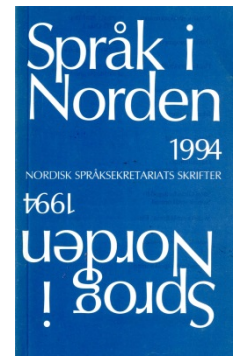


Sprog i Norden

Titel: Pressespråk som utputt og innputt
Forfatter: Thore Roksvold
Kilde: Sprog i Norden, 1994, s. 115-128
URL: <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/sin/issue/archive>



© Nordisk språksekretariat

Betingelser for brug af denne artikel

Denne artikel er omfattet af ophavsretsloven, og der må citeres fra den. Følgende betingelser skal dog være opfyldt:

- Citatet skal være i overensstemmelse med „god skik“
- Der må kun citeres „i det omfang, som betinges af formålet“
- Ophavsmanden til teksten skal krediteres, og kilden skal angives, jf. ovenstående bibliografiske oplysninger.

Søgbarhed

Artiklerne i de ældre numre af Sprog i Norden (1970-2004) er skannet og OCR-behandlet. OCR står for 'optical character recognition' og kan ved tegngenkendelse konvertere et billede til tekst. Dermed kan man søge i teksten. Imidlertid kan der opstå fejl i tegngenkendelsen, og når man søger på fx navne, skal man være forberedt på at søgningen ikke er 100 % pålidelig.

Pressespråk som utputt og innputt

Av Thore Roksvold

Hovedtemaet for Norsk språkråds årsmøte i januar 1994 var «Språklige følger av mediesituasjonen». Naturlig for meg var ut fra den problemstillinga å spørre: Hvilke følger har mediesituasjonen for avisspråket? Men oppdraget mitt var å ta for meg «pressens betydning for språk og språkutvikling». Jeg ville altså betrakte avisspråket som utputt, men var bedt om å betrakte det som innputt.

Pressespråket både avspeiler og former språkutviklinga i det norske samfunnet, kall det gjerne mediesamfunnet. Pressas stilling som medium – det som er i midten og forbinder – gjør det naturlig å se pressespråket som både sluttprodukt og råvare. Sia begge aspektene samvirker, kommenterer jeg begge. Fellesledet – bindeleddet – i begrepene språkproduksjon og språkrespeksjon er språk – som er gjenstanden jeg betrakter i begge aspekter.

Konkurransen mellom mediene

Mediesituasjonen er prega av konkurranse – både mellom og innafor de ulike typene medium.

Med tanke på egen lønnsomhet konkurrerer de ulike typene medium om publikum og derigjennom annonsører, og i kampen om publikum konkurrerer de om oppmerksomhet. Det totale utbudet av informasjon skjerper den konkurransen. Pressa konkurrerer med etermedier, magasiner og informasjonsmateriale av ulike slag. Det gjelder for avisene å fange publikums interesse. Virkemidlene er typografi, bilder og layout – og konsentrert og konkret språklig dramatik i titlene, med appell til følelser. Publikum skal bli overraska, nysgjerrige, medfølende, glade, skuffa, sinte osv. Følelseretorikk i oppslaga er viktigere for løssalgavisene enn for abonnementsavisene. For disse holder det å bruke de grafiske virkemidlene til å sortere og tilrettelegge det totale avisbudskapet for leserne.

Sjø om dramatiseringsknep og følelseretorikk dominerer mer i spaltene nå enn før, var det ikke ukjent tidligere heller.

Ingeborg Jensens analyse av Stavanger Aftenblad fra 1902, 1932, 1962 og 1992 viser at sperrene mot identifikasjon av offer og gjerningsmann, forhåndsdomming, utmaling av detaljer og ladd adjektivbruk var minst i de tidlige årgangene. Til gjengjeld var formatet på både oppslag, titteltyper og bilde atskillig mer beskjedent.

Følelseretorikken rommer gjerne overdrivelser, som inflatterer begrepene. Det avisene kaller «krig», har ofte lite med krig å gjøre.

Personifisering

Felles for både løssalgs- og abonnementsaviser er at enkeltmennesker trer tydeligere fram i avistekstene nå enn de gjorde for eksempel for tretti år sia. Her har avisene tatt etter ukebladene. Kongelige er tradisjonelt godt stoff: Hvordan er de «egentlig» – privat? Filmindustrien i mellomkrigstida produserte stjerner: Hvordan er de «egentlig» – privat? Fjernsynsmediet gjorde programmedarbeidere, politikere og andre maktmennesker kjent i offentligheten: Hvordan er de «egentlig» – privat?

Dette viste seg å være godt stoff. Avisenes rolle som samfunnets kritiske vaktbikkje gjorde det neste steg naturlig: Negative hendelser og tilstander eksemplifiseres ved samfunnets ofre av ulike slag. Hvermannsen blir kjendis.

Prosessen kalles personifisering. Det private offentliggjøres, og språket blir mer intimt.

Slagord og språklig forenkling

Når det private blir offentlig, er det rimelig å tru at det offentlige får mindre plass. Den svenske språkforskeren Jan Svensson mener å kunne registrere at sammenlikna med tidligere er politisk debatt nå mer prega av slagord og utspill, mindre av søkende resonnement – altså trass i at det kanskje er på dette området avisene kunne utnytte fortrinna i mediets egenart og i produksjonsvilkår: Teksten forsvinner ikke, leseren kan legge den bort og hente den fram igjen, og fordjupe seg i den.

Men det hjelper lite å tilby fordjuping hvis en ikke får oppmerksomhet. Også avisene henvender seg til et marked med et

travelt og uensarta publikum. Hovedpoengene i nyhetene må derfor presenteres først i artiklene – i et enkelt, konkret, konsist og anskuelig språk. Derfor prøver journalistene å skrive korte perioder og å bruke forståelige ord. Korte perioder og enkle ord gir lav lesbarhetsindeks, som avisene etterstreber. Et materiale jeg har analysert (Gudbrandsdølen 1963 og 1993), viser at for tretti år sia var lesbarhetsindeksen om lag fire poeng høyere enn den er i dag. Forskjellen skyldes at periodene er blitt kortere.

Avispråket har endra seg, men det er ikke sikkert det er blitt enklere, sjøl om lesbarhetsindeksen er lavere. Svensson påviser at informasjonen i de kortere uttrykka er mer tettpakka, og at tekstredundansen er mindre.

Konkurrere ved å kopiere

De færreste møter konkurranse ved å bryte med det de andre konkurrentene gjør. Hvordan konkurrerer skihopperne? Svensken Jan Boklöv brøt radikalt med skihoppertradisjonen. Etterpå har de andre konkurrert ved å kopiere ham. Vi konkurrerer vesentlig ved å kopiere. Å lede eller vinne konkurransen består så i å frambringe kopier som er bedre enn originalen.

De ulike fjernsynsalternativene i flerkanaltilbudet har i store trekk samme profil. Også NRK møtte konkurransen fra de nye ved å profilere seg mer som dem.

Innovatøren viser veg for de andre. Fullformatavisa er tungvinn å ta med seg på reise, og tungvinn å brette ut ved et kantinebord. VG introduserte tabloidjournalistikken i Norge, hadde opplagssuksess, ble Norges største avis, og har leda avisutviklinga i Norge. Snart fins bare store abonnementsaviser i regionene i fullformat. Men også de øker titteltypene, gjør titlene mer kortfatta og appellerende, personifiserer, bringer mange og store bilder, og forenkler språket.

Eggen/Fremstad og Lea/Nesbø viser hvordan nyutviklinger i VGs fotballdekning de siste 30 åra har danna mønster for utviklinga i både Dagbladet og Aftenposten.

Tesen om at vi konkurrerer ved å kopiere, kan vi styrke ved å minne om at tabloidavisene gjennom å bruke flere og større fotografier likner mer på TV enn de gamle avisene gjorde. Norge hadde hatt fjernsyn noen år da VG la om til tabloid.

Endringer i sportsjournalistikk

Da radioen begynte å referere fra sportsbegivenheter, ble de viktigste resultatene og hendelsesforløpet kjent for publikum før avisa forelå. Avisene – først noen innovatører, men raskt alle kopistene – møtte den utfordringa ved å kommentere mer og referere mindre utførlig. Dessuten illustrerte de reportasjene med bilder, og intervjuet utøverne etter konkurransen. Da vi senere fikk se utøverne også i fjernsynet, økte avisene personifiseringa ved å formidle privatopplysninger. Vi møter utøverne privat, gjerne sammen med ektefeller, barn, foreldre, besteforeldre, søsken og kjærester. For å kompensere at leserne ofte kjenner fakta, prøver journalistene å få fram sporten som underholdning. Språklig har sportsjournalistene utvikla en suksess- og fiasko-retorikk, med overdrevne karakteristikk og sammenlikninger.

Sportsjournalistikkens dilemma er at begivenhetene som skildres, likner hverandre så mye at beskrivelsesmåtene lett kan bli stereotype. Derfor må språket og de andre virkemidlene i formidlinga stadig fornyes for å kunne underholde.

Både konkurransen fra andre medier og de begrensa variasjonene i emnet har tvunget sportsjournalistene til fornyinger. Noen fornyinger er vellykka. Personifiseringa har annen journalistikk kopiert, og sportsuttrykka brukes metaforisk blant anna i politisk journalistikk. Men når andre kopierer, mister originalen friskhet. Også det øker slitasjen i sportssidenes uttrykk.

Allsidig stoffmiks og varierte sjangrer

Hvordan utviklinga av andre medier virker inn på pressa, viser seg også ved at avisene – og toneangivende ukeblader – bruker svært mye plass på å informere om og kommentere det som foregår i etermediene – særlig fjernsynet.

Avisene endres altså gjennom konkurransen med andre medier, men de endres på samme måte. Alle hopper nå slik som svensken Jan Bokløv. Det betyr ikke at avisene er ensformige. Stoffmiksen er allsidig, sjangrene er varierte – og de er flere enn før – og stilen skifter mye fra artikkel til artikkel. Skifte i stil avhenger også av målgruppe, jf. forskjellen mellom anmel-

delser av klassisk musikk og anmeldelser av rock-musikk (Lundberg).

Avisene dekker et bredt spektrum av emner. Til ulike faglige emner er det gjerne knytta ulike fagspråk. Kildenes språk avsetter seg også i de journalistiske produktene. Journalisten må formidle fagspråk forståelig. Men det er ikke noe mål at fagspråk helt fjernes fra avisspaltene. Til allmennhetens opplysning hører også å møte ulike fagspråk og ulike særpråk – kanskje til og med sjargong. De fins alle i det norske språksamfunnet som publikum virker innafor, og et variert språkregister i avisene beriker publikums språklige kompetanse.

Avispråket har et større uttrykksregister og en større variasjonsbredde nå enn det noen gang har hatt. Det gamle er aldri blitt helt borte. Vi kan i ei moderne avis skrelle av lag på lag av stoffområder, sjangrer og stiler helt ned til 1700-tallets opplysningsstoff. Når vi ser bort fra de verste markskrikeriske førstesidene, kan vi si at avisene tar vare på det beste av det gamle, og innpasser det beste av det nye.

Sjangerbredde og stilistisk mangfold viser språkets varierte uttrykksregister for leserne. Det bør kunne karakteriseres som ei positiv mønsterdanning.

Muntlig stil og skildringer

Personifiseringa forutsetter sjangeren intervju, som ikke virker autentisk, hvis det skrives ut i kansellistil. Så viser det seg at muntlig stil presenterer seg så godt i intervjuer at den kan være forbilde også for skrivemåten i andre sjangrer. Med muntlig stil mener jeg her korte perioder med få leddsetninger, med konkrete ord og med verb i aktiv form. Jeg sikter ikke til det muntlige språkets feilkonstruksjoner, avbrudd, utelatelser og innforståtte henvisninger. Hvis vi tenker på gjennomsnittsverdier, har avisspråket utvikla seg i retning av det jeg her har karakterisert som muntlig stil.

Det kan være en hypotese også at verbalspråklige skildringer er blitt vanligere i avisreportasjene – at mentale bilder er svar på økt konsentrasjon om fysiske bilder, slik vi kjenner dem fra film, fjernsyn og stillbilder. Imidlertid er skildringene i skjønnlitteraturen en sterkere tradisjon, og journalisters hem-

melige drøm er gjerne å skrive ei bok, aller helst ei skjønnlitterær.

Det journalistiske idealet «show it, don't tell it», som har vært sterkt aksentuert de siste par tiåra, viser seg dels gjennom skildringer, dels gjennom anskueliggjøringer grafisk og i form av konkret språk.

Det språklige forfallet

Metaforer stimulerer også fantasien til å lage mentale bilder, men metaforer gir ikke det egentlige ordet for tingen. Dessuten: Metaforer som brukes hyppig, vatnes ut til klisjeer uten språklig pregnans. Med overdreven metaforbruk får leserne upresis informasjon. Å finne klare, entydige betegnelser og metaforer med presis assosiasjonskraft krever en tidsbruk som journalister sjelden unner seg. I den grad avisene er språklige forbilder, kan klisjespråk derfor også danne mønster i vårt dagligspråk. Klisjespråk er lettvtint i både positiv og negativ forstand. Det er greitt å ha, men gir oss lite.

Gjennom leserinnlegg i avisene får vi stundom rapportert at språket vårt er i forfall, kanskje særlig avisspråket. «Journalistene kan ikke lenger skrive norsk.» Påvisningene er gjerne belagt med eksempler fra avisene – på stavfeil og ordsammenblandinger, klisjeer og moteord. Avisspråket er lettvtint sensasjonsprega, og det er stivt og byråkratisk. Det er kronglete, og det er for enkelt og upresist. Det har innfløkte perioder og perioder som ikke henger sammen. Det har ulne sjargonguttrykk, og det har fagord og fremmedord.

Ikke minst har det grammatiske feil. Journalistene skiller ikke lenger mellom «de» og «dem», «enda» og «ennå», «han» og «ham». De skriver «hovedsaklig» «skjært» og «bært» og «på tross av» og «for femten år tilbake». De skriver «i hytt og pine» om Martin Schanche som er «nedkjørt etter de siste dagers hardkjør», og påstår at «femten drektige ungokser er brent inne på en låve i Vang». Tegnsettinga tør jeg slett ikke eksemplifisere.

Språkkritikken handler dels om språkblomster, dels om grammatikalske grensetilfeller – særlig der talespråket viser vakling – slike som *er* vanskelige, og som det brukes mye tid

på i skolen. Når den språkkritiske innsenderen har strevd seg gjennom pugg og frustrasjoner i egen skoletid, skal værsgod også journalistene beherske de fine grammatiske distinksjoner, og slik være påminning om at det en sjøl har lært i skolen, er både riktig og vesentlig.

Ei anna viktig side ved denne språkkritikken er at den minner journalisten om hvor nødvendig ethos er. Journalisten må ha leserens tillit, og hvordan skal leseren ha tillit til en som skriver dårligere enn leseren sjøl gjør? Hvis journalisten slurver språklig, kan det vel hende journalisten slurver også i sin omgang med fakta?

Dessuten er språket i avisene et uttrykk for den standarden norsk sakprosa har til hver tid. Grammatiske brudd, dårlig tegning, klisjebruk og språklomster gir et uheldig språkmønster for både skoleelever og andre.

Merete Kildahl konkluderer sin studie av språket i Moss Dagblad med at lesbarhetsindeksen er meget god (40), men at avisa har altfor mange skrive- og slurvefeil. Dessuten bruker en del journalister mange ord om det som kan uttrykkes enkelt. Hennes spørreundersøkelse blant medarbeiderne i redaksjonen viser at journalistene ønsker mer internopplæring, og de savner en korrekturleser. De klager også over dårlig tid.

Språkkompetente journalister

Det forfallet som belegges med eksempler fra avisspråket, fins ikke bare der. Kanskje forfallet hadde fortont seg enda kraftigere hvis eksemplene hadde vært henta fra andre kilder. Journalistene lever av å bruke norsk språk, faktisk i mange varianter, og utgjør kanskje tross alt ei av de mest språkkompetente yrkesgruppene vi har her i landet:

«Den som en gang har sett med egne øyne hva slags tekster journalisten kan få i hendene og må gå løs på og omforme, vil være villig til å tilgi ham mange detaljsynder i uttale, rettskrivning og formverk.» (Finn-Erik Vinje i Johnsen (red.):291)

Det er først og fremst avisene som sikrer publikum daglig omgang med norsk skriftspråk, og denne daglige omgangen er viktig. Når og hvis bildekommunikasjon overtar for verbalspråket i massekommunikasjon, blir vi i enda større grad enn nå pas-

sive mediekonsumenter, med de alvorlige følger det vil få for et aktivt demokrati. Den vesle daglig dosen med trening i verbalspråk som avisene tilbyr, gir oss forbilder for å uttrykke oss skriftlig. Det blir satt ord på foreteelser som vi kan kommunisere videre, og som vi kan nyansere og utdjupe med vårt eget språk.

Skriftspråket tilbyr helt andre muligheter for refleksjon enn muntlig språk gir.

Skriftspråkstrening er altså viktig, og avisene gir de beste mulighetene. De kan også sikre en språklig beredskap i dataalderen. Datateknologiens norsk kan godt bli svært standardisert. Og fordi datateknologien er så internasjonalt prega, må vi dessuten årvåkent utvikle norsk motvekt mot engelskspråklig normsetting. Denne motvekta kan avisene danne ved å oppvise et bredt sammensatt språkregister.

Journalisten kommuniserer i stadig skiftende posisjoner – ikke bare overfor et kanskje skiftende og uensarta publikum, men også overfor like skiftende og uensarta muntlige kilder. Dessuten stiller det mangfoldige skriftlige kildematerialet sine krav til journalistens språklige ferdigheter.

Journalisten er altså dels mottaker, dels avsender, og kommuniserer dels med kilder, dels med publikum. Å kommunisere godt i så skiftende sammenhenger krever at journalisten mestrer et stort språklig repertoar, og at journalisten i hver sammenheng kan velge riktig fra repertoaret.

Journalistens språkregister må også være følsomt overfor hvilken avis, hvilket blad eller hvilket kringkastingsselskap som er oppdragsgiver.

Språkfornyning

I tillegg til å ha ansvar for tvilsomme nyskapinger og feil har journalistene den vesentligste æra for å fornye og utvide det norske ordforrådet. De lager «bruktbil», «brønnehode», «buljongpar», «byggebologi», «dagamma», «diskdabler», «filmskaper», «grønsj», «kakseskatt», «lynlås», «lysløype», «miljøfysikk», «nyhetsbilde», «nyhetsdekning», «omkjøring», «smørberg», «takgrind», «teletapping», «valgdaysmåling» og «utspillspolitiker» – alle ord som er kommet til

i det norske språket etter 1945 (Norsk språkråd og Språknytt). Et samfunn i forandring krever et språk i forandring. Journalistene som møter nyhetene først, trenger et adekvat språk til å formidle nyhetene. Finnes ikke dette språket, må journalistene skape det. Journalistene lager også kortformer av ord («narko» for «narkotika»), og de lager initialord. Når kortformene er innarbeidd, forenkler de kommunikasjonen. Initialord tettpakker mye informasjon, og kan være vanskelige å avkode. Det er ikke alltid initialene viser tydelig hva de står for.

De siste tiåras utdannings- og informasjonssamfunn har utvikla nye fagområder med nye fagspråk. Også avisjournalistene har sine fagtermer, som de godt kunne ha allmenngjort, f.eks. «coach», «desk», «deadline», «punchline» og «feature».

Fagblad og bransjetidsskrifter er de mediene som tåler fagterminologi best. De må nettopp bruke slik terminologi for å markere sin faglighet og for å kunne oppdatere sine selektive lesere faglig. Men også i denne delen av pressa må ny terminologi introduseres for lesere som ikke har utdanningstida rett bak seg, og som fagutvikles nettopp gjennom fagpressa.

Profesjonalisering

For journalistene i dagspressa er de ulike fagmiljøene viktige kilder. Avisjournalistenes formidlingsoppgave er derfor enorm når de skal allmenngjøre faglige emner for det avislesende publikummet.

Dette behovet har vært med på å understreke journalistikk som en formidlingsprofesjon også i journalistenes sjøbevissthet. Yrkesutøvelsen forutsetter språklig kreativitet. Moderne avisspråk er, mye mer enn avisspråket var før, prega av at journalistene tar denne formidlingsoppgava alvorlig. Det både forutsetter og skaper en trygghet på egen faglighet som preger journalistene mer nå enn før. Journalistene i etermediene blir kjendiser, og avisjournalistene har de siste par tiåra trådt fram for leserne gjennom å signere artiklene sine, stundom med bilde til. Slik er deres status økt. Dessuten har mange journalister i dag formell journalistutdanning på høgskolenivå som gir en faglig trygghet, og mange har utdanning fra universitet. Ende-

lig er inntektsnivået høgt i de største avisene. Disse forholda – særlig utdanningsbakgrunnen – bevirker ei profesjonalisering som språklig innebærer både mot til å eksperimentere og en klar bevissthet om at journalistene som regel behersker norsk språk bedre enn kildene gjør, og at kildenes språk bør forbedres når det kan forbedres. Den (sjøl)bevisstheten hadde ikke avisjournalistene før i samme grad. Da ble også kildene mer ydmykt behandla enn de blir i dag.

Den sjøltrygge, moderne journalisten skriver mer for leserne enn for kildene og andre kolleger. Eldre avisjournalistikk var mer skrevet for kildene. Det gjaldt å ikke dumme seg ut eller bli upopulær. Vi finner nok fremdeles, blant anna i kulturjournalistikk og næringslivsjournalistikk at journalister skriver mer for kilder eller kolleger enn for leserne, men lojaliteten ligger nå i større grad enn før hos leserne.

At bildet ikke er entydig, framgår av Fredheim og Westviks studie av språk og språkbevissthet i Laagendalsposten og Fjordenes Tidende. De framholder i sin konklusjon at språket i begge disse lokalavisene er tynga av ekspertformuleringer, og spør seg om det kan være et fellestrekk ved norske lokalaviser:

«Det er mulig at journalister i lokalaviser lettere lar seg smitte av kildenes 'flotte' ekspertformuleringer, fordi de føler at det gir dem aksept i kildemiljøet. Journalister i lokalaviser er dessuten oftest allroundjournalister, og må derfor dekke alle typer saker. Dermed får de ikke satt seg grundig inn i en bestemt type saker, og er mer prisgitt gode kilder.» (Fredheim og Westvik:58)

Redaksjonell språkkontroll

Jeg unnsår ikke at mange journalister føler seg språklig utrygge. De er usikre på om det heter det ene eller det andre, eller hva som er riktig. Mange trenger veiledning, de er klar over at de trenger veiledning, og de ønsker det. De to siste poenga er viktige. Journalistene erkjenner hvor viktig språket er som deres fremste arbeidsredskap, og de er svært motiverte for å utvikle dette redskapet best mulig. Mange redaksjoner har knytta eksterne språkkonsulenter til seg, de har egne språkkopplæringskurs i redaksjonene, noen har også ansatt en egen såkalt

«coach» etter amerikansk modell, og av etterutdanningskursa ved Institutt for journalistikk i Fredrikstad har i mange år språkkursa hatt størst søkning.

På denne bakgrunnen kan det virke bakvendt at redaksjoner som har hatt korrekturlesere, kvitter seg med disse. Med optimal språkferdighet blant journalistene skulle korrekturlesere ikke trengs, og i teorien skulle deskjournalistene, som redigerer artiklene, og derfor skal lese gjennom dem, også forbedre språket. Deskjournalistene skulle være blant redaksjonenes beste skribenter, så de burde være kompetente til å forbedre språket der det trengs. Men ofte er også deskjournalistene så tidspressa at de ikke får lest gjennom artiklene de redigerer, grundig nok. Dessuten krever også skjermredigering så mye teknisk oppmerksomhet at andre aspekter ved redigeringa lett kan bli forsømt.

Sammen med hastverk må datateknologien også ta skylda for noen av feila på avissidene. Jeg tenker her mest på at vi finner biter av gammel tekst som skulle ha vært sletta, vi finner at tekst mangler fordi den syntaktiske konstruksjonen er blitt endra, eller vi finner at bokstaver er utelatt, er kommet med uten at de skulle være det, er kasta om, eller er brukt istedenfor andre bokstaver. Slike feil virker det vanskeligere å oppdage når teksta står på skjermen, enn når den står på papir.

Normering

Korrekturleserne, der disse fins, justerer språkformene over til en standard, der journalistene har vedtatt å følge en slik. Sjelden endrer deskmedarbeidere journalistenes valg innafor gjeldende rettskrivingsnormaler. De fleste avisene normeres bare etter gjeldende rettskrivingsregler – noen har vedtatt egne avgrensinger der rettskrivinga har valgfrie former. NTB bruker moderate bokmålsformer, og setter slik en indirekte standard for mange aviser. Preget blir mest enhetlig når avisas egne artikler bruker den såkalte NTB-normalens former. Påvirkningsretningen kan være at NTB-normalen danner et mønster for avisene, som så danner et mønster for lesernes skriftspråk.

Avispråket er det mest eksponerte offentlige skriftspråket. At pressa har holdt fast på riksmål eller iallfall et bokmål med moderate eller konservative former, har klart forma det bokmål-

let vi lærer i skolen, og det bokmålet vi ellers bruker når vi skriver. Slik finner vi også skrivemåtene «ihvertfall» og «idag» utbredt. En del ord som særskrives i bokmål, sammenskrives i riksmål.

I en artikkel i Språknytt 3/93 viser Arne Gallis både at ulike aviser bruker valgfrie former ulikt, og at vi finner forskjeller mellom artiklene i ei avis. Abstrakte hunkjønnsord har helst moderat artikkel og bøyningssending i både Aftenposten, Arbeiderbladet og Dagbladet. Konkretene tendenderer klart mot radikale former i Arbeiderbladet og Dagbladet, mest i Dagbladet. I tillegg til at de viser den enkelte journalistens preferenser, ser valga i de ulike artiklene ut til å variere med innhold og sjanger.

Om vi har mer eller mindre standardisering, er vanskelig å si. NTB-normalen og vedvarende riksmålsnormering i toneangivende aviser trekker i retning av økt standardisering. Dessuten forekommer språkpolitiske diskusjoner sjelden i redaksjonene. Temperaturen har kjølna i språkdebatten. På den andre sida har de siste par tiåras interesse for og oppvurdering av talemålets status gjort det naturligere for journalistene å utnytte rettskrivingsnormalenes valgmuligheter.

Nynorsk i pressa

Mediemållagets formål «er rett og slett at me skal kjempa for å få meir nynorsk inn i avisene og NRK», uttalte Mediemållagets leder Ingvild Bryn i 1989 (Eide:79).

Av landets 158 aviser som er godkjent for statsannonsering, forekommer nynorsk i 41, og 31 av disse er små lokalblad i Hordaland, Sogn og Fjordane og Møre og Romsdal. Bare ei av avisene som blir gitt ut hver dag (Sogn Dagblad), og bare ei riksavis (Dag og Tid) er redigert på nynorsk (Almenningen o.a.:171). Nynorsk fins knapt i store, riksdekkende aviser og i liten utstrekning i regionaviser. At journalister som ønsker det, og som behersker det, ikke får lov til å skrive nynorsk i avisene de er tilsett i, gjør nynorsk ekstra sjeldent som pressespråk.

For å få mer nynorsk inn i avisene har målfolk ivra for at den enkelte journalist i en redaksjon sjøl skulle få bestemme hvilken målform vedkommendes artikler skal trykkes på.

Ifølge Eide (s. 14-15) bor 10% av VGs lesere i nynorskkommuner, Dagbladet har 7% nynorskeslere, Aftenposten 3% og Arbeiderbladet 2%. Ingen av de fast ansatte journalistene i noen av disse avisene skriver noen gang på nynorsk, trass i at alle redaksjoner har journalister som kan skrive nynorsk, og som ønsker å gjøre det.

Klassekampen har 9% av sine lesere i nynorskkommuner, Nationen og Vårt Land har begge 13%. 5,3% av artiklene i Klassekampen er på nynorsk, 1,7% av artiklene i Nationen og 5,9% av artiklene i Vårt Land. Også i disse riksdekkende hovedstadsavisene er det altså et misforhold mellom leserfordeling og språkfordeling.

Magni Øvrebotten intervjuet i 1978 redaktører og journalister i alle disse avisene. I de mest nynorskekskluderende av dem bekrefta redaktøren at journalistene ville miste jobben om de begynte å skrive nynorsk. Dette standpunktet kalte Øvrebotten for «yrkesforbod» (Øvrebotten:90). En av redaktørene hevda at det var «helt forfeilet» å sitere bokmålsfolk på nynorsk, men mente samtidig at om nynorskbrukende kilder skulle kreve å bli gjengitt på nynorsk, ville de «møte en mur» (Øvrebotten:97).

I flere av intervjuene sine registrerte Øvrebotten (s. 92) holdningen at det bare var bygdekultur, lyrikk, museum og Noregs Mållag avisene kunne skrive om på nynorsk.

Også i tradisjonelle nynorskdistrikter ser den holdningen ut til å gjelde i bokmålsredigerte aviser, men ikke konsekvent. I dekningsområdet til Sunnmørsposten har ifølge Mørkedal

«over 70 prosent av lesarane nynorsk som opplæringsmål. Ein gammal, uskriven regel seier at sunnmørspostjournalisten skriv bygdestoff på nynorsk, medan alt frå Ålesund by skal attgjevast på bokmål. Den regelen gjeld enno, men berre for bystoffet sin del.

(. . .)

På lokalsidene er ein fjerdedel av bygdestoffet på bokmål.» (Mørkedal:19-20)

Styrkeforholdet er altså åpenbart skjevt. I forhold til utbredelsen i befolkningen er nynorsken underrepresentert i pressa –

i den øvrige delen enda mer enn i dagspressa. Over tid blir trulig misforholdet heller større enn mindre. Når nynorsken ikke blir brukt, er virkningen for leserne at nynorsk ikke fins.

Litteratur

- Lasse Dyrdal: «Sportsmetaforar og allmennspråk», i Roksvold 1994
- Steinar Eggen og Jørn Fremstad: «Fotballjournalistikken i VG og Dagbladet fra 1960 til 1990», Norsk journalisthøgskole, Oslo 1991
- Linda Eide: «Språktvang i den frie pressa», Norsk journalisthøgskole, Oslo 1989
- Kenneth Fredheim og Eva Westvik: «Språklig bevissthet blant journalistene i to lokalaviser», Norsk journalisthøgskole, Oslo 1993
- Arne Gallis: «Språkføringen i tre store Oslo-aviser – en stikkprøve», artikkel i Språknytt 3/93
- Terje Hillesund: «Er fjernsynet Dagbladets skjulte redaktør?», Universitetet i Oslo 1989
- Ingeborg Marie Jensen: «Med blodsmak i pennen», Norsk journalisthøgskole, Oslo 1993
- Egil Børre Johnsen (red.): «Vårt eget språk», bind I, Aschehoug, Oslo 1987
- Merethe Kildahl: «Språket i Moss Dagblad», Norsk journalisthøgskole, Oslo 1991
- Halvor Lea og Knut Nesbø: «Fotballdekningen i Aftenposten – tabloidjournalistikk i fullformat?», Norsk journalisthøgskole, Oslo 1992
- Trond Lundberg: «Avmålt velklang og heavy råkjør. Om språket i Oslo-avisenes musikkannmeldelser», Norsk journalisthøgskole, Oslo 1993
- Sindre Mørkedal: «Nynorsk eller bokmål i Sunnmørsposten?», Norsk journalisthøgskole, Oslo 1992
- Norsk språkråd: «Nyord i norsk», Univ.forl., Oslo 1982
- Thore Roksvold: «Retorikk for journalister», Cappelen, Oslo 1989/1991
- Thore Roksvold (red.): «Sport i avis», IJ-forlaget, Fredrikstad 1994
Språknytt 4/93
- Jan Svensson: «Språk och offentlighet», Lundastudier i nordisk språkvetenskap A 47, Lund 1993
- Magni Øvrebotten: «Holdningar til nynorsk i Oslo-pressa», Norsk journalisthøgskole, Oslo 1978