychology* 9(3), pp. 315-25.
- Schiffrin, Anya (2015). "The Press and the Financial Crisis: A Review of the Literature", *Sociology Compass*, 9(8), pp. 639-653.
- Slots- og Kulturstyrelsen (2016), *Mediernes udvikling i Danmark 2016*, <http://slks.dk/mediernes-udvikling-2016/>
- Svensson, Helle M. (2016). *Processing Economic News*, ph.d.-afhandling, Centre For Journalism, University of Southern Denmark.
- Tracy, James F. (2012). "Covering Financial Terrorism, the Greek Debt Crisis in the US News Media", *Journalism Practice* 64(4), pp. 513-29.
- Wallberg, Filip (2012), *I like News*, e-bog, udgivet af Wallberg selv <https://itunes.apple.com/dk/book/i-like-news/id589405329?mt=11>

APPENDIKS: SØGESTRENG

Søgestreng: select * from (select title, link, year(date), date, likes, shares, comments, likes + shares + comments as total from stories left join longterm on stories.id = longterm.id where ((date > “2014-12-31 23:59” and date < “2015-12-31 23:59”) OR (date > “2011-12-31 23:59” and date < “2012-12-31 23:59”) OR (date > “2015-12-31 23:59” and date < “2016-12-31 23:59”) AND (title LIKE '%skat%' OR title LIKE '%krise%' OR title LIKE '%økonom%' OR title LIKE '%vækst%' OR title LIKE '% ulighed%' OR title LIKE '%løn%' OR title LIKE '%arbejds%' OR title LIKE '% ledige %' OR title LIKE '%dumping %' OR title LIKE '%penge%' OR title LIKE '%finanslov%' OR title LIKE '% euroen %' OR title LIKE '%fattige%' OR title LIKE '%kontanthjælp%' OR title LIKE '% rige %')) as inv where total > 0 order by year(date) ASC, total desc.

NOTER

- ¹ En varm tak går til min forskningsgruppe ved henholdsvis DMJX og AAU (CCWS), medieforskere fra hele landet, der gav kommentarer til et tidligt udkast af nærværende artikel på et møde i januar 2017, og til de to fagfællebedømmere ved Journalistica.
- ² Linaa Jensens data er indtil videre kun publiceret i en populær sammenhæng som POV.

FORFATTER

Poul Thøis Madsen

Lektor ved Aalborg Universitet og docent ved Danmarks Medie- og Journalisthøjskole
ptm@dmjx.dk