

Legitimitet i medierne

En undersøgelse af hvordan medier besvarer kritik i Presselogen

Rasmus Holm 36499

Integreret speciale Journalistik og Virksomhedsstudier

Vejledere

Luise Li Langergaard & Michael Bruun Andersen

28. november 2013

84 normalsider

Abstract/Resumé

This master thesis examines how selected news media legitimizes themselves through their responses to criticism in the TV-program Presselogen. Presselogen is dedicated to metajournalistic discussions. Through content- and framing analysis it is shown that the participants primarily respond to criticism with dismissal. Primarily the criticism is dismissed with references to journalistic norms and ethics, and at the same time the media representatives use the air time to profile and advertise for their media. Thus the thesis concludes that no real news media self-criticism can be found in Presselogen. The central hypothesis is, that the lack of discussion concerning how economic and organizational circumstances shape the news leaves the media vulnerable to loss of legitimacy. Reversely it is suggested that the public, through greater transparency and the media, through increased legitimacy, would benefit from a more holistic and reflective view on the news media's split functional logic with business and organizational rationales on one hand and journalistic norms on the other.

Indholdsfortegnelse

1. Problemfelt.....	1
1.1 Medierne som samfundsinstitution.....	2
1.2 Medievirksomheder.....	4
2. Teori.....	7
2.1 Metajournalistik.....	7
2.1.1 Hvad er metajournalistik.....	7
2.1.2 Opfattelser af metajournalistik.....	9
2.2 Medialisering.....	10
2.2.1 Mediernes institutionelle udvikling.....	11
2.2.2 Medierne som arena for magtkamp.....	12
2.3 Legitimitet.....	14
2.3.1 Legitimitet og det funktionelt differentierede samfund.....	15
2.3.2 Legitimitet og tillid i det flydende samfund.....	16
2.3.3 Legitimitet og refleksion.....	17
2.3.4 Nyhedsmedier som selvstændigt spaltet funktionssystem.....	18
3. Metode.....	19
3.1 Indholdsanalyse.....	19
3.1.1 Analyse kategorier.....	20
3.2 Framinganalyse.....	24
3.2.1 Rekonstruktion af frames som fortolkningsmetode.....	25
3.3 Validitet.....	26
4. Analyse.....	28
4.1 Om presseløgen.....	28
4.1.1 Presseløgens format.....	29
4.2 De udvalgte medier.....	31
4.2.1 Selvfremstilling.....	31
4.2.2 Politiken.....	34
4.2.3 TV2-nyhederne og TV2 NEWS.....	38
4.2.3 Ekstra Bladet.....	42
4.3 Fund.....	47
4.3.1 Deltagelse.....	47
4.3.2 Typer af kritik.....	48

4.3.3 Svar på kritik.....	50
4.4 Framinganalyse.....	59
4.4.1 Personsager og kontorjournalistik, 11. marts 2012.....	59
4.4.2 Irak-fangerne og de mange ubesvarede spørgsmål, 8. januar 2012....	63
4.4.3 Medierne koger op under betalingsringen, 12. februar 2012.....	66
4.4.4 Er danske journalister for flinke?, 26. februar 2012.....	70
4.4.5 Twitterforbud og tvivlsomme sportsklummer, 10. juni 2012.....	73
4.4.6 Hvordan klarede medierne det kinesiske besøg, 17. juni 2012.....	76
4.4.7 For tæt på politikerne, 1. juli 2012.....	81
4.4.8 Har medierne afgjort skattesagen på forhånd, 2. september 2012...	84
4.4.9 Thornings jobtilbud via medierne, 23. september 2012.....	88
4.4.10 Gidsler, pirater og medier, 5. maj 2013.....	90
4.4.11 Delkonklusion.....	95
5. Diskussion.....	99
5.1 Diskussion af teori og metodevalg.....	99
5.2 Hvad der diskuteres i Presselogen.....	100
5.3 Mediernes profilering i Presselogen.....	102
5.4 Hvad der ikke diskuteres.....	103
6. Konklusion.....	106
7. Referencer.....	108

Bilag

1. Problemfelt

I september 2012 lancerede DR1 programmet 'Hængt ud på Forsiden'. Holdet bag bestod af Thomas Buch Andersen og resten af Detektor redaktionen, der tidligere i radio og tv havde lavet en form for 'hårdtslående' faktatjek-journalistik. Med det nye program vendte de blikket indad. Ind mod medieverdenen. Ideen var at gå kritisk til medier, der uretmæssigt havde hængt folk ud på forsiden. Som redaktionschefen Thomas Breinholt formulerede det til fagbladet Journalisten d. 31.8.2012: " Vi vil gerne rejse spørgsmålet om medierne trænger til skrappe regler"¹.

Igennem de seks programmer undersøges det blandt andet, hvordan Jan Lindholt Madsen fejlagtigt bliver udråbt til morder på forsiden af Ekstra Bladet, hvordan en virksomhed, der laver natursutter, bliver ødelagt på grund af fejlagtige artikler om giftige stoffer i sutterne og 'Khader-Qvortrup-gate,' hvor Khader fejlagtigt bliver beskyldt for sort arbejde osv.

Det interessante, udover tv-programmet i sig selv, er imidlertid, at som programmerne ruller over skærmen, står den ene redaktør efter den anden frem og kritiserer programmet. Efter programmet om Naser Khader kalder den tidligere chefredaktør på Se og Hør Henrik Qvortrup programmet for 'tendentiøst' og fremkommer med andre lidet flatterende beskrivelser af programmet og dets metoder. Efter programmet om sikkerhedsgodkendelsen af Henrik Sass Larsen kalder Olav Skaaning Andersen, chefredaktør på BT, programmet for 'gedigent makværk'. Poul Madsen, chefredaktør på Ekstra Bladet, er i særdeleshed ude med riven i tv-debatter og debatindlæg. Han mener, programmet er decideret dårlig journalistik og præcis lige så manipulerende, som den journalistik, der kritiseres i programmet. Han forlanger desuden, at DR lægger sine rå-optagelser ud, så befolkningen kan få 'sandheden' at vide. Specielt i forhold til programmet om mordet i Herning, der tegner et grimt billede af Ekstra Bladets metoder².

Er det her så bare et eksempel på en mediemølle, der er gået i selvsving?

Nej, for metajournalistik er blevet mere almindeligt. Journalistik-journalistik, som man siger på tysk, er en genre, der er forholdsvis ny og voksende. Indenfor de seneste 25 år har en del af de journalistkritiske røster, der før primært kom fra pressenævnet og samfundsvidenskaberne, bevæget sig ind i selve

¹ Artikel 1 "DR laver nyt mediekritisk tv-program", Fagbladet Journalisten, d. 31/8-2012

² Artikel 2 "Hård kritik af Hængt ud på Forsiden", Fagbladet Journalisten, d. 28/11-2012

journalistikken. Mennesker og medier på P1, Presselogen på TV2 NEWS, Hængt ud på Forsiden på DR1, samt hyppigere artikler om journalistik i de landsdækkende dagblade er eksempler på den kritiske del af metajournalistikken (Jensen, i Lund oa. (2009) og Ørsten (2007)).

Samtidig peger flere undersøgelser på, at mediernes troværdighed er stærkt faldende. I den seneste måling, foretaget af Epinion for Radius Kommunikation fra 2012, er en af konklusionerne, at kun hver fjerde dansker stoler på at det, der gengives i medierne, er sandt. Ifølge de adspurgte danskere er det de mange sensationshistorier, mangelfuld kildekritik og faktuelle fejl, der er de største problemer³.

Næste spørgsmål kunne være, hvorfor dette stofområde er blevet så populært? Er det et tegn på, at medierne er blevet mere opmærksomme på, at deres brugere efterspørger den slags? Er det et billede på en reelt mere selvkritisk tilgang til journalistikken? Er det måske et udtryk for, at medierne er blevet så selvoptagede, at de mener, journalistikken er så vigtig og spændende, at den skal dækkes på lige fod med andre stofområder? Eller er det blot en form for moderne PR-strategi i mediernes interne kamp om at fremstå troværdige og på den måde tackle problemet om den faldende troværdighed.

De ovenstående fire positioner er ikke gensidigt udelukkende, men mere et udtryk for, fra hvilken position man betragter denne praksis. Under alle omstændigheder er det interessant og relevant, i et journalistisk perspektiv, at gå tættere på og nærmere undersøge karakteren af den aktuelle metajournalistik i den danske presse.

Desuden tegner eksemplet fra 'Hængt ud på forsiden' et billede af en medieverden, der endnu ikke virker helt klar til at forholde sig kritisk til sig selv. Man skal i hvert fald være forberedt på at havne i skudlinjen, hvis man vælger 'at pisse i egen rede', som Thomas Buch og co. i flere redaktørers øjne tydeligvis har gjort.

1.1 Medierne som samfundsinstitution

Men er det ikke en god ting, at medierne beskæftiger sig med sig selv og hinanden i større grad, end de tidligere har gjort? Det kommer i høj grad an på, hvad metajournalistikken egentlig består af:

³ Undersøgelse 1: "Journalisters troværdighed", Radius Kommunikation A/S, d. 16/10-2012

”Selvkritisk metajournalistik er en sjældenhed i danske medier. Journalistik om medier er vokset i de sidste ti år. Det fremgår klart af Nyhedsugen 2008, der rummede både historier om mediepersoner og medieøkonomiske strukturer, men kun meget få eksempler på kritisk debat om selve journalistikkens indhold”. (Lund oa., 2009: 179)

Lasse Jensen, vært på Mennesker og Medier på P1, skriver ovenstående i den afsluttende refleksion til bogen 'Hvor kommer nyhederne fra?', hvor der gøres status over den journalistiske fødekæde i Danmark før og nu. At der, ifølge Lasse Jensen, så sjældent bliver fokuseret kritisk på det journalistiske indhold, må opfattes som problematisk set i lyset af den samfundsudvikling, som flere forskere på området kalder medialisering. Kort fortalt drejer det sig om, at samfund og kultur i stigende grad underlægges eller bliver afhængige af medierne og deres logik. Samtidig med dette foregår der en selvstændiggørelse af medierne, der i stigende grad etableres som en selvstændig institution i samfundet⁴.

Denne udvikling må ses som problematisk, hvis den medfører en naturalisering af en hegemonisk forståelse af magtens firedele i en lovgivende, udøvende, dømmende og kontrollerende magt (pressen), hvor medierne ikke gransker sig selv lige så nidkært som de gransker de tre andre samfundsmæssige magtsøjler (Lund oa., 2009:179)

Med medierne som selvstændig magtinstitution i samfundet bør der, ifølge bl.a. Lasse Jensen, følge et større krav om åben journalistisk kritik, ligesom vi forventer gennemsigtighed og kritik af samfundets andre magtinstitutioner.

Det klassiske spørgsmål, der rejses her handler om, hvem der vogter vogterne. Det hurtige svar ville være læserne, seerne, og lytterne via pressenævnet. Dette synspunkt kan og er dog flere gange blevet bestredet, med henvisning til at pressenævnets reelle magt begrænser sig til at udtale kritik og måske fortælle det enkelte medie, at de bør bringe en berigtigelse.

Argumentet for at pressenævnet ikke behøver mere magt, handler ofte om, at man jo altid kan gå rettens vej. Herudover argumenteres der med, at medierne holder hinanden i ørene. Lasse Jensen forholder sig kritisk til dette argument og fremhæver, at den alt for sparsomme metajournalistik ikke handler om journalistik, men derimod om strukturer (Lund oa., 2009: 179)

⁴ Artikel 3: ”Medialisering er ikke mediering”, Stig Hjarvard, Kommunikationsforum.dk, d. 7/10-2008

Mit grundlæggende spørgsmål er derfor, om Lasse Jensens udsagn også er dækkende for den nyeste bølge af metajournalistik. For hvis der ikke debatteres journalistisk indhold i den danske metajournalistik, hvad er så indholdet i den og formålet med den? For at komme dette spørgsmål nærmere er det vigtigt at huske på, at nyhedsmedier også er virksomheder, en pointe, der måske virker banal, men ikke desto mindre ofte glemmes eller marginaliseres.

1.2 Medievirksomheder

At nyhedsmedier også er virksomheder betyder, at de producerer en vare, som relaterer sig til et marked og herunder til brugertilfredshed, klager m.m. I relation hertil er det interessant, at en stikprøveundersøgelse, lavet af fagbladet Journalisten, bekræftet resultatet af den norske forsker Sigurd Allerns undersøgelse, der viser, at ca. 60% af de personer, der rent faktisk får medhold af pressenævnet, oplever, at de bliver mødt med afvisning og arrogance fra medierne. Allern er skuffet over, at billedet, som Journalistens miniundersøgelser tegner, er det samme, som det han kom frem til i 1997. Det kan måske også undre de fleste, for som Allern siger: *"Medier er ligesom alle andre virksomheder og organisationer afhængige af gode relationer til læserne"*.⁵ Centralt for dette speciale er et perspektiv, hvor medier betragtes som virksomheder, der er afhængige af deres relationer til omverdenen.

I lyset heraf er det nærliggende at opfatte det ovenstående eksempel som et spørgsmål om legitimitet og en kamp om samme.

Legitimitet har altid været væsentlig for virksomheders virke – ikke mindst for medievirksomheder. Problemet er bare, at legitimitet ikke er nogen simpel størrelse. Legitimitet er tværtimod et komplekst begreb, der varierer over tid og sted. Tidligere har det været nok for virksomheder at følge lovgivningen og lønne sine ansatte for at fremstå som legitime i det tilhørende samfunds offentlighed. Nu er det ikke længere nok at legitimere sin virksomhed i gældende lov, da samfundets forestillinger om en legitim og ansvarlig virksomhed har ændret sig. Denne udvikling kommer bl.a. til udtryk i diverse CSR-initiativer, og det faktum, at begreber som bæredygtighed, miljøhensyn og den tredobbelte bundlinje til stadighed, bliver en mere og mere integreret del af virksomheders dagligdag. (Holmström 2010:218f)

⁵ Artikel 4: "Afvisende, arrogant og grov, Fagbladet Journalisten, d. 19/8-2013

Når man driver forretning i dagens Danmark, er en vigtig del med andre ord at fremstå legitim i offentlighedens øjne. Om så virksomhedens motivation for at tænke på miljøet, afrikanske børnearbejdere eller for at donere penge til forskning primært er økonomisk, eller mere er betinget af et reelt ønske om at optræde ansvarligt i forhold til samfundets forestillinger om ansvarlighed og legitimitet, er i grunden et fedt, da samfundets forestillinger om legitim adfærd påvirker virksomhedernes praksis og muligheder for at profitmaksimere.

Konflikter opstår, når virksomheder handler illegitimt i forhold til samfundets normer og legitimitetsidealer. Disse legitimitetskriser kommer som oftest til udtryk i medierne (Vallentin 2004:68). Som eksempel kan Arla nævnes, da virksomheden i 2003 blev udsat for en vedvarende kritik af deres forretningsmetoder. Arla blev kritiseret for at være griske og udnytte deres monopollignende markedsandel til at presse mindre producenter ud af markedet. Til sidst skrev daværende administrerende direktør Jens Bigum et brev til sine medarbejdere, hvor han kryber til korset og erkender, at Arla har et problem:

"I Arla skal vi være bedre til at forstå og imødegå de strømninger i samfundet, som har dannet baggrund for de seneste ugers polemik. Vores størrelse forpligter, og oplever dele af omverdenen det anderledes, har vi et problem"⁶.

Dette citat er teoretisk set et eksempel på, hvordan samfundets turbulens slår ned i organisationer. Arla har før denne krise legitimeret sig ved forretningsmæssige og lovmæssige rationaler, men de opdager, at disse ikke er tidssvarende, da de gentagne gange bliver fremstillet i medierne som illegitime. Til slut bliver turbulensen så voldsom, at det tvinger Arla til at reagere. I dette tilfælde med en erkendelse af at deres legitimerende forestillinger ikke længere fungerer i samfundet, og at de derfor er nødt til at ændre sig i retning af større sensitivitet og ansvarsbevidsthed overfor det omgivende samfund. Parallelt med Arlas problemer er danske virksomheder tvunget til at tilpasse deres virke til nye legitimerende forestillinger i samfundet.

Det betyder, at ledere af moderne virksomheder skal være i stand til at se sig selv udefra for at kunne navigere og legitimere sig selv i et stadig mere komplekst samfund. (Holmström, 2010:218)

I tråd med denne optik er journalistikken basalt set spaltet mellem to funktionelle logikker. For det første den journalistiske logik, der eksempelvis præger forståelsen af nyhedsudvælgelsen i form af

⁶ Artikel 5: "Arla-chef vedgår problem", Politiken, d. 19/11-2003

nyhedskriterier som aktualitet, væsentlighed, identifikation og sensation⁷. På en anden side står den økonomiske virksomhedsmæssige logik, der handler om at tjene penge, bevare arbejdspladser, skabe overskud for aktieholdere, sælge annoncer osv. Medievirksomheder agerer altså i et komplekst felt mellem faglige og kommercielle interesser, der i nogle tilfælde kan være modstridende.

Ifølge Lasse Jensen er der både en mangel på selvkritisk metajournalistik i danske medier og et øget krav om kritisk selvransagelse på baggrund af mediernes position i samfundet. Samtidig påpeges det, at moderne virksomhedsledere bør kunne se sig selv udefra for at undgå tab af legitimitet. Kompleksiteten rammesættes endvidere af, at medierne er karakteriseret ved en særlig form for spaltet funktionslogik mellem journalistiske og økonomiske rationaler. For at få indblik i, hvordan medierne navigerer og legitimerer sig i denne komplekse situation, vil jeg undersøge, hvordan medierne håndterer kritik, og hvordan de fremstiller sig selv. Én helt central kilde til analyse af mediernes forståelse af selvkritik er programmet Presselogen på TV2 NEWS, hvor prominente mediechefer selv besvarer kritik af deres produkter. Ved at undersøge Presselogen vil det altså være muligt at analysere udvalgte mediers selv fremstilling og at analysere, hvordan kritik besvares og håndteres, og dermed besvare:

1.3 Problemformulering

Hvordan framer udvalgte medier deres legitimerende forestillinger i deres svar på kritik i Presselogen?

- 1: Hvilke typer af kritik stilles, og hvilke typer af svar gives, når ugens hovedtemaer i Presselogens diskuteres?
- 2: Hvordan svarer medier på kritik i Presselogen?
- 3: Hvordan legitimerer mediernes deres virksomhed?
- 4: Hvilken rolle spiller den spaltede funktionslogik i metajournalistikken?

Med udgangspunkt i programmet Presselogen på TV2 NEWS undersøges udvalgte mediers håndtering af kritik. Dette sammenholdes med virksomhedernes selv fremstilling og egne etiske retningslinjer. Spørgsmålet er, hvordan medierne håndterer kravet om øget selvransagelse, der følger med udviklingen af nyhedsmedierne som selvstændig institution og magtfaktor i samfundet.

⁷ AVISK-kriterierne er de mest almindelige nyhedskriterier i diverse journalistiske lærebøger. Flere og andre er dog blevet beskrevet både før og siden (Gravengaard 2010: 25f)

2. Teori

I følgende kapitel beskrives det teoretiske fundament, der skal danne grundlaget for den senere framinganalyse og diskussion af specialets fund. Kapitlet er delt op i tre blokke med hver sit formål.

2.1 Metajournalistik

I følgende afsnit redegøres der for centrale begreber i forhold til metajournalistik, og hvad vi allerede ved. Hensigten med kapitlet er at tilføje en begrebsafklaring af dette speciales brug af metajournalistik og de typer af metajournalistik, der ofte skelnes imellem i litteraturen.

2.1.1 Hvad er metajournalistik

Som allerede nævnt i problemfeltet kaldes metajournalistik på tysk for 'journalismus journalismus', et, efter min opfattelse, dækkende ord for den type journalistik, der handler om journalistik.

Metajournalistik er dog en alt for bred betegnelse i forhold til sigtet med dette speciale. I hvert fald hvis det forstås, som det der på engelsk kaldes journalistic meta-coverage. I et framingstudie af journalistisk 'metacoverage' definerer Frank Esser og Paul D'angelo (2006) helt kort metacoverage som:

"Metacoverage — news about the press and publicity processes". (Esser & D'angelo 2006: 44)

Esser og D'angelo's (2006) artikel er et komparativt framingstudie af valgdækning i USA, Storbritannien og Tyskland. I deres definition skelnes der mellem selvreferentielle metajournalistik og proces metajournalistik. I det specifikke studie defineres denne afgrænsning som:

"news about candidates' use of, and interactions with, the news media, and news about publicity processes that may or may not directly involve the news media." (Esser og D'angelo 2006: 45)

Der skelnes altså mellem nyheder om kandidaternes interaktion med nyhedsmedierne og nyhedsdækning af, hvordan eksempelvis spindoktorer organisationer osv. sætter dagsorden, uden at nyhedsmedierne nødvendigvis selv betragtes som en del af det.

På den måde vil et forskningsdesign kunne kortlægge mængden af metajournalistik i eksempelvis en valgkamp, ud fra hvor meget der refereres til journalister, pressen, medierne, spindoktorer

mediekonsulenter osv. Problemet er bare, at denne type metajournalistik ikke inkluderer en specifikt skelnen mellem de kritiske former for metajournalistik, som dette speciale fokuserer på.

Tanni Haas opstiller i en forskningsartikel tre typer af metajournalistik; nyhedsmedie-rapporteren, nyhedsmediekritik og nyhedsmedieselvkritik⁸ (Haas 2006: 351). Haas (2006) beskriver nyhedsmedie-rapportering som en form for journalistik, der forsøger at afdække eksterne og ikke-journalistiske trusler for journalistikkens kvalitet (Haas 2006: 350). Denne form for metajournalistik må siges at være på linje med det, Lasse Jensen(2009) citeres for i problemfeltet, at beskrive som den dominerende type af metajournalistik i Danmark. Nemlig at det meste handler om strukturer, økonomi og mediepersoner, men meget lidt om selve journalistikkens indhold (Lund oa., 2009: 179). Nyhedsmediekritik karakteriseres af Haas(2006), som:

"...what I would call news media criticism aims to eliminate external, journalistic threats. Drawing on the notion of paradigm repair, many scholars have shown that journalists tend to distance themselves from reporters and news organizations perceived as challenging commonly accepted professional norms and practices, notably the norm of objectivity". (Haas 2006: 351)

I forhold til citatet er det vigtigt at fremhæve to pointer. For det første, at nyhedsmediekritik, som navnet antyder, ikke kommer fra medierne selv, men fra politikere, forskere, organisationer. For det andet fremhæves det i citatet, at journalistik om udefrakommende mediekritik har en tendens til at være 'paradigme-reparerende', i den forstand, at journalistikken lægger afstand til nyhedsmedier, der udfordrer de gængse journalistiske normer. Ifølge Haas(2006) vil journalistikken om nyhedsmediekritik på den måde søge at eliminere eksterne trusler for at opretholde systemet. Haas(2006) påpeger, at ægte journalistisk selvkritik kræver, at journalister reflekterer over, hvordan deres egen og andres nyheder formes og begrænses af; kommercielle interesser, organisatorisk pres, arbejdsrutiner og forskellige konventioner, og igen hvordan det så påvirker læserne/seerne/lytterne.

"Since news media owners and advertisers stand to gain little, if at all, from such introspection, and the norm of objectivity serves to preclude it, it is likely that scholars will find little evidence of genuine news media self-criticism."

(Haas 2006: 351)

⁸ Frit oversat fra: News media reporting, news media criticism og news media self-criticism

Hvorvidt Haas(2006) påstand om, at medierne ikke vil få noget ud af en sådan form for introspektion er sand, vil jeg senere diskutere. Den anden påstand er helt på linje med Lasse Jensens konklusioner i forskningsprojektet Nyhedsugen fra 2009 (Lund oa., 2009). Både Jensen(2009) Haas(2006) og Esser & D'angelo(2006) påpeger, at mængden af metajournalistik er stigende, men samtidig at der ikke er noget, der tyder på, at den selvkritiske metajournalistik følger med. Dette er en af de påstande, der søges afdækket i forhold til programmet Presselogen på TV2News.

Opsamlende kan man sige, at der ifølge Haas(2006) findes en form for rangering af metajournalistikken fra den generelle og ukritiske nyhedsrapportering over nyhedsmediekritik til nyhedsmedieselvkritikken. I min optik er graden af refleksion det, der adskiller disse tre niveauer, og i min optik kan der derfor tales om en normativ rangering, hvor bevægelsen går fra en lav grad af refleksion og kompleksitet mod en større grad. Denne forståelse vil blive diskuteret senere i forhold til specialets fund.

2.1.2 Opfattelser af metajournalistik

Metajournalistikken undersøges og beskrives på mange forskellige måder, som det allerede fremgår af ovenstående. Gitlin, der først brugte ordet metacoverage i 1988, skriver, at det blot var et mislykket forsøg, fra de politiske journalister, på at vise, at journalistikken er immun overfor påvirkning fra politiske rådgiveres hjælp (Gitlin, 1991: 121).

I samme forbindelse argumenterer Bennet (1992) for, at medieorganisationer, reflekterer over sin egen rolle som aldrig før. Dog er hans opfattelse, at det ikke er nogen god ting - tværtimod. Denne selvrefleksion fører til redundans, selv-referentielle logikker og tab af mening/kontekst (Bennet 1992: 24f). På den måde medfører metajournalistikken, at nyhedsmedierne, i modsætning til intentionerne, ender med at lukke sig mere om sig selv. Altheide & Snow(1991) udskriver simpelthen en dødsdom over den organiserede journalistik, i denne forbindelse på baggrund af at de sager og organisationer, journalisterne skriver om, selv er et produkt af medierne. Det hele er derfor en stor medialiseret metajournalistisk suppe, hvor vigtig og brugbar information drukner i selvreferentiel dækning (Esser & D'angelo, 2006: 47). Disse opfattelser må betragtes som negative i forhold til den øgede metajournalistik i journalistikken. Esser & D'angelo(2006) peger særligt på fremkomsten af tv-debatter som et sted, hvor de selv-kongratulerende og selv-observerende historier, der bekræfter det pågældende nyhedsmedies vigtighed, findes. Men hvad er så grunden til, at der findes metajournalistik? I den ovenstående form, hvor man roser sig selv, er det jo åbenlyst, at der er tale om en slags reklame for sig selv. Men da dette speciale fokuserer på journalistisk selvkritik, er spørgsmålet ikke helt så lige til.

Haas(2006) påpeger, at det meste af litteraturen på området tyder på, at nyhedsmedierapportering og nyhedsmediekritik kan forklares som en modreaktion til befolkningens voksende mistro til mainstream journalistik, og derfor ses som et forsøg på at overbevise omverdenen om, at de er i stand til at forbedre sig, for på den måde at undgå regulering. Dette er fuldstændig på linje med Gitlins(1991) ovenstående beskrevne opfattelse. Dog skelner Haas(2006) her igen imellem de forskellige typer af metajournalistik, hvilket efter min opfattelse er interessant og centralt for at undersøge problematikken omkring selvkritisk metajournalistik i Danmark.

Haas(2006) fremhæver, at selvom det er muligt, at den selvkritiske metajournalistik også primært bruges som et redskab til formilde offentligheden og andre eksterne regulatorer, så må kommercielle interesser også overvejes som mulige forklaringer. Efterfølgende opfordrer Haas(2006) til følgende:

“Whatever the explanation(s) might be, future research should investigate under what circumstances and why news media self-criticism occurs by supplementing textual analyses of particular cases with surveys of news media owners and managers, a combination of research methods that is absent from all of the literature on journalistic metacoverage.” (Haas 2006: 352)

Hvilket er heldigt, eftersom det bl.a. er det, der er målet med at undersøge, hvordan ansvarshavende mediechefer og redaktører i Presselogen på TV2 håndterer kritik. Dog nok via en anden metodologi, end den jeg tror, Haas(2006) her henviser til.

De ovenstående mulige forklaringer på metajournalistikens rolle peger på sin vis ret fint videre ind i den måde, Mark Ørsten(2007), i tidsskriftet *Journalistica*, beskriver journalistikkens rolle i netværkssamfundet. Artiklen, der dog har en noget andet teoretisk fokus, italesætter en del af de nævnte problematikker med fokus på, hvordan det informationelle samfund og medialiseringen skærper kampen om legitimitet, som muligvis kan bibringe en større refleksion i medierne. For at forstå sammenhængen og Ørstens position skal der dog først redegøres for, hvad medialisering og legitimitet er.

Disse teoretiske redegørelser slutes med en refleksion på baggrund af Ørstens(2007) artikel.

2.2 Medialisering

Hvad er medialisering? Stig Hjarvard (2008) svarer ultrakort på dette spørgsmål, i en artikel på kommunikationsforum, som jeg tillader mig at citere i sin helhed, da det er vanskeligt at sige mere kort og præcist:

”Medialiseringen er den proces, hvor samfund og kultur i stigende grad underlægges eller bliver afhængige af medierne og deres logik. Denne proces er kendetegnet ved en dobbelthed af, at medierne integreres i andre samfundsinstitutioners virke, samtidig med at medierne selvstændiggør sig som en institution i samfundet.”⁹

I forhold til dette speciales perspektiv er det centralt, at medialiseringensbegrebet i sig selv er et meget bredt begreb. Medialisering refererer, ifølge Stig Hjarwards bog 'En Verden af Medier' (2008), til en samfundsgennemgribende sociologisk udvikling, hvilket også understreges af bogens undertitel, 'Medialiseringen af sprog, politik, religion og leg.

Med dette speciales perspektiv for øje er det centrale argument nyhedsmediernes selvstændiggørelse som institution. Denne del af medialiseringensbegrebet danner i dette perspektiv både et grundlag for at forstå mediernes rolle og ansvar i forhold til de mere komplekse samspil mellem nyhedsmedier og samfundets andre institutioner, og samtidig danner det grundlaget for et af specialets centrale problematikker; at der med den selvstændiggørelse som magtinstitution i samfundet følger et øget ansvar for at forholde sig kritisk til denne. Med andre ord ”With great power comes great responsibility”, som Spidermans onkel siger til Spiderman.

2.2.1 Mediernes institutionelle udvikling

Pointen er, at hvor medierne tidligere var et redskab for de forskellige samfundssfæres funktionelle differentiering, eksempelvis under partipressen¹⁰, hvor aviserne var et redskab for de politiske partier, på samme måde havde andre uddifferentierede samfundsinstitutioner som kunst og videnskab deres publikationskanaler (Hjarvard 2008: 35). Det var altså partikulære interesser, der var den dominerende

⁹ Artikel 3: ”Medialisering er ikke mediering”, Stig Hjarvard, Kommunikationsforum.dk, d. 7/10-2008

¹⁰ Perioden ca. 1870-1960, hvor aviserne finansieres og i høj grad også redigeres samstemmende med det politiske parti der ejede dem. Afviklingen af partipressen var langvarig og det kan diskuteres, hvornår perioden sluttede. I 1960 opgiver aviserne deres partipolitiske tilknytning, men der kan også argumenteres for, som Hjarvard, at æraen slutter ved Statsradiofoniens(DR) etablering i 1925. Det afhænger nok af om der fokuseres på medier eller mere specifikt på aviser.

styringslogik i denne periode. Senere med Statsradiofonien (senere DR) etablering og en begyndende omnibuspresse, argumenterer Hjarvard for, at medierne i højere grad bliver en kulturinstitution med en styringslogik, der har almenhedens interesse i centrum. Fra 80'ernes monopolbrud og oprettelse af TV2 sker der endnu et paradigmeskift, idet medierne selvstændiggøres som medieinstitution, der drives efter kommercielle og professionelle journalistiske styringslogikker. Aviserne skriver eksempelvis fortsat om politik, kunst og videnskab, men i mindre grad på disses præmisser eller med en fælles dannelsehorisont for øje. I dette perspektiv er de andre samfundsmæssige institutioner blevet det råstof, som medierne trækker på i deres produktion til deres publikum. (Hjarvard 2008: 37).

Mediernes institutionelle udvikling

Dominerende periode	Institutionel karakter	Styringslogik	Mediesystemer	Mediernes opgaver
- 1920	Medier som redskab for andre institutioner	Partikulære interesser	Partipressen, videnskabelige tidsskrifter, religiøse og kunstneriske publikationer	Argumentation og agitation ud fra specifikke interesser i den enkelte institution
1920-1980	Medier som kulturinstitution	Almenhedens styring	Statsradiofonien: radio og tv under monopolet, omnibuspressen	Repræsentation af forskellige institutioner i en almen arena
1980-	Medier som medieinstitution	Medie-professionalisme	Kommercielle og konkurrenceprægede medier, satellit-tv, internet, mobile og interaktive medier	Servicering af publikum; salg til specifikke målgrupper i et differentieret mediesystem

Tabel 1.1. Mediernes institutionelle udvikling

Stig Hjarvard: "En verden af medier", Samfundslitteratur, 2008.

Det vil dog være forkert at reducere nyhedsmediernes funktion til blot at være kommerciel. Selvom medierne i højere grad servicere et specifikt publikum er de stadig bærere af den offentlige debat. På den måde skaber medierne det kommunikative rum, som alle samfundets institutioner er afhængige af i kommunikationen med den almene offentlighed.

Dobbeltveden af, at have løsrevet sig fra andre institutioners virke og fortsat varetage samfundets kollektive kommunikationsopgaver tildeler medierne rollen som en central institution med af relevans for hele samfundet, og mediernes styringslogik kan derfor ikke reduceres til den kommercielle eller markeds-mæssige logik (Hjarvard 2008: 37)

I den forbindelse argumenterer Hjarvard(2008) for, at hensynet til almenheden i dag ikke udspringer en dannelseopgave, men derimod er internaliseret i en række mere eller mindre ritualiserede professionelle

normer. Det kan f.eks. være de tidligere nævnte nyhedskriterier eller idealet om (tilstræbt) objektivitet i journalistfaget.

2.2.2 Medierne som arena for magtkamp

En afledt effekt af medialiseringen og de ny kommunikationsteknologier er det, som Thompson(2005) kalder 'den nye synlighed'(Ørsten 2007: 7), hvor magten i modsætning til tidligere er blevet langt mere synlig. Det betyder blandt andet, at kampen om den symbolske magt i samfundet bliver skærpet, og arenaen for denne kamp er medierne. Ifølge Thompson(2000) består den symbolske magt af:

“evnen til at gribe ind i begivenheders gang, til at påvirke andres handlinger og forestillinger og endda til at skabe begivenheder ved hjælp af frembringelse og overførsel af symbolske former. Mennesker, der udøver symbolsk magt, trækker på forskellige ressourcer som jeg løseligt vil beskrive som 'informations- og kommunikationsmidler'. Disse ressourcer indbefatter de tekniske midler til fiksering og udbredelse, de færdigheder, kompetencer og vidensformer, der udnyttes i frembringelsen, udbredelsen og modtagelsen af information og symbolsk indhold.”(Thompson i; Ørsten, 2007: 9)

Udover det, der er beskrevet i citatet, består den symbolske magt, ifølge Thompson(2000), også af prestigefulde omdømme, anerkendelse og respekt. Det interessante ved denne optik er, at medierne på samme tid bliver udøvere af symbolsk magt og midlet til opnåelse af samme. Det betyder også, at medierne med Thompsons(2000) 'Nye åbenhed' in mente lige så vel som andre virksomheder kan blive centrum for en medialisert skandale, som Ørsten(2007) argumenterer for bl.a. på baggrund af efterspillet ved Muhammed-Krisen og dokumentaren Den Hemmelige Krig. Her viste det sig, at medierne som selvstændiggjort institution i samfundet bliver en del af kampen om den symbolske magt på godt og ondt. Det vil sige, at de sammen med politikere, forskere osv. på mediearenaen kæmper om at akkumulere symbolsk magt i form af prestige, anerkendelse troværdighed og legitimitet. Hvilket på samme tid giver medierne en stor magt, og åbner dem op for en ny sårbarhed (Ørsten, 2007: 12)

Medierne lever på den måde også ”i skæret af Thompsons nye synlighed”(ibid), hvilket betyder, at mediernes rolle som magthaver også bliver mere synlig og på den måde sårbar for at kunne blive udsat for angreb på deres symbolske magt i form af bl.a. troværdighed og legitimitet. Ørsten(2007) fremhæver tilstræbt objektivitet, som et journalistisk ideal og ritual, der ikke blot skal ses som et værn mod udefrakommende trusler mod journalistikkens troværdighed og legitimitet, men også et ideal der muliggør refleksion.

“Inden for organisationsforskningen frembæves det, hvordan organisationer påvirkes af idealer, der skaber institutionelle rammer for, hvordan organisationer skal se ud og opføre sig, ikke mindst i forhold til at sikre sig legitimitet i forhold til det omkringliggende samfund”. (Ørsten, 2007: 19)

Det er altså centralt for organisationer, i denne sammenhæng også journalistiske virksomheder, at idealer skaber de institutionelle rammer, der definerer omverdenens forventninger til virksomheden og virksomhedens forventninger til sig selv. Sammenhængen mellem disse forventninger og virksomhedens oplevede ageren i forhold til disse er på den måde afgørende for en virksomheds legitimitet og forhold til sin omverden.

Her åbnes på den måde op for en smule mere positiv fortolkning af mediernes udvikling, idet Ørsten(2007) også ser metajournalistikken som et tegn på en øget refleksion i forhold til journalistikkens rolle i samfundet. (Ørsten, 2007: 9). På den måde adskiller dette perspektiv sig lidt fra de tidligere beskrevne positioner på metajournalistikken; som et værn mod udefrakommende kritik (Tuchmann 1972, Gitlin 1991, Esser 2006, Haas 2006), metajournalistikken medfører, at journalistikken lukker sig om sig selv og taber sin mening(Bennet 1992, Altheide & Snow 1991 og Esser 2006), eller at den reelle selvkritiske metajournalistik ikke findes i virkeligheden(Haas 2006).

Det skal tilføjes, at Ørsten(2007) også fremhæver den øgede konkurrence og det øgede produktionspres som en faktor, der trækker i modsat retning i forhold til en form for refleksiv journalistik. Forskellen er altså ikke, at Ørsten(2007) forherliger metajournalistikken som løsningen på journalistikkens problemer, men blot det, at han i modsætning til de andre nævnte forskere påpeger, at metajournalistikken kan tænkes at have et potentiale i forhold til de udfordringer, som medierne har i samfundet i dag.

Symbolisk magt i form af legitimitet og troværdighed ender derfor med at stå som et afgørende konkurrenceparameter for journalistiske virksomheder. For at forstå hvordan metajournalistikken, legitimitet og journalistisk refleksion hænger sammen, vil jeg i det følgende redegøre for, hvad legitimitet er i et systemteoretisk organisationsperspektiv.

2.3 Legitimitet

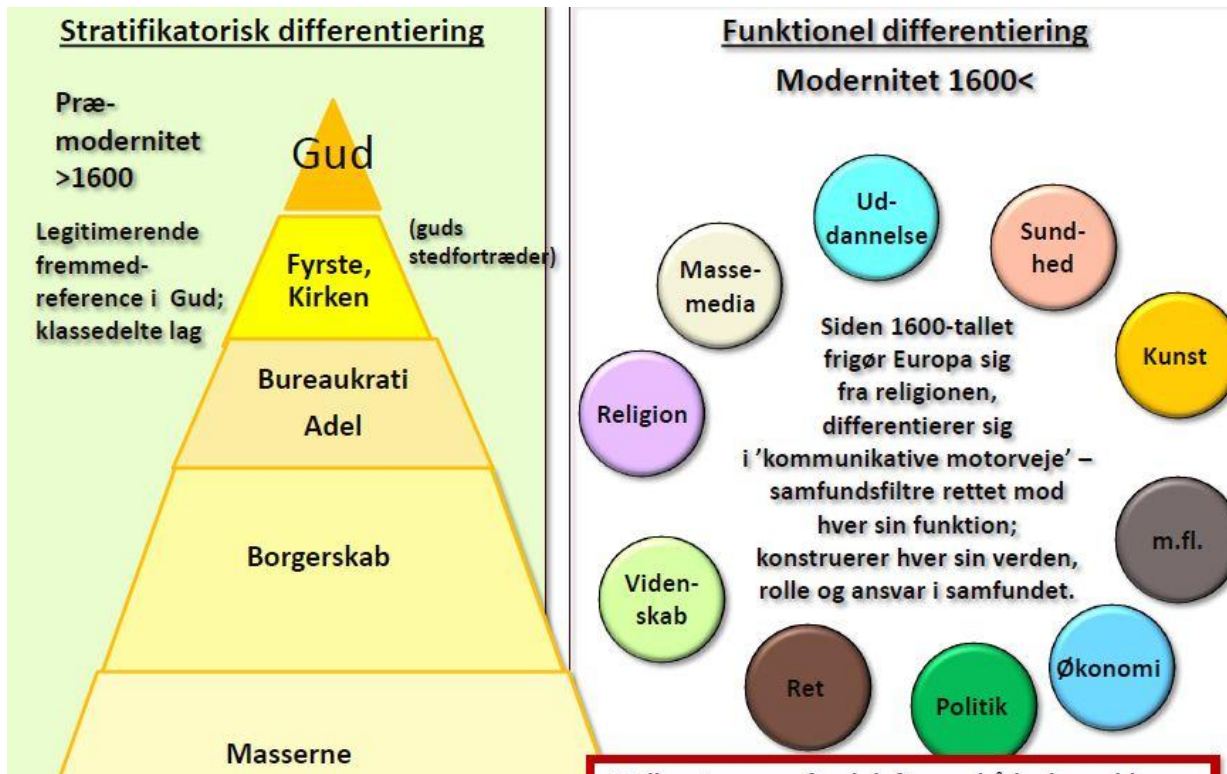
Legitimitet defineres af Suchman som:

"A generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs and definitions" (Suchman, 1995: 574).

I denne sammenhæng er det væsentligt at nævne, at legitimitet bliver et grundlag for tillid, der kan betegnes som den lim, der holder det flydende samfund sammen. (Holmström 2010:13) Legitimitet er vigtig for danske virksomheder på mange forskellige niveauer. I dagens Danmark er det blevet langt mere kompliceret at fastholde eller skabe legitimitet. Det skyldes samfundets generelle udvikling og offentlighedens ændrede syn på, hvad der er socialt acceptabelt, og hvad der kan forventes af en virksomhed. Det at være en legitim virksomhed kan få afgørende betydning for virksomhedens ressource tilgange, investeringer, afsætning, rekruttering, motivation osv. (Holmström 2010:218) Legitimitet er altså et omdrejningspunkt, men for at komme et spadestik dybere må legitimitet som begreb kædes til de andre.

2.3.1 Legitimitet og det funktionelt differentierede samfund

Med rødder i oplysningstidens tankegods opstår det samfund, Niklas Luhmann beskriver som det funktionelt differentierede samfund. Dette står i kontrast til det tidligere præmoderne stratificerede samfund og kan karakteriseres ved, at samfundet er opdelt i forskellige organisatoriske systemer med hver deres tilhørende logikker og rationaler.



figur 1¹¹

I den gradvise overgang fra den stratifikatoriske differentiering til den funktionelle differentiering, der betegner det moderne samfund, var dogmet, at ethvert funktionssystem skulle have mulighed for at forfølge sin egen logik på baggrund af de forskellige samfundssfæres frigørelse fra religionen (Holmström 2010: 223f), og som figuren antyder, er funktionssystemerne i det moderne samfund sidestillede i modsætning til den tidligere hierarkiske opdeling (Andersen, 2004: 236). Det interessante i denne sammenhæng er, at flere af oplysningstidens idealer stadig definerer samfundet i dag. F.eks. vil de fleste organisationer henvise til flere funktionelle logikker, men have et primært rationale, der (som regel¹²) kan identificeres ved at være det, der kan trumfe i beslutningsprocesser. (Ibid) F.eks. hvis Arla stod i valget mellem at flytte 200 arbejdspladser til udlandet eller gå konkurs, kan der nok ikke herske megen tvivl om, hvad valget ville blive, selvom man ud fra andre logikker ville kunne argumentere for, at outsourcing af danske arbejdspladser er illegitimt. På den måde er de funktionelle primater med til at skabe stabilitet i et ellers komplekst samfund, fordi de skaber stabile forventninger til organisationerne og letter på den måde beslutningsprocesserne. Selvom en virksomhed som Arla skal tage hensyn til

¹¹ Figurer er lånt fra Susanne Holmströms kursus Legitimitet og Offentlighed, efterår 2010, RUC

¹² Jf. Holmström et al 2010:13. I et samfund konstitueret af flydende normer er den funktionelle primat ikke altid indiskutabel trumf

flere funktionelle logikker, hviler deres basale legitimitet stadig i, at de kan lønne deres medarbejdere og ikke går konkurs, et universitet skal skabe ny viden, et sygehus skal skabe sundhed/behandle sygdom, en avis skal skabe nyheder osv. Omvendt kan en sammenblanding af de funktionelle logikker også skabe illegitimitet igennem et brud med de stabile forventninger, det omgivende samfund har til virksomheden. Et eksempel kunne være organisationen HenRy for hensynsfulde rygere, der kom i vanskeligheder, fordi de var sponsoreret af tobakskompagniet Philip Morris (Frankel & Højbjerg 2010:262) I forbindelse med de valgte medievirksomheder er denne diskussion af den primære funktionelle logik central for at problematisere mediers legitimitet, idet nyhedsmedier i deres daglige praksis både skal tage hensyn til nyhedsmediale og økonomiske rationaler.

2.3.2 Legitimitet og tillid i det flydende samfund

Den flydende modernitet er udtryk for, at det funktionelt differentierede samfund udfordres af en ny form for samfundskonstitution. Det flydende samfund knytter an til nogle specifikke sociologiske forståelser af udviklingen i de seneste årtier. Det flydende samfund refererer bl.a. til, at samfundsmæssige normer og værdier ikke længere kan tages for givet.¹³ I forhold til virksomheder og legitimitet knytter det direkte an til begrebet kontingens. At noget er kontingent betyder, at det kunne have været anderledes. Med andre ord findes der ikke længere universelle værdier for f.eks. erhvervslivet, som automatisk gør virksomheden legitim. Når opfattelsen er, at ting kunne have været anderledes, andre beslutninger kunne være truffet, så eksploderer virksomhedernes ansvar samtidigt. (Frankel & Højbjerg 2010:262) Med et tænkt eksempel kunne man nævne global warming, der (hovedsagligt) opfattes som et menneskeskabt problem frem for et naturligt problem. Det betyder, at det er 'nogens' (virksomhedernes) skyld, og de bliver af denne grund nødt til at tage ansvar for deres handlinger og tænke på miljøet for at fremstå som legitime overfor samfundet. I tråd med at samfundet opfattes som resultatet af beslutninger, der kunne have været anderledes, ændrer det også forestillingen om tillid. Fra at være noget en virksomhed har, hvis den kan skabe profit, til at være noget den løbende skal gøre sig fortjent til. (Holmström 2010b:23f) I tillidssamfundet er kompleksiteten så stor, at det ikke er muligt at kontrollere alt. I dette perspektiv spiller medierne en central rolle, som dem der tjekker, om vores tillid til virksomheder er berettiget (Vallentin 2004:68).

Det leder videre til næste punkt, da virksomheders evne til at navigere i et samfund med flydende normer, hænger sammen med evnen til at reflektere.

¹³ Frankel & Højbjerg (2010) beskriver samme udvikling blot med meningskampens eksplosion

2.3.3 Legitimitet og refleksion

Men hvad er så refleksion, og hvilken betydning har det for legitimitet hos virksomheder og den samfundsudvikling, hvor tidligere stabile normer og legitimerende forestillinger bliver flydende? For at besvare dette spørgsmål vil jeg igen søge tilbage til Luhmanns og Holmströms forståelse af refleksivitet overfor refleksion.



figur 2

Figuren illustrerer bl.a., at hvis man ikke er i stand til at forholde sig reflekterende til sin egen position i samfundet, risikerer man at konflikte blindt med andre verdensbilleder. For at vurdere om en virksomhed evner at reflektere over sin egen rolle i samfundet, kan man bl.a. kigge på deres selvfremsstilling.

2.3.4 Nyhedsmedier som selvstændigt spaltet funktionssystem

Den nyhedsmediale logik kan spores tilbage til Galtung og Ruges nyhedsværdier fra 1965. Disse værdier

er blevet omskrevet til de lidt mere moderne AVISK-nyhedskriterier¹⁴ (Gravengaard, 2010: 24ff) som næsten enslydende kan genfindes hos Luhmann(1996) (Holmström 2005:31). Disse kriterier fortolkes dog forskelligt, og også kommercielle hensyn spiller ind, når en nyhed vurderes. Hvilke hensyn der spiller ind og hvordan afhænger meget af, hvordan det enkelte nyhedsmedie er konstitueret, samt hvordan det finansieres. F.eks. er det ikke tilfældigt, at aviser, som B.T og Ekstra Bladet, der primært finansieres via løssalg, ofte har billeder af bare eller næsten bare bryster på forsiden, hvilket ikke repræsenterer nogen særlig nyhedsværdi ud fra de traditionelle nyhedskriterier. Aviser som Politiken, JP, Berlingske Tidende og Information bliver primært solgt i abonnementsform, men også her er der en væsentlig forskel på finansieringen, der kommer til udtryk i avisernes daglige praksis. For at illustrere dette kan man kigge på Berlingske Tidende og Information. Ca. 70% af Berlingske Tidendes indtægter kommer fra annoncering i avisen overfor ca. 10% hos Information. Finansieringsstrukturen hos Berlingske Tidende betyder bl.a., at man forsøger at opretholde et godt 'annoncemiljø'¹⁵. Det vil sige, at der f.eks. er langt flere forbrugstillæg om biler, fladskærme, rejser osv., fordi annoncører hellere vil reklamere for en firhjulstrækker i et tillæg om biler end ved siden af en artikel om global warming. På den måde påvirker økonomiske forhold direkte den redaktionelle beslutningsproces, og man kan diskutere, hvilket rationale der bliver det styrende.

I beskrivelsen af virksomheders legitimitetskonflikter i et systemteoretisk perspektiv opfattes medierne som et særskilt system med sin særegne funktionslogik og den særlige funktion i forhold til virksomheder og offentlighed at fungere som en form for tillidstjekker. Derved placerer denne beskrivelse medierne som værende udenfor systemet af virksomheder. Denne betragtning er jeg ikke enig i, da jeg mener, der i et perspektiv, hvor medierne opfattes som virksomheder og tillidstjekkere, ligger en kilde til forståelse af mediernes rolle.

¹⁴ Aktualitet, Væsentlighed, Identifikation, Sensation og Konflikt

¹⁵ Estimat forelagt fra forelæsning v. Michael Bruun Andersen om Ejerskab og koncentration, annoncører og publikum, efterår 2009, Roskilde Universitet

3. Metode

Jeg har valgt at dele min analyse op i to dele. En kvantitativ indholdsanalyse og en kvalitativ Framinganalyse. Jeg har struktureret indholdsanalysen på baggrund af Hansens(1998) bud på en fremgangsmåde.

Som beskrevet i problemfeltet har jeg valgt at fokusere på, hvordan nyhedsmedier håndterer kritik i programmet Presselogen på TV2 NEWS. Jeg ser Presselogen som et interessant sted at undersøge, hvis man vil se på dansk metajournalistik, og hvordan repræsentanter for danske medievirksomheder kommunikerer, når de mødes med kritik. Det skyldes primært, at programmets fokus er snævert møntet på netop den del af metajournalistikken, som bl.a. Lasse Jensen påstår, der ikke er megen af; netop den selvkritiske, der handler om journalistisk indhold. Programmets programtekst lyder:

”Presselogen sætter med danske mediechefer i studiet og en NEWS-vært kritisk fokus på pressens dækning af ugens tophistorier. For mediecheferne bliver der også tid til at erkende sine journalistiske synder og fortælle, hvordan man kunne have håndteret overskrifter, nyhedsindslag og artikler bedre.”¹⁶

Det fremgår tydeligt heraf, at det er en selvkritisk og konstruktiv dimension af metajournalistikken, der er i fokus i dette program. Desuden ser jeg det, at mediecheferne er til stede for at udlægge deres side af sagen, som en relevant grund til at fokusere på netop dette program i det perspektiv, jeg arbejder ud fra.

Min indledende research bestod af, at se de 73 programmer af Presselogen, i perioden 8. januar 2012 til 30. juni 2013, der var tilgængelige via TV2play’s hjemmeside og katalogisere dem ud fra tema, medvirkende og dato. Dette var for det første for at skabe mig et overblik over materialet, for senere at kunne finde frem til de medier, jeg vælger at sætte fokus på. Efterfølgende valgte jeg, at fokusere på 49 programmer altså et år i Presselogen i perioden 8. Januar 2012 til 6. Januar 2013.

3.1 Indholdsanalyse

I henhold til Hansens(1998) beskrevne fremgangsmåde er det stillede research-spørgsmål i indholdsanalysen: Hvilken kritik stilles der i Presselogen i den nævnte periode, og hvordan svarer de

¹⁶ Programtekst for Presselogen på TV2s streaming-side: play.tv2.dk (Øvrige referencer: Om Presselogen på TV2play)

kritiserede medier på denne kritik? Hermed er valget af medier i første omgang ikke en selektion, jeg har foretaget, men blot baseret på, hvem der medvirker i Presselogen i den undersøgte periode. I forhold til valget af indhold har jeg valgt at afgrænse analyserne til at bestå af Presselogens hovedtemaer og desuden ikke medtage såkaldte 'specials', da de efter min mening afviger for meget i form og indhold fra et typisk program til at være anvendelige i denne type analyse. Hovetemaerne er udvalgt, da de repræsenterer den af Presselogen vigtigste metajournalistiske diskussion i programmet, og derfor også den mest interessante for min undersøgelse.

3.1.1 Analysekategorier

For at kunne besvare den første del af researchspørgsmålet har jeg valgt at tage udgangspunkt i pressenævnets vejledende regler for god presseskik¹⁷, som en repræsentation af forskellige typer af kritik, medier kan modtage. Jeg har tilladt mig, at omskrive og præcisere ordlyden af flere af reglerne, for bedre at gøre dem i stand til at rumme den undersøgte empiri.

Kodningskategorierne er:

A Korrekte Meddelelser

A1 Korrekt/Hurtig information

A2 Kritik af nyhedskilder, hvis de har personlig interesse

A3 Oplysninger, der kan være skadelige, skal forelægges den enkelte

A4 Balance og proportionalitet i angreb, svar og vinkler

A5 Klar adskillelse mellem faktiske oplysninger og kommentarer

A6 Ikke dækning for vinkling

A7 Dementi skal bringes hurtigt

B Adfærd i strid med god presseskik

B1 Krænkelser af privatlivets fred

B2 Omtale af selvmord/selvmoedsforsøg

B3 Hensyn til ofre for forbrydelser og ulykker

B4 Adskillelse af annoncer og redaktionelt indhold

B5 Særligt hensyn overfor børn oa., som ikke forstår konsekvenserne af deres udtalelser

¹⁷ Dog er de vejledende regler om retsreportager udeladt, da det ikke fremkommer som tema i programmerne.

- B6 Historier bør tage hensyn til og ikke udnytte personers tillid, følelser eller uvidenhed
- B7 Skjult kamera bør kun ske ved samtykke, eller hvis offentlighedens interesse klart overstiger hensynet til den enkelte
- B8 Der skal tages hensyn til problemet med at fjerne oplysninger, der er offentliggjort på nettet.
- C Person/procesfokusering
- D Andet

Mest relevant er det at nævne, at kategori A4 er udvidet til at inkludere problematikker vedrørende proportionalitet i dækning og vinkling. Dermed omhandler kategorien ikke blot om svar og angreb fremstilles fair i en specifik artikel.

Derudover har jeg tilføjet en kategori, jeg kalder person/procesfokusering. Denne kategori dækker kritik, der drejer sig om, at medierne går efter manden og ikke efter bolden, eller fokuserer for snævert på processen frem for politisk indhold eksempelvis. Samtidig har det været nødvendigt at lave opsamlingskategorien 'Andet', der endte med at indeholde syv tilfælde. Dette er ikke optimalt, men det virkede som en bedre ide end at opfinde kategorier for enkelttilfælde, som hovedtemaet om hvorvidt Rolf Sørensen kan fortsætte som kommentator, eller debatten om hvorvidt DR-booking konkurrenceforvrider bookingmarkedet for licenskroner.

Det andet kodeskema har til hensigt, at undersøge, hvordan de enkelte medier besvarer den kritik, de udsættes for i Presselogen. Til dette skema læner jeg mig op ad Benoit's typologiseringer af verbale genoprettelsesstrategier i krisekommunikation. Jeg har dertil tilføjet, hvorvidt de involverede medier overhovedet anerkender præmissen for kritikken, da det viste sig at være relevant.

I Benoit's typologiseringer skelnes der mellem. Benægtelse, unddragelse af ansvar, reduktion af angrebets omfang, korrigerende, bøn om tilgivelse. (Johansen og Frandsen 2000: 53)

ANGREB -> KRISE

- a) En uønsket begivenhed finder sted
- b) Nogle/den offentlige mening tror, at X (virksomhed eller organisation) er ansvarlig for denne begivenhed
- c) Xs image er truet

KRISE -> GENOPRETTELSE

- a) X reagerer: verbal respons
 1. *Benægtelse*
 - Simpel benægtelse
 - Flytning af skyld
 2. *Unddragelse af ansvar*
 - Provokation
 - Omstødelse
 - Uheld
 - Gode hensigter
 3. *Reduktion af angrebets omfang*
 - Afstivning
 - Minimalisering
 - Differentiering
 - Transcendens
 - Angreb på den anklagende
 - Kompensation
 4. *Korrigerig*
 5. *Bøn om tilgivelse*
- b) Nogle/den offentlige mening tror, at X ikke er ansvarlig for den uønskede begivenhed eller har retfærdiggjort sin part i sagen
- c) Xs image genoprettes

(Johansen & Frandsen 2000; 53)

Som det fremgår af modellen handler begreberne om verbale genoprettelsesstrategier. Inden jeg uddyber de enkelte begreber, skal det nævnes, at jeg i denne forbindelse betragter krise-begrebet bredt. Det betyder, at jeg betragter alle de stillede kritikker i Presselogen som potentielle kriser for virksomhedernes legitimitet. Jeg beskæftiger mig heller ikke med, hvor godt disse strategier virker på modtageren. I den forstand bruger jeg primært typologiseringen af verbale responser på kritik som en ramme for forståelse og kodning, da min indledende research viste, at disse typologiseringer passede godt til det undersøgte materiale.

Benægtelse

Simpel benægtelse: Det vil sige, at handlingen har fundet sted, at man udførte den, eller at man havde ansvaret for den.

Flytning af skyld: Man flytter ansvaret over på andre/noget andet.

Unddragelse af ansvar

Provokation: Man er blevet provokeret til den givne handling, og der dermed også er andre ansvarlige.

Omstødelse: At andre havde del i skylden, fordi man ikke var tilstrækkelig informeret eller havde kontrol over tingene.

Uheld: Handlingen var et uheld, og man havde derfor ikke ansvaret eller kun delvist ansvaret.

Gode hensigter: At man gjorde det i den bedste mening

Reduktion af angrebets omfang

Afstivning: At beskrive positive egenskaber eller handlinger ved sig selv.

Minimalisering: At argumentere for at den kriserede handling ikke er så slem, som den ser ud til.

Differentiering: At gøre opmærksom på at andre tilsvarende handlinger er værre eller lige så slemme.

Transcendens: At overføre handlingen til en anden kontekst. Eksempelvis ved at henvise til et højere formål. Eksempelvis ved at sige man gjorde det for samfundets skyld. 'Robin Hood er ikke en tyv, men en der hjælper de fattige'.

Angreb på den anklagede: At svække modpartens beskyldninger og samtidig aflede opmærksomheden.

Kompensation: At tilbyde en form for erstatning for at gøre omverdenen mildere stemt.

Korrigerig: Det vil sige, at man er rede til at rette fejlen. Enten ved at løse problemet eller på anden måde forhindre det i at opstå igen.

Bøn om tilgivelse: Den sidste kategori lyder måske lidt voldsom i sin ordlyd, men det er, når man vedstår sig sit ansvar og undskylder sin handling.

Det fremhæves i øvrigt, at der i modellen er en vis form for progression i og med, at der i starten fuldstændig benægtes ansvar over et forsøg på at undvige ansvar til delvis erkendelse af ansvar til fuldt at påtage sig ansvaret for den givne handling. (Johansen & Frandsen 2000: 52f)

Definitionerne på Benoits begreber er næsten ordret lånt fra Winnie Johansen og Finn Frandsens artikel i *Rhetorica Scandinavia* 2000, da det virkede omsonst og slørende at omformulere de i forvejen

korte og præcise formuleringer.

Hensigten med indholdsanalysen er udover besvarelsen af researchspørgsmålet, at være med til at kvalificere den efterfølgende selektion af materiale til den kvalitative framinganalyse samt danne baggrund for fortolkningen af de udvalgte mediers svar. Valget af Ekstra Bladet, Politiken og TV2 som omdrejningspunktet for framinganalysen er altså baseret på min indledende research og indholdsanalysen samt mediernes forskellighed, som vil blive uddybet i afsnittet om de udvalgte mediers selvfremsstilling. Samtidig er det også baseret på, at disse medier er de hyppigst deltagende medier i Presselogen, og der derfor kan argumenteres for, at disse mediers deltagelse repræsenterer et typisk program af Presselogen. Valget af medier til framinganalysen betyder også, at der i behandlingen af de indsamlede data fra indholdsanalysen også vil blive behandlet selvstændigt i forhold til netop disse medier.

3.2 Framinganalyse

Framing kan på sin vis både forstås som en teori og et analytisk værktøj (Van Gorp, 2008). I dette speciale er framing primært anvendt som et analytisk værktøj, der danner grundlag for min fremgangsmåde i forhold til den kvalitative analyse af de udvalgte mediers svar på kritik i Presselogen.

Det analyserede indhold består af svarerne af de tre udvalgte mediers svar på kritik i 10 programmer, hvor alle tre medier deltager. Og formålet med analysen er, at opnå en mere kvalificeret forståelse af, hvordan medierne svarer på den stillede kritik, og hvordan de legitimerer sig selv i forhold til deres selvfremsstilling.

Frames kan defineres som konceptuelle værktøjer som medier og individer beror på, når de formidler, fortolker og evaluerer information. (Van Gorp 2008: 8) Framing kan altså ses som en proces, hvor kulturelle forforståelser er med til, at forme nyheder som igen er med til, at forme vores forståelse af samfundet.

I dette speciale er Framinganalysen baseret på De Vreeses(2005) beskrivelse af frame-building og frame-setting.

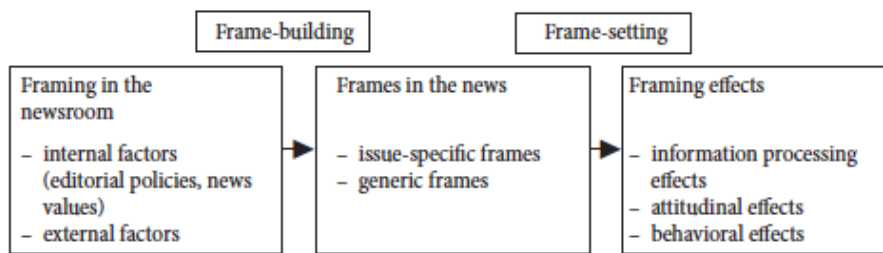


Figure 1. An integrated process model of framing

(De Vreese, 2005: 53)

Ud fra denne model er tanken, at de selvbeskrivende dokumenter og etikpapirer fra mediernes hjemmesider repræsenterer 'Framing in the newsroom', og selve mediernes svar på kritik i Presseløgen repræsenterer 'Frames in the news'. Jeg beskæftiger mig således ikke med framing effects, men med sammenhængen mellem 'Framing in the newsroom' og 'Frames in the news'. Det skal selvfølgelig siges, at det ikke er nyheder, der er indholdet i min analyse, men dermed svar på kritik og de repræsentationer, der følger med disse, i den form for metajournalistik, der bedrives i Presseløgen.

3.2.1 Rekonstruktion af frames som fortolkningsmetode

For at undersøge, hvordan de udvalgte medier framer deres legitimerende forestillinger gennem deres svar på kritik i Presseløgen, vil jeg i Framing-analysen forsøge at rekonstruere de frames, der fremgår i de 10 afsnit af Presseløgen.

En frame kan ifølge Van Gorp(2008) ses som en frame-package, der består af framing-devices, reasoning devices og det implicite kulturelle fænomen der samlet udtrykker frame-pakken.(Van Gorp 2008: 7) Framing devices består i denne forstand af eksplicite ord- og begrebsvalg i de analyserede tekster, hvor reasoning devices henviser til 'det der står mellem linjerne' og illustrerer de kulturelle forforståelser, der ligger bag en specifik fremstilling eller argumentation.

Da materialet i den kvalitative analyse af Presseløgens hovedtemaer består af udsagn fra forskellige personer i et tv-program, er det relevant at nævne, at jeg primært fokuserer på udsagnene som tekster, og analyserer disse med henblik på de reasoning devices, der fremstilles. Det vil altså sige, at selvom det, fordi det er tv, kunne være relevant, at se på de konkrete ordvalg, ville det medføre, at også kropssprog tonefald og mange andre faktorer ville kunne indgå i analysen. Referencer til kropssprog,

tonefald oa. vil altså kun være en del af analysen i det omfang, at det fremstår som meningsforstyrrende, at udelade.

I forhold til analysen af de udvalgte mediers selvfremsættelse, via selvbeskrivende dokumenter og etikpapirer, vil det i højere grad være muligt at forholde sig til eksplicite framing-devices. Men her har jeg dog også valgt primært at fokusere på de anvendte reasoning-devices. Primært fordi denne analyse skal kunne sammenholdes med Framinganalysen af mediernes svar på kritik i Presseløgen.

Som nævnt ovenfor udelades altså dele af Framingteorien i dette speciale. For det første fravælges en analyse af Framing-effects på baggrund af specialets omfang og fraværet af empiri af en type, der ville kunne kvalificere konklusioner vedrørende denne del. Det vil dog være muligt at diskutere mulige effekter af den fremanalyserede framing i en teoretisk kontekst. Samtidig er det valgt, på baggrund af empiriens karakter og dette speciales sigte, at fokusere på reasoning devices fremfor framing-devices.

3.3 Validitet

Det erkendelsesteoretiske udgangspunkt for dette speciales problemformulering er socialkonstruktivistisk.

I hvert fald epistemologisk konstruktivistisk i den forstand, at det antages, at vores viden om verden er konstrueret. Dette betoner det subjektive i forskerens og forskningens rolle ligesom, en Framinganalyse, som sådan ikke kan siges, at besidde nogen form for reliabilitet i klassisk videnskabelig forstand idet gyldigheden ikke ligger i, at andre nødvendigvis skal kunne gentage analysen og komme frem til præcis den samme konklusion. Det betyder altså, at gyldigheden af et speciale som dette primært knyttes til forskerens evne til at argumentere, og på hvor langt læseren kan følge argumentationen.

Det skal tilføjes, at jeg med den kvantitative analyse forsøger at understøtte argumentationen i Framinganalysen for dermed at øge validiteten af argumentationerne og konklusionerne.

Da der ikke tidligere er lavet analyser som denne, har udfordringerne i forhold til valg af metode været betydelige. Inspireret af Haas(2008) opfordring til, at framing kunne være et relevant redskab til at belyse dette stadig forholdsvis ubeskrevne område, mener jeg, udover den en belysning af specialets primære erkendelsesinteresse, at dette speciale kan bidrage til en diskussion af, hvordan metajournalistik

kan undersøges. Samtidig fremstår koblingen mellem det virksomhedsmæssige perspektiv og det journalistiske som en kobling, der kan bidrage til en dybere forståelse af mediernes ageren i samfundet og bidrage til teoridannelsen på området.

4. Analyse

Inden selve analysen af mediernes selvfrestillinger og svar i Presselogen, vil jeg i det følgende afsnit præsentere Presselogen som program. Hensigten er at skabe en baggrund for forståelse af den senere analyse og kvalificere valget af empiri.

4.1 Om Presselogen

Presselogen er et program på TV2 NEWS af en 50-52 minutters varighed, der bliver sendt hver søndag, med forbehold for ferieperioder.

Programmet, der startede i 2008, beskrives en smule forskelligt i de to programtekster, der findes på programmets Facebook-side overfor programteksten fra TV2-play's side.

”PRESSELOGEN' er TV 2 NEWS' egentlige mediemagasin, hvor fire logebrødre eller -søstre fra mediebranchens top diskuterer, debatterer og analyserer ugens aktuelle dagsordener.”¹⁸

Fra denne tekst vil jeg uddrage tre pointer. For det første, at programmet leger med en forforståelse af pressens lukkethed ved at betegne programmet som en loge med tilhørende brødre og søstre. Det er sandsynligvis tænkt som en kæk måde at italesætte den indspisthed, pressen ofte kritiseres for at besidde, samtidig med at man som seer loves eksklusiv adgang til en ellers lukket verden. Det eksklusive bliver også fremhævet ved det, jeg ser som den anden pointe. Det er ikke hvem som helst, der deltager i 'logen'. Det er logebrødre og –søstre fra mediebranchens top. Det er altså en målsætning, at panelet skal bestå af mediebranchens top, hvilket i praksis betyder, at eksempelvis lokal- eller regionalmedier meget sjældent er repræsenteret¹⁹.

Den tredje pointe, hvilket også er det, der adskiller Facebook-teksten mest fra den nedenstående tekst fra TV2play, er hensigtsbeskrivelsen. Det fremgår her, at hensigten er, at diskutere, debattere og analysere ugens aktuelle dagsordener. På den måde kan man ikke i denne tekst se nogen intention om, at paneldeltagerne skal forholde sig kritisk til sin egen eller hinandens journalistik.

¹⁸ Om Presselogen på Facebook, august 2013

¹⁹ Se fig. 3 s xx

”Presselogen sætter med danske mediechefer i studiet og en NEWS-vært kritisk fokus på pressens dækning af ugens tophistorier. For mediecheferne bliver der også tid til at erkende sine journalistiske synder og fortælle, hvordan man kunne have håndteret overskrifter, nyhedsindslag og artikler bedre”²⁰.

I denne tekst er logemetaforen droppet til fordel for en mere præcis beskrivelse af, hvad der rent faktisk foregår i programmet. I modsætning til den første programtekst, lægges der her vægt på, at værten skal forholde sig kritisk til pressens dækning, og at medierne skal indrømme nogle fejl via den faste del af programmet, der kaldes skriftestolen. Samtidig slås det fast, at det er journalistikken, det handler om. Det er kvaliteten i overskrifter, nyhedsindslag og artikler, der er under luppen - Ikke blot en snak om ugens dagsordener.

Som i den første tekst fremgår det, at emnerne skal relatere sig til tophistorierne fra ugens løb, og at paneldeltagerne skal bestå af topchefer fra mediebranchen.

For mig er det interessant, at disse to tekster udtrykker et forskelligt syn på, hvad formålet med programmet er. På den ene side fremstår det, som et slags eksklusivt indblik i ugen der gik, set fra mediechefernes stol, hvor den anden udtrykker et ønske om at forholde sig kritisk til de medvirkende medier og at de forholder sig kritisk til sig selv og hinandens journalistik. Det er i min optik ret så forskellige hensigter, og det bekræfter for mig vigtigheden af at undersøge, hvad det er for en form for selvransagelse, hvis nogen, der finder sted i Presselogen på TV2 NEWS.

4.1.1 Presselogens format

Programmet er af en times varighed og afvikles live-on-tape²¹. Der er typisk en vært og fire paneldeltagere fra store medievirksomheder. Derudover deltager, som regel en eller flere kritikere, som italesætter de, i det specifikke program, udvalgte problematikker. Som regel er kritikerne også højt

²⁰ Om Presselogen på TV2play, august 2013

²¹ Live-on-tape betyder, at programmet ikke sendes direkte, selvom det i formen ligner det. Kort sagt er det direkte på båndet, som navnet antyder. Det live-agtige format bruges bl.a. for at simulere live-programmernes dynamik og nærvær, samtidig med man eliminerer risikoen for, at noget går helt galt. Et sådant format kan også lettere tiltrække deltagere, idet live-on-tape-formatet fremstår mindre skræmmende end direkte.

profilerede mediepersoner i form af politikere, forskere eller andre meningsdannere.²² Kritikerne er nogle gange igennem via en skærm, hvor de kan deltage aktivt i debatten og andre gange blot som en del af et båndet oplæg til en debat, hvor de udtaler deres kritik. Programmet har desuden igennem årene haft en del udskiftning i værtsrollen, og det er tydeligt, at værten har ret stor indflydelse på programmets karakter.

Formatet er i det hele taget ret flydende i dets placering, tilstedeværelse, og varigheden af programmets 'faste' elementer varierer en del. Dog består de (næsten) faste elementer af en kort præsentation af paneldeltagerne efterfulgt af et kort indslag om dagens tema. Herefter præsenteres programmets andet tema i en kort speak af værten, inden man går til det, der kaldes bekendelsesrunden.

Bekendelsesrunden varer ca. 5-10 minutter, hvor det er meningen, at paneldeltagerne skal indrømme deres egne fejl. Tidligere kunne denne del varer op til 20 minutter af programmet, men i 2012, og specielt i de programmer med Kurt Strand som vært, er denne del reduceret betydeligt. Det skyldes sandsynligvis, at disse bekendelser sjældent fremstår som specielt interessante. Et eksempel fra d. 21. oktober 2012 kunne være, da Karen Bro fra Ekstra Bladet bekender en "super flot forside" med rubrikken 'Det grå uld', der handler om zigzag-kurs fra Anette Vilhelmsen. Problemet er, som Bro beskriver det, at selvom der er en rigtig god dækning af Italien-Danmark landskampen inde i bladet, så er der ikke noget om det på forsiden. Dette er ikke just noget, man kommer i pressenævnet for. Undladelsessynder, som denne type bekendelser kaldes i Presselogen, er i programmet også udsat for en del kritik internt, hvor de andre ikke er helt tilfredse med, hvis de andre paneldeltagere alt for ublunt bruger deres bekendelsestid til at rose sig selv. Selvom der også er andre lidt mere alvorlige journalistiske bekendelser, så er denne form for selvrosende undladelsessynder meget almindelige.

Det næste element i programmet er som regel planken. Hvilket vil sige, at en paneldeltager ønsker, at komme med en kritik af en anden paneldeltagers journalistik. I programmet fra d. 21 oktober 2012 'planker' Tom Jensen(Berlingske) Karen Bro(EB) for at voksenmobbe i medierne via negative øgenavne, som 'Mögungen' om forhenværende skatteminister Thor Möger Petersen. Nogle gange består dette element af en forholdsvis kort diskussion mellem kritiker og kritikmodtager. Andre gange er det en løftestang til en af programmets hovedtemaer, og andre gange igen er 'planken' slet ikke med.

²² Der findes dog undtagelser fra reglen. Eksempelvis d. 12 februar 2012, hvor blot tre personer deltager i panelet og d. 8. April 2012, hvor det er en pårørende til et offer for Utøya-massakren, der kommer med kritik, men det er sjældent.

Herefter følger dagens tema eller et af dagens temaer. Det varierer om, det er hovedtemaet, der tages først eller sidst, hvis det er tilfældet, at programmet har flere temaer. Temaerne udgør størstedelen af programmet, og diskussionerne suppleres af indslag med eksempelvis voxpop's eller meningsdannere, der italesætter problematikken. Herefter diskuterer panelet indledningsvist, inden en kritiker typisk dukker op på en skærm og deltager i debatten. Der er et eller to temaer og varigheden varierer fra 10 til 40 minutter. Programmet afsluttes med et sjovt klip fra ugens mediedækning.

Programmet er overordnet set sat i en uformel tone, hvor der er plads til både at grine og blive ophidset. Selvom der ofte er en jovial tone mellem paneldeltagerne, så kan tonen også blive hård, særligt hvis kritikken kommer fra politikere eller kolleger, hvilket den ofte gør.

Presseløgen er altså et debatprogram, hvor mediecheferne får en masse taletid. Denne taletid, ønsker værten, skal bruges på kritisk ransagelse og selvransagelse af ugens nyhedsdækning. Hvor godt det lykkes, diskuteres i forbindelse med framinganalysen.

4.2 De udvalgte medier

De medier, der indgår i framinganalysen, er som nævnt, TV2, Politiken og Ekstra Bladet. Disse medier er dels udvalgt, fordi de er de hyppigste deltagere i Presseløgen, dels fordi alle tre medier når ud til en stor del af befolkningen²³, og fordi de afviger fra hinanden som virksomheder, hvilket jeg vil beskrive nærmere i det følgende.

I dette afsnit beskrives de udvalgte medier først ved en generel indføring i mediet, der efterfølges af en gennemgang af tilgængelige selvbeskrivelser. Disse selvbeskrivelser udgøres af forskellige dokumenter, som ofte indenfor erhvervsvirksomheder kaldes mission og vision. Det er altså, af virksomheden selv, producerede dokumenter, der på den måde udtrykker, hvordan de ønsker at fremstille sig selv. Denne beskrivelse er central i forhold til, at have noget at forholde framinganalysen af disse mediers håndtering af kritik i Presseløgen til.

²³ Det fremgår af læsertal fra Gallup, 1. halvår 2013, at Politiken har det højeste læsertal, næstefter MetroXpress og Søndagsavisen, på 341.000. Noget under finder vi Ekstra Bladet med 198.000 læsere. EB ligger altså under gratisaviserne, Politiken og Jyllandsposten. Dog er eb.dk Danmarks mest besøgte hjemmeside. (Undersøgelse 2). Gallups TV-meterundersøgelse viser, at TV2s 19-nyheder i uge 46 2012 havde 679.000 seere i gennemsnit (Undersøgelse 3).

4.2.1 Selvfremstilling

I Mie Femø Niensens(2004) bidrag til antologien; Spin, Selvfremstilling og Samfund(2004), beskriver hun meget kort og meget præcist nogle samtlende modeller for, hvordan man kan forstå begreberne, organisationsidentitet og –kultur samt sammenhængen mellem image, profil og identitet. I det følgende vil jeg kort, ved hjælp af en kort begrebsafklaring baseret på Mie Femø Nielsen's(2004) begreber, anskueliggøre, hvordan jeg i de følgende beskrivelser af de udvalgte virksomheder vil bruge udvalgte dokumenter til at illustrere de omtalte virksomheders selvfremstilling.

Hvis man i et kommunikativt perspektiv ønsker at undersøge en organisations identitet, er der mindst seks aspekter, der kan tages i betragtning: 1. I organisationens forretning, der bl.a. består af markedsposition, sortiment osv. 2; Ledelse, der bl.a. består af forretningsstrategi, mission og vision, personalepolitik og andre organisatoriske politikker og strategier. 3. Kontekst, der bl.a. refererer til arten af stakeholders, branchetilhørsforhold, historisk baggrund. Med andre ord omverdensrelationer. 4; Sanseindtryk, der består af de fysiske rammer, lugte, lyde og meget andet. 5; Teknologi, som navnet antyder, henviser til alder og art af software, hardware, og hvordan arbejdet er struktureret i f.eks. specialisering eller rotation. 6; Selvfremstilling, der består af tilstedeværelse i den kommunikative kontekst, indhold af tekster og deres eksistens, semantik osv.(Nielsen, 2004: 246f).

Alle disse aspekter af en organisations identitet er væsentlige, hvis man ønsker at beskrive en organisations identitet dybdegående. I dette tilfælde vil der dog fokuseres på nogle udvalgte aspekter, der understøtter problemformuleringens formål. Dvs. at der fokuseres på selvfremstillingen og kun i mindre grad på andre aspekter som ledelse, forretning og kontekst. Der fokuseres slet ikke på teknologi og sanseindtryk. For at komme dette speciales fokus lidt nærmere præsenteres herunder den såkaldte imagetrekant.

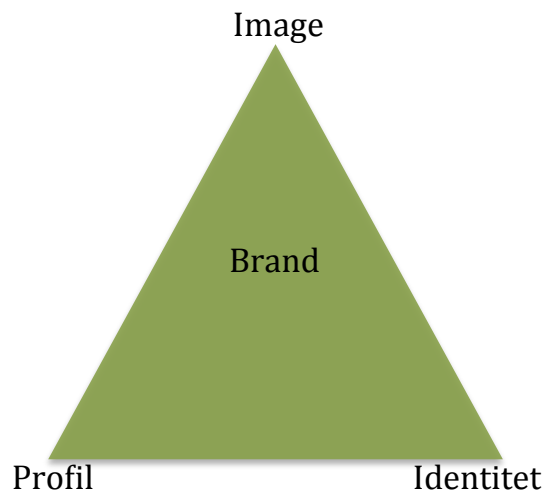


Image-trekanten efter Nielsen(2004)

Image-trekantens højre hjørne er selve organisationens identitet, der henviser til det, som organisationen reelt og praktisk indeholder. Det venstre hjørne er profil, som kort sagt er den selvfremsstilling eller det udtryk af sig selv, der ønskes fremstillet og som produceres af virksomheden f.eks. igennem pressemeddelelser og meget andet. I toppen er image. Fokus her er på modtagelsen af organisationens profil og identitet. Med andre ord handler toppen om, hvilket indtryk modtagerne har af organisationen forstået på den måde, at den ønskede selvfremsstilling(profil), og det som organisationen reelt gør(Identitet), ikke nødvendigvis stemmer overens med, hvordan omverdenen opfatter det(image). Alt dette til sammen betragtes som en organisations brand, som derfor ikke blot består af omverdenens opfattelse, virksomhedens ønskede selvfremsstilling eller organisationens praksis, men en blanding af de tre.(Nielsen, 2004: 264)

Hensigten med denne ultrakorte gennemgang er for det første, i stil med forfatterens, at gøre det klart, at image, brand, selvfremsstilling og identitet ikke blot er forskellige modeord i kommunikationsbranchen, men derimod refererer til en specifik forståelse af forskellige aspekter vedrørende en virksomheds kommunikation.

Udover en begrebsafklaring skal teksten også bruges som en afgrænsning. Idet jeg langt fra beskæftiger med alle de beskrevne aspekter i gennemgangen af de udvalgte medier, anvendes primært deres profil og selvfremsstilling fra dokumenter, der optræder på virksomhedernes hjemmesider i 'om os' kategorien. Med aviser er det ofte tilfældet, at de har en form for koncernhjemmeside, der beskriver den mere virksomhedsmæssige profil og en avishjemmeside, der i højere grad beskriver den redaktionelle profil. I

tilfælde af at der er to selvfrestillinger, så bruges centrale dokumenter fra begge, da jeg finder spændet mellem de profiler interessant. Redegørelsen for de udvalgte virksomheder vil også indeholde elementer af virksomhedernes identitet i det omfang, det findes relevant. Eksempelvis markedsposition og forretningsstrategi.

I framinganalysens tilfælde drejer det sig igen primært om selvfrestillinger i Presselogen, men vil i analysen både blive forholdt til deres profil i øvrigt samt deres omverdensrelationer eller kontekst, da det i sagens natur er det, der er til diskussion i programmet. Identiteten og brandet er derfor en dynamisk størrelse, der påvirkes af alle de ovenstående nævnte faktorer og af organisationernes adfærd i forhold til disse. Presselogen kan i dette perspektiv ses som en arena for selvprofilering og identitetsbearbejdelse, idet man i programmet konfronteres med imagekonflikter i forhold til sin egen selvforståelse. Mediernes ageren i denne sammenhæng må derfor betragtes som væsentlig i forhold til organisationernes identitet.

4.2.2 Politiken

Politiken betegner sig selv som en avis, der udspringer af en radikal social-liberal tradition. Dog er det, efter bruddet med Det radikale Venstre i 1970, måske lettere at beskrive Politiken overordnet ved hjælp af Gallup-kompasset²⁴. Politikens læsere tilhører, ifølge kompasset, det fælleskabsorienterede segment. Nøgleord for dette segment er: medmenneskelighed, social ansvarlighed, omsorg, økologi og sundhed. Dette segment er specielt overrepræsenteret i hovedstaden og på Frederiksberg, og det er typisk personer mellem 40 og 59 år, der læser Politiken. Dette bekræftes også på koncernhjemmesiden for JP/Politikens hus beskrives målgruppen, som det moderne fælleskabsorienterede segment²⁵.

I denne forbindelse er det relevant at nævne, at avisen af læserne betragtes som primært venstreorienteret både i leder-, debat- og nyhedsindhold (Hjarvard, 2007: 42f).

Politiken har godt 400 ansatte, 170 af dem er journalister.
Politiken sælger 93% af deres aviser via faste abonnenter. Ca. 30% af Politikens indtægter kommer fra annoncører, resten

²⁴ Gallup-Kompas, juli 2013 (Undersøgelse 4)

²⁵ Øvrige referencer: Om Politiken/JP/Politikens Huns

Politiken i tal	
Oplag 1. halvår	2013
Hverdage	91.984
Søndage	114.349
LÆSERTAL 4K 2012 + 1K 2013	
Hverdage	361.000
Søndage	445.000
Digital position MAJ 2013	
Unikke brugere (FDIM)	908.065
Antal besøgende (FDIM)	14.434.506
Sidevisninger (FDIM)	43.587.424
Mobil position juli 2013	
Besøg (FDIM)	3.539.259
Sidevisninger (FDIM)	9.046.346
Mobile enheder (FDIM)	822.488

må formodes at stamme fra abonnements salg og andre aktiviteter som salg af varer fra Politiken plus, Politiken rejser osv. Dette er dog ikke nærmere udspecificeret.

Politiken udgives af JP/Politikens hus A/S, der opstod efter fusionen af Jyllands-Posten og Politikens Hus i 2003. Det fusionerede bladhus udgiver nu Jyllandsposten, Politiken, Ekstra Bladet, en række danske og svenske lokalviser. Koncernen er også medejer af Ritzau, Infomedia, Mediawatch, plus der også drives forlags-, trykke- og distributionsforretning.

Politiken er i forhold til den senest tilgængelige sammenlignende måling fra Gallup igen den mest læste af de landsdækkende aviser, næstefter MetroXpress (MX) og Søndagsavisen²⁶.

Politikens selvfremstilling

Følgende beskrivelse af Politikens selvfremstilling baserer sig på teksten om Politiken fra koncernhjemmesiden²⁷, 'Politikens journalistik og etik', 'En levende avis kommer til verden' og 'Kronikken er talerstol for »de berømteste navne«²⁸

Overordnet set fremstiller Politiken sig selv som en samfundsengageret, debatskabende og kulturinteresseret avis, med en stor historisk ballast og med etikken på plads.

Dette gøres blandt andet igennem en række historiske referencer til grundlæggere og prominente redaktører som Viggo Hørup og Henrik Cavling. På den måde skabes der historisk ballast ved at indplacere avisen i samfundsudviklingen helt tilbage til 1884. Det historiske perspektiv skal selvfølgelig også tjene formålet at skabe sammenhæng, til det Politiken ønsker at være i dag. Eksempelvis nævnes det, at Cavling, med egne ord, var "På hat med spidserne og kammerat med bisserne". På den måde fremstilles avisen med et humoristisk og historisk greb, at de har en målsætning om et bredt samfundsmæssigt udsyn, og altid har haft det. Dette illustreres også i deres egen skabelsesberetning 'En levende avis kommer til verden', hvor historien opridses fra Hørup til Pundik(1970). I denne beretning beskrives op- og nedture gennem partipresse og besættelse. De centrale budskaber i fortællingen er, at Politiken brænder for demokratiet og besidder en form for social indignation.

²⁶ Undersøgelse 2: Læsertal fra Index Danmark/Gallup 1. halvår 2013, TNS Gallup-

²⁷ Øvrige referencer: Om Politiken/JP/Politikens Hus

²⁸ Disse tre tekster er fra politikken.dk/om_politiken (Øvrige referencer; Om Politiken)

”Det var specielt Viggo Hørups hjerte, der bankede for demokratiet, og i hans tid blev de spæde frø derfor lagt til en journalistisk ånd af social indignation. En social-liberal indstilling, der siden har klæbet stædigt ved avisen.”

Udover dette kendetegn fremstilles avisen også som en debat og kulturavis. Det fremhæves bl.a. via Cavling:

”Cavling og en bred skare af tidens driftigste og mest velrespekterede kulturpersonligheder som Georg Brandes, Herman Bang, Carl Ewald, Jeppe Aakjær, Sophus Schandorff og den norske digter og forfatter Bjørnstjerne Bjørnson fik i fællesskab gjort Politiken til en agtet avis, der især var førende på sit kronik- og kulturstof.”

Også på koncernhjemmesiden understøttes billedet af en socialt og kulturelt engageret blad. Her beskrives samfundengagementet således:

”Politiken er særligt kendt for sin kulturelle profil og deltager aktivt i understøttelsen af kulturelle og sportslige arrangementer som f.eks. det årlige Maraton i København, Sjælland Rundt på cykel, Tøserunde, 5x5 Stafetten, Sjælland på Tværs og Christiansborg Rundt – Svømmestævne, samt den årlige World Press Photo udstilling. Hertil kommer en række sponsorater til kulturelle arrangementer, som f.eks. Politikens Publikumspris i forbindelse med CPH:PIX, CPH:DOX, og Buster Filmfestival.”

Herudover uddeler Politiken en lang række priser som også nævnes på koncernhjemmesiden.

Selvom billedet af Politiken som en kulturavis kan findes både på koncernhjemmesiden og på Politiken.dk, så er der alligevel en forskel. Hvor den historisk-kulturelle fremstilling er langt mere akademisk og finkulturel i sine referencer, er koncernhjemmesiden noget mere folkelig i sit fokus på sportsarrangementer, som bærer af Politikens kulturelle og samfundsmæssige engagement.

Igen mener jeg, at forskellen udtrykker de forskellige logikker, der er repræsenteret. Den økonomiske på koncernhjemmesiden, idet avisen skal sælges til annoncører, der sandsynligvis ikke er synderligt interesseret i et smalt kulturelitært dagblad. På den anden side er 'Om Politiken' henvendt til læserne fra det veluddannede moderne fælleskabsorienterede segment, der ser de nævnte personer som vigtige historisk og kulturelt.

På etiksiden har Politiken et forholdsvist omfattende dokument, der i sig selv signalerer, at etik er noget, avisen tager alvorligt. Dette modsvares delvist af, at langt størstedelen af dokumentet blot genfortæller pressenævnets vejledende regler for god presseskik, som noget de selv har fundet på.

Artiklen 'Politikens journalistik og etik' indledes med, som tidligere nævnt, at mediet er uafhængig af politiske og økonomiske interesser efterfulgt af denne disclaimer:

"I det følgende er reglerne for Politikens journalistik og etik skrevet ned. Men ingen skrevne regler kan dække alle forhold, og undtagelser kan forekomme"

Det gøres klart, at det er Politikens egne regler, men samtidig at Politiken forbeholder sig retten til at bryde dem, hvis de finder det nødvendigt. Altså, sagt på en humoristisk måde, 'Rester af delfin kan forekomme i tunen?'

Avisen forpligter sig etisk helt i tråd med pressenævnets vejledninger:

"Politiken viser i sin journalistik respekt for menneskers privatliv, race, nationalitet, religion og livssyn."

Hvilket svarer meget godt til pressenævnets grundlæggende overvejelser²⁹:

"Under varetagelse af disse opgaver bør medierne anerkende hensynet til den enkelte borgers krav på respekt for den personlige integritet og privatlivets fred og til behovet for beskyttelse mod ubeføjet krænkelse".

Herefter følger et udsagn om, at Politikens journalister skal forholde sig kritisk til sine kilder. Hvilket stemmer overens med pressenævnets vejledende regler for god presseskik punkt A2. Dette efterfølges af udsagnet, at Politikens oplysninger skal være korrekte, hvilket svarer til A1, et udsagn om, at begge/alle parter skal komme til, henviser A4. Hvilket igen efterfølges af en næsten ordret kopi af punkt B1 om krænkelse af privatlivets fred osv.

²⁹ Øvrige referencer: Vejledende regler for god presseetik

I den forbindelse fremstår det en smule morsomt, specielt med hensyn til deres regler om at citere kilder, at der ikke er en eneste henvisning til pressenævnets vejledende regler for god presseskik i teksten.

Teksten består dog også af andet end omformuleringer af de vejledende regler. Ofte er der tale om mere specifikke handlingsangivende retningslinjer som:

”Politikens journalister bør, når det er praktisk muligt, tilbyde kilder, at de kan få oplyst, hvad de citeres for, og i hvilken sammenhæng det indgår i artiklen. Kilder, som ønsker at få oplyst, hvad de citeres for, skal som udgangspunkt have ønsket opfyldt.”

På linje med teksten om behandling af kilder er der også en tekst om brug af billeder og et afsnit, der specifikt beskriver, hvordan fejl og rettelser behandles. Dette afsnit beskriver Politikens praksis i forhold til at efterleve pressenævnets regel A7, om hvordan berigtigelser skal ske på redaktionens eget initiativ. Også mere brancheetiske hensyn, som citation af andre mediers arbejde, beskrives. Teksten afsluttes med en forholdsvis udførlig beskrivelse af, hvordan ansatte på Politiken skal forholde sig ift. rejseininvitationer, sponsorater osv., under overskriften habilitet. Hvilket i denne forbindelse fremstår som virksomhedens personalepolitik.

Samlet set fremstiller ’Politikens journalistik og etik’ virksomheden som en avis, der tager dette punkt alvorligt. På trods af den udprægede afskrivning fra de vejledende regler om god presseskik, så vidner dokumentet i sig selv om en prioritering af de fælles etiske regler og et ønske om både at efterleve dem og endda gå skridtet videre i nogle tilfælde. Det må på den baggrund konkluderes, at Politiken ønsker at fremstå som en etisk ansvarlig avis, der er villig til at gå lidt længere end påkrævet.

4.2.3 TV2-Nyhederne og TV NEWS

TV 2 er et statejet aktieselskab, der ifølge loven om TV2 A/S³⁰ har formålet at drive public service programvirksomhed på et forretningsmæssigt grundlag. Efter længere tids kompliceret juridisk tovtrækkeri vedrørende en privatisering af virksomheden, og et erklæret ønske om samme fra Fogh-regeringens side i 2001, blev privatiseringsplanerne i 2005 lagt på is. Dog har det betydet, at TV2 ikke

³⁰Øvrige referencer: Lov om TV 2/DANMARK A/S

længere modtager licensmidler³¹. I forbindelse med dette speciale skal det nævnes, at Vild med Dans og typer af programmer, der så vidt de ikke behandles i nyhederne på TV2, ikke er relevante for Presselogen, og derfor ej heller for dette speciale.

TV2s 19-nyheder havde i uge 46³² 2012 hele 679.000 seere, hvilket svarer til en share på 41%. 22-nyhederne havde 536.000 seere, svarende til en share på 27%. TV2s store nyhedsudsendelse har i denne uge en share, der ligger lidt over DR's primære nyhedsudsendelser. Til sammenligning ligger TV Avisen 18.30 med en share på 33% og TV Avisen 21.00 på 27%.

Den noget mindre søsterkanal TV2 NEWS har en samlet share på 3% procent i ugen, hvor hovedkanalen har 23% og DR1 21%. TV2.dk ligger ifølge FDIM på en fjerdeplads i perioden både på antal besøg og antal brugere. Selvom antallet er steget siden 2012 svarer det i skrivende stund stadig til en fjerdeplads overgået af bl.a. dr.dk og eb.dk.

Indholdet fra TV2 NEWS deles med nyhederne på den måde, at indslag løbende produceres på NEWS i løbet af dagen ofte bestående af længere interview, der så senere kan klippes ned til lidt skarpere indslag i nyhederne. Det er derfor vanskeligt og heller ikke relevant at skelne mellem, hvad der i Presselogen bliver behandlet fra TV2s side, da det både er indslag fra Nyhederne og NEWS, der kan tages op. På samme måde kan dokumentarprogrammer og journalistiske formater som Operation X oa. debatteres i Presselogen, såfremt det har sat dagsorden i medierne.

TV2s dokumenter om etik, CSR, god selskabsledelse osv. handler om hele TV2s virksomhed, hvilket er sammenholdt med det virvar af pressemeddelelser og selskabsdokumenter, der forefindes på 'om TV2'³³. Delen af tv2.dk gør det vanskeligt, at tegne et præcist billede af TV2s selvfremstilling. Udgivelsen af en nyere pressemeddelelse om TV2s reviderede programstrategi, TV2s programetik, samt TV2s årlige CSR rapport fra 2012 er efter min mening de dokumenter, der klarest udtrykker en bevidst selvfremstilling fra TV2s side. Andre dokumenter som; årsrapporter, public service-redegørelse og god virksomhedsledelse fremstår som formelle, juridiske og økonomiske, hvor det er vanskeligt at se nogle for TV2 særlige kendetegn. Det skulle da lige være, at denne mængde af formaliserede

³¹ TV2 regionerne modtager stadig licens, men er nu adskilt fra TV2/Danmark A/S

³² Uge 46 er ofte blevet brugt, som en standarduge i journalistisk forskning. Det RUC baserede forskningsprojekt Nyhedssugen har dannet præcedens for denne opfattelse.

³³ Øvrige referencer: Om TV2

forretningsdokumenter mere ligner noget, man finder hos Novo Nordisk end hos for eksempel Politiken.

TV2s Selvfremstilling

TV2 fremstiller sig selv som en stor samlende tv-kanal, der ikke er bange for at være kommerciel. De er stolte af deres nyheder og underholdningsprogrammer, royale dækning og sport, og de ønsker at være kanalen, der samler danskerne.

I dokumentet om TV2s reviderede programstrategi beskriver Anne Engdal Stig Christensen³⁴, hvordan hovedkanalens nye nøgleord er relevans. På selve indholdssiden bliver man ikke synderligt meget klogere af formuleringer som denne:

” Vi skal genvinde seernes kærlighed og respekt. Det handler om at invitere seerne med, levere gode og sikre kvalitetsprogrammer samtidig med, at vi har modet til at prøve nye genrer af og sætte nye dagsordener. Vi kommer til at overraske og tage nogle chancer samtidig med, at vi skal sikre større stabilitet i programfladen og ramme bredt”

TV2 skal altså satse på det sikre og lave noget nyt, men også satse på noget nyt og lave det sikre, som det fremgår af citatet. Samtidig anvendes en følelsesbetonet argumentation om kærlighed og respekt, som går igen i artiklen ved f.eks. at betegne forholdet til danskerne som et ægteskab. TV2 fremstilles i teksten også som den største kanal i Danmark med bred folkelig appel og stor kommerciel styrke. Indholdet beskrives også lidt mere konkret i eksempelvis følgende citat:

”TV 2 skal bl.a. fortsat være bedst på programmer om moderne og inspirerende livsstil, størst på nyheder med dagens mest sette nyhedsudsendelse og med dagsordensættende dokumentarer, bedst på samlende tv-begivenheder som sport, royale begivenheder og egne events og størst på weekendunderholdningen”

Der lægges ikke skjult på, at man prioriterer det folkelige, som royale begivenheder, livstilsprogrammer og sport. Samtidig fremhæves TV2s førerposition gang på gang i teksten; ’Bedst på livstil’, ’størst på nyheder’, ’TV2 er Danmarks største tv-kanal’ osv. Denne positionering refererer implicit til konkurrenten DR1, der på nogle områder kan hævde nogle af de samme ting, som TV2 fremfører her.

³⁴ Øvrige referencer: TV2s reviderede programstrategi

I denne tekst var det dog udelukkende hovedkanalen, der var fokus på, hvor der i CSR rapporten fra 2012³⁵ refereres til virksomheden som helhed.

CSR-papiret er delt op i tre hovedafsnit et om programvirksomheden, et om TV2 som arbejdsplads og et om miljø. For de to sidstnævnte vil jeg i denne forbindelse nøjes med at konstatere, at arbejdsmiljø og energihensyn er det, TV2 har valgt at fokusere på i deres CSR-plan, og det er dermed i kraft af dets tilstedeværelse et udtryk for, at TV2 ønsker at profilere sig selv som en god arbejdsplads, der tager sig godt af sine ansatte, og som tænker på miljøet. Disse to punkter er forholdsvis formaliserede og meget ukontroversielle. De fleste punkter fremstår også pålagte i teksterne, hvilket også er sandsynligt, da alle store og statsejede danske virksomheder, i den nationale handlingsplan for virksomheders samfundsansvar fra 2008³⁶, er pålagt en årlig CSR-rapportering i forbindelse med ledelsesberetningen. Den pålagte årlige CSR-rapportering henviser også til FN's Global Compact³⁷, hvor 10 principper for virksomheders samfundsansvar blev fremsat i 1999³⁸.

Der henvises også konkret til lovgivning flere gange i teksten og CSR-rapporten fremstår derfor mere som en konkret dokumentation af, hvordan TV2 lever op til deres pålagte forpligtelser end et forsøg på at fremstille sig selv som en virksomhed, der gør noget ekstra for miljøet, ligestillingen osv.

I afsnittet om TV2s programvirksomhed fremstår denne tekst hovedsagligt som dokumentation for, at virksomheden lever op til de public service forpligtelser, de er underlagt, samt at der på baggrund af anbefalinger fra pressenævnet leves op til de etiske retningslinjer bl.a. gennem af have en uafhængig seernes redaktør. Selvom det meste af teksten om programvirksomheden refererer til public-service bindinger, kan der stadig ses en form for profilering i formuleringer som:

³⁵ Øvrige referencer: TV2s CSR-strategi, 2012

³⁶ Øvrige referencer: Handlingsplan for virksomheders samfundsansvar, 2008

³⁷ Øvrige referencer: The UN Global Compact's ten principles

³⁸1. Virksomheden bør støtte og respektere beskyttelsen af internationalt erklærede menneskerettigheder, og 2. sikre, at den ikke medvirker til krænkelse af menneskerettighederne. 3. Virksomheden bør opretholde foreningsfrihed og effektivt anerkende retten til kollektiv forhandling, 4. støtte udryddelsen af alle former for tvangsarbejde, 5. støtte effektiv afskaffelse af børnearbejde, og 6. afskaffe diskrimination i relation til arbejds- og ansættelsesforhold. 7. Virksomheden bør støtte en forsigtighedstilgang til miljømæssige udfordringer, 8. tage initiativ til at fremme en større miljømæssig ansvarlighed, og 9. opfordre til udvikling og spredning af miljøvenlige teknologier. 10. Virksomheden bør modarbejde alle former for korrupsion, herunder afpresning og bestikkelse.

“2012 bød TV 2 på en række velkendte, stærke program-formater såsom ”Vild med dans”, ”Voice – Danmarks største stemme” og ”Danmark ifølge Bubber”. Samtidig var 2012 også et år, hvor TV 2 igen satte fokus på de såkaldte agenda-projekter og store events, der skaber en kollektiv reference og samler seerne til ”Danmarks Største Fælleskab””

I samme ombæring nævnes, hvordan ’Danmarks Største Fælleskab’ i uge 43 2012 samlede 100 millioner kroner ind til Kræftens Bekæmpelse i forbindelse med ’Knæk Cancer’-kampagnen. TV2 ønsker altså en fremstå som dén samlende danske tv-kanal, der gør noget for fælleskabet. Dette er selvfølgelig også en måde at retfærdiggøre sine underholdningsprogrammer, i forhold til sine public service forpligtelser, i stil med, hvordan der argumenteres for X-factor på Danmarks Radio. Samtidig er det også en bekræftelse af TV2 som en kanal, for hvem det virkelig er vigtigt, at fremstå som størst, folkeligst, og ikke bange for at være kommerciel.

Det sidste dokument, jeg vil drage frem i redegørelsen for TV2s selvfremsættelse, er ’TV2s programetik’³⁹. Som det første, og i stil med de andre medier, slås det fast, at TV 2 er uafhængige og selvstændige af politiske, økonomiske bindinger osv., samt at programmerne skal være troværdige, fair og redelige. På en stadig fremtrædende plads i dokumentet står der herefter:

“TV2s programmer må ikke tilskynde til had.” og “TV2 tager særlige hensyn til børn.”

Disse udsagn består næppe ikke-prøven⁴⁰, men de er dog stadig et udtryk for en prioritering. Da det efterfølgende punkt handler om, at TV2 følger loven og holder sig indenfor rammerne, som medieansvarsloven, pressenævnet og reklamelovgivningen udstikker, falder det i øjnene, at de to ovenstående udsagn står selvstændigt, da de i forvejen er en del af henholdsvis medieansvarsloven⁴¹ og pressenævnets vejledende regler for god presseskik.

TV2 ønsker altså særligt at fremstille sig selv som en virksomhed, der tager hensyn til børn og ikke opfordrer til had.

Det efterfølgende er en blanding af konkretiserede regler: ”TV2 udlevere aldrig råbånd medmindre, der

³⁹ Øvrige referencer: TV2s programetik

⁴⁰ Ikke-prøven er en humoristisk lakmusprøve på et udsagns gyldighed, der hvis udsagnet bliver absurd af, at indsætte et ’ikke’ i sætningen, siger, at udsagnet er for luftigt. Feks. Er det forholdsvis utænkeligt, at et andet medie ville have en tekst, hvor der står; vi tager IKKE særligt hensyn til børn.

⁴¹ Øvrige referencer: Medieansvarsloven

foreligger en retskendelse” og afskrifter fra Pressenævnet med TV2 foranstillet: ”TV2 er endvidere opmærksom på, at man skal være påpasselig med at bruge udsagn, der kan være farvet af personlig interesse eller skadevoldende hensigt.”

Dog er der flere gange direkte henvisninger til pressenævnets vejledende regler for god presseskik, og i bunden af dokumentet linkes der til reglerne og klagevejledningen. På den måde forsøger TV2 ikke i lige så stor stil at fremstille sig selv som proaktive i forhold til den journalistiske standard.

Overordnet set fremstår dokumentet, som en personalepolitik og en vejledning til ansatte i, hvordan de skal forholde sig til konkret oplevede problemstillinger ift. reglerne for god presseskik, medieansvarsloven og reklamelovgivningen. Hvilket også fremhæves af, at det syvende punkt lyder:

”Det er alle medarbejderes og eksterne producenters pligt at kende TV2s etik – og efterleve den i alle vore produktioner.”

TV 2's selvfremsstilling på den journalistiske front er altså en funktionel tilgang, hvor der tages hensyn til det, som folk finder vigtigst. Eksempelvis hensynet til børn. Herefter er det i høj grad et praktisk papir, der vejleder medarbejderne i konkrete problemstillinger.

4.2.4 Ekstra Bladet

Formiddagsavisen ønsker at fremstille sig selv som den frække og sjove dreng i klassen. Som en avis der ikke er bange for at gå til biddet, og den eneste avis der virkelig arbejder på folkets vegne.

Ekstra Bladet er en formiddagsavis, der udgives af JP/Politikens Hus. Avisen startede som et tillæg til Politiken, ved navn 'Politikens Ekstra Blad' i 1904, og var dedikeret til at dække krigen mellem Rusland og Japan. Opstarten har dog ikke meget med den nuværende version af Ekstra Bladet at gøre.

Formiddagsavisen er i dag primært baseret på løssalg, og 60% af indtægterne kommer fra bladsalg, og de resterende 40% fra annoncer og nyere kommercielle tiltag i form af online-casino og -spillemaskiner⁴².

Ekstra Bladets læsertal ligger i på 198.000 i første halvår af 2013 ifølge TNS Gallup⁴³. Ekstra Bladet har i stil med andre landsdækkende danske aviser været ramt af faldende læsertal. Ekstra Bladet har mistet 50.000 læsere i forhold til samme periode i 2012. Til gengæld er eb.dk absolut førende når det gælder

⁴² Øvrige referencer: Om Ekstra Bladet/JP/Politikens Hus

⁴³ Undersøgelse 2: Læsertal fra Index Danmark/Gallup 1. halvår 2013”, TNS Gallup (

Besøg og sidevisninger og har været det i flere år nu⁴⁴. Det samme gælder sidens mobiltrafik. Det er også denne markedsposition, der fremhæves på koncernhjemmesiden. Samtidig fremhæver Ekstra Bladet selv, at 29% af deres læsere er under 30 år. Oplysningerne stammer dog fra en rapport fra 2000-2002, og jeg har ikke set EB fremføre argumentet, hverken på koncernhjemmesiden eller på 'om EB' siden 2004. Ifølge Gallupkompasset⁴⁵ er det oftest det traditionelle segment, der læser Ekstra Bladet, hvilket vil sige primært ældre med traditionelle familieværdier, der er bekymrede for samfundsudviklingen og bor i provinsen. Dette modsiges dog delvist af en artikel om Ekstra Bladet⁴⁶ fra 2009, hvor det fremhæves, at EB har mange unge læsere, og at den typiske læser er mellem 30 og 49 år, bor i egen bolig i hovedstadsområdet. Han er typisk liberalt indstillet, er teknologibevidst, holder af sport og motion og har en erhvervsuddannelse. Hvad, der er sandt, er i denne sammenhæng vanskeligt at afgøre, men på baggrund af Ekstra Bladets førende markedsposition på besøg og sidevisninger på eb.dk og mobilsitet, vil jeg tro, at en stor del af deres brugere ikke nødvendigvis falder ind under det, Gallupkompasset betegner som det traditionelle segment.

Ekstra Bladet selvfremsstilling

Ekstra Bladets profil er ekstremt tydelig, hvilket i sig selv må betragtes som en del af selvfremsstillingen. På koncernhjemmesiden⁴⁷ står der seks linjer inde i teksten:

"I samme periode blev ord som "bolighaj" og "skrankepave" lanceret, og Ekstra Bladet manifesterede sig som samfundsrevseren og vagthunden over for magthavere af enhver art. Som første avis i Danmark bragte Ekstra Bladet i samme periode – og til stor forargelse – fotos af topløse badepiger. Siden 1987 er Ekstra Bladet også udkommet om søndagen."

Dette citat indkapsler på mange måder essensen af den profil, som EB ønsker at fremstille. De er sjove og innovative, fordi de opfinder nye ord som 'bolighaj' og 'skrankepave', af nyere dato kunne nævnes 'gebyrgrip'. Ekstra Bladet er den indignerede samfundsrevser og journalistiske vagthund, der uden tøven går efter magthavere af enhver slags på vegne af manden på gulvet. De er frække. De går lige til strengen og nogle gange lidt længere. De er ikke bange for at forarge, nærmest stolte af det, når de eksempelvis viser fotos af topløse badepiger i 60'erne og 70'erne.

⁴⁴ fdim.dk's statistiske opgørelse af internettrafikken i Danmark ligger frit tilgængeligt på koncernhjemmesiden JP/Politikenshus

⁴⁵ Undersøgelse 4: Gallup-Kompas, juli 2013

⁴⁶ Øvrige referencer: Om Ekstra Bladet 'Den typiske læser'

⁴⁷ Øvrige referencer: Om Ekstra Bladet/JP/Politikens Hus

Med slogans som; ”Find dig i Ekstra Bladet eller find dig i hvad som helst” og ”Ekstra Bladet - Tør - hvor andre tier”, understreger da også med al tydelighed, den selvfremsstilling, som nuværende chefredaktør Poul Madsen udtrykker i en artikel fra ’om os’ sektionen af eb.dk, ved navn ’Det nødvendige medie’⁴⁸. Her sætter Madsen ord på ”avisens sjæl – og mission”. Poul Madsen skriver bl.a.:

”Ekstra Bladet skal være avisen med de overraskende nyheder. Fræk, respektløs, grænseoverskridende, højtråbende og troværdig. En avis, man kan hade eller elske. Men som aldrig er ligegyldig. Den nødvendige avis.”

Madsen fortsætter i bombastiske termer:

”EKSTRA BLADET ER ikke bange for tabuer. Vi kalder tingene ved deres rette navn - og lader andre om at tale udenom. Ekstra Bladet er Danmarks politiske mest ukorrekte avis - stiller de spørgsmål, som andre ikke tør. Ekstra Bladet er aldrig i regering. Altid i opposition.”

Det øverste citat understreger selvfremsstillingen som drengen i eventyret, der tør sige, ’at kejseren jo ikke har noget tøj på, og som ikke er bange for konsekvenserne. Det næste citat tilføjer desuden, at Ekstra Bladet altid er i opposition. Hvilket er en slags omskrivning af at være kritisk, som de fleste andre medier nok også vil hævde at være. Ikke desto mindre fremstår det i artiklen som et adelsmærke, der i højere grad end hos de andre medier bliver fremhævet igen og igen gennem teksten.

Madsen gentager budskabet med mange gange gennem artiklen i mere eller mindre floromvundne termer. Formuleringer som ’den kritiske vagthund, der bider hårdt når magthaver begår fejlgreb’, ’benhård journalistik, der skaber larm og ballade’, ’bidsk med et glimt i øjet’ understreger igen og igen billedet af den sjove, frække og grænsesøgende avis. Samtidig tegnes også billedet af en avis, der er på folkets side:

”Dagligt modtager vi masser af breve, e-mails og telefonopringninger fra folk, som er kommet i klemme i systemerne. Som brænder inde med en sag, de synes fortjener at blive trukket frem i lyset. Som er blevet udsat for elendig behandling på institutioner og i virksomheder. Eller som synes, at noget er så groft, at det må frem til debat.”

Ekstra Bladet er, ifølge Madsen, ikke bare på folkets side, de er også i øjenhøjde med dem, og de har tæt kontakt med dem. Ønsket om at fremstå folkelig bekræftes også af, at avisen ligger vægt på ’underholdning ,sport og alt det sjove og frække’.

⁴⁸ Øvrige referencer: Om Ekstra Bladet, ’Det nødvendige medie’.

Alt dette kobles i sidste ende til det journalistisk demokratiske ideal for journalistikken:

”Ekstra Bladet sætter skub i tingene. I et samfund med masser af organisationer, foreninger, lobbyister og pengemagt er der brug for en avis, der varetager interesserne for de mennesker, der ikke har nogen til at tale deres sag. Den opgave løser Ekstra Bladet.”

Her fremstiller Madsen avisen som et blad, der gør en forskel, og som kæmper folkets kamp mod magten og systemet på demokratiets vegne. Alt i alt tegner Madsen et billede af en avis, der ikke er for fin til det kommercielle, poppede og platte, men samtidig ser sig selv som en nødvendig for demokratiet. Samtidig gentages billedet af den frække grænsesøgende avis til stadighed. Afslutningsvis betegner Madsen avisen som Danmarks mest nødvendige avis. En påstand, der måske er vanskelig at underbygge, men dog en formulering, der i stil med ’Find dig i Ekstra Bladet eller find dig i hvad som helst’ sætter trumf på en selvfremsættelse og en selvopfattelse, der kan retfærdiggøre, at man nogle gange går over strengen.

Ekstra Bladet har ikke, på samme måde som TV2 og Politiken, et samlende dokument om etiske retningslinjer. I stedet har de i stil med eb.dks kaosdesignede hjemmeside en bunke forskellige dokumenter liggende i ’om os’ sektionen⁴⁹, der behandler dette og hint. Et historisk artikel, ’Det hele begyndte med en krig’; en opremsning af bedrifter i ’Du og 800.000 andre gør det hver dag muligt, at kæmpe mod uretfærdighed’, men også en del dokumenter med etisk relateret indhold. Det drejer sig om dokumentet ’Billedmanipulation’, ’Oplysningsskema vedr. kommentatorers, freelancers og skribenters personlige interesse’, og ’Fejl skal straks rettes’. Den første handler om, at der er klare regler for manipulerede billeder på Ekstra Bladet; den næste handler om, som titlen antyder, at man hos Ekstra Bladet skal udfylde et skema, hvis man vil være skribent, og der linkes til Hans Engells og Karen Thistedes skemaer. Dog virker ingen af de links.

Det sidste af de tre dokumenter⁵⁰ med etisk karakter har ikke blot formålet at fortælle, at Ekstra Bladet straks retter fejl, men samtidig fremvises det stolt, at de sjældent taber sager i retten eller i pressenævnet, som det fremgår af rubrikken og underrubrikken: ’Fejl skal straks rettes – Ekstra Bladet vinder de fleste juridiske slagsmål’. I journalistisk forstand kunne man nok betragte artiklen som lidt uskarpt vinklet, idet man kommer i tvivl om, hvorvidt de vil fortælle, at fejl straks skal rettes, eller at de er stolte af næsten altid at vinde over klagerne.

⁴⁹ Øvrige referencer: Om Ekstra Bladet

⁵⁰ Øvrige referencer: Om Ekstra Bladet, ’Fejl skal straks rettes’.

Det er også det her dobbelte budskab, der går igen gennem artiklen eksempelvis efterfølges:

"Ekstra Bladet bringer tydelige rettelser omgående - uden vrøvl - når vi indser, at der virkelig foreligger fejl. Og i betragtning af, hvor mange tusinde oplysninger en enkelt udgave rummer, er fejlpromillen meget lav."

af:

"Men nogle gange om året forlanger folk dementier, som ligner fortvivlede forsøg på at få tandpastaen tilbage i tuben. Nemlig når vi afslører sandheder, som synderne ønsker skjult for offentligheden. Dét kan vi ikke hjælpe med."

I det specifikke tilfælde fremstiller Ekstra Bladet sig selv som en avis, der med det samme retter fejl, men sjældent laver nogen. Idet der for det meste er tale om *'fortvivlede forsøg på, at få tandpastaen tilbage i tuben'*, og det fremhæves, at det kun er, når der *'virkelig foreligger fejl'*.

Samlet fremstiller Ekstra Bladet sin etik som værende ad hoc. Dette kommer til udtryk i fraværet af det samlede dokument for etiske retningslinjer og tilstedeværelsen af fragmenterede etiske dokumenter, som de ovenfor nævnte, der behandler et specifikt problem, som billedmanipulation eller kommentatorers personlige interesser. Det betyder selvfølgelig ikke, at der ikke internt foreligger et sådant dokument, men det tegner et billede af et medie, der beskæftiger sig med etik i det omfang, det er nødvendigt og ikke mere. Altså groft sagt at målet helliger midlet, i den forstand at billedet af Ekstra Bladet som den *'nødvendige avis'* igen reproduceres gennem argumentet om, at det at kæmpe i større sags tjeneste ikke må begrænses af *'fine'* etiske fornemmelser.

Som et sidste kendetegn ved Ekstra Bladets selvfremsættelse står chefredaktøren mere tydeligt frem som ham, der udstikker kursen og ligger ryg til tæskene end på de andre to nævnte medier. Hvor ansvaret fremstår mere formaliseret og virksomhedsorienteret på TV2, og chefredaktørens rolle på Politiken mest fremstår som handlende om at have en holdning og et ønske om at skabe debat i samfundet, så fremstår chefredaktør Poul Madsen på EB's *'om os'* sektion som en tydelig chefredaktør, der udstikker kursen i *'Det nødvendige medie'*. Dette fremhæves også af billedet af Madsen med ansigtet i alvorlige folder, med armene over kors, og med et stort Ekstra Bladet-logo i baggrunden. Også artiklen *'To redaktører gik i spjældet'* fra *'om os'*-sektionen bekræfter selvfremsættelsen af en avis, der nogen gange går over stregen, men hvor redaktøren tager skraldet, hvis det skulle komme dertil. Sådan er det i sagens natur på alle medier, men Ekstra Bladet fremhæver dette forhold tydeligere end Politiken og TV2.

Det centrale i selvfremsstillingen af Ekstra Bladet er, at avisen er nødvendig for demokratiet, og for at manden på gulvet kan blive hørt. At de er frække, sjove og går til biddet, og at chefredaktøren står på mål for bladets højtråbende linje.

4.3 Fund

I dette afsnit vil de mest væsentlige fund fra det kvantitative arbejde blive præsenteret.⁵¹ Denne kvantitative gennemgang af et års udsendelser af Presselogen har til hensigt, at skabe et overblik over indholdet af programmet samt danne grundlaget for udvælgelse af emner til den kvalitative analyse.

Den undersøgte periode er 8. januar 2012 – 6. januar 2013.

4.3.1 Deltagelse

Ud af de 49 analyserede programmer er det Politiken(38), TV2(34) og EB(30), der er de oftest deltagende. I midtergruppen finder vi Berlingske(25), Jyllands-Posten(20), BT(17) og Information(16). I bunden har vi DR(9), Børsen(7), Se og Hør(3), Kristeligt Dagblad(2) og Radio 24-syv(2).

Det er umuligt på baggrund af disse tal at konkludere, hvorfor nogle medier er hyppigere repræsenteret end andre. Det kan dog konkluderes, at de deltagende medier ikke udelukkende udvælges på baggrund af oplagstal eller seertal, da eksempel DR og gratisaviserne i det tilfælde burde være bedre repræsenteret.⁵² Det er selvfølgelig oplagt, at deltagerne er, og betragtes som, store medier i det danske medielandskab. Eksempelvis er det også påfaldende at ikke et eneste regional- eller lokalmedie, og ej heller en gratisavis, er repræsenteret i panelet i det undersøgte år. Så selvom der ikke udvælges på baggrund af læser/seertal, er det primært store medier, der deltager i Presselogens panel.

Generelt

Deltagere i Presselogen	
Pol	38
TV2	34

⁵¹ Den samlede data er vedhæftet i bilag 1 og 2

⁵² TNS Gallup offentliggør TV-metertal og læsertal for danske medier. Eksempelvis fremgår det at Politiken og Jyllandsposten i 1. halvår af 2013 er de eneste med et oplagstal over 300.000, bortset fra Søndagsavisen og MetroXpress. (jf. undersøgelse 2 og undersøgelse 3 i Referencelisten)

EB	30
Berlingske	25
JP	20
BT	17
Information	16
DR	9
Børsen	7
Se og Hør	3
Kristeligt Dagblad	2
24-syv	2

Figur 3

4.3.2 Typer af kritik

Toppen

Det fremgår af kodningen, at kategorierne vedrørende kritik af nyhedskilder(A2) og kategorien om balance i angreb og svar(A4) tydeligt er de mest almindeligt forekommende typer af kritik i Presselogen. Kritiktypen A2 optræder 21 gange, og A4 optræder 14 gange ud af de i alt 75 italesatte typer i kritik i Presselogens hovedtema.

Herefter følger den type af kritik, der omhandler fokusering på personer og processer med ni tilfælde, efterfulgt af kritik af typen A1, der henviser til korrekte og hurtig information med 7 tilfælde.

Kategorien 'Andet', som der er redegjort for i metodeafsnittet(jf. s.21), tegner sig også for syv tilfælde.

Midten

kritiktype B1, krænkelse af privatlivets fred, optræder fire gange. Det samme gør B3, der vedrører hensynet til ofre for forbrydelser. I 3 tilfælde drejer kritikken sig om, det man kan kalde journalistiske strømninger, hvor rubrikken ikke har dækning i artiklen(A6). Kritik af adskillelse mellem faktiske oplysninger og kommentarer(A5) optræder i to tilfælde.

Kritiktyperne; oplysninger der kan være skadelige bør forelægges pågældende(A3), berigtigelser bør ske på redaktionens eget initiativ(A7), adskillelse af reklamer og redaktionelt indhold(B4), samt særligt hensyn overfor børn oa., der ikke ventes at være klar over virkningerne af deres udtalelser medvirken(B5), findes alle i et tilfælde.

Bunden

I perioden findes ingen tilfælde af kritik, der omhandler; Omtale af selvmord eller selvmordsforsøg(B2), information der er skaffet ved at udnytte andres tillid uvidenhed eller manglende herredømme(B6), Skjult kamera uden samtykke fra medvirkende(B7), og at adgang til personfølsomme oplysninger der er lagt på nettet skal hindres(B8) (Se figur 4).

Typer af kritik

A1	7
A2	21
A3	1
A4	14
A5	2
A6	3
A7	1
B1	4
B2	0
B3	4
B4	1
B5	1
B6	0
B7	0
B8	0
Person/proces fokusering	9
Andet	7

Figur 4

Primær modtager af kritik i Presselogen

I Presselogens hovedtema er næsten halvdelen af kritikken primært rettet mod alle deltagerne i panelet. Dvs. i 25 ud af 52 tilfælde. Herefter fordeler kritik, henvendt mod et specifikt medie, som følgende:

Alle	25
EB	7
TV2	5
Berlingske	3
BT	3
24-syv	2
DR	2
Pol	2
Information	1
JP	1
Se og Hør	1
Total	52

Figur 5

Det skal dog tilføjes, at der i 3 tilfælde var tale om en dobbeltkritik rettet mod henholdsvis Politiken og Berlingske, Politiken og Information og Ekstra Bladet og BT. Derfor ender totalen 52 på trods af, at 49 programmer er analyseret. Der skal i denne talrække også tages hensyn til, at ikke alle medier deltager lige ofte i Presselogen. Dog er det stadig interessant, om end ikke overraskende, at kritikken oftest rettes mod Ekstra Bladet, hvis ikke den primært er rettet mod alle.

4.3.3 Svar på kritik

Ud fra en optælling af, hvor mange gange de deltagende medier besvarer kritik i Presselogen, fremgår det, at fordelingen stemmer overens med antallet af optrædener i Presselogen (jf. Fig. 3). Da antallet af optrædener ikke er lig med, hvor mange gange deltagerne besvarer kritik, så er denne optælling med til at bekræfte billedet af Politiken, TV2, EB og Berlingske som de mest aktive i Presselogen.

Deltagere der svarer på kritik i Presselogen.

Pol	30
-----	----

Tv2	30
EB	23
Berlingske	20
JP	13
BT	12
Information	10
DR	7
Børsen	4
24syv	2
Kristeligt dagblad	2
Se og hør	2
Total	155

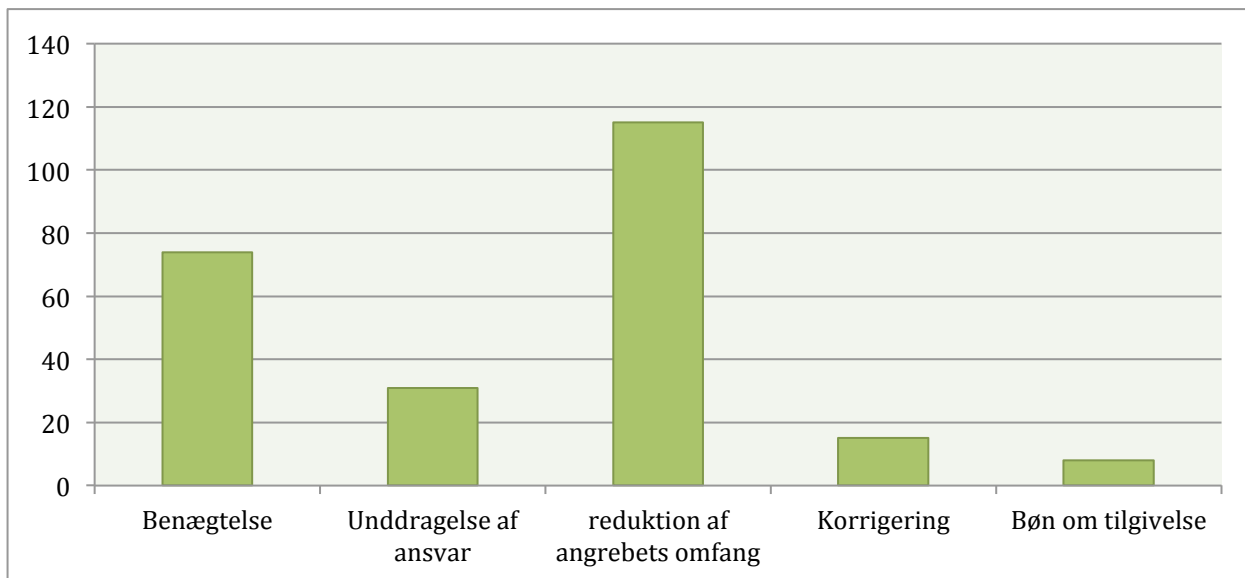
Figur 6

De mest almindelige svar på kritik

Optællingen af hvilke typer svar, der oftest gives i Presselogen - uafhængigt af medie, tegner et billede af, at der er stor spredning i de typer af svar, der gives. Dog er det også tydeligt, at nogle svartyper er klart overrepræsenteret set i forhold til andre, der næsten ikke eller overhovedet ikke forefindes. Til denne optælling skal det nævnes, at medierne ofte benytter sig af flere typer af svar/strategier, hvilket også er det mest almindelige.

Generelle typer af svar

Det fremgår af optællingen, at reduktion af angrebets omfang(C) er den mest benyttede kategori af svar med 115 tilfælde. Herefter følger kategorien benægtelse(A) med 74 tilfælde, og unddragelse af ansvar(B) med 31 tilfælde. Markant flere end de sidste to svarkategorier; korrigerende(D) i 15 tilfælde og bøn om tilgivelse(E) i otte tilfælde.



figur 7

Underkategorier

De ovenstående hovedkategorier er ifølge det teoretiske forlæg delt ind i flere undertyper af svar, som fordeler sig som følgende:

Det fremgår at svartyperne simpel benægtelse(47), transcendens(38), afstivning(30) og flytning af skyld(27) er de mest almindeligt anvendte typer af svar.

Midtergruppen består af: angreb på anklager(20), omstødelse(17), minimalisering(13), korrigering(15) og differentiering(14).

De mest sjældne typer svar ift. kodningen er: Gode hensigter(7), bøn om tilgivelse(8), provokation(5), uheld(2) og kompensation(0).

Svartyper	Total
A1 Simpel benægtelse	47
A2 Flytning af skyld	27
B1 Provokation	5

B2 Omstødelse	17
B3 Uheld	2
B4 Gode hensigter	7
C1 Afstivning	30
C2 Minimalisering	13
C3 Differentiering	14
C4 Transcendens	38
C5 Angreb på anklager	20
C6 Kompensation	
D Korrigerig	15
E Bøn om tilgivelse	8
	243

Figur 8

Anerkendelse af den fremstillede kritik fordelt over medier

I forbindelse med kodningen af typer af svar fandt jeg det relevant at inkludere, hvorvidt de kritiserede medier anerkendte præmissen. Det skal nævnes, at selvom det umiddelbart ikke synes muligt, sker det relativt ofte, at et medie både anerkender og ikke anerkender præmissen i sit svar på kritik. Overordnet set anerkendes præmissen 68 gange og afvises 83. Fordelt på medier er det kun DR, Information og Kristeligt Dagblad, der oftere anerkender præmissen, end afviser den. Igen skal man være varsom med at konkludere noget ud fra, hvor mange gange det enkelte medie gør det ene i forhold til det andet, da medierne, som tidligere nævnt ikke deltager lige ofte. Derfor nøjes jeg med at konkludere, at de resterende medier oftere afviser præmissen, end de anerkender den. (se figur 9)

	Anerkender præmissen	Anerkender ikke præmissen
24syv	1	
Berlingske	9	10
børsen	1	3
BT	4	6
DR	5	

eb	7	8
Information	9	4
JP	5	7
Kristeligt Dagblad	2	
Pol	11	15
se og hør		1
tv2	10	17
Total	64	71

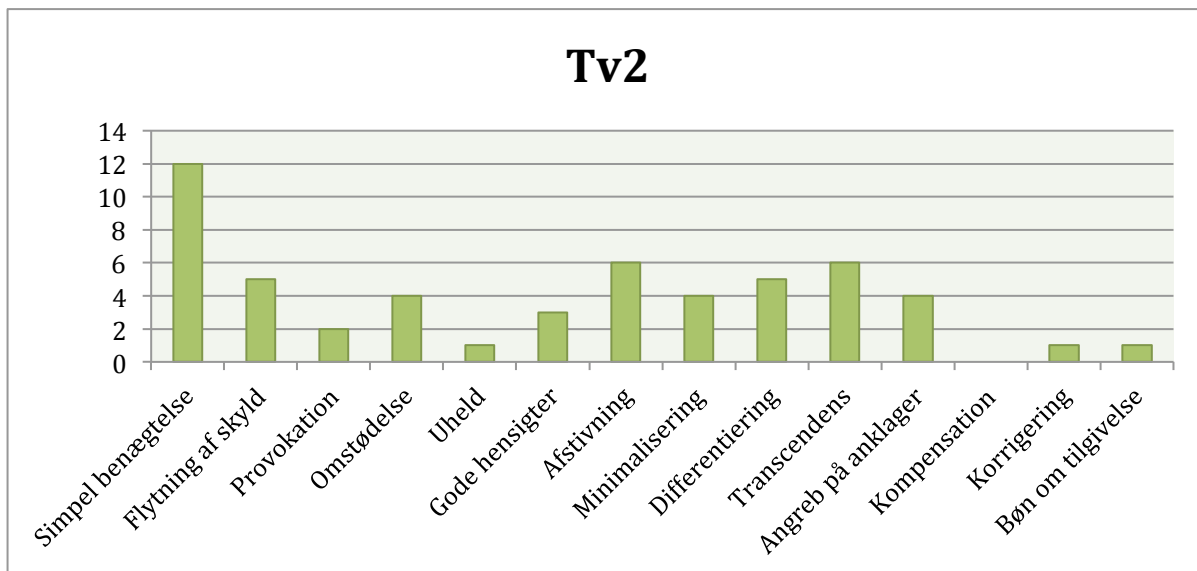
Figur 9

Hyppighed af typer af svar fordelt på medier.

Også i dette tilfælde begrænser det forskellige antal deltagelser muligheden for at sammenligne forekomsterne på tværs af medier. Der vil på den måde ikke være ræson i at sammenligne eksempelvis Berlingskes ni simple benægtelser med 24-syv's ene simple benægtelse, idet Berlingske har deltaget 25 gange og 24-syv blot har deltaget to gange (jf. fig. 3). Nedenstående skema (figur 14) er interessant på den måde, at den skildrer hvilke typer svar, hvert medie anvender mest. Det er i denne sammenhæng primært de medier, der ofte deltager, der er interessante, da et medie som Se og Hør, jo kun har givet et svar i alt, og det af den grund vel næppe siger noget særligt om deres ageren i Presseløgen. Af den grund, og fordi disse fund peger frem mod den mere mediespecifikke og kvalitative analyse, har jeg for nemhedens skyld valgt at fokusere på de tre medier, der indgår i den kvalitative analyse dvs. TV2, Politiken og Ekstra Bladet.⁵³

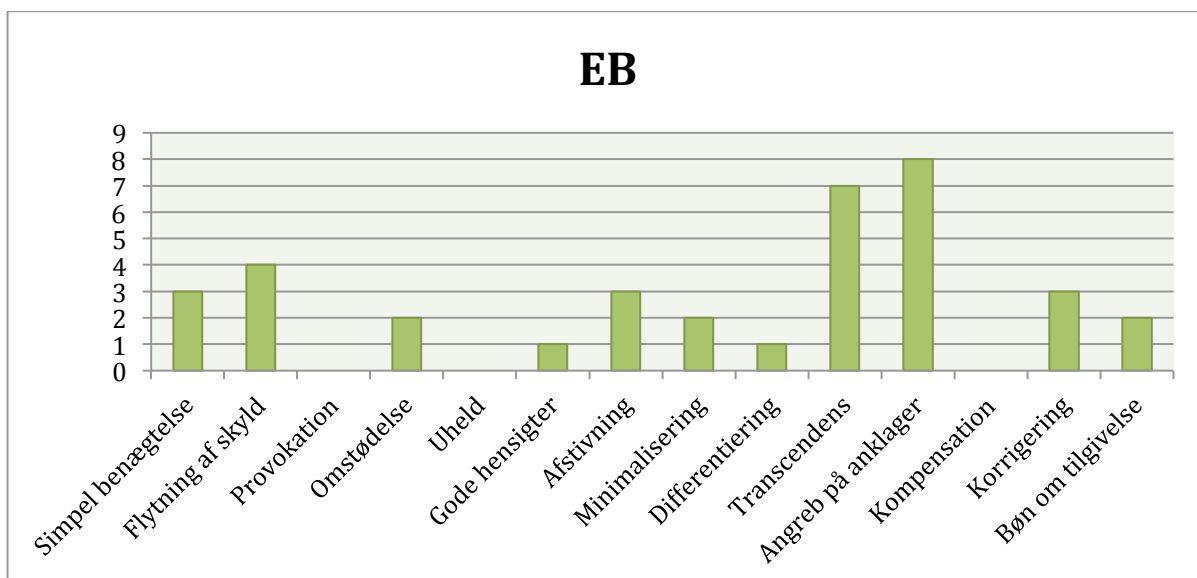
TV2 er det medie, der klart har givet flest svar på trods af, det ikke er dem, der er mest med. De har i alt givet 54 svar. Sempel benægtelse er det klart mest almindelige svar fra TV2 med 12 forekomster. I bunden med en til to forekomster findes; provokation, uheld, korrigerende og bøn om tilgivelse. Resten fordeler sig jævnt med fire til seks forekomster.

⁵³ Se figur 14 for de resterende medier og de eksakte tal.



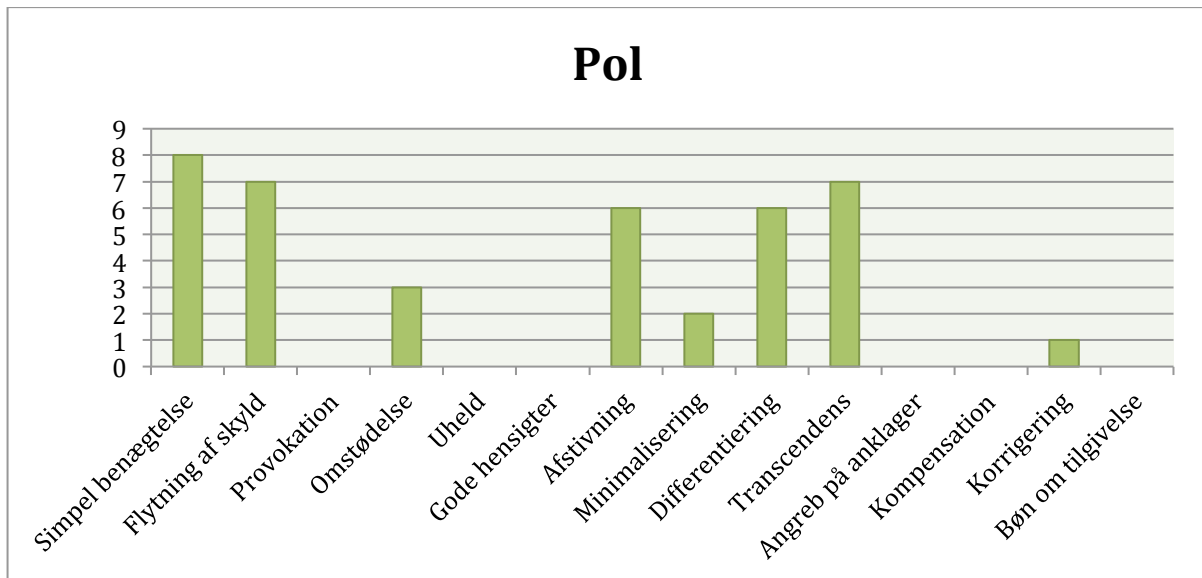
Figur 10

Ekstra Bladets typer af svar adskiller sig væsentligt fra TV2s, idet 'angreb på anklager' og 'trascendens' med henholdsvis otte og syv forekomster er de mest hyppige. Med 36 svar i alt udgør de to kategorier tilsammen ca. halvdelen af Ekstra Bladets svar. Tre til fem gange har Ekstra Bladet svaret med 'simpel benægtelse(3)', flytning af skyld(4), korrigering(3) og afstivning(3). Med to eller færre forekomster findes; Provokation(0), uheld(0), gode hensigter(1), omstødelse(2), minimalisering(2), differentiering(1) og bøn om tilgivelse(2). Udover de oftest anvendte kategorier er det værd at notere sig, at simpel benægtelse anvendes langt sjældnere end tilfældet for TV2.



figur 11

Politikens mest anvendte typer svar fordeler sig lidt mere spredt end de øvrige to medier. For Politiken er det simpel benægtelse(8), transcendens(7), flytning af skyld(7) og afstivning(6) og differentiering(6), der er de mest anvendte og tegner sig for langt de fleste svar, Politiken giver i Presselogen. Herefter følger omstødelse(3), minimalisering(2), uheld og korrigerende(1) og resten med nul, som det fremgår af nedenstående graf.

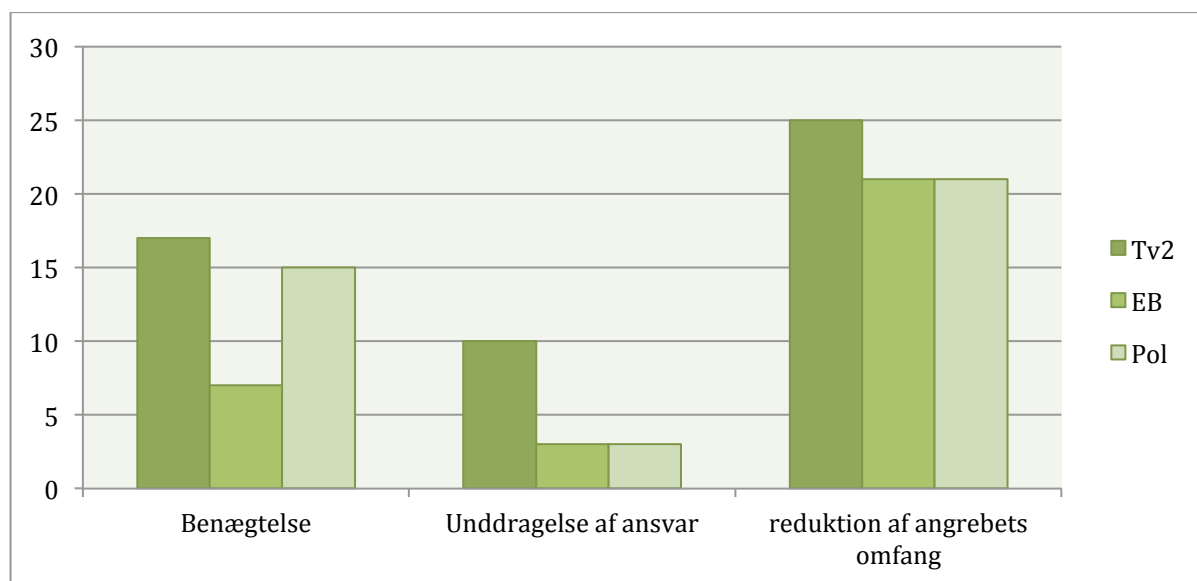


figur 12

Samlet set er der en væsentlig forskel på, hvordan de tre udvalgte medier svarer. Disse forskelle vil blive sat under luppen i den kvalitative del af analysen.

Afsluttende kan det udledes af figur 11, der viser hovedtyper af svar fordelt over de tre udvalgte medier, at Ekstra Bladet specielt skiller sig ud ved at benægte mindre end de to andre; TV2 adskiller sig ved langt oftere anvender unddragelse af ansvar. Politiken ligner TV2 på hyppighed af benægtelse. De ligner Ekstra Bladet i forhold til unddragelse af ansvar-kategorien. I forhold til reduktion af angrebets omfang ligger de tre medier forholdsvis jævnt med TV2 med 25, Ekstra Bladet med 21 og Politiken med 21. Korrigerende og bøn om tilgivelse er udeladt i denne graf, da tallene svarer til de viste i figur 8, 9 og 10. Som et lille kuriosum er Politiken det eneste medie ud af de tre, der har deltaget i 20 programmer eller mere, og som ikke har bedt om tilgivelse en eneste gang. Hvorvidt det betyder, at de ikke vil, eller at de ikke har lavet fejl, der kræver det, må stå usagt i denne omgang. Retfærdigvis må det i denne sammenhæng også nævnes, at det ikke er fordi, det virker voldsomt moderne at sige undskyld (bede om tilgivelse) i Presselogen. DR og JP er dem, der oftest beder om tilgivelse, idet de begge gør det to gange,

og henholdsvis medvirker ni og 20 gange i programmet. Ekstra Bladet har gjort det to gange, Berlingske en gang og TV2 en gang. Resten af de medvirkende har ikke svaret på kritik på denne måde. Så det vil være synd at sige, at Politiken på det parameter skiller sig markant ud.



Figur 13

	24-syv	Berlingske	Børsen	BT	DR	EB	Information	JP	Krist. Dag.	Pol	Se&Hør	Tv 2
Simpel benægtelse	1	8	3	6		3	2	4		8		12
Flytning af skyld		3	1	2	1	4		4		7		5
Provokation		1		1				1				2
Omstødelse	1	2			1	2	2	1	1	3		4
Uheld					1							1
Gode hensigte					2	1	1					3

r												
Afstivning	1	7		2	1	3	1	2		6		6
Minimalisering		1		1		2	1	1		2	1	4
Differentiering		1				1	1			6		5
Transcendens		5	1	5	1	7	4	2		7		6
Angreb på anklager		3	1	2		8	1	1				4
Kompensation												
Korrigering		3			2	3	2	1	2	1		1
Bøn om tilgivelse		1			2	2		2				1
Total	3	35	6	19	11	36	16	19	3	40	1	54

Figur 14

4.4 Framinganalyse

I det følgende afsnit analyseres 10 hovedtemaer i Presselogen. I alle programmerne deltager de udvalgte medier, men det er ikke i alle programmer, de tre medier er udsat for kritik. Da der i denne framinganalyse fokuseres på mediernes reasoning devices i deres svar på kritik, vil medierne kunne være selvstændigt repræsenteret i analysen, i så fald de svarer på den stillede kritik. Dog kan andre mediers kommentarer til det kritiserede medie ses som væsentlige i det omfang, at deres kommentarer supplerer eller uddyber en stillet kritik, udtrykker en bestemt selvfremstilling eller er nødvendige for at forstå konteksten for et andet medies svar.

4.4.1 Personsager og kontorjournalistik, 11. marts 2012 (10.50-37.00)

Panelet bestod udover de tre udvalgte medier af chefredaktør på Berlingske, Tom Jensen. Fra de udvalgte medier var det Michael Dyrby, nyhedsdirektør TV 2, Anne Mette Svane, chefredaktør Politiken, Poul Madsen, chefredaktør(ansvarshavende) Ekstra Bladet. Ugens hovedtema handlede om personsager. Temaet refererer til den tidligere sag om Mette Gjerskovs(S) rygekabine, Mette Frederikssens(S) sag om at sætte sine børn i privatskole, og den i programmet aktuelle sag om Lars Løkke Rasmussens(V) rygekabine, samt Helle Thorningssens(S) nye 'dyre' hæve-sænkebord. Diskussionen er en opfølgning på, at mediecheferne, Poul Madsen undtaget, tidligere lovede, at der skulle være færre personsager i medierne. Kritikken opridses i oplægget gennem speaken og klip, hvor Brian Mikkelsen(K) og Peter Skaarup(DF) anfører, at der er for meget fokus på personsager i medierne, og det hænger sammen med, at der mangler 'ordentlige redaktører', ifølge Mikkelsen(K). Derudover dokumenteres det via en artikel og et klip med Michael Dyrby, der siger, at TV2s moral ikke skal være den samme som Ekstra Bladets og BT's., at mediecheferne har lovet, at være mindre personfokuserede. Samtidig skydes der allerede i oplægget en kattelem til mediecheferne ind via problematiseringen af, hvorvidt dette i virkeligheden er politikernes skyld.

Kort sagt er kritikken; Mediecheferne lovede færre personsager, men medierne er stadig fyldt med dem.

TV2s svar

Michael Dyrby's umiddelbare respons på kritikken er: "Vi har skåret ned", altså i første omgang en simpel benægtelse af kritikken. Straks herefter bevæger benægtelsen over i underkategorien 'flytning af skyld', i og med at Dyrby argumenterer for, at det er politikerne selv, der har gjort historien om Løkke Rasmussens rygekabine interessant ved tidligere at angribe Gjerskovs(S) rygekabine.

"Når man har et parti, der skælder hårdt ud på Gjerskovs rygekabine og udtrykker, at det er svag dømmekraft og utrolig dårlig moral, når de så har en partileder, der har gjort nøjagtig det samme, så er det naturligvis en historie."

På den måde benyttes samtidig strategien, Benoit betegner som provokation, idet Dyrbys citat fremhæver det naturlige i deres reaktion, på baggrund af det politikerne gjorde. Med andre ord blev de provokeret til at dække det, hvilket i terminologien betegnes som en undertype af 'unddragelse af ansvar'. Konfronteret med programmets direkte kritiker, Søren Pind, svarer Dyrby således:

"Ja man kan diskutere, om det er for meget eller for lidt. Nu er det her jo et ugeprogram, hvor vi diskuterer, hvad der skete i ugen. Det jeg rent faktisk synes, der skete var, at vi er begyndt at dække politik med de reformer, der er på vej. Så er der den her uge, hvor jeg mener, den dominerende sag er rygekabinen. Hvis man ser NEWS 24 timer i døgnet, så ja. Men det skal man heller ikke."

I dette citat ligger der en form for afstivning, idet nyhedsdirektøren hævder, at der har været fokuseret på reel politisk dækning op til denne uge. Dette er en strategi, der går ud på at reducere angrebets omfang, men er samtidig snublende tæt på en anerkendelse af, at denne uge ikke har været så god i det henseende. Samtidig illustrerer citatet også to andre underkategorier af krisekommunikationsstrategien, 'reduktion af angrebets omfang'. For det første minimaliseres problemet i og med, at hele kernen i diskussionen, som handler om proportioner i dækningen, forsøges reduceret til en 'alt er relativt'-diskussion, hvor man 'altid kan diskutere, om det er for meget eller for lidt'. Hvilket, ifølge Dyrby, blot er et problem, hvis man ser TV2 NEWS 24 timer i døgnet. Den sidste pointe i denne sammenhæng drejer sig om transcendens, hvilket må siges at være den type argumentation, Dyrby benytter sig af, når han henviser til, at rygekabinen er den dominerende sag i denne uge. Det er altså en vigtig historie, som han også tidligere argumenterede for, igennem det at medierne 'naturligvis' skal dække sager om dobbeltmoral. Den er så vigtig, at han som nyhedsdirektør er forpligtet til at dække historien. På den måde henvises der igennem argumentationen til en større samfundsmæssig nytte og journalistikkens rolle i samfundet. Derudover afholder Dyrby sig heller ikke fra at differentiere sig fra Ekstra Bladet med følgende kommentar:

"Have-sænkeborde" er en for lille historie - også for EB. Og Lars Løkke's 'luksusbil', som er en moralsk drevet historie. Bilen er jo betalt af Venstre. Det er meget små historier. Det er udtryk for den vej, du har udstykket også her i stolen. At

I vil gå efter personerne og skandalerne, og når der ikke er så mange, må man puste dem, man har, op. Og der er ingenting i det her.

Det er altså vigtigt for Dyrby at tage afstand til Ekstra Bladet. Argumentet er grundlæggende, at Ekstra Bladet er meget værre end os. Igen nærmer man sig en form for erkendelse af, at det måske ikke er helt godt, det man har lavet, men det kommer aldrig tættere på. Desuden forsøger Dyrby også at dreje hele debatten til et kritisk interview med Søren Pind om, hvorfor Venstre har sendt unge politikere i byen med kritik af Gjerskovs(S) rygekabine vel vidende, at Lars Løkke(V) også havde en.

Samlet set anvender Michael Dyrby, som repræsentant for TV2, næsten hele paletten af Benoits krisekommunikationsstrategier, og jeg vurderer, at TV2 i dette indslag anerkender præmissen, idet han forholder sig til, at han selv tidligere har lovet at skære ned på personsagerne. Overordnet fremstilles TV2 som et medie, der prøver at gøre det så godt som muligt, og trods alt er bedre end Ekstra Bladet.

Politikens svar

Politiken, repræsenteret ved Anne Mette Svane, anerkender tydeligt præmissen (at et stort fokus på personsager i medierne er problematisk) og benytter sig af afstivning og differentiering:

”Vi har skruet ned. Vi er ikke gået ind i Mette Frederiksen privatskole-sag. Det er en privatsag ikke en historie. Så har Ekstra Bladet kørt utrolig mange forargelsehistorier senest om bl.a. Helle Thornings dyre have-sænke-borde. Så er der rygekabinen. Jeg vil godt erkende, at der er forskel på net og avis... Ingen regulær dækning i avisen. Man kunne godt få indtryk af, at det er en stor historie i de andre medier. Det er det ikke. Den rigtige diskussion er proportionerne i det her.”

Dette citat indkapsler Anne Mette Svanes fremstilling af Politiken i dette spørgsmål. For det første afstives Politikens profil med henvisning til andre gode handlinger, som at Politiken har skåret ned og har fravalgt at gå ind i hæve-sænkeborde diskussionen. For det andet fremstår det som væsentligt at differentiere sig på et etisk niveau fra Ekstra Bladet, men også fra TV2. Anne Mette Svane fremstiller på den måde Politiken som en avis, der har en højere journalistisk standard end de to andre medier. Desuden kommer Svane med en indrømmelse i forhold til, at der er forskel på net og avis. Hermed afskriver hun ikke fuldstændig, at Politiken også kan have begået fejl i denne henseende. Samtidig fremhæver Svane flere gange, at det er proportionerne, der er det væsentlige i denne diskussion, i den

forstand at det anerkendes, at der er en historie om dobbeltmoral, men det er i Politikens øjne en meget lille historie.

Ekstra Bladets svar

Poul Madsen, som repræsentant for Ekstra Bladet, er den eneste i studiet, der ikke anerkender præmissen for diskussionen. Madsen påpeger bl.a., at han ikke har lovet, at skære ned på personsagerne og siger:

”Det er dejligt, hvis vi får de gode historier helt for os selv. Det her handler om, hvad man synes, der er relevant. Jeg synes, det er relevant.”

Madsen argumenterer altså for, at historien er relevant og legitimerer dermed tilvalget af denne type historier i nyhedskriterierne. Det interessante i denne formulering er, at nyhedskriterierne defineres som noget personligt og subjektivt, *”Jeg synes, det er relevant”*, og dermed ikke som noget alment, journalister har tilfælles. Det er altså deres egen form for relevans, der gælder på Ekstra Bladet. Ved ikke at anerkende præmissen får Madsen desuden fremstillet Ekstra Bladet i opposition til de andre medier, hvilket også er en af de væsentlige selvfremstillinger, Ekstra Bladet konstruerer gennem sine hjemmesidedokumenter. Derudover benytter Madsen det meste af sin taletid på at angribe afsenderen:

”Så synes jeg, han(Søren Pind) får rodet sig ud i en hel masse, som bare skal skygge for et faktum, og det er, at Venstre ligger præcis, som de har redt i den her sag. Det er Venstre selv, der har ført moralens fakkel frem, og når det så viser sig, at man selv laver noget, der koster fire gange så meget, så må man tage tæskene.”

Umiddelbart efter slutter Dyrby sig også til og vil gerne have uddybet, hvorfor unge venstrefolk blev sendt i byen med ’moralens fakkel’, som Madsen kalder det. Her gribes altså muligheden for at vende diskussionen på hovedet og undgå de eventuelle kritiske spørgsmål, der kunne følge med. I Madsens tilfælde får han fremstillet Ekstra Bladet som en fræk avis, der ikke er bange for at gå til biddet. Specielt hvis det handler om dobbeltmoral, eller det som Svane tidligere distancerende betegner som forargelseshistorier.

Samlet set kan det udledes af programmet den 11. marts 2012, at de repræsenterede medier forholder sig forskelligt til kritikken i det specifikke program. TV2 anvender mange forskellige typer af forklaringer, Politiken nøjes med afstivning og differentiering. Ekstra Bladet står i denne diskussion i

opposition til de to andre, idet præmissen ikke accepteres, og det meste af taletiden bruges på at angribe afsenderen af kritikken. I forhold til de udvalgte mediers profil og selvfremstilling fremgår det, at Politiken fremstiller sig selv som den etisk overlegne af de tre medier i denne diskussion ved både at tage afstand til TV2 og Ekstra Bladet. Ved at TV2 lægger afstand til Ekstra Bladet, og Ekstra Bladet står i opposition til de to andre, men ikke anerkender præmissen i diskussionen, så understøttes billedet af den journalistiske virksomhedsprofil, de tre medier har indbyrdes. Politiken har den høje etiske standard overfor Ekstra Bladet, der gør, som det passer dem, og i midten finder vi TV2, der gerne lægger afstand til Ekstra Bladet, men også kritiseres af Politiken. Det fremgår desuden, måske ikke så overraskende, at hele sagens kerne drejer sig om definition af nyhedskriterier. Politiken mener, det ikke er en vigtig historie, TV2 mener, den er lidt vigtig, og Ekstra Bladet mener, historien er meget relevant. På den måde definerer hvert medie sine egne nyhedskriterier i tråd med virksomhedens profil. En sidste pointe i forbindelse med dette program er, at Tom Jensen, chefredaktør på Berlingske, fanger Michael Dyrby lidt på det forkerte ben, da Dyrby legitimerer TV2s dækning af rygekabinen med, at den historie *var* den dominerende i ugen. Her påpeger Tom Jensen, at det ikke dur, når nyhedschefen for TV2 sidder og snakker om den dominerende historie som noget naturgivent, og på den måde ikke anerkender i hvor høj grad, det netop er medierne, der sætter dagsordenen, altså skaber den dominerende historie i kraft af sin selektion.

4.4.2 Irak-fangerne og de mange ubesvarede spørgsmål, 8. januar 2012 (19.00-39.00)

Dette programs hovedtema er, hvorvidt medierne formåede at stille de rigtige spørgsmål til politikerne i forhold til sagen om de irakiske fanger, der muligvis er blevet videregivet til tortur fra dansk varetægt. Panelet består af Poul Madsen(EB), Anette Claudi(Politiken), Mikkel Hertz(TV2) og Christian Jensen(Information).

Første kritik kommer gennem oplægget, hvor Anders Henriksen(jurist) mener, at politikerne slap for let ved ikke at forholde sig til det politiske, men blot at forholde sig til det retlige. Denne diskussion er i første omgang forholdsvis kort og handler mest om, at Christian Jensen og Mikkel Hertz er enige i, at medierne måske var en kende for hurtige til at tale om en rigsretssag. Efterfølgende stilles der om til den direkte kritiker, der i dette program er Marie Krarup, forsvarsordfører Dansk Folkeparti. Hendes kritik er primært henvendt til Politiken og Information, som hun beskylder for unuanceret at råbe rigsretssag. I den forbindelse påpeger hun, at aviserne politiserer på vegne af rød blok, ved kun at bruge Amnesty International, Røde Kors og tidligere oppositionspolitikere fra venstrefløjen som kilder. I forhold pressenævnets vejledende regler for god presseskik beskylder Krarup(DF) altså Information og

Politiken for at handle i strid med A2⁵⁴ og A4⁵⁵. Krarups argument er altså, at primært Politiken og Information har givet Radikale Venstre, SF og Enhedslisten vind i sejlene i deres kamp mod den tidligere borgelige forsvarsminister ved at give for meget taletid til kilder, der støtter den vinkel. Samtidig fremhæver Krarup, at de med denne form for journalistik hænger soldaterne ud.

Politikens svar

Anette Claudi, der repræsenterer Politiken i dette program, anerkender ikke præmissen, og svaret herpå betegnes som en simpel benægtelse. Mødt med kritikken siger hun:

”Jeg kan simpelthen ikke genkende det billede... Hele sagen begyndte substantielt. Vi har jo ikke haft et fokus på, at tidligere oppositionspolitikere skulle tale deres ryg fri. Tværtimod har fokus været på de nye faktuelle oplysninger.”

Den simple benægtelse tager flere former i Claudis svar. Også påstanden om at de skader soldaterne, er ifølge Claudi ”skudt helt forbi”. Overordnet set argumenteres der ud fra et klassisk journalistisk udgangspunkt. 1: Der er kommet ny fakta i sagen, derfor skal vi følge op på den. 2: Det er politikerne, der skal stå til ansvar for de beslutninger, de har truffet. Argument 2 knytter sig til argumentet om, at der ikke gås efter soldaterne, men efter magthaverne og politikerne, der jo i sidste ende er dem, der har sendt soldaterne i krig med uklare instrukser, ifølge Claudi. Dette må siges, at være en rimelig tydelig reference til, hvad det er, der ofte opfattes som en af journalistikkens primære roller, at holde øje med magthavernes beslutninger på befolkningens vegne. Denne argumentation må betegnes som transcendent i den forstand, at der henvises til et højere formål.

Derudover bruges det meste af taletiden på at fremhæve faktuelle problematikker fra Politikens dækning af sagen. Dette kan på den ene side ses som reklame for den virksomhed, Claudi repræsenterer, og på den anden side ses som en argument via nyhedskriterierne for, at denne sag er enormt væsentlig, altså i samfundets interesse, at få afdækket.

Da værten præciserer spørgsmålet og forholder Claudi direkte til, om Politiken har brugt de forkerte kilder, svares der:

⁵⁴ Kritik bør udvises over for nyhedskilder, i særdeleshed når disse udsagn kan være farvet af personlig interesse eller skadevoldende hensigt.

⁵⁵ Angreb og svar bør, hvor det er rimeligt, bringes i sammenhæng og på samme måde. Dette gælder i særlig grad krænkende eller skadelige udsagn.

"Det synes jeg ikke, man kan sige... Vi har skrevet meget om det, og rigsretssag og taletid til tidligere oppositionspolitikere fylder meget lidt."

Igen en klar afvisning af præmissen og en simpel benægtelse. Denne gang reagerer både Madsen(Ekstra Bladet) og Hertz(TV2), der ikke er enige med hende. Hertz siger bl.a. "I går til alle vennerne og henter svar." Altså igen en tydelig anklage om partiskhed og politiseren fra Politikens side. På samme tid kommer den anden kritikmodtager, Christian Jensen(Information) til Claudis forsvar ved at dreje samtalen over på, at Krarup sagde 'påstande om tortur', hvilket Politiken og Information er meget enige om, det ikke var.

Denne passage fremstår måske lidt rodet, men illustrerer, at de paneldeltagere, der er i studiet, og som ikke er udsat for kritik, har en tendens til at være enige med kritikerne. På samme tid hjælper de to kritiserede hinanden i diskussionen, hvorvidt det i dette tilfælde hænger sammen med, at Information og Politiken er 'venner', eller det blot er fordi de i programmet begge modtager samme kritik, er ikke til at sige.

Claudi afviser altså kritikken og argumenterer for, at historierne jo var bygget på, at der var kommet nye oplysninger frem. Samtidig argumenteres der for, at sagen er væsentlig, og at Politiken dermed blot varetager sin journalistiske rolle i samfundet.

I forhold til den gentagne kritik om at være mikrofonholder for venstrefløj, i forhold til Morten Helvegs(R) udtalelse om en rigsretssag, svarer Claudie:

"Så vælger de radikale at sige rigsretssag. Hvor har vi prioriteret den? I en et-spalters inde i avisen"

Her minimaliseres problemet om mikrofonholderiet til at være en dråbe i vandet ud af den store dækning, Politiken har kørt. Og aben forsøges kort sendt videre til TV2 ved at påpege, at historien får større vægt, når den kommer på NEWS. Dette modsvares med det samme af Madsen, der siger, at historien jo kommer fra Politiken og bakkes op af Hertz, der gentager argumentet om, at de kun har talt med kilder, der understøtter deres vinkel. Igen bekræftes billedet af, at de to medier, der ikke er udsat for kritik i denne omgang, i højere grad er enige i kritikken end sædvanlig. Tonen er også skarp, hvilket måske skyldes, at situationen sædvanligvis er omvendt. Det er mere almindeligt, at det er TV2 og Ekstra Bladet, der står for skud og Politiken, der kritiserer. Hvilket også passer med Politikens selvfremstilling

af sig selv som etisk overlegen. Hvilket er i modstrid med det billede, der tegnes af Politiken af Krarup og understøttes af Madsen og Hertz. For Claudi og Politiken fremstår det derfor som vigtigt at fastholde og rekonstruere billedet af Politiken, som den politisk korrekte avis med høje journalistiske idealer. Af denne grund må præmissen om Politiken som mikrofonholder for venstrefløjen også kraftigt afvises, da det ikke stemmer overens med deres selvopfattelse eller de vejledende regler for god presseskik for den sags skyld. Claudi afslutter også diskussionen med en hel eksplicit reference til journalistikkens rolle i samfundet:

"Vi har afdækket, hvad der skete, og det er jo den rolle, vi har."

Altså der hentes legitimitet fra journalistikkens helt grundlæggende rolle som afdækkende i forhold til samfundet.

Samlet set anerkender Claudi, som repræsentant for Politiken, ikke kritikens præmis, hvilket betyder, at der ikke reflekteres over kritikken. Kritikken afvises med henvisning til legitimerende forestillinger om journalistikkens rolle, samt konkrete henvisninger til dækningen. Ekstra Bladet og TV2 er ikke mål for kritikken og er derfor kun inkluderet i det omfang, at de gentager kritikernes holdning og begge skyder på Claudi. Dette tyder igen på, at panelets repræsentanter oftere er enige i kritikken, hvis den ikke er rettet mod dem selv.

4.4.3 Medierne koger op under betalingsringen, 12. februar 2012 (35.00-51.10)

Dette program handler om dækningen af betalingsringen. Spørgsmålet er, som værten formulerer det, om medierne har fokuseret for meget på konsekvenserne af betalingsringen og glemt at interessere sig for, hvorfor nogen mener, ringen er nødvendig. I panelet er Miki Mistrati(EB), Anette Claudi(Politiken) og Henrik Qvortrup(TV2). Hvorfor panelet blot består af tre personer i dette program uddybes ikke. Kritikken er rettet mod alle, og afsender er Jesper Petersen (Daværende politisk ordfører for SF) og Per Meilstrup(Forhenværende klimaredaktør på Mandag Morgen). Jesper Petersen fremfører i oplægget argumentet, at man kunne ønske sig, at der var mere fokus på det problem, der er. Og at det i hans optik er et rimeligt krav at stille politikerne, at de skal gøre noget for at vores hovedstad ikke sander til i trængselsproblemer. Per Meilstrups kritik er baseret på en undersøgelse af dækningen, og han er med i studiet for tage diskussionen. Hans kritik går på, at dækningen overordnet er for negativ, fordi alle arbejder ud fra præmissen om, at betalingsringen er en tabersag. Den mest benyttede ekspert er kraftig modstander:

"Det jeg mangler er, at I går kritisk til FDM, Dansk Industri, Venstre, Konservative og DF. Det ser ud til, at de politiske kommentatorers holdninger påvirker nyhedsdækningen," udtaler Per Meilstrup.

Denne kritik må i forhold til pressenævnets vejledende regler siges at relatere sig primært til A2 og A4, vedrørende 'balance i angreb og svar' samt 'kritik overfor nyhedskilder, når disse udsagn kan være farvet'.

Ekstra Bladets svar

"Det er da fordi, det er nødvendigt. Vi stiller jo de kritiske spørgsmål." Mistrati argumenterer transcendent i form af nødvendighed og pressens kritiske rolle i demokratiet. Herefter går han til modangreb på Meilstrup ved at sige:

"Nu taler du (Meilstrup) om lobbyisme. Undskyld mig, men så vil jeg også kalde dig en lobbyist. Bare på den anden side af skrivebordet, når det kommer til betalingsringen."

Mistrati angriber altså anklageren for at være lobbyist for betalingsringen, og at hans kritik derfor er ugyldig, da den bare føres frem på baggrund af egne interesser. Mistrati fortsætter med at gå efter manden, men tilføjer også forholdsvis bramfrit en reklame for sin avis i følgende:

"Jeg har ikke hørt dig sige et kritisk ord om betalingsringen. Eksempelvis hvor de to millioner (tror han mener milliarder red.) skal komme fra, som vi i dag har lanceret."

Angrebet på anklageren glider elegant over i en fremhævelse af Ekstra Bladets daværende tophistorie. Meilstrup tilføjer da også, at han synes, det er en glimrende historie, men det ændrer ikke ved, at Mistrati får fremført sit budskab.

Det fremgår også af diskussionen af Mistrati ikke anerkender præmissen, idet han også anvender simpel afvisning af kritikken:

"Der er et hav af meget vigtige spørgsmål, som skal stilles, og det synes jeg, pressen har klaret særdeles flot. Vi passer vores opgave, som borgernes vagthund"

Det særlige i denne formulering er, at Mistrati roser pressen som helhed. Dette tyder igen på, at hvis kritikken er rettet mod alle så argumenteres og forsvares der som branche, og når der er forskel på, hvem kritikken er henvendt til, så er der en tendens til i højere grad at anerkende kritikken. Dette billede understøttes også af en senere udveksling mellem Meilstrup og Mistrati, hvor Meilstrup forklarer, at Mandag Morgens undersøgelse dokumenterede flere faktuelle fejl i forhold til eksempelvis en historie fra Berlingske med overskriften 'Bilen, den suværene vinder', som sammenligner rejsetid mellem bil og offentlig transport. Her siger Mistrati:

"Da må jeg lette hatten. Jeg er helt enig. Vi har gjort det, som man nok bør gøre. Vi har gået ud i virkeligheden og prøvet det af... desværre for dig bliver resultatet det samme. Det er stadig smartere for nogen borgere at tage bilen".

Her kan Mistrati være enig i kritikken, fordi han ikke selv har gjort noget galt og får endda lejlighed til at fremhæve, at Ekstra Bladet har gjort det 'rigtige'. I samme ombæring får han også gentaget argumentet om, at Meilstrup er en utroværdig lobbyist for betalingsringen via. 'desværre for dig'-formuleringen. I denne diskussion profilerer Mistrati ikke Ekstra Bladets særlige profil, men holder sig blot til at afvise kritikken og reklamere for konkrete artikler.

TV2s svar

Henrik Qvortrup, der repræsenterer TV2 i dagens debat, anvender også primært transcendens som argumentationsform:

"Det sejler i regeringen. Internt kan de ikke blive enige om betalingsringen, og hvis vi ikke skulle dække det kritisk, så ved jeg ikke, hvad vores opgave er".

TV2 er altså forpligtet til at dække de kritiske vinkler, ellers svigter de deres journalistiske forpligtelser. Efterfølgende bevæger Qvortrup sig ud i et argument, der fremstår som en form for afstivning:

"Når billedet tegnes af os, som nogen der entydigt er kritiske overfor betalingsringen, må jeg sige hus forbi. Vi har også været i Oslo, Stockholm og London"⁵⁶

⁵⁶ Alle steder hvor man har erfaring med betalingsringe eller planer om det, red.

Her gendrives kritikken at referere til andre gode gerninger, man har gjort i et forsøg på at reducere kritikens omfang. Samtidig ligger der også en simpel benægtelse og en klar afvisning af præmissen at melde hus forbi. Til sidst, om end af en omvej, lykkedes det alligevel også Qvortrup at få gjort reklame for TV2:

"Synes du ikke det er rimeligt nok, at lave de her udregninger, som jeg tror, alle om bordet har foretaget. Vi har en lønmodtager i Albertslund, der skal på arbejde i København. Når han kører i sin bil tager det 38 minutter tur/retur, når han tager det offentlige tager det 2 timer og 4 minutter. Er det den type historier du ikke vil have? For det kan vi ikke hjælpe med."

TV2 er på folkets side (jf. lønmodtageren fra Albertslund), og det bliver her brugt som en slags 'Joe the Plummer'. Her får Qvortrup italesat TV2, som nogen der tager den almindelige dansker alvorligt og laver journalistik, der vedrører dem. Fuldstændig i tråd med deres selvfremstilling. Qvortrup henviser som Mistrati igen til branchefælleskabet igennem formuleringen af, at disse historier har 'alle om bordet lavet'. På den måde minder Qvortrup de andre i studiet om, at Meilstrup angriber alle med sin kritik.

Politikens svar

Anette Claudi, der repræsenterer Politiken, afviser også blankt præmissen og benægter simpelt kritikken i første omgang:

"Vi skal selvfølgelig kigge nuanceret på det her, men din mistanke at vi sidder på redaktionen og tænker 'Det her er noget værre møg. Det skal vi bare have bekæmpet', den holder ikke vand"

Selvfølgelig er Claudis argument en noget spidsvinklet version af Meilstrups kritik, det ændrer dog ikke ved, at det må betegnes som en simpel benægtelse og en afvisning af præmissen. I stil med Qvortrup argumenterer Claudi for, at det er det politiske drama bag betalingsringen, der er interessant og gør historien relevant:

"Det politiske har måske indimellem fyldt for meget i forhold til substansen, men vi er nødt til at dække det, fordi det er billedet på, hvor svært det er for Socialdemokraterne og SF at håndtere den her sag".

Her reflekteres næsten over den faktisk stillede kritik, men svaret glider hurtigt over i nødvendighedens logik som følge af de journalistiske idealer og forpligtelser i samfundet.

Politiken svarer altså også afvisende på kritikken, men kommer dog næsten med en indrømmelse. I modsætning til de to andre bliver der ikke gjort direkte reklame for specifikt journalistisk arbejde, men der kan argumenteres for, at det lidt mere nuancerede svar afspejler, Politikens ønskede selvfremsættelse.

Samlet set afviser alle kritikken. Ingen forholder sig reflekterende til den faktiske kritik, Meilstrup kommer med, selvom han og Mandag Morgen rent faktisk har lavet en rapport, der dokumenterer hans påstande. I stedet bliver tiden brugt på at forsvare sig med primært simple benægtelser. TV2 og Ekstra Bladet når desuden at reklamere for sig selv i løbet af diskussionen. Diskussionen i dette programs hovedtema understøtter igen, at medierne har en tendens til at stå sammen mod kritikken, når den er henvendt til alle og bruge tiden på at fremhæve sig selv eller tale andre ned, hvis kritikken ikke er henvendt til repræsentantens medie.

4.4.4 Er danske journalister for flinke?, 26. februar 2012 (35.00-51.10)

På baggrund af en ellers interessant diskussion om Helle Thornings efterhånden berømte tirsdagspressemøde, hvor hun nægtede at sige andet om betalingsringen end, 'der kommer en god løsning i morgen', indledes hovedtemaet, der handler om, hvorvidt danske journalister er blevet for vattede. I studiet er Christian Jensen(Information), Lars Grarup(Politiken), Poul Madsen(EB), Michael Dyrby(TV2). Kritikken afsendes primært af Søren Espersen(DF), der selv er uddannet journalist og bl.a. har arbejdet for B.T. og Billed-Bladet. Han argumenterer for, at det er så dejlig nemt at være politiker i dag, for nyuddannede journalister falder over deres egne ben for at tilbyde gennemsyn af artikler og udlevere spørgsmålene på forhånd. Altså de nye journalister giver politikerne for let spil, og det var bedre i gamle dage. Espersen(DF) er med i programmet som direkte debattør, og kritikken er taget op i programmet på baggrund af en kronik i Politiken, hvor Espersen(DF) kalder nyuddannede journalister for skødehunde.

"Hvis jeg kender alle spørgsmålene på forhånd, så kan jeg jo have en masse one-liners parat og lyde rigtig karl-smartagtig og få sagt, det jeg vil. I stedet for at der kommer nogle interessante og overraskende spørgsmål, som kan bringe mig i forlegenhed. Jeg ved ikke, hvad der foregår med journalistikken, hvor de lærer det henne. Jeg synes redaktørerne skulle tage affære i den her sag."

Herefter stilles der om til et panel, der tydeligvis morer sig over oplægget, og specielt Dyrby griner.

TV2s svar

Dyrby kommer i første omgang med det, i Presselogen, noget sjældne svar:

"Jeg er fuldstændig enig med Søren Espersen i det her... Jeg oplever det selv, når jeg indimellem bliver interviewet til andre medier. Så bliver jeg næsten altid spurgt, om jeg vil have artiklen eller citaterne til gennemsyn. Der siger jeg næsten altid nej. Jeg er sikker på, du kan gengive dem korrekt. Det er punktet et i grønspættebogen for journalister. Det kan de fleste journalister finde ud af lige bortset fra Ekstra Bladet, de hverken kan eller vil citere korrekt."

Det skal nævnes i denne sammenhæng, at der er en forholdsvis løssluppen stemning i panelet, og den sidste kommentar om Ekstra Bladet er vist halvt sagt i spøg. Det sjældne ved svaret er imidlertid, at Dyrby er fuldstændig enig i kritikken, der ifølge Espersen jo egentlig er rettet mod redaktørerne for de unge journalister. Det interessante ved dette svar er, at Dyrby er enig i kritikken, men samtidig virker det ikke som om, han har behov for at undskylde eller beklage. Det skal også nævnes, at Dyrby ikke er redaktør, men nyhedsdirektør, hvilket også fremgår af en dialog mellem værten Line Ernlund og Dyrby. Ernlund stiller spørgsmålet:

'Når nu din (Dyrby red.) holdning til det er så klar, hvordan kan det så være, at gæster kommer i studiet med et papir med spørgsmålene på?'

Dyrby svarer:

"Det er fordi du, og redaktøren har lavet jeres arbejde for dårligt"

Altså Dyrby betragter ikke sig selv som ham, der bærer ansvaret for denne type fejltagelser. Igen tyder det på, at paneldeltagerne kun reflekterer over/eller er enige i kritikken, hvis de ikke føler, de selv står for skud. Det skal dog tilføjes, at der helt reelt debatteres journalistisk praksis i forhold til, hvordan man undgår de her problemer vedrørende magtkampen mellem kilder og journalister - specielt politiske kilder.

I Dyrbys svar fremgår ingen tydelig profilering af TV2. Dyrby forholder sig konkret til kritikken og er enig i den. Dog placeres ansvaret for problemet et andet sted end på hans bord. På den måde kan dette ses som en nuancering af pointen om, at de medvirkende godt kan forholde sig til kritik, hvis den ikke

er rettet mod dem selv, i den forstand at ansvaret også kan placeres et andet sted inden for egen virksomhed.

Politikens svar

Lars Grarup(chefredaktør Politiken) afviser kritikken, men anerkender problematikken.

”Jeg synes, det er en fin debat og starte. Jeg synes, den skal blive lidt mere konkret, før den kan blive til noget. Jeg spurgte Christiansborg-redaktionen, og de kan ikke rigtig genkende det her billede af, at unge journalister ikke skulle være kritiske.”

Det gentages flere gange, at han ikke genkender kritikken, hverken af unge eller at det skulle være kutyme at udlevere spørgsmål på forhånd eller citater til gennemsyn. Ifølge Grarup er det en interessant diskussion, som ikke handler om Politiken. Grarup anerkender ikke præmissen om, at unge journalister skulle være for flinke, og det benægtes simpelt, at kritikken skulle være et problem for Politiken. I stil med Dyrby anerkender Grarup dog, at det er fin debat og går også ind i konkret journalistisk praksis i diskussionen om behandling i kilder.

Ekstra Bladets svar

Poul Madsen fra Ekstra Bladet mener ligesom Dyrby, at Espersen har ret. Poul Madsen refererer også til egne erfaringer:

”Jeg bliver interviewet meget, og jeg oplever, det er meget meget nemt at få alle detaljer på forhånd. Og jeg oplever også, at man her i TV2 NEWS selv kan forme, hvordan det skal foregå”.

I citatet bliver der også, måske på baggrund af Dyrby's tidligere nedladende kommentar om Ekstra Bladet, sendt en kritik tilbage til TV2 NEWS i form af, at 'I giver redigeringsretten væk for nemt'.

På samme måde som de to andre, fremhæver Madsen, at problemet ikke ligger hos ham eller hans blad:

”Jeg synes, det er helt fair at fortælle rammen... Men selvfølgelig skal man ikke give spørgsmålene på forhånd. Hvis folk beder journalister på Ekstra Bladet om at få citater til godkendelse, så sender vi dem til dem. For vi gider da ikke have en kedelig sag med nogen, der er blevet fejlciteret, men de kan da ikke gå ind og rette resten af tingene. Hvis man tror, man kan rette alt til bagefter, så er det ikke hos os”.

Ekstra Bladet har, ifølge Madsen, deres på det rene. Men går, ligesom på linje med de andre redaktører, ned i journalistisk praksis og fortæller, hvad han mener, der er rigtigt og forkert i forhold til kildebehandling på Ekstra Bladet.

I modsætning til de to andre får Madsen også sendt et stik afsted mod Espersen og spindoktorerne på Christiansborg:

”Jeg synes, det er befriende, at Espersen siger det her. Jeg opfatter det som en boomerang, der skal sendes tilbage i hovedet på politikerne og spindoktorerne. For der er jo en grund til, at man sender spørgsmål. Det er fordi, der sidder et spinmellemed og kræver det. Da kan det godt være, at der er nogen journalister, der har misforstået rollen som vagthund. Jeg oplever det ikke specielt som unge. Men jeg tager Espersens udtale ad notum. Du får ikke et eneste spørgsmål på forhånd fra os, og så glæder vi os ellers til det fortsatte samarbejde.”

På den ene side angribes afsenderen af kritikken som en medskyldig i problemet, på den anden side kan udtalelsen ses som understøttende for Ekstra Bladets profil, idet Poul Madsen fremstiller sig selv som kritisk overfor spindoktoriet på Christiansborg, og en der ikke bare ligger sig ned, når Søren Espersen kommer med sit budskab.

Samlet set fremstår denne diskussion særlig. Dels fordi der konkret bliver forholdt sig normativt til journalistiske idealer omkring kildebehandling. Dels fordi tonen generelt ikke er så afvisende eller så selypromoverende som i andre programmer. Dette kan måske skyldes, at ingen føler sig særligt ramt af kritikken.

4.4.5 Twitterforbud og tvivlsomme sportsklummer, 10. juni 2012 (7.20-18.50)

Kritikken i dette program er henvendt til Ekstra Bladet og B.T. Det drejer sig om, at aviserne bringer klummer med Bjarne Riis, Stig Tøfting og andre kendte sportsnavne, men i virkeligheden skriver de dem ikke selv. Sportsredaktør på B.T. Jacob Staehelin fortæller med et skævt smil, at en journalist ringer hjem og fortæller, hvad personerne gerne vil have, der skal stå, og *”så er det jo vigtigt at kende deres sprog, så det lyder som dem...”* Problematikken baseres i oplægget også på en voxpop med personer, der synes, det er snyd. I studiet er Olav Skaaning (BT), Miki Mistrati (EB), Anne Mette Svane (Politiken) og Michael Dyrby (TV2).

Da kritikken er rettet mod BT og Ekstra Bladet, er det kun Ekstra Bladet, der behandles selvstændigt, med input fra de andre paneldeltagere.

Ekstra Bladets svar

Direkte konfronteret med oplæggets konklusion, om at folk på gaden føler sig snydt, svarer Mistrati:

”Vi snyder ikke folk. Man skal huske på, at journalistiske arbejde bliver jo også redigeret... Jeg mener det er et spørgsmål om redigering”.

I første omgang benægtes kritikken, hvorefter bortforklaringen om redigeringen glider over i argumentet om, at ghost-writing af selvbiografier også er normalt. En måske lidt vag form for ’minimalisering’, hvor argumentet er, at der ikke altid varedeklareres præcist indenfor selvbiografier. Efter lidt tid griber værten ind og prøver at få ham tilbage på sporet. Mistrati siger:

”En klumme er jo udtryk for en mening, som han(Stig Tøfting red.) skriver... eller vi skriver... oh som vi hjælper ham med at skrive, det han mener. Hvis ikke det er rigtigt, får vi jo en glidende tackling af dimensioner af Tøfting. Han ser det jo også igennem inden, om det virkelig var det han mente.”

Mistrati fremstår på lidt usikker grund i forhold til sine formuleringer af, hvem det egentlig er, der skriver klummen. Argumentet om at den tidligere fodboldspiller, der er kendt som en hård hund, vil komme efter dem, hvis de skrev noget, der var forkert, falder heller ikke i god jord hos især Anne Mette Svane(Politiken), der sidder og ruller øjne af hans argumentation. Hun følger også op med denne kommentar:

”Hvis vi bliver i sportsmetaforen, kan man sige, at det her er bortforklaringer på verdensklasseniveau. Det er klart, at folk føler sig snydt... Jeg kan ikke forstå hvorfor EB og B.T. ikke bare varedeklarerer det og skriver fortalt til eller skrevet med hjælp af osv.”

Efter et par minutters blank afvisning af kritikken fra Olav Skaaning(BT), melder Dyrby(TV2) sig ind i debatten:

"Hvis jeg sad i jeres stol, ville jeg tage det virkelig alvorligt, det jeg har hørt her, for det er virkelig jeres grundkøbepublikum, der udtaler sig her, interviewet i et supermarked. Og når de udtrykker så tydeligt, at de føler sig snydt, så skal man virkelig som udgiver tænke over, hvad der skal ske".

Igen er billedet som tidligere, hvor dem der står uden for kritikken, tilslutter sig kritikken, og dem der står på mål for den, afviser den blankt. Samtidig med en gentagelse af kritikken får Dyrby også plæderet for vigtigheden af at tage almindelige mennesker alvorligt, hvilket er en af hovedpointerne i deres selvfremsættelse. I programmet hives der også nogle eksempler frem fra Ekstra Bladet, fra en klumme af Bjarne Riis, hvor der skrives i udpræget 'jeg' form: 'Det har afgjort ikke været nogen nem tid, for hverken holdet eller for mig personligt, og det er heller ikke ligefrem let for mig at sætte ord på.' Og spørgsmålet er hvorfor Ekstra Bladet skriver sådan, når han ikke selv har skrevet det. Igen fremstår Mistrati lidt usikker, hvorefter han siger:

"Jeg medgiver sådan set fuldt ud det, I siger. Jeg kan sagtens forstå, hvis folk et eller andet sted sidder og tænker; gud jeg troede, han skrev det selv. Det kan da meget vel være, der skulle have stået med nogle små bogstaver redigeret af. Folk ville jo læse det alligevel."

Mistrati anerkender altså nu kritikken og kommer endda med en indrømmelse samtidig med, at han åbner for en korrigerende. Mistrati har altså rykket sig fra simpel benægtelse over minimalisering til en form for korrigerende i løbet af denne diskussion. Selvom der rent faktisk er tale om en erkendelse af, at der måske er et problem her, så vokser træerne ikke ind i himlen, som det fremgår af Mistratis svar på værtens spørgsmål, om der så kommer en ændring fra Ekstra Bladet:

"Der er nogen, der sidder over mig i systemet, der bestemmer den slags. Så det kan jeg slet ikke tage en beslutning om alene."

Mistrati vil ikke love noget, og måske derfor er det også lettere for ham at åbne for en anerkendelse og en refleksion over kritikken. Det modsatte gør sig i hvert fald gældende for Olav Skaaning, der jo er ansvarshavende på BT. Han afviser kritikken hele vejen igennem og hans svar på spørgsmålet om, hvorvidt der kommer ændringer, er blot. *"Man kan aldrig afvise noget"*.

Samlet set bliver temaet om sportsklummerne diskuteret på linje med tidligere diskussioner, idet Politiken og TV2, der står uden for kritikken, tilslutter sig kritikernes synspunkt og fremhæver deres

egen profil igennem deres kritik. TV2 fremhæver, at man skal tage de almindelige mennesker alvorligt. Underforstået ligesom TV2 gør. Politiken fremhæver, at der skal varedeklarerer ordentligt. Underforstået ligesom Politiken gør, fordi det er det etisk ansvarlige.

Det er dog bemærkelsesværdigt, at Miki Mistrati fra Ekstra Bladet rent faktisk reflekterer over kritikken og kommer med indrømmelser og udtrykker en vilje til korrigerende. Den kritik, der kommer fra Michael Dyrby, relaterer sig også specifikt til Ekstra Bladets legitimitet overfor sin målgruppe. På den måde bliver argumentet for at ændre adfærd ikke bare til et journalistisk spørgsmål, men også et forretningsmæssigt spørgsmål. Hvad det er, der får Mistrati til at erkende problemet, kan man selvfølgelig ikke vide, men det er påfaldende, at indrømmelsen kommer, når der både kritiseres ud fra et forretningsmæssigt og journalistisk synspunkt.

Det skal her nævnes, at Olav Skaaning fra BT udsættes for den samme kritik, men giver ikke udtryk for, at det er noget, der skal tages til efterretning.

4.4.6 Hvordan klarede medierne det kinesiske besøg, 17. juni 2012 (20.50-45.20)

Dette program drejer sig om dækningen af Hu Jintaos besøg i Danmark. Spørgsmålet er om de danske medier blev forblændet af de mange handelsaftaler og dækkede besøget for positivt. Anders Krab Johansen fra Børsen mener, at dækningen af præsidentbesøget har været unuanceret. I oplægget problematiseres det via erhvervskommentatorer, hvordan dækningen har fokuseret på positivt på store pengetal uden at kigge på, hvorvidt aftalerne skaber vækst i Danmark eller Kina. Kort sagt har medierne været for ukritiske. I studiet er Christian Jensen Information, Anette Claudi Politiken, Poul Madsen EB og Mikkel Hertz TV2.

Ekstra Bladets svar

Poul Madsen går med det samme i offensiven:

"Jeg mener, man kunne rejse en skamstøtte over den jubel, som har kendetegnet dækningen. Jeg synes, det er helt fint, at Danmark har fået ordrer. Det er nærmest blevet et indsamlingsshow for Afrika, hvor man har nævnt navnene i begejstring. Vestas har fået det her osv... det er da kørt helt ud over kanten."

Madsen udtrykker sin forargelse på vegne af Ekstra Bladet og deres læsere over, hvordan de andre medier, ifølge ham selv, har faldet på halen over præsidentbesøget. Her med fokus på de andre. Altså en flytning af skyld til kollegerne. Samtidig bekræftes igen billedet af Madsen og Ekstra Bladet som den frække avis, med sine beskrivelser af de andres journalistik som noget der kunne rejses en skamstøtte over. Madsen anerkender altså i høj grad kritikken i den forstand, at den drejer sig om, at dækningen har været for ukritisk. Senere uddyber Madsen sin position, da værten konkluderer, at Madsen jo er gået i den modsatte grøft.

”Jeg synes, det er urimeligt, at Danmark, i sin forhippen på at få de her fine kontrakter, har tilsidesat det princip med, at vi har en fri og kritisk presse i Danmark... Han skulle ikke have et eneste kritisk spørgsmål under det her besøg... Derfor har vi sat os det som mission at gøre opmærksom på den side af sagen... Så vil jeg ikke deltage i en frokost med den præsident, fordi jeg synes, det er en blåstempling af et forløb, der er helt forkert. Det må da være muligt at vores journalister kan stille de spørgsmål. Der synes jeg, vi er faldet på halen.”

Madsen referer eksplicit til pressens grundlæggende ideal om journalistikkens uafhængighed og samfundskritiske rolle. Implicit siges der, at Ekstra Bladet som den eneste lever op til det ansvar ved at boykotte en frokost med Hu Jintao, som de andre redaktører havde deltaget i. Ekstra Bladet har udover at udeblive fra en frokost også kørt andre kampagner, bl.a. en journalist fra bladet, der var iklædt et billede af en brændende tibetansk munk på noget, der lignede en Ekstra Blads forside. Ekstra Bladets argument er i meget høj grad transcendent, idet der refereres til nogle af journalistikkens helt grundlæggende idealer, som belæg for deres handling. Samtidig udtrykker både selve aktionen og Poul Madsens velvilje til at gentage denne pointe igen og igen et ønske om at fremstille Ekstra Bladet, som nogen der ikke finder sig i, at magten skal have særlige vilkår i modsætning til de andre aviser. Der er altså også en stor del differentiering fra de andre medier, idet Ekstra Bladet profilerer sig på at være i opposition til både regeringen, som Madsen mener er ansvarlig for indskrænkelsen af pressefriheden, Hu Jintao og de andre medier.

Som Christian Jensen fra Information også fremhæver, så virker Madsens forsøg på at italesætte sig selv som pressefrihedens forkæmper nummer et en smule søgt. Dette skyldes bl.a., som Jensen fremhæver, at der indenfor det sidste år kun har været en artikel vedrørende Tibet, og den handlede om Hummelejeren Christian Stadil. Det er altså ikke just Tibetkonflikten, der optager Ekstra Bladet mest til daglig. Desuden meldte Madsen også tidligere ud i programmet om personsager fra 11. marts 2012, at det ikke gav mening at blive væk fra et pressemøde som protestaktion, idet pressens rolle er at dække,

hvad der sker. Argumentet fremstår derfor en smule tomt og kunne tyde på, at der i højere grad er tale om en profilering af Ekstra Bladet end et reelt idealistisk synspunkt, hvilket også er Christian Jensens pointe. I den forbindelse skal det nævnes, at Christian Jensen tydeligvis også er ude i en profilering af Information som den avis, der dækker Kina bedst, også på Tibetområdet, idet han flere gange nævner, at Information er den eneste avis, der har en korrespondent og kritiserer de andre medier for deres mangel på samme. Det er også her Madsen finder sit modsvar. Han siger følgende:

"Der må jeg sige, vi tager ikke æren for noget. Jeg er sikker på, at Information har skrevet meget mere om den tibetanske sag, end vi har. Det vi gør, det er at sige, når nu Hu Jintao er i det her lille smørhul af et land, at vi gerne vil have lov til at stille ham nogen spørgsmål, om det her."

Udover at gentage sin pointe vedrørende den kritiske presse får Madsen også skudt en motivfortolkning på Jensen ind i den forstand, at grunden til, han kritiserer, er fordi, han er bange for, at nogen tager 'æren' for Kina-dækningen. Dette er interessant, fordi det fremstår som en indforstået ting redaktørerne imellem, at diskussionen ikke handler om det journalistiske, men i højere grad en diskussion, hvor medierne ønsker at profilere sig selv både positivt og i modsætning til de andre medier.

Ekstra Bladets svar fremstår typisk, om end lidt mere ekstremt end i andre sager. Der reklameres i udpræget grad for eget medie gennem henvisning til almenyldige journalistiske idealer. Desuden distancerer Ekstra Bladet sig fra de andre medier ved at skyde dem i skoene, at de er nogle bangebukse. Samtidig anerkender Madsen kritikken i den forstand, at den ikke opfattes som henvendt mod hans blad.

Politikens svar

Anette Claudi anerkender ikke præmissen, benægter simpelt og benytter sig af afstivning og differentiering i sin argumentation:

"Jeg er faktisk stolt over vores dækning. Det er et plaster på såret i forhold til, at vi har forsømt at dække Kina grundigt. Og så bruger man den anledning, at der kommer en af verdens mægtigste mænd til Danmark, og det skal man ikke falde på halen over. Jeg synes også, at TV engang imellem har lavet lidt for meget kongeskib, den lille havfrue, og hvor er det hele hyggeligt."

Claudi er stolt af dækningen og sender sorteper videre til TV, i denne sammenhæng TV2. Derudover bruges taletiden i høj grad på, at fremhæve Politiken som den kloge avis, der tænker over tingene.

Tydeligst illustreret ved dette citat:

"Jeg synes, vi har brugt den her lejlighed til at problematisere, sætte ting på dagsordenen og nuancere på den måde, at der har været to vinkler. Den ene 'hvor mange danske virksomheder får ordre, har vi fået' den anden 'Kina slår mennesker ihjel', men indimellem der er der nogen nuancer, som vi bliver nødt til at tage alvorligt. Vi bliver nødt til at se på, hvad det er for et samfund, Kina er ved at bygge op."

Senere tilføjes også:

"Selvfølgelig har der også været den der falden på roven over de 18 milliarder, og uh vi bliver rige af det her - også ukritisk, men jeg synes også, den anden stemme har været der. Vi har i hvert fald gjort alt, hvad vi kunne for, at den nuancerede stemme har været med i det."

Politiken fremstilles her som den avis, der har reflekteret over denne problematik og inkorporeret det i dækningen, og de er derfor uden del i kritikken. Politiken er avisen der nuancerer tingene, hvilket også er en af de selvfremstillinger, der er tydelige i deres profil. Politikens selvfremstilling som den nuancerede avis fremgår også i Claudis kritik af Madsens standpunkt:

"Det jeg synes, Ekstra Bladet gør, er at opføre jer som om, der kun er en mand, der kan gøre os klogere på Kina, en mand der kan konfronteres med det. Mens I har brugt alt jeres krudt på at skrive, hvad han(Hu Jintao red.) ikke vil svare på, så har vi faktisk prøvet at finde svarene og tale med nogen af de andre relevante kilder".

Her fremstilles udover nuancereringen også ordentlighed og seriøsitet som kvaliteter, Politiken besidder i modsætning til i hvert fald Ekstra Bladet.

For Politiken fremstår det vigtigste budskab som værende, at Politiken er en nuanceret avis, der reflekterer over tingene. Selvom dette kan ses som en del af en ønskelig selvfremstilling af Politiken, så udelukker det på ingen måde, at der rent faktisk bliver diskuteret konkret journalistik ift. valg af vinkler og problematikker vedrørende dækningen af Hu Jintaos besøg i Danmark. Dog bliver kritikken ikke anerkendt, men i stedet sendt videre til TV2.

TV2s svar

Mikkel Hertz er ikke særlig aktiv i diskussionen, men afviser kritikken på baggrund af generelle henvisninger til nyhedskriterier og en form for naturlig handlemåde for medier. På spørgsmålet om, hvorfor TV2 gik i breaking med de her handelsaftaler, svarer Hertz:

”Det er et spørgsmål om timing, fordi mange af de her aftaler var måske kommet alligevel. Men nu kommer de sammen...”

Her argumenteres for, at det er en nyhed, som naturligvis skal dækkes. Der sker noget, derfor skal vi dække den. Det er selvfølgelig en implicit henvisning til nyhedskriterier i kommentaren og en hvis indforståethed. Hertz fortsætter:

”Hvad betyder det for arbejdspladser og så videre har været meget kompliceret. Men jeg synes, billedet er blevet meget nuanceret undervejs, som indholdet af de her kontrakter kom frem.”

Heri ligger afvisningen af kritikken, idet det fremstilles som en naturlighed, at man selvfølgelig først beretter om det, der sker lige nu, og så nuancerer det senere.

Hertz ser altså ikke noget problem i kritikken, specielt i betragtning af at det efter hans mening senere er blevet gjort nuanceret. Dette må primært betragtes som en afstivning og derved en reduktion af angrebets omfang, idet kritikken anerkendes i mindre grad, men reduceres, idet der argumenteres for, at TV2 jo har løst problemet med senere gode handlinger. Den eneste gang, Hertz ellers deltager i debatten, er, da Jensen(Information) udfritter ham om, hvorfor de ikke har en korrespondent i Kina, ligesom Information har, men blot en stringer⁵⁷. Da dette mest må betragtes som et forsøg på at fortælle seerne, at de skal læse Information, hvis de vil have ordentlig dækning af Kina, så virker det ikke relevant for TV2s selvfremsstilling. Udover det gentager Hertz blot pointen om, at dækningen er blevet nuanceret i løbet af ugen.

Hertz bidrager overordnet set ikke det store til diskussionen og derved heller ikke til profileringen af TV2. Det skal dog bemærkes, at selvom, det er hos ham, sorteper placeres af Politiken, går han ikke voldsomt i forsvarsposition, men hævder kritikken ikke er sand. Det mest interessante ved argumentet er, at Hertz betragter de manglende nuancer som naturlige i første del af den journalistiske dækning,

⁵⁷ En slags freelance korrespondent

hvorefter man lige så stille kan blive klogere undervejs. Dette er måske en almindelig opfattelse indenfor nyheder på TV, men ikke nødvendigvis opfattet som en naturlov alle steder.

Samlet set placerer Ekstra Bladet via Poul Madsen sig kraftigt i opposition til de andre medier, som den lille dreng i eventyret, der er den eneste, der tør sige, at kejseren ikke har noget tøj på. Politiken argumenterer for, at de bringer det nuancerede blik på diskussionen, og TV2 via Mikkel Hertz påpeger, at de jo bare fortæller, hvad der sker. Poul Madsen og Anette Claudi ser problemet hos de andre, men ikke hos dem selv, og Hertz ser slet ikke problemet. Ingen indrømmelser her.

4.4.7 For tæt på politikerne, 1. juli 2012 (33.10-50.25)

Journalister degenerer demokratiet i jagten på konstante nyhedsopdateringer. Med et konstant fokus på personer og processer ødelægges det politiske arbejde på Christiansborg. Sådan lyder indledningen på diskussionsoplægget, inden Søren Pind(V) udfolder argumentet. Søren Pind er træt af overvågningen og den fodboldkampsattitude, der ifølge ham findes i den politiske dækning. Det er hele tiden noget med, hvem fører nu bolden frem, sikke en fin aflevering eller sikke en idiot, han kan ikke engang skyde. Den passer ikke ind i det moderne politiske liv, og ikke desto mindre er det den, vi ser konstant, siger Søren Pind. Senere drejes debatten ind på et lovforslag, der vil give skat lov til at tjekke folks baghaver. Hvilket via livegæsten Joachim B. Olsen fremføres som en så principiel problemstilling, at det for dårligt, at medierne ikke har dækket den vinkel mere. I studiet er Michael Dyrby (TV2), Tom Jensen (Berlingske), Anette Claudi (Politiken) og Miki Mistrati (EB). Nedenstående fokuseres der på første del af diskussionen, da delen med Joachim B. Olsen fremstår som en anden problematik, på trods af at den godt kunne have været koblet til mediernes fokusering på det politiske spil, så bliver den det ikke.

TV2s svar

Michael Dyrby er den første, der svarer på kritikken fra Søren Pind:

”Det er væsentligt i et demokratisk samfund at følge den politiske proces og den store og intensive dækning, som NEWS står for øger folks indsigt, kendskab, interesse og engagement i den verden, vi lever i. Der er en enorm stemmeprocent i Danmark, der er en enorm interesse for debatsiderne. Folk er optagede af det her.”

For at blive i sportsmetaforerne fra Søren Pinds oplæg, kommer Dyrby her op på den helt store klinge i forsvaret af journalistikken og dennes rolle i samfundet. Samtidig nærmer det sig også en gentagelse af TV2s public-service ansvar, når der tales om at øge folks indsigt, kendskab interesse og engagement i

demokratiet. Argumenterne er så grundlæggende, at det nærmest ikke kan modsiges. Det er dog vanskeligt at udlede nogen konkret stillingtagen til problematikken. Argumentet er en simpel benægtelse koblet med en kraftig brug af transcendens i form af journalistisk idealistiske argumenter. Til sidst i citatet peges der også hen på publikum i den forstand, at TV2 giver det folket vil have. Det er altså både for samfundets bedste og i folks interesse at have en intens dækning af det politiske spil. Efterfølgende angribes afsenderen af kritikken med følgende kommentar:

"Jeg kan slet ikke forstå Søren Pind. Han indtager mærkelige synspunkter bare for at få en kommentar i TV. Hvorfor faen interviewede vi lige ham? Hvorfor skulle vi holde os væk i processen. Det er jo væsentligt. Han ville have, at vi bare skulle dække lovforslag og tredjebehandling. Det er da et helt mærkværdigt synspunkt. "

Her bliver desuden talt i et hårdere sprog end normalt. Søren Pind, der ikke er med i programmet, men er båndet på forhånd, får her skudt i skoene, at han slet ikke mener det, han siger, men blot er med for at komme på TV. Samtidig bliver indholdet af kritikken reduceret til at være et ønske fra Søren Pind om, at medierne fremover kun må dække udvalgte dele af den politiske proces. De indledende diskussionsoplæg, omkring hvorvidt personsager og det store fokus på processer er problematisk for demokratiet, bliver på den måde glemt til fordel for Dyrbys noget reducerede fortolkning af det. Implicit argumenteres der for, at hvis man fremfører det argument, som Søren Pind her fremfører, må man være uenig i, at det er væsentligt i et demokratisk samfund at følge den politiske proces, samt at det ikke er vigtigt at øge folks *"indsigt, kendskab, interesse og engagement i den verden vi lever i"* via en aktiv presse.

TV2 fremstiller sig selv som et medie, der holder hårdt fast i de journalistiske idealer, hvis politikere forsøger at begrænse deres rolle. Hvorvidt det rent faktisk er det, der er Søren Pinds hensigt, står uvist.

Ekstra Bladets svar

Mistrati går heller ikke ind og reflekterer over kritikken. Han hverken afviser eller anerkender den, men bruger udelukkende sin taletid på at angribe afsenderen:

"Søren Pind er en af dem, der bruger de sociale medier mest. Hvad han får smidt ud af ting uden politisk substans. Han er jo selv en del af det. så jeg fatter det ikke. Han kritiserer medierne. Hvis han havde et dybfølt ønske om politisk substans, så kunne han jo starte på sin Facebook".

Ifølge Mistrati er Søren Pind altså dobbeltmoralisk. Man kan ikke kritisere medierne for at fokusere på spillet og personerne, når han selv skriver ting uden politisk substans på sin Facebook. Hvis dette tegner noget billede af Ekstra Bladet, vil det blot være en bekræftelse af en avis, der er dybt interesseret i dobbeltmoral. Ellers bidrager Mistrati ikke med noget væsentligt til debatten udover sin spejling af Dyrbys harme.

Politikens svar

Første gang Anette Claudi får ordet, gør hun det på baggrund af et spørgsmål fra værten om, hvorvidt der er en tendens til at jage de nemme løsninger. Hermed menes, at fokuseringen på det personlige drama er nemmere end at formidle vanskelige emner.

”Det er klart en pointe, at nogen gange er det også den nemmeste løsning, når man skal fylde en hel flade”.

I første omgang anerkender Claudi til dels pointen, men sender også problemet videre til TV i sin nævnelse af ’flade’, der primært refererer til de elektroniske mediers sendeflade og i den specifikke sammenhæng, NEWS, der kan tænkes at have problemer med at fylde sin 24-timers sendeflade. Der er derfor også tale om en differentiering i dette svar. I det følgende taler Claudi sig også op på de høje nagler i forhold til journalistikkens rolle.

”Omvendt synes jeg, vi skal hejse et flag for demokratiet, for at politik fylder så meget i de danske medier. Det er jo fantastisk. For gennemsigtighed er jo helt afgørende for, at vi kan følge med i demokratiet og ikke kun fortælle om, når tingene er kommet igennem.”

Her bliver der igen sat trumf på med et uafviseligt argument om de journalistiske idealer i et demokratisk samfund. I stil med Dyrbys argumentation besidder dette en høj grad af transcendens. I modsætning til Dyrby og Mistrati undlader Claudi dog at angribe afsenderen og går efterfølgende mere reflekteret ind i kritikens substans:

”Men vi skal passe på ikke at fokusere for meget på dramatiske spil og måske glemme substansen. Vi har ofte en diskussion på Politiken om, vi skal huske virkeligheden og flytte tingene ud fra Christiansborg. Det er helt afgørende, at vi ikke bliver for fascineret af det politiske spil og bliver der. Det politiske spil er afgørende for, hvor tingene ender, men vi skal også huske den anden del, der er lidt mere besværlig og tager lidt mere tid.”

Claudi erkender til dels kritikken i den forstand, at det kan være et problem. Dog fremhæves det, at der er en løbende reflekteret diskussion vedrørende netop denne problemstilling på Politikens redaktion, og det derfor ikke er noget væsentligt problem, fordi de allerede er opmærksomme på det og tager hensyn til det. Politiken fremstiller her sig selv som en reflekteret avis, der gør sig umage for at være sit samfundsansvar bevidst og reelt arbejder på redaktionen med at tackle problemer som disse.

Samlet set er det mest påfaldende i dette tema, at kritikken tages mere ilde op end sædvanlig. Specielt Dyrby fra TV2 og Mistrati virker fornærmede over kritikken. Dyrby benytter sig i stor stil af transcendens og gør på den måde Søren Pinds kritik til en helt grundlæggende kritik af hele journalistikkens rolle i samfundet. Desuden angriber han også kraftigt afsenderen, ligesom Miki Mistrati gør det. Anette Claudi er den eneste i denne debat, der rent faktisk forholder sig til kritikken og argumenterer for, at det er en løbende problemstilling, som de er opmærksomme på Politikens redaktion. Overordnet må det også derfor konkluderes, at Politiken melder pas i forhold til kritikken. Samtidig med at Claudi rent faktisk forholder sig til kritikken, får hun fremstillet Politiken som en ansvarlig avis, der reflekterer over journalistikkens dilemmaer.

4.4.8 Har medierne afgjort skattesagen på forhånd, 2. september 2012 (16.10-50.00)

Dette tema indeholder måske den mest komplekse diskussion jeg er stødt på i Presselogen. For det første er diskussionen delt op i tre dele og fylder hele programmet. Den første del handler om, hvorvidt Poul Madsen vil sige undskyld for Ekstra Bladets artikler om Helle Thornings skatteforhold. Anden del handler om Poul Madsens brud af kildebeskyttelsen, i forhold til Venstre-spindoktoren Peter Arnfeldts, endnu ikke afklarede, mulige adgang og videregivelse af fortrolige skatteoplysninger fra ministeriet. Det er Ekstra Bladet, der anklager Arnfeldt for at have viderebragt de fortrolige oplysninger, og Madsen påstår, at Ekstra Bladet har klokkeklare beviser. Den sidste del handler om den, i programmet, aktuelle situation, hvor medierne samlet har beskrevet forløbet i skattekommissionen som 'påstand mod påstand' eller 'uafgjort mellem Ekstra Bladet og Arnfeldt'. Det finder bl.a. Ralf Pittelkow absurd, da han med et billede beskriver problematikken således:

"Hvis en person kommer og beskylder din virksomhed for underslæb, og du så spørger, hvad er din dokumentation? og personen så siger; den har jeg smidt væk. Så er der jo ingen der vil konkludere uafgjort eller påstand mod påstand."

Pittelkow påpeger, at vinklingen skyldes mediernes ønske om en stor saftig historie, og derfor er modvillige til at se i øjnene, at Ekstra Bladets anklage mod Arnfeldt er faldet til jorden. Da Pittelkows

anklage afvises og bagatelliseres af alle i studiet, der derefter fortsætter med at diskutere Poul Madsen og Ekstra Bladets rolle i skattesagen, har jeg valgt at udelade Pittelkows kritik fra denne del af analysen, da de andre dele fremstår mere væsentlige i denne sammenhæng.

Det vil altså sige, at hele første halvdel af programmet er kritikken direkte rettet mod Poul Madsen, specielt de andre medvirkende går hårdt til den, og der er en langt mere alvorlig tone i dette program end mange af de andre. Den anden halvdel er i princippet rettet mod alle, men ender igen med at dreje sig primært om Ekstra Bladet og Poul Madsens rolle i sagen.

Ekstra Bladets svar

I første del af programmet udsættes Poul Madsen for skarp kritik af panelet, der i flere omgange spørger ind til, hvorfor det kun er Jan Kærgaard⁵⁸, der undskylder og ikke ansvarshavende. Hertil svarer Poul Madsen med flere forskellige forklaringer. For det første forsvare han, at der ikke er noget galt med artiklen, og Helle og Villys dobbeltmoral⁵⁹ er ægte, og historien derfor er fair. Grundlæggende nægter Poul Madsen at sige undskyld, men beklager forløbet i stedet.

”Der er vist ikke nogen, der er i tvivl om, at vi har gået bodsgang. Jeg mener ikke, Ekstra Bladet har noget at undskylde. Det er ham (Jan Kærgaard red.), der har skrevet historien. Det her er ikke et udtryk for, hvordan Ekstra Bladet vil opføre sig fremadrettet. Jeg har taget opgøret med den kultur. I december sidste år. Og det må jeg sige, det var også nødvendigt at få ryddet op.”

I argumentationen ligger der en flytning af skyld fra den ansvarshavende til journalisten, hvilket sædvanligvis er ganske uhørt i forhold til den gængse forståelse af, at det altid er den ansvarshavende redaktør, der i sidste ende sidder med ansvaret for, hvad der publiceres. Næste argument er en korrigerende. Kort sagt at vi har løst problemet, vi har gået bodsgang, lad os være i fred. Denne argumentation, hvor Madsen på ene side beskriver et ”forfærdeligt forløb” og et ”usundt forhold til spindoktorer”, men på den anden side nægter at sige undskyld og siger, at det er ordnet og kører herefter i ring i et godt stykke tid.

⁵⁸ Journalisten bag artiklerne om Helle Thorning og Stephen Kinnocks skattesag

⁵⁹ Artiklen der startede det hele ved, at påstå at Helle Thorning og Villy Søvnald var dobbeltmoraliske fordi de sagde at man skulle betale mere i skat, men ikke selv ville. At de ikke selv ville betød i denne sammenhæng, at de ikke ville sætte penge ind på en til smædekampagnens formål oprettet konto hvor ’danskere der syntes de betalte for lidt i skat’ frit kunne indbetale.

Desuden betegnes Jørn Mikkelsen(JP) flere gange som en 'hellig-per', og Svane(Politiken) skal lige tænke sig om, før hun 'får pudset glorien helt op'. På den måde er der også et angreb på anklagerne i Madsens argumentation. I dette tilfælde de andre medier i panelet, som Madsen anklager for at spille hellige. Dette kan ses som første del af hans senere angreb på kollegernes troværdighed.

Madsen forsøger sig også mere eller mindre helhjertet at benytte sig af transcendens og minimalisering:

"Nu er det som om, det er verdens vigtigste historie. Helle og Villy var dobbeltmoraliske. Det der var skidt var, at vi ikke fortalte, at den der konto var noget regeringen(Den forhenværende borgelige regering red.) havde opfundet for at udstille den her dobbeltmoral. Nu er der jo ikke nogen, der er døde i den her historie. Nu er det blevet gjort til i Politiken, at verden er ved at bryde sammen, mens folk dør i Syrien".

Ekstra Bladets rolle i skattesagen er bare en lille historie i en verden, hvor der er langt større ting på spil, som det er journalistikkens rolle at dække, synes at være argumentet her. Også vendinger som 'Bodsgang' og 'Jeg har pisket mig selv på ryggen hele ugen' gentages i stor stil af Poul Madsen, der mener, han har sagt undskyld nok, selvom han nægter at sige undskyld. Kritikken fra de andre paneldeltagere fortsætter dog, og Madsen slutter denne del af med at legitimere sin handling i Ekstra Bladets særlige position og rolle i forhold til de andre medier:

"Jeg har ikke på Ekstra Bladets vegne noget at undskylde. Den historie med dobbeltmoralen synes jeg er en fair og rimelig historie. Og inden vi begynder at gøre Ekstra Bladet til en morgenavis, skal man buske, at vi stadig er nogen af dem, der udfordrer grænserne, ellers tror jeg sørme også, folk derude ville blive skuffede."

Dette citat er interessant, fordi Madsen så direkte tager afstand til morgenaviser, og implicit siger, at Ekstra Bladet ikke har det samme etiske ansvar eller samme behov for at sige undskyld, når de går over stregen, som eksempelvis Politiken og Jyllands-Posten har. Den kritiserede handling legitimeres her igennem Ekstra Bladets særlige profil som den frække dreng i klassen, samtidig med at det påpeges, at det også er det, de lever af. At folk derude vil blive skuffede, refererer i denne sammenhæng til deres læsere, og at profilen og denne form for journalistik er knyttet til virksomheden og forretningen, og derfor kan og vil Poul Madsen ikke sige undskyld for den kritiserede handling.

Efterfølgende bliver Madsen udfrittet af de andre redaktører, der gerne vil vide, hvad Ekstra Bladet har på Arnfeldt. Diskussionen kommer ingen vegne, og så kommer Ralf Pittelkow på banen og kritiserer de

andre medier for at være blinde overfor den naturlige konklusion på ugens udvikling i skattesagen på grund af sensationshunger. Jeg vil ikke afvise, at kritikken er relevant journalistisk set, men den er dog udeladt, da den følgende diskussion virker mere relevant for mit ærinde. Pittelkows kritik afvises bl.a. af Dyrby(TV2), der i dette citat også præsenterer den følgende kritik af Ekstra Bladet.

”At bryde kildebeskyttelsen, som vi har kæmpet for i årevis på det her grundlag,⁶⁰ er simpelthen skadelig for journalistikken og for demokratiet. En gradbøjning af, hvornår man skal bruge kildebeskyttelse, er det relevante her. Påstand mod påstand eller Ekstra Bladet tabte. Der er langt større ting på spil her.”

Dyrby virker oprigtigt forarget over Ekstra Bladet og argumenterer ud fra princippet om at journalister ikke afslører sine kilder, der er et centralt princip i journalistikken.

Poul Madsen følger op med denne kommentar:

”Alle har problemet, hvis ikke de indrømmer, at de har et kompliceret forhold til spindoktorer. Jeg står nede i muddergroften nu, og der er ingen, der hopper ned til mig. Men jeg er den eneste, der tør sige, at det ser ud af H til, og så kan I så sige, at det kun er Ekstra Bladet, der har problemet. Gu er det ej”.

Det altså ikke blot Ekstra Bladets problem men hele branchens.

Jørn Mikkelsen er til dels enig i, at det er en vigtig debat, og Dyrby følger op med en argumentation om, at alle kilder har motiver specielt politiske, og hvis der er nogen, der ved det, er det jo netop politiske reportere. Dyrby slutter af med, at sige:

”Det er ikke et generelt problem, og jeg er utrolig ked af, at det er blevet til, at hele branchen har et problem, fordi Poul har det.”

Herefter skærpes tonen igen, på baggrund af Madsens anklage om at de andre medier er ligeså ’slemme’ som ham.

⁶⁰ Madsen har tidligere anført, at Ekstra Bladet havde klokkeklare beviser for, at Arnfeldt har begået lovbrud. Nu viser det sig, at de kun har nogle håndskrevne noter fra journalisten Poul Kærgaard.

Programmet afsluttes af følgende udveksling:

Svane (Politiken): *"Jeg synes, det er fuldstændig urimeligt, at han prøver at sværte alle andre mediers politiske journalister. At de befinder sig i samme rådne sump, som Ekstra Bladets gør. Politiske journalister er dybt professionelle og ekstremt opmærksomme på, at de ikke bliver brugt. Vi må tage det ansvar, at der er nogen historier, vi ikke bringer. Hvis der er krav, eller der bliver slicet,⁶¹ må vi bare sige, at det vil vi ikke være med til".*

Dyrby (TV2): *"Jeg kan simpelthen ikke forstå, hvorfor du (Madsen, red.) ikke bare håndterer dine egne journalister, i stedet for at gøre det til et problem for alle. Det reelle er, at du har bragt kildebeskyttelsen i fare på et ufatteligt lemfældigt grundlag."*

Madsen (Ekstra Bladet): *"Jeg er lykkelig for, at jeg har fået hevet op i det her, og jeg kan se på jer, at det er en god ide, det skete".*

Værten runder af: *"Poul du må stå i sumpen alene".*

Samlet set er dette den hårdeste og mest samlede kritik, jeg har observeret i Presseløgen. Jørn Mikkelsen, JP, Anne Mette Svane, Politiken, og Michael Dyrby, TV2, fordømmer samlet Poul Madsen og Ekstra Bladet. Kritikken fremstår langt fra den øvrige positionering, selvprofilering, der nogle gange ligger i paneldeltagernes kritik af hinanden. Af Dyrbys og Svanes udtalelser kan det udledes, at Madsens opførsel i deres øjne er skadende for journalistikkens legitimitet, og da han i øvrigt begynder eksplicit at trække dem med ned, så bliver det for meget for både Svane og Dyrby. Madsens argumentation fremstår samlet set også noget usammenhængende, idet han på det ene side ikke vil sige undskyld for noget konkret, men i øvrigt påpeger, at han har gået bodsgang og pisket sig selv på ryggen hele ugen. Samtidig fremstår det som selvmodsigende, at han tidligt i programmet fremhæver sin position som en tabloidavis som legitimering af, hvorfor Ekstra Bladet både gør og skal gøre i nældeerne nogen gange, hvorefter han afslutningsvis argumenterer for, at de andre medier har de samme problemer som ham. Det første argument er som sædvanlig, at Ekstra Bladet er den frække dreng i klassen, men denne gang forlader han i sidste ende argumentet til fordel for et angreb på kollegerne ved at sige, at de alle er i samme båd.

⁶¹ At slice betyder i denne sammenhæng, at politikere eller politiske kommunikatører giver udvalgte dele af information om en sag til pressen i et forsøg på at styre mediernes vinkling af historien.

4.4.9 Thornings jobtilbud via medierne, 23. september 2012 (22.40-31.40)

Hovedtemaet i dette program handler om en blogger på Financial Times, der har spekuleret i, hvem der kunne tænkes at blive den næste generalsekretær og nævner Helle Thorning (meget langt nede på listen). Socialdemokraterne afviser. Inger Støjbjerg spekulerer videre. 'Jeg ville også afvise, indtil jeg stod med kufferten i lufthavnen'. Bloggeren selv har siden forklaret, at det udelukkende var baseret på gætterier. Spørgsmålet er, hvorfor en ikke-historie som denne får så meget medietid, som den gør. I panelet er Jørn Mikkelsen, JP, Michael Dyrby, TV2, Bo Lidegaard, Politiken og Poul Madsen, Ekstra Bladet. Kritikken i dette program er primært rettet mod TV2, selvom alle i panelet har beskæftiget sig med den omtalte historie. Det indledende spørgsmål lyder:

"En klassisk ikke-historie. Hvorfor går der så en hel onsdag med det på NEWS?"

TV2s svar

Dyrby: *"Det gør der så heller ikke. Den bliver et element i 16-nyhederne og rammer ikke vores hovedkanal".*

Dyrby afviser og minimaliserer problemet ved at anføre, at det blot er en lille historie, der heller ikke blev gjort til mere. Næste argument er også en genganger fra Michael Dyrbys side:

"Det er en historie, der er ude, den er i live, den er også i andre medier. Den undersøger vi så. Det kommer så til at foregå direkte i fjernsynet. Personen bliver udspurgt, og den bliver lagt på plads".

For det første refereres der til, at historien er 'ude', og at den er 'i live'. På den måde argumenteres der i en form for naturlighed i, at det skal dækkes. Lidt i stil med kritikken fra Tom Jensen(Berlingske), der kritiserer Dyrby for at underkende, at medierne er med til at sætte dagsorden, men ved at hævde at man blot beskrev 'den dominerende historie'. Her undsiger Dyrby sig på sin vis det redaktionelle ansvar, det er at prioritere nyheder ved en form for omstødelse, der går på at etablere historien som en naturlighed, der ligger udenfor TV2s indflydelse. Det andet argument er også en genganger, der handler om at referere til et særegen form for tv-mediologi, hvor man ikke kan tjekke historierne på forhånd. Begge pointer illustreres også af følgende citat:

”Der er historier, der er ude, som man må forholde sig til. Det forekommer dagligt, skal du gå med den her historie, eller skal du afvente, til du har alle facts på plads. Der er vores virkelighed på en nyhedskanal, at nogle gange er der noget, som mange folk taler om. det at behandle det er også relevant.”

Efterfølgende fremhæver Dyrby også flere gange historiens legitimitet i og med, at det kommer fra en respekteret journalist fra et respekteret blad, og at de jo hurtigt får lagt historien ned, efter de har talt med bloggeren. Altså en form for afstivning.

Herefter begynder et mindre mundhuggeri mellem Lidegaard, Madsen og Dyrby, hvor Lidegaard insinuerer, at TV2 arbejder sammen med borgerlige pressetjenester om at bringe historien frem, og Madsen stemmer i med følgende bemærkning:

”Så er der jo nogen, der løber rundt på Christiansborg den dag og siger ’har I set har set’, at Thorning er på vej ud af dansk politik ifølge Financial Times. Og hvem mon det er. Jeg kan garantere for, at det ikke er nogen af dem, der sidder i regering nu.”

Hvorefter Dyrby blankt afviser:

”Det ved du ingenting om, du var slet ikke på Christiansborg den dag.”

Selvom denne passage fremstår lidt løsrevet fra diskussionen og afvises kraftigt af Dyrby, nærmer man sig alligevel en interessant diskussion af, hvordan journalistiske historier bliver til, inden den lukkes ned af Dyrby.

Afslutningsvis konkluderer Madsen overraskende nok, at ingen af medierne var skarpe nok fra start af til at deklare denne historie præcist og placerer derved ansvaret for denne type fejl hos hele pressen og ikke blot hos TV2, der under hele debatten har stået for skud.

Samlet set er det mest interessante ved dette tema TV2s fremstilling af mediedagsordenen, som noget mere eller mindre naturgivent, man som medie blot har til opgave at følge, samt Dyrbys fremstilling af en TV-medielogik, der er anderledes presset af hurtighed end avisernes. Selvom kritikken i oplægget er møntet på alle, så retter kritikken sig i realiteten primært mod Dyrby, da de øvrige paneldeltagere flytter skylden til TV2 via den, i deres øjne, lidt overdrevne dækning af en ikke-historie.

4.4.10 Gidsler, pirater og medier, 5. maj 2013 (10.45-50.00)

Dette hovedtema handler om, hvorvidt mediedækningen af det langvarige gidselforløb med de danske sømænd Eddy Lopez og Søren Lyngbjørn var med til at få dem frigivet eller forlængede gidseldramaet. Hovedtemaet er på den måde delt op i to, da kritikken i første omgang handler om, hvorvidt primært Ekstra Bladets, men også TV2s, dækning var med til at forlænge og fordyre gidselsituationen. Anden del (skulle) handle om, hvorvidt Politiken og Berlingske var for følgelige overfor regeringen i den forstand, at de bare makkede ret, når de af regeringen fik besked på ikke at dække denne historie. Kritikken kommer i første del fra en række danske toppolitikere, og i anden del fra jurist Kristina Siig og Michael Bruun Andersen, lektor og medieforsker. Det skal også tilføjes, at denne diskussion er kompliceret og ikke specielt fokuseret på et specielt kritikpunkt. Udover de to nævnte er der også etiske diskussioner som hensynet til ofrene. Primært drejer det sig om, hvorvidt nogle medier har løbet piraternes ærinde og på den anden side, hvorvidt de andre medier har løbet regeringens ærinde. Dog ender det med, at langt størstedelen af diskussionen handler om, hvorvidt Ekstra Bladet og TV2 har gjort sig til mediepartnere for piraterne og meget lidt om, hvorvidt Berlingske og Politiken også har forsømt deres pligt ved at følge magthavernes opfordring. I studiet er Poul Madsen EB, Michael Dyrby TV2, Lisbeth Knudsen Berlingske og Bo Lidegaard Politiken.

Ekstra Bladets svar

Grundlæggende anerkender Poul Madsen ikke kritikken, idet han fastholder, at det var hans medie, der fik gidslerne ud. I forhold til hans rolle i sagen, og som svar på beskyldningerne om at løbe piraternes ærinde, afvises påstanden totalt bl.a. med henvisning til rollen som journalist:

"Det vi har forsøgt på i en meget vanskelig sag, det er at agere som journalister. Og journalisters vigtigste opgave er at undersøge tingenes tilstand og i øvrigt stille sig på den lille mands side imod systemet. Og hvis systemet ikke leverer det, det skal - selv i en meget vanskelig situation, er det vores pligt at kommunikere det ud."

Her refereres til den journalistiske rolle som den lille mands beskytter mod det store system, hvilket stemmer godt overens med Ekstra Bladets øvrige selvfremstilling og beskrivelse af journalistikkens rolle. Dette må betegnes som et transcendent argument i den forstand, at der refereres til et fælles bedste gennem journalistikkens rolle.

I vanlig stil angribes afsenderen af kritikken i dette tilfælde både Bo Lidegaard og de politikere, der argumenterer for, at Ekstra Bladets rolle har været problematisk for gidselsituationen:

”Lidegaard du sidder her og siger, at vi skal evaluere bagefter, for jeg har eksempler på, at I sandelig også har været mediepartnere.”

Madsen refererer her til et Ritzau-notat bragt i Politiken om redernes personlige økonomi. Denne type argumentation fremstår efterhånden som en klassisk Poul Madsen i den forstand, at argumentet om, at du er mindst lige så slem som os, er anvendt mange gange tidligere. Rent sprogligt kommer Madsen her til at indrømme, at han var mediepartner med piraterne via brugen af ’også’, men det må vist betegnes som en fejl, da han igennem hele programmet ellers benægter det.

”Det er fuldstændig udokumenteret, det eneste politikere har, er et dokument fra Shipcraft, der om nogen er part i denne sag. De er meldt til politiet af Søfartens Ledere, bl.a. fordi der er så lange perioder i gidselsituationen, hvor der ikke skete noget.”

I denne kommentar afvises politikernes kritik med henvisning til, at kritikken kommer fra politianmeldte Shipcraft, hvilket i grunden er et argument, der er vanskeligt at afvise. Samtidig flyttes skylden for den langvarige gidselsituation til Shipcraft.

Herefter spørger værten ind til, hvor smart det er at skrive om redernes privatøkonomi under en gidselforhandling.

Dette spørgsmål besvares ikke med andet, end endnu et angreb på Politiken, som Madsen ikke mener, er et hak bedre. Grundlæggende fortsætter Madsen igennem programmet med at angribe Bo Lidegaard og argumenterer for, at han blot gjorde sin journalistiske pligt. Eksempelvis:

”Den helt store forskel på dig (Lidegaard, red.) og mig er, at jeg er journalist. Jeg sender journalister i byen for at undersøge sagen. Jeg sætter mig ikke tilbage som en embedsmand og støtter systemet.”

Det måske lidt selvmodsigende er, at Madsen senere i programmet dropper journalistargumentet og siger, at han ikke som menneske kunne sige nej til at forsøge at hjælpe gidslerne. Dette anvendes som argument for, hvorfor han alligevel fraviger alle journalistiske normer.

TV2s svar

Michael Dyrby bliver af Politiken og Berlingske sat i bås med Ekstra Bladet, hvilket han aktivt igennem programmet forsøger at vriste sig fri af. Både ved at minimalisere sin dækning af forløbet og eksplicit fremhæve, at han er på linje med Berlingske og Politiken i det her spørgsmål. Altså differentiere sig fra Ekstra Bladet.

”Vi har haft fire nedslag... Jeg mener det samme som Politiken og Berlingske, vi synes ikke, vi skulle gøre os til mediepartnere. Vi har haft den samme holdning som de to mediehus.”

Udover at lægge sig op af Politiken og Berlingske på det etiske plan, så tages der i følgende citat afstand fra Ekstra Bladet, og der argumenteres afstivende ved at henvise til alle de historier, TV2 ikke har bragt.

”Jeg synes, det var chancebetonet at gå ud så tidligt og omtale gidslernes situation. Min opfattelse er, at omtale forlænger processen og forhøjer prisen. Så vi har været utroligt disciplineret. Der har været masser af anledninger til at gå ind i sagen, men vi har holdt os tilbage hver gang. Vi har ikke været mediepartnere. Vi har været super super disciplinerede.”

Senere i programmet bliver tonen mere barsk, da Lisbeth Knudsen (Berlingske) og Bo Lidegaard (Politiken) tydeligvis ikke er enige i billedet af, at TV2 etisk ligger på linje med dem. Det fremgår også, at når de etiske spørgsmål bliver konkretiseret som i eksempelvis spørgsmålet om, hvorvidt Dyrby har fået tilladelse fra gidslerne til at vise en dokumentarfilm om forløbet, hvor gidslerne vises i nogle meget ydmygende situationer, at Dyrby ikke ønsker at besvare sådanne spørgsmål.

”Jeg kan godt forstå at folk synes det er en hård dokumentar. Det er vores opgave at vise hvordan virkeligheden har været. Det er nødvendigt for danskerne at se virkeligheden”.

Der svares slet ikke på spørgsmålet, og der refereres transcendent til 'vores opgave' og nødvendigheden af, at danskerne ser virkeligheden. TV2 forsøger at differentiere sig fra Ekstra Bladet ved at tilslutte sig Politiken og Berlingskes etiske linje i spørgsmålet. Samtidig svares der undvigende på den konkrete etiske kritik af TV2s dækning.

Politikens svar

Bi Lidegaard betegner Politikens dækning af gidselsituationen således:

"Få faktuelle artikler om hvad der foregår. Vi har ikke brugt gidslerne, selvom vi har snakket med dem. Fordi vi ikke vil stille os til rådighed for piraterne. Når huset brænder, gælder det om at få menneskene reddet, og så bagefter tager man diskussionen, om brandvæsenet har gjort det godt nok. Ikke imens branden står på."

Lidegaard fremstiller sig selv som værende udenfor kritikken ved at have taget den etisk korrekte vej i spørgsmålet. Derudover anvendes det meste af taletiden til at kritisere Ekstra Bladet og TV2. I dette tema fremstår det ikke i samme grad som i andre programmer, som om målet med at kritisere de andre medier er at profilere sin egen avis. Selvfølgelig kan Bo Lidegaards og Lisbeth Knudsens kritik ses som et forsøg på at fremvise deres (i deres opfattelse) etiske overlegenhed. Kritikken fremstår dog langt mere alvorbetonet i stil med diskussionen om skattesagen.

Selvom den første gæst, jurist Kristina Siig, der problematiserer Berlingskes og Politikens rolle, kommer ind ca. halvejs i temaet, bliver kritikken aldrig taget op, og Politiken fortsætter ufortrødent kritikken af TV2 og Ekstra Bladet. Først til allersidst kommer Michael Bruun Andersen igennem og forsøger at nuancere diskussionen en smule ved at fremhæve, at folagtighed overfor regeringsmagten heller ikke er nogen sund position for pressen, og at det er bekymrende, når en minister står og takker pressen for at følge deres opfordring. Dette afvises pure med følgende kommentar:

"Det vil jeg fuldstændig afvise. Vores vurderinger af ikke at bringe artiklerne er en journalistisk redaktionel afgørelse. Det er ikke myndighedernes hverken pålæg eller henstilling, der har været afgørende."

Det er altså af egen fri vilje, at Politiken har valgt at følge regeringens anbefaling.

Bo Lidegaard formår ikke at reflektere over kritikken, idet kritikken jo ikke gik på, med hvilket argument man fulgte statsmagtens anbefalinger, men at der er en tendens til, at medierne gør, hvilket kan betragtes som problematisk ligegyldigt af hvilken grund.

Samlet set er mønstret det samme som i flere tidligere temaer på trods af de noget mere alvorlige omstændigheder. Kritik anerkendes og videregives, hvis man ikke selv føler sig ramt og afvises blankt, hvis man er målet for den. Det skal dog tilføjes, at der imellem de store linjer findes mange passager, hvor der reelt debatteres journalistisk indhold og fremgangsmåde. Samtidig fremstilles den etiske positionering medierne imellem også tydeligt i dette tema. Ekstra Bladet, som den frække avis 'der ikke

er en morgenavis', TV2, der fremstiller sig selv som placeret et sted mellem morgenaviserne og Ekstra Bladet, og Politiken, der fremstiller sig selv som etisk overlegen i forhold til både TV2 og Ekstra Bladet.

4.4.11 Delkonklusion

Denne delkonklusion på den kvalitative analyse vil være delt op i to. Først en konklusion for hvert af de tre medier efterfulgt af en samlet konklusion.

TV2 benægter det meste af den kritik, der modtages og positionerer sig på den ene side som folkelig, og på den anden side som 'med en etik på linje med Politiken'. Dette konkluderes på baggrund af TV2s gentagne distanceringer fra Ekstra Bladet igennem henvisninger til en overlegen journalistisk linje på TV2. Samtidig distancerer TV2 sig fra Politiken ved at betegne sig selv som mere folkelige. Dette ekspliciteres også af fokuset på 'almindelige' mennesker, som implicit er differentiering til Politikens, i TV2s øjne, mere elitære segment. Dette stemmer også godt overens med TV2s profil og målsætningen om at ramme bredt.

Det særlige ved TV2s svar på kritik er TV2s naturaliserede fremstilling af dagsordenen eller den 'dominerende historie' og deres henvisning til helt generelle journalistiske idealer som legitimerende argumenter for deres ageren:

"Det er væsentligt i et demokratisk samfund at følge den politiske proces og den store og intensive dækning, som NEWS står for, og er folks indsigt, kendskab, interesse og engagement i den verden vi lever i".

Dette citat fra Michael Dyrby kunne i princippet være svar på mange spørgsmål, men det er taget fra hovedtemaet fra 1. juli 2012, om hvorvidt medierne går for tæt på politikerne. I mine øjne er dette noget generiske svar et godt eksempel på TV2s dominerende selv fremstilling i sine svar på kritik i Presseløgen. TV2 favner bredt og legitimerer sig selv i generelle normative journalistiske selv fremstillinger. I analysen fremhæves også et interessant fund i denne forbindelse. At TV2 ved hjælp af henvisninger til dagsordenen som naturlig og argumenter som "Historien var ude, den var i live" fralægges ansvaret for mediernes dagsordensættende funktion. I programmet fra 11. marts 2012 om personsager og kontorjournalistik begrundet Michael Dyrby(TV2) dækningen af rygekabiner med argumentet om, 'at det var den dominerende historie denne uge'. På den måde placeres ansvaret for

dækningen udenfor TV2, i den forstand at den dominerende dagsorden ikke er noget, TV2 har noget med at gøre, men blot følger.

Det samme gør sig gældende i temaet om Helle Thornings jobtilbud via medierne, hvor der fra TV2s side argumenteres for dækningen af historien ved at sige, at historien jo var ude, og at den var i live. På den måde fralægges en del af det redaktionelle ansvar, der ligger i at selektere på baggrund af væsentlighed og på baggrund af en naturaliseret forståelse af dagsordenen.

Et andet særkende ved TV2s argumentation er desuden, at der argumenteres for en særlig form tv-medielogik, der groft sagt går ud på, at man researcher for åben skærm. Dette argumenteres der for i programmet om det kinesiske besøg, hvor Mikkel Hertz argumenterer for, at nuanceringen kom i løbet af ugen. Samme argumentation kan også findes i forhold til temaet om Helle Thornings jobtilbud via medierne. På den måde nærmer TV2 sig her et emne, der kunne betegnes som ægte selvkritisk metajournalistik, hvis der vel og mærke var blevet reflekteret over det, i stedet for blot at fremstille det som en lettere indforstået naturlighed.

Ekstra Bladets profil er tydelig og gennemgående i deres svar på kritik. Mediet forsvarer sig med næb og klør ved ofte at angribe afsenderen og fremstille sig selv i opposition til de tilstedeværende medier og magthaverne ved enhver given lejlighed. Samtidig fremhæves ofte, flere gange eksplicit, rollen som kæmpende på den lille mands vegne mod systemet. Ekstra Bladets svar på kritik er ofte provokerende, og der reklameres meget direkte for egen journalistik.

Det særlige ved Ekstra Bladets svar på kritik i Presselogen er, at deres selvfremstilling og selvprofilering fremstår mere eksplicit og tydelig end de andre mediers. Som noget særligt skal det også nævnes, at Ekstra Bladet, repræsenteret ved Miki Mistrati, står for det eneste observerede tilfælde i den kvalitative analyse, hvor kritikken tages til efterretning. Det drejer sig om temaet fra 10. juli 2012 om twitterforbud og tvivlsomme sportsklummer, hvor Mistrati i første omgang afviser kritikken som sædvanlig, men senere ændrer mening og anerkender problemet og argumenterer for en korrigerende. I denne sammenhæng er det også relevant at nævne, at kritikken kommer fra 'helt almindelige mennesker' i Føtex, der føler sig snydt. Hvilket kan være medvirkende til, at kritikken ender med at anerkendes. I at en afvisning af kritikken i denne sammenhæng ville stride mod den profil, som Ekstra Bladet ønsker, at fremstille.

Politikens svar på kritik i Presselogens hovedtemaer er grundlæggende lige så afvisende som de to andre medier i den kvalitative analyse. Politikens dominerende selvfremsstilling er som en etisk overlegen, nuancerende avis, der evner at reflektere over journalistikkens rolle i samfundet.

Som noget særligt for Politiken kan avisen gå ind i konkrete diskussioner om journalistiske overvejelser omkring praksis, hvilket samtidig understøtter deres profil som nuanceret og reflekterende.

Overordnet tegner der sig et tydelig mønster af en form, hvor medierne afviser kritikken, når den er rettet mod dem selv, men støtter op om og videregiver den mod andre medier, hvis kritikken opfattes som rettet mod andre. Derudover foregår der en tydelig profilering og reklamering for egne medier for de tre undersøgte mediers vedkommende.

I forbindelse med mediernes indbyrdes profilering foregår der desuden en form for sorteper, hvilket eksempelvis illustreres i temaet om gidsler og pirater fra 5. maj 2013. Her forsøger Politiken at placere problemet hos TV2 og Ekstra Bladet. TV2s repræsentant hævder, at de står udenfor kritikken, og problemet ligger hos Ekstra Bladet. Hvorefter Ekstra Bladet sender kritikken tilbage til Politiken ved at sige, at de også gør sig skyldige i samme synd, som de kritiserer Ekstra Bladet for. Dette spil gentages i mere eller mindre grad igennem de analyserede programmer. Men det skal nævnes, at der rent faktisk bliver diskuteret journalistisk praksis i Presselogen. Selvom medierne, der reflekterer over den stillede kritik, altid ser sig selv som placeret udenfor kritikken, så ændrer det ikke ved, at der i Presselogen gives et indblik i konkrete journalistiske overvejelser fra de deltagende medier, selvom det kun foregår drypvis.

F.eks. refererer alle medier i deres argumentationer til normative forståelser af generelle journalistiske idealer som journalistikkens rolle i samfundet og nyhedskriterierne, og det fremgår tydeligt, at medierne definerer disse begreber forskelligt. På den måde øger debatten i Presselogen forståelsen af de enkelte medier, på trods af at kritikken over en bred kam afvises. Samtidig kunne det observeres, at opfattelsen af kritikens alvorlighed påvirker tonen og mængden af selvpromovering i den forstand, at der ikke fremstår så tydelige selvprofileringer i temaerne om skattesagen og gidselsagen, da de af programmets deltagere behandles, fremstilles som mere alvorlige kritikker, end de øvrige observerede temaer.

Af den kvalitative analyse fremgår det desuden, at der ikke tales om økonomiske og organisatoriske vilkår for journalistik produktion eller andre af de af Haas(2006) beskrevne emner, der er centrale for at kunne betegne noget som ægte nyhedsmedieselvkritik. Selvom emner som disse tilnærmes implicit i

enkelte, som ved Mistratis anerkendelse af at publikum føler sig snydt og Madsens argument om læsernes forventninger, reflekteres der ikke yderligere over problematikkerne. Det samme kan siges at gøre sig gældende, når Dyrby henviser til en form for tv-medielogik, der kunne siges at falde under denne kategori, men da den fremstilles som naturlig og indforstået, kan denne argumentation heller ikke siges at indeholde nogen form for kritisk refleksion over journalistikkens produktionsvilkår i økonomisk og organisatorisk forstand.

5. Diskussion

Igennem arbejdet med dette speciale har jeg både gjort mig forskelligartede erkendelser og gennem analyserne produceret en viden om metajournalistik i den danske presse. I det følgende vil jeg først diskutere mit teori- og metodevalg og herefter de centrale resultater af min analyse. .

5.1 Diskussion af teori og metodevalg

Teori

De grundlæggende teoretiske antagelse i dette speciale er for det første, at virksomheder, der er ude af stand til at reflektere over deres egen position. risikerer at konflikte blindt med det omgivende samfund og dermed risikerer at miste legitimitet. Den anden centrale antagelse er, at medierne er underlagt en styrende logik, hvor de er spaltet mellem økonomiske og journalistiske logikker og rationaler.

Tanken om, at der er meget andet end journalistiske idealer, der former journalistikken. er ikke nogen ny tanke, bl.a. findes den i Gatekeepingteorien(Shoemaker & Vos 2009). Jeg vil alligevel hævde, at ideen om at betragte og analysere ud fra en spaltet funktionslogik er et nyt perspektiv, som har været givende i forhold til at frembringe ny viden.

Specialets grundlæggende antagelse om en spaltet funktionslogik har bidraget til en fortolkningsramme og analyse, der har vist, at den virksomhedsmæssige del af mediernes funktionelle logikker fremstår som illegitime i diskussioner af journalistik i det offentlige rum.

Et teoretisk udgangspunkt i en forståelse af mediernes funktionslogik som spaltet er et vigtigt bidrag til den eksisterende forskning i journalistik på to måder. For det første kan en sådan teoretisk tilgang bidrage med ny og relevant viden om medierne. Og for det andet har den teoretiske tilgang potentiale til at skabe viden om ligheder og forskelle mellem henholdsvis mediers og andre virksomheders styringslogikker. ,

Risikoen ved denne teoretiske optik er, at man kan ende med en noget reduktionistisk forståelse af journalistiske virksomheder som alene spændt op mellem to prædefinerede logikker. For at undgå en

sådan uheldig begrænsning af fortolkningsrummet, er det vigtigt, at tilgangen kombineres med tætte og afsøgende analyser af den måde disse (og andre) logikker manifesterer sig på.

Metode

Jeg har i dette speciale valgt at arbejde såvel med en kvantitativ indholdsanalyse som med en kvalitativ framinganalyse. Dette valg af et mixed-method design er begrundet i et ønske om at få magt over og systematik i den meget store datamængde, der udgør specialets empiriske kerne. Indholdsanalysen har tilvejebragt en systematik, der kunne danne udgangspunkt for den kvalitative framinganalyse.

Indholdsanalysens kategorier, der har deres baggrund i Pressenævnets vejledende regler for god presseskik, har været vanskelige at anvende, da karakteren af kritikken i Presselogen ikke altid fremstår klar og entydig. Der efterstræbes i en indholdsanalyse en form for objektivitet, men i kodningen kan der ikke undgås en høj grad af fortolkning.

Hvad angår anvendelsen af Benoits genoprettelsesstrategier i analysen kunne man indvende, at dette speciale ikke handler om den type af krisekommunikation, som Benoit beskæftiger sig med. Hertil er at sige, at Benoits kategorier har vist sig særdeles anvendelig og produktive, og jeg vil mene, at de ville kunne anvendes analytisk i en lang række forskellige sammenhænge, hvor noget diskuteres kritisk.

I forhold til at anvende Benoits analytiske kategorier i andre kontekster, er det interessant, at Winni Johansen og Finn Frandsen(2000) ser det som et problem i modellen, at Benoit opfatter kommunikationen mellem afsender og modtager på en ret umiddelbar og ikke medieret måde, fordi virksomheders krisekommunikation jo i høj grad er medieret via pressemeddelelser m.m. (Johansen og Frandsen, 2000: 58). Denne kritik er efter min opfattelse ikke relevant i forhold til kommunikationen i Presselogen, der fremstår som ret umiddelbar, selvom kommunikationen er medieret af et tv-programs format og selvom deltagerne sandsynligvis har forberedt sig inden udsendelsen. Samlet set mener jeg, at den anvendte mixed-method har vist sig frugtbar og produktiv i forhold til besvarelsen af specialets problemstilling, og jeg mener at designet kunne være anvendelig og frugtbart også i relation til andre analyser af større datamængde med et kritisk diskuterende indhold.

5.2 Hvad der diskuteres i Presselogen

Grundlæggende tegnes der et tydeligt billede af, at medierne afviser den kritik de er udsat for i Presselogen. Dette understøttes både af den kvantitative analyse og den kvalitative analyse af Ekstra Bladet, Politiken og TV2s svar. Det fremgår, at under 1% af svarerne falder indenfor kategorierne korrigerende eller bøn om tilgivelse. Dette understøttes også af, at det mest almindelige svar er simpel benægtelse, og at præmissen under halvdelen af gangene anerkendes. En svaghed i denne konklusion, som man skal holde sig for øje er, at analysen ikke siger noget om kritikens gyldighed, og derfor kan det ikke principielt udelukkes, at der i Presselogen bare stilles enormt dårlige spørgsmål. Det er dog ikke mit indtryk baseret på det analyserede materiale.

Selvom størstedelen af kritikken i de analyserede tilfælde drejer sig om manglende kritik af nyhedskilder eller proportioner og balance i angreb og svar, fremgår det både af den kvalitative analyse og den kvantitative, at der er en del variation i spørgsmålene, og det er mit indtryk, at de fleste temaer i presselogen består af relevante journalistiske problemstillinger.

I den kvalitative analyse findes der en nuancering af argumentet om, at medierne afviser kritik. Det fremstår som en gennemgående mønster i de analyserede hovedtemaer fra Presselogen, at kritikken anerkendes og diskuteres, hvis ikke medierne føler sig ramt af kritikken.

Fundende fra den kvalitative og kvantitative analyse understøtter i udgangspunktet Haas(2006) hypotese om, at studier på området nok ikke vil finde megen reel nyhedsmedieselvkritik. Ægte journalistisk selvkritik kræver, at journalister reflekterer over, hvordan deres egen og andres nyheder formes og begrænses af kommercielle interesser, organisatorisk pres, arbejdsrutiner og forskellige konventioner, og igen hvordan det så påvirker læserne/seerne/lytterne. Disse indholdsmæssige krav til ægte nyhedsmedieselvkritik fremstår i store træk som fraværende i Presselogen. Svarene på kritikken i presselogen har mest form af en generel form for mediekritik, der mest af alt handler om paradigme reparation, om at beskytte sig mod eksterne trusler og om at formidle sin profil til offentligheden. I forhold til den afstandtagen til medier der bryder de vedtagne normer der bl.a. ligger i paradigme reparationen illustreres den gentagne gange af de øvrige mediers afstandtagen til Ekstra Bladet. Tydeligst i temaet om skattesagen, hvor det eksplicit bliver italesat af Michael Dyrby(TV2), at Poul Madsen og Ekstra Bladet skader hele branchen med sin opførsel i denne sag. Samtidig gør de tilstedeværende meget ud af, at distancerer sig fra Ekstra Bladets metoder og fremhæve deres egne som værende i tråd med de gældende normer. På den måde foregår der en form for paradigme reparation i

presselogen i kraft af de andre mediers afstandtagen til det kritiserede medie. Dette illustreres yderligere af, at argumenterne i distanceringen ofte referere direkte til vedtagne journalistiske normer.

I denne forbindelse er det vigtigt at understrege, at der rent faktisk bliver diskuteret journalistisk praksis og indhold i Presselogen og ikke blot, som Lasse Jensen(2009) påpeger, tales om strukturer og mediepersoner i den danske metajournalistik. Selvom kritikken sjældent anerkendes af den person, der står på mål for kritikken, ændrer det ikke ved, at væsentlige journalistiske praksisser og etisk normative overvejelser vedrørende disse diskuteres og fremlægges af landets mediechefer.

5.3 Mediernes profilering i Presselogen

Selvom kritikken for det meste afvises og alle medier ofte referere til generelle journalistiske normer i deres argumentationer findes der, som beskrevet i den kvalitative analyse, også klare forskelle på hvordan de tre udvalgte medier fremstiller sig selv gennem deres svar på kritik i Presselogen.

Ekstra Bladet angriber, som det fremgår af det kvantitative materiale, langt oftere afsenderen af kritikken end de andre medier. I den kvalitative analyse nuanceres denne pointe ved, at der i angrebene ofte ligger en tydelig profilering af Ekstra Bladet som den frække dreng i klassen, der tør gå til biddet. Ekstra Bladets repræsentanter i Presselogen benytter sig af en langt mere provokerende form for argumentation, der understøtter virksomhedens profil.

Det er ikke blot Ekstra Bladet der gør reklame for sig selv i Presselogen og anvender taletiden til at profilere et medie. Det gør alle. Det interessante er, at de gør det forskelligt, hvilket også præger måden kritik håndteres. Som allerede nævnt ønsker Ekstra Bladet at fremstå som en fræk avis, der ikke finder sig i noget og stiller op på den lille mands vegne mod systemet. Dette gør Ekstra Bladet primært ved at angribe kritikkens afsender og fremstille sig selv som værende i opposition til for derved at differentiere sit eget medie. Denne selvfremsættelse er også det, der fremstår tydeligst på Ekstra Bladets 'om Ekstra Bladet' dokumenter.

TV2 profilerer sig i stil med Ekstra Bladet i høj grad på at arbejde på folkets vegne, men distancerer sig på det etiske, og positionerer sig i forhold hertil på linje med Politiken. TV2 fremstiller samtidig sig selv som det store samlende medie, men afviser flere gange indirekte, at de er med til at sætte dagsorden.

Politiken fremstiller sig selv som en avis der i højere grad tænker over journalistikken og besidder en større grad af journalistisk etik end TV2 og Ekstra Bladet.

Grunden til, at jeg her nævner mediernes selvfrestillinger er for at diskutere, hvordan disse profiler også er med til at skabe rammerne for mediernes svar på kritik. F.eks. giver Ekstra Bladets typiske svar god mening i den forstand, at de passer fint med den profil EB ønsker. På den anden side kan man sige, at profilen også forhindrer mediet i at svare reflekteret på kritik i kraft af det eksplicite mål om, altid at være i opposition.

På samme vis skabes og begrænses TV2s mulighedsrum for besvarelse af kritik i tråd med deres ønskede profilering, fordi TV2 skal fremstå som på folkets side med bedre etik end Ekstra Bladet.

Det mest interessante i denne sammenhæng er, hvordan Politikens profil som en etisk og reflekterende avis giver mediet muligheder for på samme tid at profilere sig selv og forholde sig reelt til en journalistisk problemstilling. Eksempelvis i hovedtemaet fra 1 juli 2012, om hvorvidt medierne går for tæt på politikerne, siger Anette Claudi fra Politiken:

Vi har ofte en diskussion på Politiken om vi skal huske virkeligheden og flytte tingene ud fra Christiansborg. Det er helt afgørende at vi ikke bliver for fascineret af det politiske spil og bliver der. Det politiske spil er afgørende for hvor tingene ender, men vi skal også huske den anden del der er lidt mere besværlig og tager lidt mere tid.”

Fra Politikens side kigges der her en smule indad og der reflekteres over kritikken. På den måde er Politiken i en unik position i forhold til de to andre medier, hvor en refleksion over den stillede kritik er med til at styrke mediets ønskede selvprofilering. Det skal selvfølgelig siges, at Politiken her, som i de andre tilfælde, hvor der reflekteres over kritikken, ikke mener kritikken er rettet mod dem.

5.4 Hvad der ikke diskuteres

På baggrund af mediernes afvisning af den generelle selvkritisk refleksion og fraværet af diskussioner om virksomhedernes økonomi og organisation som en del af vilkårene for journalistik produktion, fremstår journalistiske virksomheders grundlæggende spaltede funktionslogik stadig som et tabu for de undersøgte medier.

Dette kan muligvis forklares med den dominerende selvfrestilling, der både præger mediernes hjemmesider og udtrykkes via Presselogen i form af hyppige henvisninger til journalistikkens idealer og normative rolle i samfundet. Det at være forkæmper for demokratiet reproduceres, samtidig med at de funktionelle logikker fremstår som illegitime, når medierne fremhæver deres uafhængighed af

økonomiske og politiske interesser. Det er klart, at et nyhedsmedie bør tilstræbe objektivitet og ikke må lade sig styre af økonomiske eller politiske interesser. På den anden side er det heller ikke nogen hemmelighed, at de fleste medier er økonomisk afhængige af læsere/seere og annoncer⁶² og drives på forretningsmæssige vilkår i konkurrence med hinanden. Jeg er enig med Haas(2006) i, at også disse vilkår bør kunne indgå i en diskussion, hvis der skal være om reel selvkritisk metajournalistik.

I forhold til spørgsmålet om legitimitet er det problematiske, at der i selvfremstillingen, fastholdes et reflektorisk perspektiv, hvor ens eget verdensbillede reproduceres, også selvom det er i konkurrence med mange andre. I forhold til teorien om legitimitet åbner dette for konflikter med omverdenen og for tab af legitimitet, idet man blot aflæser sine omverdensrelationer ud fra ens egen logik og ikke evner at reflekterer over andre positioner, da ens egen opfattes som den eneste gyldige.

Min pointe her er på sin vis den samme som Ørsten(2007), hvor medierne som selvstændig institution bliver en del af den symbolske magtkamp mellem bl.a. forskere politikere osv. i mediearenaen. Derved bliver medierne på samme tid bliver mere magtfulde og mere sårbare.

Argumentet er i tråd med resultaterne fra min analyse, der peger i retning mod, at grunden til mediernes øgede sårbarhed hænger sammen med deres manglende evne til at håndtere deres grundlæggende spaltede funktionslogik. Det er min opfattelse, i modsætning til Haas (2006), at medierne har noget at vinde ved at bedrive selvkritisk metajournalistik. Det kunne muligvis bidrage til at løse en del af mediernes krise at skabe større gennemsigtighed ved rent faktisk at reflekterer over den kritik der modtages og samtidig åbne op for reel selvkritik i offentligheden.

Med andre ord,; så længe mediernes gennemsigtighed kun strækker sig til at debattere sin egen rolle ud fra en journalistisk funktionslogik, der underkender, at der findes andet der påvirker journalistikken, er det måske ikke så underligt, at medierne taber legitimitet.

Også i et demokratisk perspektiv må den manglende gennemsigtighed betragtes som problematisk i forhold til argumentet om, at der følger et større krav om kritisk selvansvar med mediernes selvstændiggørelse som magtinstitution i samfundet. Dette speciale kan selvfølgelig ikke hævde at sige noget om, i hvor høj grad denne selvansvar foregår internt i medierne, men i forhold til gennemsigtigheden er der stadig meget, der ikke diskuteres åbent i et program som Presselogen.

⁶² DR er en undtagelse, der påvirker hele markedet og forretningsmæssige skal ikke forstås som liberalistiske forretningsvilkår i den forstand, at der foregår en udpræget regulering og subsidiering af det danske mediemarked via mediestøtteordninger osv.

Med fremstillingen af medierne som reflektoriske i forhold til deres spaltede funktionslogik kunne man med rette stille spørgsmålet, om hvorfor medierne ikke befinder sig i en endnu dybere legitimitetskrise end de gør. Dette kunne tyde på i et framingperspektiv, at medierne lykkedes med at reproducere deres egne legitimerende forestillinger i befolkningen og på den måde med at skabe stabile omverdensrelationer. Problemet er bare at mediernes troværdighed bliver ved med at falde. Hvilket tyder på, at den nuværende legitimering og selvfremstilling, som medierne producerer ikke længere slår til.

6. Konklusion

I den undersøgte periode af Presselogen på TV2 News kan det konkluderes, at de undersøgte medier i høj grad afviser den kritik, de stilles overfor. .

Afvisningerne sker på et forholdsvis varieret grundlag, men indeholder typisk en form for benægtelse og/eller en form for reduktion af angrebets omfang. Oftest benyttet er simpel benægtelse og Transcendens.

Det fremgår desuden af den kvantitative analyse, at den mest almindelige type af kritik i Presselogen handler om manglende eller svag kritik af nyhedskilder og balance og proportioner i dækningen. Disse to kategorier tegner sig for ca. halvdelen af den stillede kritik i presselogens hovedtemaer i den observerede periode.

Den kvalitative analyse af de tre udvalgte medier underbygger konklusionen om at kritik generelt afvises. Samtidig nuanceres konklusionen i den forstand, at kritikken afvises så vidt den opfattes som rettet mod eget medie. De undersøgte medier profilerer og reklamer desuden i høj grad for deres egne medier og besvarer kritik i tråd med den selvfremsættelse der er beskrevet på mediernes hjemmesider. Selvom kritik afvises diskuteres konkret journalistisk indhold og etik i Presselogen. Kritiske overvejelser vedrørende kritik kommer dog udelukkende fra medier, der ikke står på mål for kritikken.

Samtidig foregår der medierne imellem en form for Sorteper-spil, hvor problemet forsøges placeret hos hinanden. Dette kan igen ses som en del af den indbyrdes profilering og hierarkisering, der foregår, når medierne i presselogen besvarer kritik.

I denne forbindelse kan det konkluderes, at Politikens dominerende selvfremsættelse er som en etisk overlegen, nuancerende avis, der evner at reflektere over journalistikkens rolle i samfundet. Særligt for Politiken er det, at avisens profil giver mediet mulighed for, at reflektere over kritikken samtidig med, at deres profil styrkes.

TV2 fremstiller sig selv på linje med Ekstra Bladet, hvad folkelighed angår og på linje med Politiken, hvad etikken angår. Særligt for TV2 er det, at det redaktionelle ansvar for udvælgelsen af historier minimaliseres og f.eks. 'ugens dominerende historie' gøres til noget naturgivent medierne ikke har indflydelse på.

Det særlige ved Ekstra Bladet selvfremsættelse er, at den er så tydelig og gennemgående. Ekstra Bladet fremstiller sig selv som den frække dreng i klassen, der altid er i opposition til de andre medier og

kæmper mod systemet på vegne af den lille mand både i deres svar på kritik i presselogen samt deres hjemmeside. På den måde bruger deltagerne i Presselogen taletiden til at understøtte mediernes egen profil, og samtidig distancerer de sig fra de andre medier.

I forhold til hvordan medierne legitimerer sig, sker det primært gennem henvisninger til generiske journalistiske idealer vedrørende journalistikkens rolle i samfundet og almene nyhedskriterier. Disse normative journalistiske selvforståelser defineres dog forskelligt af de enkelte medier og tilpasses til at kunne bruges som legitimerende i forhold til det enkelte medies valgte journalistiske linje og i forhold til den fremførte kritik.

Teoretisk kan det konkluderes, at Haas(2006) påstand om, at det er usandsynligt, at der bedrives meget ægte nyhedsmedieselvkritik holde stik for Presselogens vedkommende, da den form for metajournalistik, der bedrives primært må betegnes som nyhedsmediekritik. Dette konkluderes bl.a. på baggrund af fraværet af diskussioner om hvordan nyheder formes og begrænses af kommercielle interesser, organisatorisk pres, arbejdsrutiner m.m.

På den måde fremstår medievirksomhedernes grundlæggende spaltede funktionslogik mellem journalistiske og virksomhedsmæssige logikker stadig som tabu, idet medierne udelukkende legitimerer sig gennem journalistikkens normative forståelser.

Dette udtrykker en reflektorisk selvforståelse, hvor medierne reproducerer deres selvbillede gennem diskussionerne i Presselogen og dermed åbner sig for konflikter med deres omverden,. På den måde resultere mediernes manglende evne til at håndtere deres grundlæggende spaltede funktionslogik i et offentligt forum i en ny sårbarhed i den forstand, at medierne risikere at komme ud af trit med deres omverden, så længe de ikke formår at se sig selv udefra. Det er min opfattelse, at en offentlig og ægte nyhedsmedieselvkritik har potentiale til at bygge bro mellem mediernes spaltede funktionslogik uden at kompromittere de journalistiske idealer om uafhængighed.

7. Referencer

Litteratur

Andersen, N. Å. (2004): Supervisionsstaten og den politiske virksomhed, i: Frankel, C. (red), Virksomhedens Politisering. København, Samfundslitteratur.

De Vreese, C. (2003): Towards an integrated process model of news framing, i: De Vreese, C., Framing Europe – Television news and European integration. Amsterdam, Aksant.

Esser, F. & D'Angelo, P. (2006): Framing the Press and Publicity Process in U.S., British, and German General Election Campaigns - A Comparative Study of Metacoverage, i: The Harvard International Journal of Press/Politics, Vol. 11, Nr. 3.

Johansen, W. & Frandsen, F. (2000): Retorik og krisekommunikation, i: Rhetorica Scandinavica, Nr. 14.

Frankel, C. og Højbjerg, E. (2010): Public affairs og den politiske virksomhed, i: Merkelsen, H. (red.), Håndbog i strategisk public relations. Frederiksberg, Samfundslitteratur.

Gravngaard, G. (2010): Journalistik i praksis – valg og fravalg af nyhedsdeer. Frederiksberg, Samfundslitteratur.

Haas, T. (2006): Mainstream News Media Self-Criticism: A Proposal for Future Research, i: Critical Studies in Media Communication, Vol. 23, Nr. 4.

Hansen, A., Cottle, S. Negrine, R., Newbold, C. (1998): Content Analysis, i: Hansen, A., Cottle, S. Negrine, R., Newbold, C., Mass Communication Research Methods. London, MacMillan.

Hjarvard, S. (2007): Den politiske presse – en analyse af danske aviser politiske orientering, i: Journalistika, Nr. 5.

Hjarvard, S. (2008): En verden af medier – Medialiseringen af politik, sprog, religion og leg. Frederiksberg, Samfundslitteratur.

Holmström, S. (2010): Legitimerende Ledelse. i: Olsen, P. B., Fuglsang, L., Rendtorff, J. D. (red.), Grundbog i Virksomhedsledelse. Frederiksberg, Samfundslitteratur.

Holmström, S. (2005): Fear, Risk, and Reflection, i: Contatti. FORUM, Udine University, Vol. 1, Nr. 1.

Lund, A. B., Willig, I., Ørsten, M. B. (2009): Hvor kommer nyhederne fra. Aarhus, Ajour.

Nielsen, M. F. (2004): Spin, selvfremsstilling og samfund – public relations som reflekterende praksis, Frederiksberg, Samfundslitteratur

Shoemaker, P. J. & Vos, T. P. (2009): Gatekeeping Theory. New York, Routledge.

Suchman, M. C. (1995): Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches, i: The Academy of Management Review, Vol. 20, Nr. 3.

Vallentin, S. (2004): Politiseringens offentlighedsaspekter, i: Frankel, C. (red.), Virksomhedens Politisering. København, Samfundslitteratur.

Van Gorp, B. (2008): The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In, i: Hansen, A. (red.), Mass Communication Research Methods. SAGE.

Ørsten, M. (2007): Journalistikkens rolle i netværkssamfundet, i: Journalistica, Nr. 4.

Artikler

Artikel 1: ”DR laver nyt mediekritisk tv-program”, Fagbladet Journalisten, d. 31/8-2012 (www.journalisten.dk/dr-laver-nyt-mediekritisk-tv-program)

Artikel 2: ”Hård kritik af Hængt ud på Forsiden”, Fagbladet Journalisten, d. 28/11-2012 (<http://journalisten.dk/h-rd-kritik-af-h-ngt-ud-p-forsiden>)

Artikel 3: Husk Ørsten-artikel i Journalisten (Problemfelt)

Artikel 4: Husk Lasse Jensen-artikel (Problemfelt)

Artikel 3: ”Medialisering er ikke mediering”, Stig Hjarvard, Kommunikationsforum.dk, d. 7/10-2008 (www.kommunikationsforum.dk/artikler/medialisering-er-ikke-mediering)

Artikel 4: ”Afvisende, arrogant og grov”, Fagbladet Journalisten, d. 19/8-2013

(www.journalisten.dk/afvisende-arrogant-og-grov)

Artikel 5: ”Arla-chef vedgår problem”, Politiken, d. 19/11-2003
(www.politiken.dk/oekonomi/ECE73332/arla-chef-vedgaar-problem)

Undersøgelser/analyser

Undersøgelse 1: ”Journalisters troværdighed”, Radius Kommunikation A/S, d. 16/10-2012
(http://www.radiuskommunikation.dk/media/30733/trovaerdighedsanalyse_2012_-_journalister.pdf)

Undersøgelse 2: ”Læsertal fra Index Danmark/Gallup 1. halvår 2013”, TNS Gallup
(http://www.gallup.dk/work/media/laesertal/IndexDanmarkGallupL%C3%A6sertal_1H2013.pdf)

Undersøgelse 3: ”Seertal uge 46 (12. november 2012 - 18. november 2012)”, TNS Gallup TV-Meter.
(<http://tvm.gallup.dk/tvm/pm/default.htm>)

Undersøgelse 4: Gallup-Kompas, juli 2013
(<http://www.gallup.dk/services/gallup-kompas>)

Øvrige referencer

Om Presselogen på TV2play: <http://play.tv2.dk/tv/nyheder-debat/presselogen/> (juli, 2013)

Om Presselogen på Facebook: <https://www.facebook.com/presselogen/info> ([juli, 2013](#))

Om Politiken/JP/Politikens Hus: <http://www.jppol.dk/da/artikler/dagblade/politiken.aspx> (juli, 2013)

Om Politiken: http://politiken.dk/om_politiken/ (juli, 2013)

Vejledende regler for god presseetik: <http://www.pressenaevnet.dk/Love-og-regler/Regler-for-god-pressesetik.aspx> (maj, 2013)

Lov om TV 2/DANMARK A/S: www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=11883 (juli, 2013)

Om TV2: <http://omtv2.tv2.dk/> (juli, 2013)

TV2s reviderede programstrategi: http://omtv2.tv2.dk/index.php?no_cache=1&id=6997

TV2s CSR-strategi, 2012: [http://omtv2.tv2.dk/fileadmin/user_upload/pdf/CSR-redegoerelser/CSRredegoerelse - uddrag af aarsrapport 2012.pdf](http://omtv2.tv2.dk/fileadmin/user_upload/pdf/CSR-redegoerelser/CSRredegoerelse_-_uddrag_af_aarsrapport_2012.pdf)

Handlingsplan for virksomheders samfundsansvar fra 2008:

http://samfundsansvar.dk/file/318779/handlingsplan_virksomheders_samfundsansvar_september_2008.pdf

The UN Global Compact's ten principles:

<http://www.unglobalcompact.org/abouttheGC/TheTenPrinciples/index.html>

Medieansvarsloven: <https://www.retsinformation.dk/Forms/r0710.aspx?id=86861>

TV2s programetik:

http://omtv2.tv2.dk/fileadmin/user_upload/pdf/Etik/TV_2s_progametik_marts_2013.pdf

Om Ekstra Bladet/JP/Politikens Hus: <http://www.jppol.dk/da/artikler/dagblade/ekstra-bladet.aspx>

Om Ekstra Bladet, 'Den typiske læser': http://ekstrabladet.dk/om_ekstra_bladet/article1137616.ece

Om Ekstra Bladet, 'Det nødvendige medie':

http://ekstrabladet.dk/om_ekstra_bladet/article1137466.ece

Om Ekstra Bladet: http://ekstrabladet.dk/om_ekstra_bladet/

Om Ekstra Bladet, 'Fejl skal straks rettes': http://ekstrabladet.dk/om_ekstra_bladet/article1137635.ece

Bilag 1 kodeskema for typer af kritik

Kritiktype		A: Korrekte meddelelser							B: Adfærd i strid med god presseskik									
Program (dato)	primær modtager	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	Person/proces fokusering	Andet
23. december 2012 Mediernes fokus på danske islamister	TV2		1	1														
27. maj 2012 gør medierne reklame for facebook	Alle		1									1						
6. maj 2012 mediernes håndtering af Al-Khawaja-sagen	Alle		1															
24. juni 2012 Løftebrud eller ny politisk virkelighed	Alle				1	1												
19. august 2012 nyheder på tv - special	x																	
7. oktober 2012 - SF's formandsvalg	Alle				1													
9. september 2012 Søvn Dahl Chokmelding	Alle				1												1	
2. september 2012 har medierne afgjort skattesagen på forhånd	Alle				1		1											
2. september 2012 har medierne afgjort skattesagen på forhånd	EB	1	1						1									
5. februar 2012 Er journalister en farlig gruppe	TV2																	1
29 januar 2012. Fylder Amerikansk politik for meget	Alle				1													

booking																		
26. maj 2013. Mediernes rolle i terrrorsager	Alle		1															
8. januar 2012. Irak fangerne og de mange ubesvarede spørgsmål	Pol/Information		1	1														
4. marts 2012. kan man få sandfærdige nyheder fra syrien?	Alle		1															
11. marts 2012. Personsager og kontorjournalistik	Alle																1	
18. marts 2012. Forbrydere laver mad på TV	DR								1									
25. marts 2012. Mediers brug af anonyme kilder	Berlingske		1															
1. april 2012. frygter medierne hundelobbyen	BT		1	1														
15. april 2012. Dækker pressen al-khawaja sagen for ukritisk	Alle		1	1														
13. maj 2012. Falske tal eller fakta	Berlingske	1																
20. maj 2012. Tommy Kamp vil trække BT i retten?	BT	1	1															
3. juni 2012. Mediernes dækning af skattereformudspillet	Alle		1	1														
10. juni 2012. Twitter-forbud og tvivlsomme sportsklummer	EB/BT																	1
17. juni 2012. Hvordan klarede medierne det kinesiske besøg	Alle				1													

1. juli 2012. For tæt på politikerne?	Alle																	1	
26. august 2012. Thorning dementerer homorygter																			
16. september 2012. Hvor gammel er en partiformand?	Alle																	1	
23. september 2012. Thornings jobtilbud via medierne	TV2	1				1													
30. september 2012. Thornings sidste chance	Alle																	1	
28. oktober 2012. Dopingskandale smitter af på Rolf	TV2																	1	
4. november 2012. et år med radio 24-syv	24-syv																		
11. november 2012 jagten på Tønder banks bestyrelse	EB								1									1	
18. november 2012. Er Mads Brügger vigtigere end SAS	Alle																	1	
25. november 2012. Snød SAS medierne?	Alle		1																
2. december 2012. Adoptionens pris på alle læber	TV2								1				1						
9. december 2012. Mediernes betydning for Uffe Elbæks farvel	Alle	1			1													1	
16. december 2012. Den kritiske journalist(ik) forsvand under bankpakkerne.	Alle				1														
6. januar 2013. DR's brug af opstillede billeder	DR	1																	
Optælling		7	21	1	14	2	3	1	4	0	4	1	1	0	0	0	0	9	7

Bilag 1.2 Den resterende del af kodeskemaet typer af kritik

Programtitel og dato	Primær afsender	Minuttal	Kritik note
23. december 2012 Mediernes fokus på danske islamister	Islamist trossamfund, DIIS		Sensationslyst, proportioner, balance
27. maj 2012 gør medierne reklame for facebook	Pernille Tranberg, Berlingske	23.20-37.30	Ukritisk overfor facebook
6. maj 2012 mediernes håndtering af Al-Khawaja-sagen	Ørsten	21-30-35.35	For ukritisk overfor sociale medier, turde lade være med at skrive når der ikke er noget nyt
24. juni 2012 Løftebrud eller ny politisk virkelighed	Møller MM, metz og heunicke	32.45-46.35	proportioner og ureflekeret sprogbrug
19. august 2012 nyheder på tv - special			
7. oktober 2012 - SF's formandsvalg	Nielsen, Altinget	10.20-21.30	Positiv behandling af Vilhelmsen
9. september 2012 Søvndahl Chokmelding	Bjerregaard(S)	14.50-34.15	Medierne har medvirket til Søvndahl fald ved at fokusere på person og ikke på politik
2. september 2012 har medierne afgjort skattesagen på forhånd	Pittelkow	27.00-40.20	Det giver ikke mening at medierne når frem til uafgjort når EB ikke har nogen beviser. Sensationslyst
2. september 2012 har medierne afgjort skattesagen på forhånd	De andre medier	16.10-50.00	For tæt forhold mellem journalister og spindoktorer
5. februar 2012 Er journalister en farlig gruppe	Sørine Gotfredsen	19.40-44.20	Journalister har for meget magt og fokusere for meget på sig selv. Korrespondenterne
29 januar 2012. Fylder Amerikansk politik for meget	Øhrgaard prof. CBS og lykke friis	32.15-50.50	Skævvridning gør os dumme. Elitenationer
22. januar 2012. Medierne	Pårørerende og	31.40-51.30	Tager ikke hensyn til ofrene. Hvad kan man i virkeligheden få ud af

står i kø for at interviewe Brevik	Hummelgaard(DSU)		et interview udover at gå breiviks ærinde
15. januar 2012. Går medierne for tæt på de kongelige	Dronning Margrethe II	42.10-53.30	Pressen er mere emsig end tidligere
15. januar 2012. skal pressenævnet give bøder	Mogens Jensen(S)	17.45-42.10	Straffen for journalistiske fejl står ikke mål med konsekvenserne af dem
19. februar 2012. Ekstremisme og deres brug af medier	Karpantchof, Sociolog RUC	10.50-28.00	Ekstremister udnytter medierne
22. april 2012 Udnytter Breivik medierne	Preisler, Jalving, pårørende	35.30-50.50	Medierne løber Breiviks ærinde ved at overdække retssagen
12. februar 2012. Medierne koger op under betalingsringen	Petersen(Tidl. SF) o Meilstrup MM	35.00-51.10	Mediernes dækning af betalingsringen er for negativ og fragmentarisk.
8. april 2012. Mediers håndtering af terrorisme	Sønstælie(journalist og far til overlevende fra utøya)	11.40-52.35	Hensyn til ofre og taletid til en terrorist
26. februar 2012. Er danske journalister for flinke?	Espersen(DF)	18.00-35.20	Unge journalister er for vattede
14. oktober 2012. Har Morten Storm hjulpet PET	Eva Smith	38.30-49.40	Tror ikke Storm har været agent
5. maj 2013. Gidsler pirater og medier	toppolitikere samt B og Pol	10.45-50.00	TV2 og EB løber piraternes ærinde
5. maj 2013. Gidsler pirater og medier	Siig(dr.jur), michael bruun	30.00 & 45.00	Er medierne for følgelige overfor den politiske magt. Selvcensur
21. april 2013. God Historie eller useriøs nyhedsformidling	Lise Bondesen(Se og hør)/Jalving	38.30-50.40	De 'seriøse' medier pakker spies kiær skilmissen ind i principielle historier, fordi de ikke tør stå ved en god tabloid basker/Tabloidisering
7. april 2013. Lockouten i medierne	Tine Huggenberger(Tidligere næstformand i LO)	12.40-29.55	Journalisterne er for uvidende til at dække arbejdsmarkedstoffet ordentligt/Man glemmer substansen der drejer som om hvad det er for en folkeskole man vil have

31. marts 2013. Voksenmobning i medierne	Dyrby	34.30-46.20	EB's grove linje er dårligt for alle
12. maj 2013. Hård kritik af DR booking	Rimmer(Chef art people)/Kommercielle bookingbureauer	32.05-49.15	DR driver Konkurrenceforvridende forretning for licenskroner. Booking
26. maj 2013. Mediernes rolle i terrrorsager	Søren Pagter(Leder af Fotojournalistuddannelsen)	6.40-29.30	Løber medierne terroristers ærinde(Igen)
8. januar 2012. Irak fangerne og de mange ubesvarede spørgsmål	Marie Krarup(DF)	19.00-39.00	Politisk bias på bekostning af soldater+for ukritisk overfor venstrefløjspolitikere og interessegrupper
4. marts 2012. kan man få sandfærdige nyheder fra syrien?	Søren Hove(DIIS)/Farshad Kholgi	24.15-51.35	Medierne kan ikke håndtere at dække syrien balanceret/mangler viden og blev for euforiske over det arabiske forår
11. marts 2012. Personsager og kontorjournalistik	Søren Pind/Brian Mikkelsen	10.50-37.00	Personsager fylder for meget
18. marts 2012. Forbrydere laver mad på TV	Wollesen(Forening for volds ofre)	19.25-40.20	De kriminelle bliver gjort til realitystjerne uden hensyn til ofrene
25. marts 2012. Mediers brug af anonyme kilder	kollegerne	14.45-24.20	Berlingske bruger anonyme kilder til at begå karaktermord på noa reddington
1. april 2012. frygter medierne hundelobbyen	Henrik Dahl	32.15-51.10	dyresentimentalitet smitter af på medierne
15. april 2012. Dækker pressen al-khawaja sagen for ukritisk	Søren espersen	9.00-27.40	Hvorfor stiller de ikke de nødvendige spørgsmål
13. maj 2012. Falske tal eller fakta	Henning Pedersen(BUPL)	28.10-47.50	Grov generalisering på baggrund af en Ph.D. Studerendes udtalelser. Lemming effekt
20. maj 2012. Tommy Kamp vil trække BT i retten?	Tommy Kamp	8.40-22.40	Tommy Kamp mener han har været udsat for bagvaskelse
3. juni 2012. Mediernes	Frank Aaen	18.50-40.05	Medierne skal sige fra overfor den måde at blive iscensat på af

dækning af skattereformudspillet			politikerne
10. juni 2012. Twitter-forbud og tvivlsomme sportsklummer	Presselogen	7.20-18.50	EB og BT snyder læserne ved at sige at forskellige sportskendisser skriver klummer når det i virkeligheden er bladene selv der skriver.
17. juni 2012. Hvordan klarede medierne det kinesiske besøg	Erhvervskommentatorer/Mette Holm (Kinakender?)	20.50-45.20	Unuanceret dækning af de positive og negative vinkler på kinaunder Hu Jintaos besøg
1. juli 2012. For tæt på politikerne?	Søren pind	33.10-50.25	Journalister degenerer demokratiet i jagten på konstante nyhedsopdateringer med et konstant fokus på personer og processer
26. august 2012. Thorning dementerer homorygter			Ingen klar problemstilling derfor ingen kodning
16. september 2012. Hvor gammel er en partiformand?	Forskellige politikere	15.45-37.10	Det er usagligt at snakke så meget om alder, som der bliver gjort i valget af en ny SF formand
23. september 2012. Thornings jobtilbud via medierne	Politikere of presselogen	22.40-31.40	TV2 oa. løber med ryget om at Thorning er på vej til Brussel
30. september 2012. Thornings sidste chance	Nyrup, adam price(Borgen og virkeligheden), Tine aurvig huggenberger(Dir. Danske reklamebureauers brancheforening)	10.30-39.20	Kønnet og personificeret dækning af Thorning er noget skidt og noget nyt
28. oktober 2012. Dopingskandale smitter af på Rolf	Andre medier og presselogen	34.50-50.00	Kan Rolf fortsætte som kommentator på TV2
4. november 2012. et år med radio 24-syv	andre medier og presselogen	38.40-50.00	Danskerne får ikke nok for licenspengene til radio24syv
11. november 2012 jagten på Tønder banks bestyrelse	Sune Bang(Kommunikationsbureauet København)	29.30-43.00	Medierne jagter folk for underholdning. I dette tilfælde står EB på chefer fra tønder banks bopæl med rullene kameraer flere dage i træk

18. november 2012. Er Mads Brügger vigtigere end SAS	Ann Lea Landsted(Lektor SDU)	12.00-29.00	Væsentligheden viger sensationen når bruger bliver vigtigere end SAS på nettet
25. november 2012. Snød SAS medierne?	Mogens Holgaard(Tidl. Formand for dansk pilotforening)	13.55-40.45	Medierne har forsømt at forholde sig kritisk til SAS ledelse
2. december 2012. Adoptionens pris på alle læber	Øjvind Hesselager(Journalisten), Thomas Ploug(Etisk råd)	4.20-42.20	Det er følelsesmæssigt fokus. Der er ikke kontekst eller nogen ambition om at oplyse
9. december 2012. Mediernes betydning for Uffe Elbæks farvel	Mylenberg(fyens stift), Mads Kastrup(Journalist)	7.55-51.30	Medier har et ansvar for Uffe Elbæks fordi medierne lukker sig om sig selv om politikerne på Christiansborg
16. december 2012. Den kritiske journalist(ik) forsvand under bankpakkerne.	Slumstrup(DR)	35.35-50.20	Medierne forholdt sig ikke kritisk til bankpakkerne
6. januar 2013. DR's brug af opstillede billeder	Presselogen	21.10-52.15	DR blander fiktion og virkelighed i nyhedsformidlingen

Bilag 2 Kodningskema for typer af svar på kritik

A1: Smpel benægtelse, A2: Flytning af skyld

B1: Provokation, B2: Omstødelse, B3: Uheld, B4: Gode hensigter

C1:Afstivning, C2:Minimalisering, C3:Differentiering, C4:Transcendens, C5:Angreb på den anklagede, C6:Kompensation

D:Korrigering

E: Bøn om tilgivelse

F: Anerkender ikke præmissen

G: Anerkender præmissen

Program	Medie	A1	A2	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	C6	D	E	F	G
8. januar 2012	Pol	1							1	1						1	
	Information	1														1	
15. januar 2012	Berlingske		1														1
	se og hør								1							1	
	pol		1														1
	tv2		1														1
22. januar 2012.	information																1
	eb						1			1	1					1	
	børsen										1					1	
	pol										1						1
29 januar 2012.	JP							1			1					1	1
	Berlingske							1						1			1
	pol							1									1
	BT																
5. februar 2012	tv2						1	1			1						1
	eb								1			1				1	
	pol													1			1
	jp													1	1		1
12. februar 2012	eb	1						1			1	1				1	
	pol	1								1	1					1	
	tv2	1						1			1					1	
19. februar 2012	bt										1						1
	eb				1						1						1
	Kristeligt Dagblad				1									1			1
	24syv				1												1
26. februar 2012.	information	1							1						1	1	

	pol																		1	
	EB																			1
	tv2																			1
4. marts 2012	Information																			1
	Berlingske																			1
	DR																			1
	Pol	1																		1
11. marts 2012	Berlingske																			1
	Pol																			1
	EB																			1
	tv2	1	1	1																1
18. marts 2012.																				
	DR																			1
25. marts 2012.	Berlingske	1	1																	1
	Pol																			1
	TV2																			1
1. april 2012.																				
	BT	1																		1
8. april 2012	pol																			1
	eb																			1
	information																			1
	tv2																			1
15. april 2012.	Pol	1																		1
	JP																			1
	Berlingske																			1
	BT																			1
22. april 2012	Pol																			1
	Berlingske																			1
	tv2																			1
	information																			1
6. maj 2012	pol																			1
	kristeligt dagblad																			1
	information																			1
	tv2																			1
13. maj 2012																				

	Berlingske						1	1		1				1					1
20. maj 2012	JP		1																
	Berlingske																		
	EB		1																
	BT	1					1			1	1								
27. maj 2012	Se og hør																		
	pol						1											1	
	bt		1								1								1
	tv2							1										1	1
3. juni 2012	JP				1										1				1
	Eb																		
	Berlingske	1			1		1											1	
	pol				1		1												1
10. juni 2012	pol																		
	bt	1						1										1	
	eb	1						1					1						1
	tv2																		
17. juni 2012	information						1			1				1					1
	pol	1					1		1									1	
	EB		1							1									1
	tv2	1					1											1	
24. juni	eb	1																1	
	JP	1																1	
	Berlingske	1																1	
	tv2	1									1							1	
1. juli 2012	Pol	1							1	1								1	1
	Berlingske						1			1								1	1
	EB										1								
	tv2	1									1	1						1	
2. september 2012	tv2	1							1										1
	pol		1															1	
	eb										1							1	
	JP		1						1									1	1
2. september 2012	eb		1							1	1			1					1
	pol																	1	
	tv2																	1	
	JP																	1	
9. september	JP	1								1								1	

2. december 2012	tv2	1				1							1	1			
9. december 2012	BT	1		1							1						1
	Berlingske	1		1							1						1
	JP	1	1	1													1
	tv2	1		1													1
16. december 2012	dr													1	1		1
	eb							1						1	1		
	børsen	1	1									1					1
	Pol		1														1
6. januar 2013																	
	tv2		1			1											1
	DR		1		1	1								1	1		1
		A1	A2	B1	B2	B3	B4	C1	C2	C3	C4	C5	C6	D	E	F	G
Optælling	Underkategorier	47	27	5	17	2	7	30	13	14	38	20	0	15	8	71	64
	Overkategorier	74		31				115									