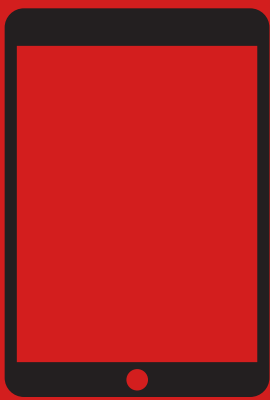


KAN DU ÉN TING, KAN DU INGENTING

EN UNDERSØGELSE AF DEN JOURNALISTISKE
ARBEJDSPRAKSIS I TV 2'S NYHEDSCENTER



KATJA BRANDT ANDERSEN
MANJA SPORK
LOUISE DALSGAARD

ROSKILDE UNIVERSITET, AUGUST 2015
INSTITUT FOR KOMMUNIKATION,
VIRKSOMHED OG INFORMATIONSTEKNOLOGIER

VEJLEDER: MARK BLACH-ØRSTEN



INDHOLDSFORTEGNELSE

1	INDLEDNING: TV 2, TV 2, TV 2	1
1.1	ET NYHEDSMARKED I FORVANDLING	2
1.2	FORSKNING I KONVERGENS OG NYHEDSPRODUKTION	3
1.3	PROBLEMFORMULERING OG ARBEJDSSPØRGSMÅL.....	5
1.4	AFGRÆNSNING	5
1.5	BEGREBSAFKLARING	6
1.6	FORSKERENS EGEN ROLLE	7
1.7	UNDERSØGELSENS STRUKTUR.....	8
2	METODE: UNDERSØGELSENS VÆRKTØJSKASSE	9
2.1	CASESTUDIET - HVORFOR OG HVORDAN?.....	9
2.1.1	<i>Videnskabsteori i casestudiet.....</i>	<i>10</i>
2.2	PRÆSENTATION AF TEORI.....	11
2.3	PRÆSENTATION AF EMPIRI	13
2.4	DELTAGENDE OBSERVATION	15
2.4.1	<i>På redaktionen</i>	<i>16</i>
2.5	FORSKNINGSINTERVIEW	18
2.5.1	<i>Interview- og observationspersoner</i>	<i>19</i>
2.6	SPØRGESKEMA	20
2.6.1	<i>Opbygning af spørgeskema</i>	<i>21</i>
2.7	HVORDAN BEARBEJDES VORES DATA? - PROJEKTETS RELIABILITET	22
2.8	ANALYSESTRATEGI	24
2.9	DELKONKLUSION	25
3	TEORI: KONVERGENS OG FAGLIG KULTUR	26
3.1	DEN NYE TEKNOLOGI OG PRESSET PÅ PENGEPUNGEN	26
3.2	PÅ VEJ MOD ET KONVERGENSBEGREB.....	28
3.3	NYE FOKUSOMRÅDER I FORSKNINGEN	33
3.4	DEN JOURNALISTISKE KULTUR.....	36
3.4.1	<i>Den fjerde statsmagt</i>	<i>39</i>
3.4.2	<i>Objektivitet og redaktionel uafhængighed</i>	<i>40</i>
3.5	DELKONKLUSION	41
4	TV 2: FRA TV-STATION TIL MEDIEHUS	44

4.1	NYE BRUGERE, NY STRUKTUR.....	44
4.2	NYHEDSCENTERET: NYHEDER TIL ALLE.....	46
4.2.1	<i>Den nye faglighed</i>	48
4.2.2	<i>Målet er at "vinde dagen"</i>	50
4.2.3	<i>Mere TV 2 og mere breaking</i>	52
4.3	DELKONKLUSION.....	53
5	KVANTITATIVE DATA: ARBEJDET I NYHEDSCENTERET	55
5.1	HVEM HAR SVARET?.....	55
5.2	ARBEJDSOPGAVERNE I NYHEDSCENTERET	56
5.3	FORDELE OG ULEMPER I DEN NYE PRODUKTION	58
5.4	ET "SKIDT ARBEJDSMILJØ"	59
5.4.1	<i>Redaktionsmøder og sparring</i>	61
5.5	HIERARKIER I NYHEDSCENTERET.....	62
5.6	DELKONKLUSION.....	64
6	OBSERVATIONER: INDENFOR I NYHEDSCENTERET	66
6.1	HERTIL GÅR NYHEDSCENTERET - OG IKKE LÆNGERE	66
6.1.1	<i>Arbejds gange på tværs af Storebælt</i>	68
6.2	REDAKTIONSMØDER – FRA IDÉ TIL PRODUKT	71
6.3	FOR MANGE CHEFER	73
6.4	MULTISKILLING OG CROSS-SAMARBEJDE.....	75
6.4.1	<i>Den koordinerende journalist</i>	76
6.5	SØJLER NEDBRYDES, HIERARKIER BESTÅR	77
6.6	DELKONKLUSION.....	79
7	INTERVIEW: SET MED JOURNALISTERNES ØJNE	81
7.1	ET NØDVENDIGT NYHEDSCENTER.....	81
7.2	IDEALER OG PRAKSIS	83
7.3	<i>CROSS MEDIA – EN "PLIGTOPGAVE"</i>	85
7.3.1	<i>Ejerskab, koordinering og robotjournalistik</i>	87
7.4	UDEN OM NYHEDSCENTERET.....	90
7.5	DET HIERARKISKE MEDIEHUS	91
7.6	DELKONKLUSION.....	93
8	DISKUSSION: HVOR ER FAGET PÅ VEJ HEN?	96
8.1	EN NY JOURNALISTISK FAGLIGHED	97

8.1.1	<i>Journalist 2.0 eller 0.5?</i>	99
8.2	EN KULTUR MED RUNDE KANTER	101
8.3	DELKONKLUSION	103
9	KONKLUSION: LØS TAKTIK OG LAVPRAKTIK	105
9.1	PRAKSIS I NYHEDSCENTERET	105
9.1.1	<i>Praktikken blev glemt i taktikken</i>	106
9.2	SØJLER OG POLARISERING	107
9.3	UNDERSØGELSENS BIDRAG	108
10	FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING I KONVERGENS	111
11	LITTERATUR.....	113
12	FORMIDLENDE ARTIKEL.....	119
13	FORTROLIGE BILAG	1

TABELLER OG FIGURER

Tabel 1:	Forskning i mediekonvergens.....	12
Tabel 2:	Oversigt over undersøgelsens empiri.....	14
Tabel 3:	Tre typer af konvergens.....	34
Figur 1:	Undersøgelsens genstandsfelt	24
Figur 2:	The Convergence Continuum (Dailey et al. 2005: 153f).....	30
Figur 3:	Cross media-produktion og produkter.....	31
Figur 4:	Organisationsdiagram, TV 2 Danmark	46
Figur 5:	Illustration af Nyheder til alle	47

ABSTRACT

Convergence has become a *buzzword* in the media organizations around the globe. The term broadly refers to the merging of formerly distinct media platforms; traditional radio, television and new online platforms. Former research has described the change as the opportunity for formerly separate media and broadcasting corporations to align themselves with the technologies of the 21st century, and the patterns are the same all over the western world: flexible news workers, multiskilling, and cross platform production.

Like many other news media organizations, the state owned TV 2 Denmark A/S, and its public service news channels, TV 2 and TV 2 News, has adapted its corporate strategy. Now it includes convergence processes in both the presentation of news products and in its organizational structures. Combining a selection of qualitative and quantitative methods, this thesis describes and analyzes in what way convergence processes is shaped and implemented within TV 2 in terms of news production and journalistic practice. The thesis examines specific convergence parameters within TV 2, including management strategy, newsroom structure, cross media routines, hierarchies within the organization, workflows and degree of multiskilling. Taking its starting point in this analysis, the thesis also studies the journalists' attitudes towards the convergent and cross media production processes, and the relationship between the new workflow and their professional identity.

FORORD

Dette speciale omhandler journalistiske arbejdsrutiner og ville ikke have været muligt uden at komme indenfor hos dem, det hele handler om. En stor tak skal derfor lyde til TV 2 og specielt nyhedscenterchef, Mikkel Hertz, for at lukke os ind på den pulserende nyhedsredaktion og for et godt samarbejde undervejs. Tak til Mads Karby for åbenhed og hjælpsomhed og til Christoffer Nestor for adgang til interne dokumenter om Nyhedscenteret. Også en stor tak til de journalister, der lod os "sidde på skødet" og tålmodigt svarede på spørgsmål under vores observationsuge, og til dem, der besvarede vores spørgeskema og stillede op til interview. I har kommenteret ærligt og givet os indsigt i jeres tanker, rutiner og frustrationer. Vi er taknemmelige for de frie ramme og over for den åbenhed, vi har mødt på TV 2. Sidst også mange tak til vores vejleder, Mark Ørsten for skarpe pointer, gode råd og spændende diskussioner – krydret med humoristisk sans – om journalistikkens fremtid.

KOLOFON

Speciale i Journalistik ved Roskilde Universitet.

Manja Spork (studienr. 40054), Louise Dalsgaard (studienr. 42896)

og Katja Brandt Andersen (studienr. 40038).

Vejleder: Mark Blach-Ørsten.

RAPPORTEN

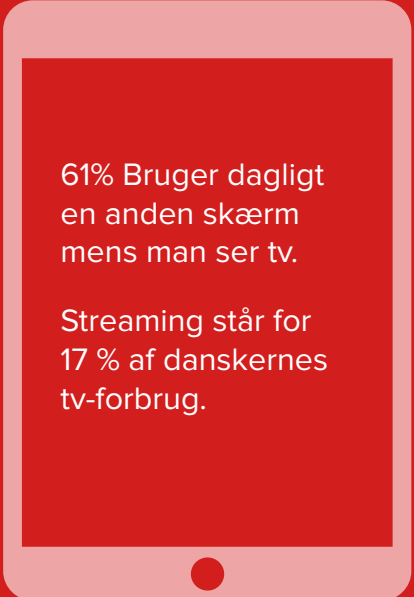
Undersøgelsen er et akademisk speciale og må fylde mellem 80-100 normalsider, hvilket ikke omfatter forside, kolofon, litteraturfortegnelse, kildeliste, resumé, bilag samt den formidlende artikel. En normalside defineres som 2500 enheder. Vi har efter dialog med studieadministrationen og vores vejleder fået dispensation til at overskride normalsidekravet med 10 procent. Specialerapportens omfang er 261.167 anslag, svarende til 104,5 normalsider.

Specialet inkluderer fire divider-sider med trends inden for journalistikken. Fakta på disse sider er i rækkefølge fra DR's "Medieudviklingen 2014", Kulturstyrelsens "Medier i udvikling 2014", Fagbladet Journalisten (2014, 11) og Gunnar Nygrens (2014) "Multiskilling in the Newsroom".

OPDELING

På samme vis følger vi også reglerne om procentfordeling af individuelle og fælles afsnit. Vi har sammen skrevet kapitlerne 1, 9 og 10. Samtidig har vi skrevet indledninger til alle kapitler sammen. Endvidere har Manja Spork skrevet 2.2, 2.5, 2.8, 3.2, 3.5, 4.3, 5.3, 5.5, 6.1, 6.5, 7.2, 7.5, 8.3, Louise Dalsgaard har skrevet 2.1, 2.4, 2.7, 3.1, 3.4, 4.1, 5.2, 5.6, 6.3, 6.4, 7.3, 7.4, 8.2 og Katja Brandt Andersen står for 2.3, 2.6, 2.9, 3.3, 4.2, 5.1, 5.4, 6.2, 6.6, 7.1, 7.6, 8.1. Det skal dog nævnes, at vi har delt afsnittene tilfældigt op, og at vi udelukkende laver en opdeling for at leve op til de formelle krav. Specialet skal ligeledes indeholde en formidlende artikel, og her har vi valgt at skrive til Fagbladet Journalisten. Denne artikel er vedlagt bagest i afhandlingen.

Ved siden af specialet afleveres en række fortrolige bilag, som ikke må hverken gengives, refereres eller offentliggøres. Bilagene starter fra side 1 og her findes interne strategidokumenter fra TV 2, transskriberede interview med redaktører og journalister samt resultaterne fra vores spørgeskema.



61% Bruger dagligt
en anden skærm
mens man ser tv.

Streaming står for
17 % af danskernes
tv-forbrug.

1 INDLEDNING: TV 2, TV 2, TV 2



"Der findes et pressefoto, hvor man ser tre røde TV 2-mikrofoner foran Brian Holm. TV 2, TV 2, TV 2. Der var et hold fra Sporten, to mand fra News og to mand fra 19-nyhederne. Derudover var der en skrivende reporter fra tv2.dk. Det var jo et wake up-call af rang, for selvfølgelig er det overhovedet ikke optimalt. Selvfølgelig skal der ikke stå tre kameramænd, tre tv-reportere og en skrivende på ét pressemøde"

Digital journalist, TV 2 Nyhederne (Bilag 31: Interview K: 232).

Da den tidligere cykelrytter Brian Holm i juli 2014 bliver frikendt i en sag om pædofilianklager, står flere danske medier klar foran Retten på Frederiksberg for at fange den første reaktion fra sagens hovedperson. Som pressefotoet ovenfor afslører, bliver det første lettelsens suk fra Brian Holm blandt andet indfanget af tre røde TV 2 mikrofoner.

De tre mikrofoner er et udtryk for, at TV 2 med årene har vokset sig til mere end én fjernsynskanal med én daglig nyhedsudsendelse. TV 2 er et mediehus, der i nyhedsafdelingen består af en 24 timers nyhedskanal, en hovedkanal med fire daglige nyhedsudsendelser samt flere digitale nyhedsplatforme, heriblandt tv2.dk.

Men husets platforme har gennem tiden udviklet sig til separate enheder; og uden en systematisk intern koordinering er der således på denne dag i juli både et hold fra Sporten, et hold fra TV 2 News, en

medarbejder fra tv2.dk og et hold fra hovedkanalen til stede ved retssagen. I alt syv medarbejdere, der leverer separat indhold til deres respektive platforme. En helt normalt arbejdsdag på TV 2 Nyhederne.

Men 1. december 2014 laves dette fundamentalt om. Ledelsen annoncerer en stor omlægning i nyhedsafdelingen, der skal fordre mere samarbejde på tværs af redaktioner og nyhedsplatforme: "*Vi skal gå fra at være kanalstyret til at være indholdsdrivet, og vi skal udnytte vores ressourcer på en ny og bedre måde*" (Bilag 6: Nyheder til alle, intranet: 49). Med andre ord skal situationer som den foran Retten på Frederiksberg undgås fremadrettet. Der skal sættes en stopper for, at én journalist producerer og leverer til kun én platform, og journalisterne i nyhedsafdelingen skal fremover arbejde sammen på tværs af fladerne.

Centralt for samarbejdet oprettes et nyt nyhedscenter, hvor medarbejderne i fællesskab skal producere nyheder til alle mediehusets nyhedsflader i såkaldte *cross teams*. Andre journalister forbliver uden for Nyhedscenteret og dedikeres til specifikke platforme, hvor de fortsat skal levere til deres egen flade. Nyhedscenteret strækker sig hele vejen fra København til Odense, og stationens ledelse bebuder nye arbejdsmetoder og en *ny faglighed* for alle (Bilag 4: TV 2 Ny Styrkeposition – strategi 2014: 34). Men hvad betyder det egentlig for journalisternes daglige arbejde, når de skal prioritere at producere til nye platforme? Hvilke dele af den journalistiske proces skal de i så fald bruge mindre tid på? Og er de overhovedet interesserede i den nye arbejdsform?

1.1 ET NYHEDSMARKED I FORVANDLING

Med den nye produktionsstrategi skriver TV 2 sig ind i en verdensomspændende og langvarig proces, hvor den globale medieindustri forsøger at imødekomme de voksende produktionskrav og økonomiske udfordringer, som den digitale teknologi for alvor har pustet nyt liv i. En proces, der af forskere omtales som en af de største omvæltninger for den journalistiske produktion, og som blandt andet indebærer, at medierne lader journalisterne producere til flere platforme og lader tidligere adskilte redaktioner smelte sammen (Cottle & Ashton 1999; Boczkowski 2004; García-Avilés et al. 2014; Larrondo et al. 2014).

Siden 1990'erne har forskningen opereret med begrebet *konvergens*¹, der opsummerende betegner, at to tidligere adskilte ting nærmer sig hinanden (Cottle & Ashton 1999; Gordon 2005). I mediesam-

¹ For yderligere definition af begreber, se da begrebsafklaring i afsnit 1.5.

menhænge kan konvergens betegne alt lige fra et strategisk samarbejde mellem to konkurrerende mediehus til det, at journalister fra tidligere separate redaktioner og platforme arbejder sammen om at producere indhold, eller at den enkelte journalist alene skal producere både tv, tekst og/eller radio (Erdal 2011). Traditionelle tv-stationer og bladhuse bliver til mediehus, og grænserne mellem medie og publikum udviskes, ligesom faggrænserne mellem de forskellige medieprofessioner nedbrydes (Deuze 2007: 145f; Hartley 2011: 16). Fra Mark Deuze lyder det endog bombastisk: *"Journalism as it is, is coming to an end"* (Deuze 2007: 145).

Med internettets indtog på redaktionerne fik journalisterne mulighed for at publicere nyheder med både tekst, grafik, fotos og video hurtigere end nogensinde før, og for medieindustrien betød det både ændringer i brugernes vaner og i måden at lave nyheder på (Lawson-Borders 2003: 92). Internettet, mobiltelefonen og de sociale medier er ikke længere noget, læserne kun tjekker et par gange om dagen. De er *på* stort set hele tiden. Og her vælger brugerne selv, hvad de vil læse, se og høre på, og de vælger selv hvordan og hvornår (Nygren 2008: 77).

På dette individualiserede og fragmenterede mediemarked, hvor brugere, seere og læsere shopper rundt mellem platforme og medier, er kravet til mediehusene om konstant tilstedeværelse og aktualitet øget. Og samtidig med de ændrede brugermønstre og den nye teknologi står medieorganisationerne over for en række økonomiske udfordringer. Manglen på rentable forretningsmodeller på de digitale flader, effekterne af finanskrisen og en skærpet global konkurrence på annoncemarkedet har givet medierne et behov for at nå et større publikum, udvikle nye former for indhold og effektivisere den journalistiske produktion (Nygren 2008: 31f; Sjøvaag 2012: 83). Det er simpelthen nødvendigt for et stort mediehus, at flader og redaktioner arbejder sammen og ikke ender som nærmest konkurrerende enheder, som det gjorde sig gældende for TV 2 uden for Retten på Frederiksberg.

1.2 FORSKNING I KONVERGENS OG NYHEDSPRODUKTION

Konvergensstrategier er hverken nye eller eksklusivt forbundne til fremkomsten af internettet. Omvæltninger i måden at producere journalistik på som følge af ny teknologi og nye økonomiske vilkår er set før – eksempelvis da telefonen gjorde det muligt for journalisterne at ringe historier hjem, og da computeren blev en fast del af redaktionslokalet. I 1980 beskriver Charles Bantz' forskningsgruppe for eksempel, at ny teknologi i kombination med et øget krav om profit influerer tv-nyhedsarbejdet og fører til en integration af tidligere opdelte redaktionsfunktioner. Han sammenligner den nye arbejdsgang med samlebåndsarbejdet på en industrifabrik, hvor fleksibiliteten lægges på hylden til fordel for

stramme rutiner og en effektiv opdelt produktion og konkluderer, at resultatet er et mismatch mellem den journalistiske kultur og de konkrete arbejdsbetingelser (Bantz et al. 1980: 59).

Begrebet om nyhedsfabrikken går igen flere steder i den senere forskning af det journalistiske arbejde (Nygren 2008; Örnebring 2010). Eksempelvis undersøger Nygren (2008), hvordan digitaliseringen forandrer journalistikken som profession, og han konkluderer, at den digitale teknologi har haft både positiv og negativ indflydelse på den måde, journalistik produceres på. Dels har teknologien givet mulighed for at skaffe information på nye måder – noget der potentielt kan løfte kvaliteten af journalistikken – dels er den blevet brugt til økonomiske og kommercielle formål eksempelvis ved at øge produktionen og distribuere indhold til flere platforme (Nygren 2008: 63f).

Den konvergerede nyhedsproduktion inkluderer således typisk organisatoriske ændringer baseret på den vision, at journalisterne skal kunne varetage flere dele af den teknologiske proces og tilpasse produktionen til de forskellige formater (Dailey et al. 2005: 152; Deuze 2004: 146). Noget, der ifølge forskningen ikke altid glider let ned for reporterne, der føler, at deres autonomi begrænses, og at deres arbejde får karakter af netop af det fabriksarbejde, som er beskrevet ovenfor (Nygren 2008; Örnebring 2010; Larrondo et al. 2014). Og nogle undersøgelser peger sågar på, at konvergensstrategierne i varieret omfang kan skade journalisternes faglighed og produkternes kvalitet, fordi medarbejderne i højere grad skal være generalister på flere platforme og fagområder end specialiserede journalister (Cottle & Ashton 1999; Witschge & Nygren 2009; Gordon 2003).

En del af den tidlige konvergenslitteratur har hovedsageligt fokuseret på at udvikle anvendelige begreber og analysemodeller, der kan forklare, *hvordan* organisationerne konvergerer. Her handler det især om, hvordan organisationsstrukturerne ændrer sig i den tværmediale produktion, men også om, hvordan den nye teknologi driver udviklingen (Gordon 2005; Dailey et al. 2005; Deuze 2005). Senere studier har i højere grad fokuseret på, *hvad* konvergensprocesserne rent praktisk betyder for produktionen, men ikke på *hvordan* og *hvorfor* konvergensprocesserne i implementeringen udfordres af den journalistiske kultur på redaktionerne (Erdal 2011; Lawson-Borders 2009). Dette har dele af den nyere forskning set på, og her iagttages to områder, som er interessante at undersøge i relation til de ændrede journalistiske arbejdspraksisser, der opstår, når mediehusene konvergerer. Først de kulturelle udfordringer, der kan identificeres, når eksempelvis tv-journalister møder online-journalister, men også den generelle journalistiske kultur, der i høj grad står i modsætning til konvergens (se García-Avilés et al. 2014; Larrondo et al. 2014).

Selvom stort set alle danske medier i dag i større eller mindre grad har en konvergeret nyhedsproduktion, har kun ganske få danske forskningsprojekter beskæftiget sig med, hvordan journalisterne forholder sig til de ændringer, som tværmedialiteten har medført for deres daglige arbejde (se Andersson 2012; Hartley 2011), ligesom meget få forskere og specialestuderende beskæftiger sig med, hvad konvergensen betyder for den journalistiske kultur eller selvforståelse (se Hartley 2011; Hartley 2013; Holstein & Stolpe 2006; Pedersen 2008).

Dette speciale udspringer af netop denne problematik – hvad betyder det for journalisterne daglige arbejde, når redaktionsstrukturerne ændres og produktionen konvergeres? Og hvad sker der i mødet mellem den konvergerede organisationsstruktur og den journalistiske fagkultur?

1.3 PROBLEMFORMULERING OG ARBEJDSSPØRGSMÅL

Ovenstående undren har ledt os til følgende problemformulering:

Hvad karakteriserer den journalistiske praksis i Nyhedscenteret på TV 2, og hvordan forholder journalisterne sig i mødet mellem de nye produktionsbetingelser og deres journalistiske kultur?

Undersøgelsens problemformulering indikerer, at vi er særligt interesserede i de produktionsbetingelser, journalisterne arbejder under i TV 2's nyhedscenter; hvilke praksisser og rutiner, der opstår, samt hvordan journalisterne ser deres egen rolle i det tværmediale nyhedsarbejde. Det leder os til følgende arbejdsspørgsmål:

1. Hvilke praksisser ønsker TV 2's ledelse at indføre med det nye nyhedscenter?
2. Hvilke arbejdsbetingelser og vaner kan vi i praksis spore i Nyhedscenteret?
3. Hvilken faglig kultur tager journalisterne med ind i den nye organisering, og hvordan ser de selv på de nye arbejdsbetingelser?
4. Hvilke faktorer kan forklare forskelle i journalisters attitude over for den nye arbejdspraksis – alder, anciennitet, arbejdssted og platform?

1.4 AFGRÆNSNING

Vi tager udgangspunkt i Nyhedscenteret, og det betyder, at vi afgrænser os fra andre redaktioner som eksempelvis Sporten, Udland og Finans. Vi inddrager dog andre dele af TV 2 Nyhederne eksempelvis enkelte journalister uden for Nyhedscenteret, når vi mener, det kan være relevant i besvarelsen af vores problemformulering.

Derudover medfører vores klare fokus på journalisterne og de redaktionelle arbejdsprocesser, at vi afgrænser os fra at undersøge, hvilke konsekvenser indførelsen af Nyhedscenteret har haft for selve produktet, og hvordan brugerne har taget imod de eventuelle ændringer. Selvom det kunne være interessant i en anden sammenhæng, er undersøgelsen hverken en modtageranalyse eller en indholdsanalyse af de nyheder, Nyhedscenteret producerer. Dette betyder også, at vi ikke går dybere ned i den del af forskningen, der fokuserer på nyhedsudvælgelsen i forbindelse med den journalistiske kultur.

Samtidig er det relevant at pointere, at undersøgelsen ikke skal ses som et kvalitetstjek af implementeringen af Nyhedscenteret, men da de organisatoriske ændringer er katalyseret oppefra, finder vi det naturligt at inddrage ledelsens italesættelse af Nyhedscenterets funktion. Undersøgelsen baserer sig ikke på nogen klar forståelse af "den gode konvergensstrategi", ligesom formålet aldrig vil være at hjælpe TV 2's ledelse med at evaluere deres implementeringsproces. Vores erkendelsesinteresse er derimod at se, hvordan journalisterne forholder sig til de nye arbejdspraksisser.

1.5 BEGREBSAFKLARING

Vi bruger undersøgelsen igennem en række begreber, som kan have flere betydninger, og som vi derfor vil definere i dette afsnit. Begrebsafklaringen præsenteres alfabetisk, og vi definerer begreberne med hjælp fra konvergensforskningen samt Kolstrups medie- og kommunikationsleksikon (Kolstrup et al. 2010).

Cross media: Cross media indebærer, at man arbejder på tværs af platforme internt i organisationen. Dette involverer både en tværmedial produktion, hvor journalisterne har fokus på flere flader, og at produkterne når ud på to eller flere medieplatforme (Kolstrup et al. 2010: 151).

Tværmedialitet: Produktmæssigt betegner begrebet det at dække en nyhed på flere medieplatforme. Produktionsmæssigt spænder tværmedialitet fra ren kopiering til særudgaver af nyheder til hver platform. Brugsmæssigt har man mulighed for at anvende indholdet i forskellige platforme fordelt over døgnet (Kolstrup et al 2010: 151).

Mediekonvergens: I den mest generelle betydning betegner konvergens det forhold, at forskellige medier smelter sammen på grund af digitalisering (Kolstrup et al 2010: 323). Gordon (2005) definerer i alt fem kategorier: ejerskabskonvergens, taktisk konvergens på tværs af organisationer, strukturel konvergens mellem organisationer eller redaktioner, research-konvergens og konvergens i distributio-

nen. Da dette projekt har fokus på konvergens i produktionen, definerer vi med inspiration fra Gunnar Nygren (2008; 2014) konvergens som: Når to eller flere organisationer, redaktioner eller arbejdsopgaver smelter sammen.

Multiskilling: Journalister, der arbejder med flere funktioner og i en integreret proces, kan lave journalistik rettet mod udgivelse på forskellige platforme. Flere typer af multiskilling kan eksistere samtidigt:

- Når én reporter håndterer hele produktionsprocessen fra at indsamle materiale til at producere, redigere (til radio/tv) og præsentere det for brugerne.
- Når én reporter producerer til flere platforme for eksempel laver samme historie til tv og web, men uden nødvendigvis at være den, der har indsamlet materialet. Det kan også være det at arbejde på tv-plattformen den ene dag og radio den næste (Nygren 2014).

Platforme/flader: Definerer forskellige former for distributionskanaler: Tv, radio, print og net. Det vil sige den teknologi, der bruges til at levere produktet til modtageren. I vores undersøgelse bruges begrebet ligeledes til at definere de forskellige kanaler, som TV 2 udkommer på: 19/22-udsendelsen, News' programmer, nettet og sociale medier.

1.6 FORSKERENS EGEN ROLLE

Undervejs i denne undersøgelse har vi været meget opmærksomme på vores egen rolle som journalister, fordi det på én og samme tid har bidraget positivt og skabt udfordringer for os. Hanne Kathrine Krogstrup og Søren Kristiansen (1999) beskriver, at der kun er meget få nutidige eksempler på forskere, der udfører undersøgelser inden for deres eget miljø og kontekst (Kristiansen & Krogstrup 1999: 72). Det er dog netop det, vi gør i denne undersøgelse. Vi er alle journalister og kender alle til den type arbejde, der foregår i TV 2's nyhedscenter. Én af os har sågar arbejdet i TV 2 Nyhederne under rapportens udarbejdelse.

Vi undersøger altså et miljø, vi selv er en del af, og det kan skabe en fare for, at vi har kunnet overse hændelser, fordi mange af processerne har været en slags *common sense*-viden, ligesom vi, fordi vi på mange måder deler faglighed med den gruppe, vi undersøger, kan have glemt at stille spørgsmål til dag-til-dag-rutinerne på TV 2 (Kristiansen & Krogstrup 1999). Vi er ligeledes opmærksomme på, at det betyder, at vi allerede fra begyndelsen har haft en del forforståelse af vores genstandsfelt, og at denne spiller en aktiv rolle i måden, hvorpå vi udvælger, analyserer og reflekterer over undersøgelsens empiri og teori. Disse overvejelser uddybes i det metodiske afsnit.

1.7 UNDERSØGELSENS STRUKTUR

Efter dette indledende kapitel, præsenteres undersøgelsens metodiske værktøjskasse i [kapitel 2](#). Vi har foretaget en række metodiske valg i forhold til at nuancere og imødekomme det faktum, at den organisering, vi undersøger på TV 2, løbende modelleres og evalueres af ledelsen, og at den endvidere var på et tidligt stadie, da vi begyndte studiet. Valg og afgrænsninger i den forbindelse vil vi gennemgå i metodekapitlet.

Herefter følger i [kapitel 3](#) den teori, vi anvender gennem undersøgelsen. Her ses en opdeling i a) konvergensteori, der kan forklare de omstruktureringer, vi har set i alverdens mediehuse gennem de seneste årtier, og som danner et teoretisk bagtæppe for TV 2's omstrukturering, og i b) teori om den journalistiske kultur, der kan være medvirkende til at forklare, hvorfor der ofte opstår modstand blandt journalisterne, når ledelsen forsøger at konvergere nyhedsproduktionen.

Efter det teoretiske kapitel følger en beskrivelse af vores case, TV 2, og den nye organisering, der er undersøgelsens fokus. Dette [kapitel 4](#) analyserer samtidig, hvordan ledelsen har præsenteret og begrundet visionen med Nyhedscenteret og skal således vise omstruktureringens formål og den konkrete strategi i ledelsens optik. Dermed besvarer dette kapitel vores første arbejdsspørgsmål.

Herefter følger i [kapitlerne 5, 6 og 7](#) en analyse af Nyhedscenteret i praksis. Analysen er treleddet og behandler vores indsamlede empiri for sig, således at første del slår nogle generelle problematikker og tendenser fast ved at behandle de kvantitative data fra vores spørgeskemaundersøgelse. Anden del søger at besvare første del af problemstillingen og afdækker ved hjælp af vores observationer, hvordan den journalistiske arbejdspraksis i Nyhedscenteret ser ud. Tredje og sidste analysedel har fokus på vores forskningsinterview og dykker dybere ned i, hvordan journalisterne oplever og forholder sig til den nye struktur.

Efter de analytiske kapitler tager vi i diskussionen i [kapitel 8](#) fat i spørgsmålet om, hvor faget er på vej hen. Vi vil her diskutere, om de tendenser, vi ser, kan være udtryk for en mere generel ændring af journalistikken og de journalistiske praksisser.

Dette leder os frem til en konklusion i [kapitel 9](#), der efterfølgende munder ud i en række forslag til yderligere undersøgelser inden for området på baggrund af denne undersøgelses resultater i et perspektiverende [kapitel 10](#).

2 METODE: UNDERSØGELSENS VÆRKTØJSKASSE

Vi har i denne undersøgelse foretaget mange metodiske valg og fravalg – nogle meget planlagte, andre mere uforudsete. Dette kapitel vil gennemgå de metodiske overvejelser, vi har gjort os forud for og undervejs i undersøgelsen. Kapitlet er således en introduktion til de forskellige fremgangsmåder, der leder os til en besvarelse af vores problemformulering, ligesom det introducerer vores empiri, genstandsfelt og videnskabsteoretiske ståsted. Vi diskuterer desuden i dette kapitel reliabiliteten og validiteten af vores empiri.

2.1 CASESTUDIET - HVORFOR OG HVORDAN?

“Der findes intet slægtskab mellem holdningsløshed og videnskabelig aktivitet” (fra Kristiansen & Krogstrup 1999: 85). Sådan skrev Max Weber i 1982, og citatet illustrerer, hvorfor vi netop har fundet det interessant at dykke ned i den stadigt mere konvergerede nyhedsproduktion. Vi har en holdning til den, vi finder problemstillingen interessant, fordi vi selv som journalister har arbejdet i organisationer, hvor produktionen i et eller andet omfang har været konvergeret, og så har vi ofte diskuteret effektiviseringen af nyhedsproduktionen som en mulig ændring af vores profession.

TV 2 er et af de mediehus, der for ganske nylig har gennemgået en omstrukturering mod konvergens i arbejdsprocesserne i nyhedsafdelingen, og da en af forfatterne bag dette speciale har arbejdet på TV 2 Nyhederne under udarbejdelsen af denne rapport og derfor har haft adgang til organisationen, fandt vi det interessant at undersøge journalistisk konvergens som tendens gennem et casestudie af netop denne medievirksomheds nye struktur.

Casestudiet benyttes tit i undersøgelser af, hvad der udspiller sig i forhold til netop nyhedsproduktionen. Her er nærheden til det, man undersøger, altafgørende for at skabe dybde og indsigt i det, der undersøges (Flyvbjerg 1992: 143). Det gør vi også med TV 2, og for at forstå kompleksiteten på området benytter vi et miks af både kvantitative og kvalitative data og lægger os op ad psykologen Robert K. Yin's definition af casestudiet beskrevet af Kjeld Nielsen (2006). Yin definerer casestudiet som:

(...) en empirisk undersøgelse, som undersøger et samtidigt fænomen i dets virkelige kontekst, især når grænserne mellem fænomen og kontekst ikke er klart synlige, og hvor der er mulighed for at anvende flere informationskilder til belysning af fænomenet (Nielsen 2006: 155).

Casestudiet kan vise uligheder i meninger, ligesom det kan vise, hvordan personlige eller professionelle normer kan påvirke en given problemstilling, eller hvilken forandring, der fungerer, og hvilken, der er mislykket (Merriam 1994: 110).

TV 2 Nyhederne er dels valgt på baggrund af, at vi her har kunnet få fuld adgang til at undersøge vores problemfelt, men vi mener også, at TV 2 Nyhederne kan fungere som et eksempel på en vej, som mange danske og udenlandske mediehuse tager i disse år. TV 2 har blandt de store mediehuse i Danmark været "rosinen i pølseenden" i forhold til at sætte konvergens i de journalistiske arbejdsprocesser på skemaet. Nordjyske, Fynske Medier, Berlingske Media og DR Nyheder er eksempler herhjemme fra på nyhedsmedier, der allerede har gennemført lignende omstruktureringer. Fordi vi er med under selve implementeringen af den nye struktur på TV 2 Nyhederne, mener vi at kunne få en unik adgang til de udfordringer, det kan give at sadle om i nyhedsproduktionen.

At undersøge en løbende proces stiller dog specielle krav til måden, vi går til genstandsfeltet på. Konkrete fakta kan hurtigt ændre sig; nye platforme kan opstå, arbejdsgangene på TV 2 kan ændres igen, ligesom direktionsstrategien hurtigt kan forandre sig. Medievirkeligheden ændrer sig hele tiden, og analyser af den kan hurtigt blive forældede. Men ved at undersøge de underliggende handlemønstre og den kultur, som strategien og de nye platforme møder, mener vi, at undersøgelsen kan bidrage til relevant viden på trods af omskifteligheden i medieorganisationerne.

Historisk har casestudiet været en ateoretisk strømning, der kun var praksisorienteret via de enkelte cases, man studerede (Rendtorff 2007: 242). I dag og i vores undersøgelse bruges casestudiet dog teorifortolkende, hvilket vil sige, at vi analyserer og fortolker ud fra et teoretisk ståsted, som, vi mener, kan bidrage til at beskrive og udfordre vores empiriske materiale. Med afsæt i den teoretiske viden mener vi nemlig at kunne nuancere den empiriske indsigt og diskutere, hvorfor og hvordan den journalistiske arbejdsproces har ændret sig, efter at TV 2 introducerede konvergensstrategien på redaktionen.

2.1.1 VIDENSKABSTEORI I CASESTUDIET

Fordi casestudiet kan bygge på mange forskellige epistemologier og teoretiske retninger, har vi fundet det relevant at reflektere over forskningsstrategien omkring vores studie. Skal casen udelukkende hjælpe til at lave en dybdegående analyse af noget unikt, eller kan den også være et udtryk for et mere generelt fænomen og derved give "*det gode eksempls magt*" (Flyvbjerg 1992: 149)? Vi mener, at den kan begge dele. Derfor har vores ønske været at lave en dybdegående og kvalitativ undersøgelse

af TV2's omstrukturering – for herefter at trække generelle indikatorer ved denne ud. Og derfor har det været vigtigt for os at overveje, hvordan det har kunnet lade sig gøre.

Ifølge Flyvbjerg (1992) kan denne dobbeltsidighed i casestudiet opnås, hvis man vælger en case, der har strategisk betydning i forhold til en overordnet problemstilling. Og selvom TV 2 Nyhederne er valgt ud fra flere parametre, mener vi, at virksomheden som case også kan kategoriseres som strategisk. Man kan forestille sig, at de problemstillinger, ledelsen og medarbejderne har mødt under implementeringen af det nye nyhedscenter, også ville kunne udspille sig i andre medievirksomheder, og derfor finder vi det i et bredere perspektiv interessant at se på, hvordan journalisterne på TV 2 har taget imod den nye, konvergerede arbejdsstruktur.

Flere forskere taler endvidere om, at det teoretiske fundament er med til at gøre en analytisk generalisering mulig. Ifølge Nielsen beskriver Yin eksempelvis, at brugen af teori ikke kun hjælper, når undersøgelsens forskningsdesign skal udformes, men at det også er en motor for at generalisere resultaterne fra casestudiet (Nielsen 2006: 156). Vi har her flere tilgange til, hvordan genstandsfeltet kan studeres – dette fordi vi bruger forskellige metodiske tilgange og teoretiske retninger i samspil med hinanden. Vi benytter os både af kvalitative interview, statistisk materiale og forskellige teoretiske tekster i vores forsøg på at studere fænomenet, og vi forsøger derved at gøre casestudiet til en illustration af de reelle virkelighedsbilleder og de forskellige teoretiske pointer.

2.2 PRÆSENTATION AF TEORI

Undersøgelsens teori opdeles som nævnt i et konvergensteoretisk afsnit, der kan forklare den bevægelse af omstruktureringer, der har præget mediebilledet gennem de seneste årtier, og som giver et teoretisk fundament for TV 2's omstrukturering, og et kulturelt afsnit, der undersøger den journalistiske institution, og som kan være med til at forklare, hvordan journalisterne forholder sig til den konvergerede nyhedsproduktion.

For at besvare den første del af vores problemformulering inddrager vi først forskellige teorier om mediekonvergens for at kunne analysere den virkelighed, som TV 2 befinder sig i. Teorien tager udgangspunkt i andre praksisorienterede studier fra ind- og udland samt tekster om den markante digitale og økonomiske udvikling, mediebilledet har gennemgået de seneste årtier.

Vi vil i vores teoretiske kapitel diskutere forskningen yderligere, men nedenfor har vi illustreret de typer af studier, der har været indflydelsesrige, og hvad deres undersøgelsesfokus har været. Med dette

teoretiske udgangspunkt mener vi at kunne optegne et genstandsfelt, hvor vi kan sætte spørgsmålstegn ved eller forklare ledelsens bevæggrunde for at gennemføre omstruktureringen. Desuden får vi gennem teoriernes brede begrebsapparat og konklusionerne fra lignende newsroom studies mulighed for at danne os en forståelse af, hvordan journalister har reageret, når deres arbejdspladser har indført tværmediale strategier. Disse erfaringer har vi taget med os i tilrettelæggelsen af observationsstudiet, forskningsinterviewene og spørgeskemaundersøgelsen.

TABEL 1: FORSKNING I MEDIEKONVERGENS

ANALYSEOBJEKT OG FOKUS	Den konvergerede organisation	Den konvergerede produktion	Den konvergerede kultur
Empirisk fokus	Fokus på konvergens mellem forskellige organisationer eller internt i organisationer, f.eks. via partnerskaber.	Fokus på konvergens i produktionen/indholdet og i arbejdsprocesserne i den konvergerede organisation – herunder den fysiske indretning.	Fokus på mødet mellem journalistisk kultur og konvergens.
Metodisk fokus	Organisationsanalyse med det formål at beskrive grundlaget for at konvergere mellem medier.	Indholdsanalyse, kvantitative analyser og målgruppeanalyse.	Organisations- eller feltanalyser med henblik på at se ændrede praksisser.
Teoretisk fokus	Hovedvægt på økonomiske og organisatoriske teorier. Her udvikles hypoteser om forskellige stadier af konvergens	Hovedvægt på teknologiske teorier om potentialet for det tværmediale produkt.	Hovedvægten på kulturso- ciologiske teorier eller felt- teori med fokus på hierar- kier mellem medieplat- forme.
Studier	Dailey et al. (2005) Gordon (2003) Cottle & Ashton (1999)	Erdal (2011) Dupagne & Garrisson (2006) Boczkowski (2004) (Bocz- kowski & Ferris 2005) García-Avilés et al. (2014)	Hartley (2011; 2013) Deuze (2005) Larrondo et al. (2014) Nygren (2008; 2011; 2014).

(Lavet med inspiration fra Hartley 2011: 41).

Vores undersøgelse læner sig i høj grad op ad det, vi i skemaet har valgt at kalde den konvergerede kultur. Derfor har vi også haft et behov for at gøre brug af en række teoretiske begreber, der kan fortælle os om, hvad journalistisk kultur er, og hvordan den opstår.

Den journalistiske kultur er i sig selv et svært definerbart begreb, og teorien på området er omfattende, dog uden nødvendigvis at passe direkte ind i den konvergerede nyhedsproduktion. Vi har derfor, med respekt for at begrebet er flydende, forsøgt at definere nogle fællestræk. Her har vi valgt at inddrage institutionel teori i forsøget på at skitsere en journalistisk kultur med dertil hørende idealer, normer, regler og rutiner.

Endvidere udbygger vi kulturteorien med konkrete studier af, hvordan journalister i andre sammenhænge har forholdt sig til de forandringer i arbejdsvilkår og –praksisser, konvergensstrategierne har medført. En af de konklusioner konvergenslitteraturen ofte når frem til er som tidligere nævnt, at en stærk journalistisk kultur er noget af det, der kan forhindre integration og samarbejde på tværs (Nygren 2008; Deuze 2007; Larrondo et al. 2014). Forskellige tempi, værdier og rutiner kan gøre det kompliceret at indføre konvergens, hvorfor vi mener, at en teoretisk forståelsesramme af begreber om journalistisk kultur kan være med til at afdække, hvordan journalisterne forholder sig til de nye konvergerede produktionsforhold.

2.3 PRÆSENTATION AF EMPIRI

Vi har ønsket at indsamle empiri, der ville kunne give os et indblik i, hvordan den nye struktur på TV2 Nyhederne har påvirket de redaktionelle arbejdsprocesser og journalisternes praksis, og så har vi haft en interesse for at dykke ned i, hvad der egentligt foregår bag murene på en journalistisk arbejdsplads. Det har betydet, at vi har søgt at indsamle empiri om både formelle og uformelle processer, herunder:

- Ledelsens strategi for og italesættelse af Nyhedscenteret
- Samarbejde/kommunikation mellem journalister og redaktører på forskellige platforme
- Prioriteringer, beslutningsprocesser og arbejdsgange
- Idéudvikling, research og forberedelse
- Effektivitet og formidling

Den empiri er som vist i figuren nedenfor indsamlet gennem flere metodiske tilgange. Figuren er lavet med inspiration fra Ida Schultz (2006), og kolonnerne formidler de typer af data, der er indsamlet, mens rækkerne skelner mellem, hvorvidt der er tale om primære data, som lægges til grund for analy-

sen, eller sekundære data, der ikke bliver gjort til genstand for analyse, men som alligevel er væsentlige for vores forståelsesramme.

TABEL 2: OVERSIGT OVER UNDERSØGELSENS EMPIRI

PROJEKTETS METODE	Primære data	Sekundære data
Observationer	En uges ophold på TV 2 i både København og Odense. Observation af journalister og redaktører samt deltagelse i redaktionsmøder og udvalgte ledelsesmøder	Observation af andre nyhedsmedarbejdere, herunder redigeringsteknikere, journalister uden for genstandsfeltet, fotografer etc. Pilotundersøgelse foretaget forud for observationsperioden.
Spørgeskema	Spørgeskema udsendt til journalister, der har været en del af omstruktureringen i forbindelse med Nyhedscenteret.	Læsning af lignende spørgeskemaer, eksempelvis Ralf Anderssons (2013) til DR-medarbejdere.
Dokumenter	Interne TV 2-rapporter og -dokumenter om omstruktureringen, koncept- og policy-papirer og rundowns for nyhedsudsendelser	Offentlige artikler om omstruktureringen fra f.eks. Journalisten.dk, Mediawatch.dk og dagbladene.
Interview	11 bandede interview med journalister og redaktører fra Nyhedscenteret.	Samtaler og småinterviews med journalister og hovedtillidsmanden på TV 2 under den deltagende observation. Samtaler med Ralf Andersson, der har lavet lignende studier.

(Lavet med inspiration fra Schultz 2006).

Da vi undersøger cross media-journalistik på TV 2 Nyhederne ud fra journalisternes hverdag, har vi fundet det væsentligt, at vi rent faktisk selv har fulgt og observeret de nye arbejdsprocesser og rutiner, som journalisterne nu skal arbejde ud fra. Samtidig har vi også fundet det relevant at se på, hvordan omstruktureringerne er blevet meldt ud fra ledelsens side, for at vi kan se, hvilken type af konvergens man her søger at opnå. Sidst men ikke mindst har vi også fundet det relevant at vide noget om,

hvad journalisterne egentlig forstår ved omstruktureringen, hvad de mener det betyder for deres arbejdsprocesser, og hvordan de forstår sig selv i de nye roller, de måske har fået.

For at kunne besvare alle de spørgsmål er det ikke nok at have én metodisk fremgangsmåde. Vi har derfor lavet et struktureret observationsstudie, der skal fortælle os, hvordan journalisterne arbejder under og italesætter den nye konvergensjournalistik på TV 2 Nyhederne. Dette har vi brugt til at eksemplificere forskellige problemstillinger, som vi herefter har fulgt op med interview og spørgeskema, hvor vi har kunnet få uddybet og kommenteret på omstruktureringen.

Men for først at forstå i hvilket lys ledelsen har introduceret den nye arbejdsstruktur på TV2 Nyhederne, har vi gjort brug af relevante interne dokumenter, som løbende under implementeringen er blevet sendt ud til medarbejderne. Det gælder mails, evalueringer, PowerPoint-præsentationer og små videoer. Ud over at det helt praktisk har givet os indsigt i, hvordan den nye struktur er blevet meldt ud, har vi kunnet få et indblik i den retorik, ledelsen har anvendt om omstruktureringen. Rapportens analyse er dog primært bygget på de kvalitative data, der er indsamlet som en del af casestudiet.

2.4 DELTAGENDE OBSERVATION

For bedst at kunne beskrive og registrere, hvordan de redaktionelle og journalistiske processer påvirkes af den nye produktionsform, har vi indsamlet empiri via deltagende observation på TV 2 Nyhederne redaktioner i København og Odense. Det har givet os et indblik i, hvordan journalisterne på et af landets største nyhedsmedier arbejder.

Vi har været på redaktionerne i en uge i marts på alle hverdage. Her deltog vi i løbet af hele nyhedsdøgnet fra kl. 03 til kl. 21 i relevante redaktionsmøder, i efterkritik, og generelt fulgte vi journalister og redaktørers arbejde tæt. Vi lavede desuden spontane interview med medarbejderne for at få lejlighed til at få svar på eventuelle spørgsmål om processerne på redaktionen (Kristensen 2007: 282). Som baggrund for observationerne har vi taget afsæt i Kristiansen & Krogstrup (1999) samt Morten Skovsgaard og David Hopmann (2014).

Deltagende observation giver forskeren mulighed for at beskrive og fortolke den virkelighed, den undersøgte gruppe befinder sig i, fordi forskeren er med på sidelinjen i de naturlige omgivelser. Observation er således den mest direkte adgang til at generere data om social adfærd, der eksempelvis udspiller sig gennem forandringer (Kristiansen & Krogstrup 1999: 7,57). For os betyder det, at den deltagende observation giver os mulighed for at fortolke, hvordan medarbejderne på TV 2 arbejder i praksis,

fordi vi kan ”*observere forekomsten af forskellige typer af hændelser og sociale handlinger*” (Kristiansen & Krogstrup 1999: 57).

Da vores observationsperiode kun varede én uge, har vi været nødt til at gå til observationerne meget struktureret. Vi har derfor på baggrund af vores teoretiske fundament identificeret en række kategorier ud fra begrebet konvergens, som vi har iagttaget under observationen. Vi har derudfra udarbejdet en observationsguide, som vi har kunnet gå ud fra (se Bilag 10).

Vi har dog uden tvivl også mødt vores genstandsfelt med en række af vores egne tanker om hvilke situationer, der ville være interessante at iagttage, så med henblik på at indfange de relevante dimensioner i situationerne har vi også noteret andre fokuspunkter ned, når de opstod (Kristiansen & Krogstrup 1999: 58, 71). Vi har desuden også gjort brug af andet end synssansen under vores deltagende observation ved eksempelvis at spørge journalister og redaktører om arbejdsprocesser og rutiner undervejs (Kristiansen & Krogstrup 1999: 45).

Kritikere af den strukturerede deltagende observation vurderer, at den stramme struktur kan betyde, at de data, man indsamler, i høj grad er påvirket af, at de observerede ændrer handlemåde, fordi observatøren er til stede. De når ikke at føle sig trygge ved at handle og tale frit, som de kunne, hvis observatøren ikke var til stede, og derfor bliver empirien derefter (Kristiansen & Krogstrup 1999; Cottle 1998).

Vi er dog opmærksomme på, at det kan smitte af på resultaterne, men mener også, at det her har haft en positiv betydning, at vi med vores baggrund som journalister har kunnet falde let til på redaktionen. Katja Brandt Andersen, der har arbejdet på TV 2, mens vi har udformet undersøgelsesrapporten, har desuden været så naturlig en del af redaktionen, at den redaktionelle dagligdag bare har gået sin gang, selvom hun har været der i rollen som observatør.

2.4.1 PÅ REDAKTIONEN

Der har fra start været fuld åbenhed om, hvorfor vi skulle observere på redaktionen på TV 2, og vi fik lov til at få adgang til alle redaktionsmøder og derudover til at bevæge os frit rundt i huset. Så for at få en fornemmelse af redaktionsgangen og atmosfæren til redaktionsmøderne lavede vi ugen op til vores observationer en pilot. Efter aftale med TV 2 har vi ikke måttet lave lyd- eller videooptagelser på redaktionen og til møderne, og vi ønskede derfor også i piloten at finde ud af, hvad der fungerede bedst i forhold til notatteknik og deltagelse på redaktionen.

Litteraturen om den deltagende observation beskriver, at det kan være hæmmende at sidde med en notesblok og skrive ned, mens man observerer, fordi det gør de observerede meget opmærksomme på, at det, de siger, bliver noteret (Kristiansen & Krogstrup 1999: 15ff). Men når journalisterne selv havde blok og kuglepen med sig rundt på redaktionen og til møderne, var det ikke mærkeligt, at vi også sad med en blok. Faktisk var det nærmest helt naturligt at tage noter. Vi blev derfor enige om bare at skrive ned, når der var noget at notere. Pilotobservationen gjorde os desuden opmærksomme på vores egne roller som observatører. Fordi vi alle er journalister, var det en disciplin kun at være observatør, når historier og nye vinkler blev diskuteret på redaktionsmøderne, ligesom det var en disciplin løbende at få journalisterne til at sætte ord på praksisser, der på grund af vores faglige baggrund kunne synes selvfølgelige.

Da vores reelle observationsuge gik i gang, blev der ved ankomsten til det første redaktionsmøde foretaget en kort præsentation af hver af os, og efterfølgende spurgte flere journalister og redaktører ind til projektets formål og hypoteser. Rent praktisk foregik observationen sådan, at vi på hver vagt primært fulgte én journalist og det, der skete i den journalists nærområde, samtidig med at vi var til stede ved alle relevante redaktionsmøder. Vi havde på forhånd udvalgt forskellige funktioner på forskellige tidspunkter af døgnet, sådan at vi fik dækket de fleste af de vagter, der er i Nyhedscenteret. På trods af et fokus på én person, kunne vi nemt også følge med i, hvad der foregik hos redaktører og andre journalister, fordi journalisterne i Nyhedscenteret har base samme sted.

Journalisternes arbejdsdag foregår i høj grad foran computerskærmen, og det var en udfordring for os, at meget tid gik med at skrive manus eller artikler. Men vi brugte ofte den tid, hvor de ikke kommunikerer fysisk med andre, til at stille spørgsmål til arbejdsgange eller give journalisterne mulighed for at sætte ord på det arbejde, de udførte. Som vores observationsuge skred frem, fik vi også automatisk en mere deltagende rolle, fordi vi kunne indgå i redaktionelle samtaler mellem journalisterne eller lave små ustrukturerede interview med de journalister, vi observerede, uden det blev særligt bemærket på redaktionen. Og fordi vi fulgte én journalist per vagt, oplevede vi også at være mere deltagende, som dagen gik, fordi den observerede journalist helt tydeligt blev mere tryk ved os. Det kom blandt andet til udtryk ved, at vi blev inddraget i beslutninger om manuskriber, vinkling eller billeder til et indslag - selvfølgelig uden at vi kunne eller ville tage et ansvar.

Vi afsluttede hver observationsdag med at nedfælde de håndskrevne noter på computer efter de relevanspunkter, vores observationsguide foreskrev. Alle noter fra observationsstudiet findes i kondenseret form efter dato og observationssted i vores bilag (Bilag 11-Bilag 19).

2.5 FORSKNINGSINTERVIEW

Observationsstudiet skabte en række fixpunkter og stillede samtidig nogle nye spørgsmål om journalisters daglige rutiner og den nye arbejdspraksis, som det har været naturligt at indsamle yderligere kvalitative data om. Derfor har vi fundet det relevant at inddrage uddybende kvalitative interview for at kunne nuancere problematikkerne omkring den nye arbejdsstruktur.

Formålet har været at tilegne os en viden, som ikke er observerbar - dette fordi de redaktører og journalister, vi har interviewet, besidder andre holdninger, tanker om og forståelser af den nye arbejdsstruktur, end den anvendte teori og vores observationer giver (Kvale & Brinkmann 2009: 48). Desuden har denne kvalitative dimension givet os mulighed for at få journalisterne til at sætte ord på deres journalistiske idealer og faglige selvforståelse, ligesom vi har kunnet iagttage en række forskelle mellem, hvad de siger til os, og hvordan de handler i dagligdagen på redaktionen.

Vi har gjort brug af semistrukturerede interview og udformet en interviewguide, der har dannet grundlag for interviewene med Nyhedscenterets journalister (se Bilag 20: 148). Til redaktører og chefer samt journalister uden for Nyhedscenteret har vi benyttet os af lignende, men dog lidt anderledes udformede spørgsmål (se henholdsvis Bilag 20: 143, 147, 145, 146).

Interviewenes tematikker er fremkommet dels på baggrund af de læste teoretiske tekster, dels fra observationsstudiet og dels gennem indholdsanalysen af ledelsens mål og visioner med omstruktureringen. Eksempelvis vidste vi, at der foregik en slags hierarkisering, der handler om, at nogle medarbejdere er endt som "dedikerede" til én platform, mens andre er endt i Nyhedscenteret. Vi kunne derfor spørge ind til, hvad det betyder for den måde, journalisterne i Nyhedscenteret ser sig selv på, og hvordan italesættelsen af de dedikerede og de "ikke dedikerede" påvirker dagligdagen. Og fordi vi havde læst os grundigt ind på ledelsens præsentation af Nyhedscenteret og haft indledende interview med både nyhedscenterchef Mikkel Hertz og en af nøglepersonerne i planlægningen af omstruktureringen, Christoffer Nestor, kunne vi spørge medarbejderne om, hvor godt de føler sig informeret om planerne for fremtiden med videre. Spørgsmålene er formuleret åbent, sådan at interviewpersonerne har haft plads til at tegne deres egen forståelse af genstandsfeltet.

2.5.1 INTERVIEW- OG OBSERVATIONSPERSONER

Vi har foretaget i alt 11 interview med relevante medarbejdere i og omkring Nyhedscenteret. Med undtagelse af et enkelt interview har vi valgt andre medarbejdere end dem, vi har fulgt på observationsdagene. Dette er bevidst, idet vi allerede havde fået pointer fra dem ud fra de små interview, vi foretog løbende. Når vi benytter udsagn fra det indsamlede materiale – det være sig fra både båndede og ikke-båndede interview og fra den deltagende observation – anonymiserer vi journalisterne. Det gør vi for, at medarbejderne har kunnet tale frit, og fordi vi mener, at det i højere grad har relevans at kende deres funktion end deres navn. For at bevare journalisternes anonymisering har vi også valgt at fjerne eller anonymisere henvisninger til nogle af de konkrete nyhedsforløb eller personer på redaktionen, hvorfor vi også betegner alle journalister som "han". Vi anonymiserer ikke redaktører og chefer, men hvis disse i nogle passager taler om konkrete medarbejdere eller historier, der leder tilbage til enkelte medarbejdere, vil disse være anonymiserede. Vi har dog vedlagt ikke-anonymiserede interview i vores bilag, der holdes fortrolige (Bilag 21-Bilag 31).

De journalistiske medarbejdere har vi udvalgt ud fra et forsøg på at dække de forskellige funktioner i nyhedscenteret. Typologierne har vi identificeret på baggrund af dels teorien og dels vores observationsstudier i og omkring Nyhedscenteret. Disse typologier er ikke et analyseværktøj, men derimod et greb, vi har brugt i udvælgelsen af interviewpersoner:

- Den nye digitale. Reporteren er ansat som et led i omstruktureringen og har således ikke været på TV 2 længere end seks måneder og producerer primært til tv2.dk. Reporteren er desuden ansat som tværmedial reporter.
- Den rutinerede digitale. Reporteren kommer fra tv2.dk og er blevet en del af Nyhedscenteret som et led i omstruktureringen. Reporteren har ikke tidligere produceret til andet end tv2.dk, men har været på TV 2 i længere tid.
- Den nye News-reporter. Reporteren har tidligere kun produceret til News og har ikke en høj anciennitet. Reporteren er ikke vant til producere til andre platforme.
- Den rutinerede News-reporter. Reporteren har været på News inden omstruktureringen og har en høj anciennitet på TV 2 Nyhederne. Reporteren er ikke vant til at producere til andre platforme.
- Den nye hovedkanalsreporter. Reporteren har tidligere kun produceret til 19- eller 22-nyhederne og har ikke høj anciennitet. Reporteren er ikke vant til at producere til andre platforme.

- Hovedkanalsreporter. Reporteren har arbejdet særskilt på 19- eller 22-udsendelsen inden omstruktureringen, men er nu en del af Nyhedscenteret. Reporteren har høj anciennitet på TV 2 Nyhederne. Reporteren har ikke før været vant til at producere til nettet eller til News.
- Den dedikerede reporter. Reporteren arbejder fortsat med at producere til 19- eller 22-udsendelsen. Reporteren er således ikke en del af Nyhedscenteret, men forventes stadig at tænke tværmedialt i de historier, han producerer.

Vi har fundet det relevant at inddrage to chefer i vores interview. Dette for både at få mulighed for at stille uddybende spørgsmål til deres vision med og mission for Nyhedscenteret og for at kende deres opfattelse af, hvordan indførelsen af Nyhedscenteret rent praktisk har påvirket det journalistiske arbejde.

- Nyhedscenterredaktøren. Tværgående redaktør i Nyhedscenteret. En ny stilling, der indført med Nyhedscenteret, og som skal tænke på tværs af både tv2.dk, TV 2 News og TV 2 Nyhederne. Fem medarbejdere har denne funktion. Vi har interviewet Jan Bjarke Mindegaard.
- Nyhedscenterchefen. Chefen for alle medarbejdere i Nyhedscenteret, Mikkel Hertz.

2.6 SPØRGESKEMA

“Observationer vil sjældent stå alene i en datagenereringsproces, men vil være en integreret del af en sammensat metodisk praksis, hvor for eksempel interview og spørgeskemaer kan udgøre en del af processen” (Kristiansen et al 1999: 45). Efter at have bearbejdet den indsamlede empiri fra observationsstudiet, ønskede vi at spørge Nyhedscenter-journalisterne ind til nogle mere specifikke parametre. Derfor valgte vi i tråd med ovenstående citat at benytte et andet metodisk greb i vores datagenereringsproces – nemlig spørgeskemaet.

Vi har benyttet et elektronisk survey² lavet gennem SurveyXact³, der både understøtter distribution, måling og analyse. Spørgeskemaet er udarbejdet med afsæt i dels vores observationer og dels i projektets teoretiske forankring. Således er intentionen med spørgeskemaet både at aktivere teorien og at bidrage til en undersøgelse af de antagelser, vi har gjort os gennem vores observationer på TV 2 Nyhederne. Spørgsmålene har vi konstrueret ved at konkretisere nogle teoretiske antagelser og nogle

² Med et e-survey benytter man sig af elektroniske medier til at udsende surveyet gennem fx mailsystemer eller hjemmesider. Derefter skal respondenterne besvare spørgeskemaet og dette bliver registreret elektronisk.

³ SurveyXact er et internetbaseret system til spørgeskemaundersøgelser eller e-surveys. SurveyXact er lavet af Rambøll Management Consulting, og det er gennem Roskilde Universitet, at vi som studerende har adgang til dette system (Cramer 2010: 8).

temaer, der gik igen under vores deltagende observation, til enkle målbare spørgsmål, og da undersøgelsen er sket i samarbejde med TV 2, er disse spørgsmål blevet godkendt inden udsendelse af spørgeskemaet.

Surveyet blev udsendt den 14. april 2015. Der blev desuden sendt en reminder to uger efter til de respondenter, der ikke havde svaret. Spørgeskemaet blev første gang sendt ud af en TV 2-medarbejder, idet vi mente, at det ville give en højere svarprocent. Men da vi efterfølgende fik henvendelser om, hvorvidt ledelsen fik svarene fra spørgeskemaet at se, valgte vi selv at sende reminderen. Spørgeskemaet blev lukket den 3. maj 2015. Der arbejder i alt omkring 86 journalister i Nyhedscenteret⁴, og vi har fået 46 gennemførte besvarelser på spørgeskemaet. Det svarer til en svarprocent på 53 procent. Vi fik desuden otte ufuldstændige besvarelser, ligesom spørgeskemaet blev åbnet 17 gange, uden at nogen spørgsmål blev besvaret.

Vi har gennem samarbejdet med TV 2 haft mulighed for at sende e-mails til medarbejderne og dermed haft god mulighed for at nå de journalister, der arbejder i Nyhedscenteret. Vi har således haft en afgrænset population, og udvælgelsen af respondenter er sket på baggrund af, hvem der arbejder i Nyhedscenteret. Alle journalister i Nyhedscenteret er blevet bedt om at svare på spørgeskemaet - imidlertid viste det sig efter kort tid, at den TV 2-medarbejder, som udsendte spørgeskemaet, har sendt det til en bredere postliste, hvor også medarbejdere fra en række fagredaktioner indgår. Spørgeskemaet blev således i første omgang distribueret bredere, og der er derfor en risiko for, at nogle journalister, der kun perifert eller slet ikke er tilknyttet Nyhedscenteret, har svaret. Dermed er der en vis usikkerhed i forhold til svarprocenten.

Vi har derudover fået to henvendelser fra journalister, der ikke er en del af Nyhedscenteret, som henholdsvis fortalte, at de havde svaret eller ville svare, og at der havde været en diskussion på redaktionen om ikke at svare korrekt på baggrundsspørgsmålene, fordi man var bange for, at de kunne kobles til en profil og gives videre til ledelsen. Vi lavede derfor undervejs om i teksten og gjorde det meget klart, at ingen profiler eller svar ville gives videre.

2.6.1 OPBYGNING AF SPØRGESKEMA

Spørgeskemaet bestod af syv spørgsmål samt fire baggrundsspørgsmål. Baggrundvariablene handlede om køn, alder, anciennitet på TV 2 og arbejdssted. Vi har bedt journalisterne svare på spørgsmålene

⁴ Tallet kan variere afhængigt af antallet af faste freelancere.

om deres baggrund, fordi vi mener, at det kan have relevans for svarene, hvor lang tid journalisten har været ansat på TV 2, eller hvilken platform de arbejder på. Journalisterne havde desuden til sidst mulighed for at skrive yderligere kommentarer til vores undersøgelse. Vi gjorde det meget klart både i vores følge-mail og på første side i spørgeskemaet, at alle svar ville være anonyme. I spørgsmålet om alder og anciennitet på TV 2 lavede vi en ratioskala, hvor afstanden mellem de forskellige kategorier var lige store på hele skalaen, for at opretholde journalisternes anonymitet yderligere (Bryman 2004: 226).

Første spørgsmål i spørgeskemaet var lavet som et nominelt spørgsmål, der kunne fortælle os, hvilken platform journalisterne arbejder på. Herefter fulgte et dikotomt spørgsmål, hvor journalisterne kunne svare ja/nej til, om de ville foretrække at være dedikeret reporter i stedet for at arbejde i Nyhedscenteret. De næste spørgsmål er lavet som batterier, hvor journalisterne skulle sætte kryds ved forskellige udsagn. Disse spørgsmål havde til hensigt at måle, hvordan journalisterne oplever de muligheder og produktionsvilkår, Nyhedscenteret giver dem. Svarmulighederne var derfor lavet som en ordinal skala-type, som ligesom ratioskalaen kan rangordnes. Svarene var inddelt efter "i høj grad, i nogen grad, i mindre grad, slet ikke og ved ikke" (Bryman 2004: 227). To spørgsmål har vi lavet som "påstande", som journalisterne på en ordinal skala kan erklære sig enig eller uenig i. Det drejer sig om spørgsmål, der behandler henholdsvis, hvor godt journalisterne følger sig informeret af ledelsen, og hvordan de opfatter dem selv i arbejdet som journalist, efter at Nyhedscenteret er kommet til. Vi har derfor konstrueret skalaen efter "enig, overvejende enig, hverken eller, overvejende uenig og uenig". I spørgsmålet om, hvorvidt opfattelsen af dem selv som journalist har ændret sig, giver vi desuden muligheden for at kommentere på hvordan, hvis de svarer henholdsvis "enig" eller "overvejende enig".

Vi har desuden i alle spørgsmålene – dog ikke baggrundsspørgsmålene – givet journalisterne mulighed for at vælge "ved ikke" og "ønsker ikke at svare", da en række digitale reportere er nyansatte og derfor måske ikke kender svaret på alle spørgsmål, og fordi vi på baggrund af vores observationer og sekundære empiri blev opmærksomme på, at emnet "Nyhedscenteret" fik nogle til ikke at ville tale med os. Spørgeskemaets spørgsmål findes i Bilag 34, mens resultaterne findes i Bilag 34.

2.7 HVORDAN BEARBEJDES VORES DATA? - PROJEKTETS RELIABILITET

Da undersøgelsen dykker ned i en igangværende implementeringsproces, kan visse analytiske pointer og konklusioner, som denne undersøgelse vil drage, være under ledelsens bevågenhed eller have ændret karakter, efter det sidste punktum i denne undersøgelse er sat. Det er vi bevidste om, men mener samtidig, at vi sikrer validiteten i vores undersøgelse ved kun at konkludere på det øjeblikbillede, vi

har foretaget undersøgelsen indenfor. Vi kan altså ikke producere samme resultat i en senere sammenhæng, og den sandhed, som vi genererer i undersøgelsen, vil ikke være universelt gyldig. Vi sikrer dog en reliabilitet, idet vi gør vores fremgangsmåde eksplicit for læseren, så denne kan vurdere undersøgelsens resultat og lave et lignende studie til sammenligning på et andet tidspunkt.

Det er os som forskere, der fortolker de svar, vi har fået, og det er os, der finder de meningsammenhænge, der kan ligge mellem linjerne (Kvale & Brinkmann 2009: 72). Dette placerer vores metodiske bearbejdelse af den kvalitative empiri inden for den fortolkningsvidenskabelige tradition. Fortolkningen påvirkes af vores verdensanskuelse og gør, at vi ikke kan overføre vidensproduktionen fra vores interview direkte til andre situationer. Dog kan vi gøre nogle analytiske generaliseringer i undersøgelsen, når interviewene sættes i relation til projektets teori og fundne empiri. En objektiv generalisering af vores viden opnået gennem disse interview er dog ikke målet.

I forlængelse af vores definition af casestudiet mener Robert K. Yin, at den metodetriangulering, der sker i casestudiet varetager gyldigheden, fordi der bruges flere kilder og metoder for at indsamle data (Nielsen 2006: 155). Vi synliggør eksempelvis denne indsamling og empirien i vores bilag. Det er klart, at vi i vores undersøgelse kunne have haft flere informanter ved eksempelvis at interviewe flere repræsentanter fra ledelsen eller ved at lave samme undersøgelse igen længere fremme i omstrukturingsforløbet. Med mere tid ville det have øget undersøgelsens validitet, fordi vi således ville gøre vores datasæt langt større og dermed mere dækkende i forhold til, hvad det har været vores ønske at undersøge.

Det, at vores spørgeskema er sendt bredere ud, end det var tiltænkt, betyder, at der kan være dedikerede eller fagreportere, der optræder i besvarelsen. Det har ikke været muligt for os at kontrollere det, men vi har dog forsøgt at tage højde for, at dette kunne ske ved at lade de to første spørgsmål i spørgeskemaet handle om hvilken platform, man er tilknyttet i Nyhedscenteret, og om hvorvidt man hellere ville sidde som dedikeret end i Nyhedscenteret. Dette burde medvirke til, at kun reportere fra Nyhedscenteret ville besvare, og det kan da også forklare det forholdsvis høje antal respondenter, der har åbnet spørgeskemaet uden at besvare det.

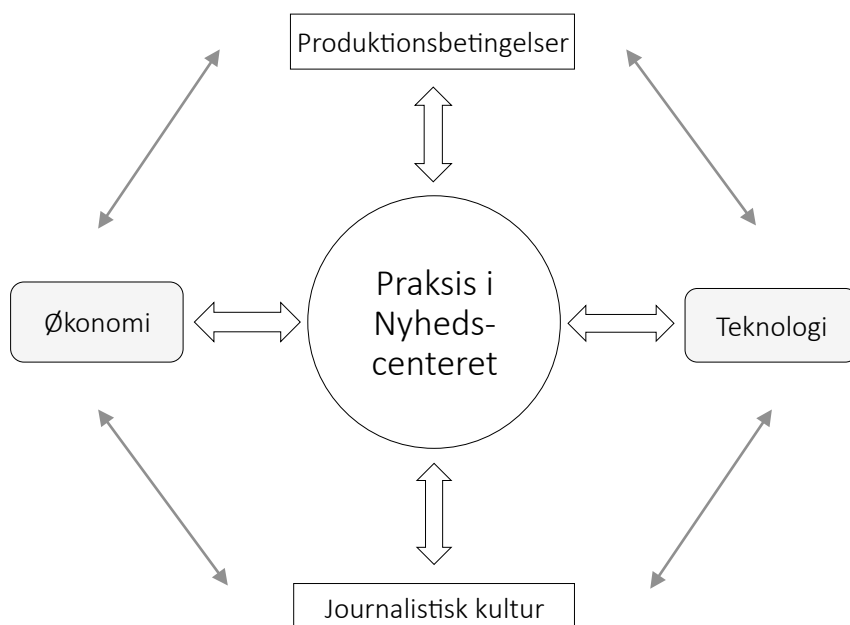
Da ingen af de otte respondenter med kun nogle svar var kommet særligt langt i spørgeskemaet, har vi valgt helt at sortere disse besvarelser fra. De ville give et misvisende billede ved krydsanalyser af flere spørgsmål – også fordi ingen af dem var nået til spørgsmålene om baggrund. Vi benytter altså kun de 46 besvarelser, som har gennemført hele spørgeskemaet som empiri i analysen.

Om en spørgeskemaundersøgelse er pålidelig vil normalt afhænge af henholdsvis svarprocent og den statistiske usikkerhed. Den statistiske usikkerhed gør sig især gældende i undersøgelser, hvor udvælgelsesmetoden er tilfældig. Det er den ikke i denne undersøgelse, men på grund af problemerne med postlisten er der opstået usikkerhed mht. svarene. Derudover kan vi ud fra den samlede population se, at der procentuelt er flere fra hovedkanalen, der har svaret end fra eksempelvis TV 2 News. Vi kan derfor ikke kalde undersøgelsen repræsentativ, men vi mener, at den alligevel kan fungere som et validt supplement til vores kvalitative empiri.

2.8 ANALYSESTRATEGI

Specialets formål er at analysere og diskutere, hvad der kendetegner den journalistiske praksis i Nyhedscenteret, samt hvordan journalisterne forholder sig i mødet mellem den nye faglighed og den journalistiske kultur. I nedenstående figur har vi forsøgt at skitsere, hvordan denne praksis påvirkes af to bagvedliggende rammevilkår – økonomien og teknologien, og af produktionsbetingelserne og journalisternes faglige selvforståelse. Ud over at alle disse faktorer påvirker praksis, er der en gensidig påvirkning mellem rammevilkårene, som det fremgår af figuren. I vores undersøgelse har vi løbende forsøgt at inddrage disse faktorer.

FIGUR 1: UNDERSØGELSENS GENSTANDSFELT



Derudover har vi valgt at bibeholde en opdeling mellem vores empiri i analysen. Dette er både for at give læseren et overblik, og fordi vi mener, det giver den mest overskuelige analyse af vores forholdsvis omfattende datamateriale. For at opnå et læsevenligt og analytisk overblik har vi valgt at begynde med spørgeskemaresultaterne (analysedel 1), der giver et generelt billede af journalisternes arbejdsform og oplevelse af samme, hvilket vi herefter uddyber i en gennemgang af observationsstudierne (analysedel 2) og slutteligt af interviewene (analysedel 3). Se eventuelt afsnit 1.7 for en gennemgang af undersøgelsens struktur og opbygning.

Gennemgående i analysen understøtter vi de empiriske resultater med de teoretiske begreber og referencer, som beskrives i teorikapitlet. Som teoretisk afsæt vil vi først og fremmest inddrage resultater fra den øvrige konvergenslitteratur, der peger på konkrete faldgruber for en succesfuld implementering af konvergens i nyhedsproduktionen. Vi afrunder hver analysedel med en delkonklusion.

2.9 DELKONKLUSION

Dette kapitel har forklaret de mange metodiske valg og fravalg, der har dannet grundlag for, at vi har kunnet indsamle de relevante data til at besvare vores problemformulering. Vi har gerne villet nå bredt rundt om Nyhedscenteret, hvilket har medført en forholdsvis omfattende empiriindsamling – og en tilsvarende lang række metodiske overvejelser. Ud over de rent praktiske spørgsmål om adgang og notatteknikker har overvejelserne blandt andet omhandlet vores egne forforståelser og den personlige tilgang, vi som journalister, har til at undersøge andre journalister. Undersøgelsens empiri omfatter følgende elementer:

- Et kvalitativt observationsstudie af det redaktionelle miljø i Nyhedscenteret
- En række kvalitative forskningsinterview med journalister i og omkring Nyhedscenteret
- En spørgeskemaundersøgelse til journalisterne i Nyhedscenteret
- En analyse af indholdet i TV 2's strategi

Empirien suppleres af en toleddet teoretisk tilgang, der både inddrager konvergenslitteraturen og den tidligere forskning på området og en række beskrivelser af den journalistiske kultur, reporterne tager med sig ind i arbejdet. Endelig har vi haft overvejelser om undersøgelsens validitet og reliabilitet. Vi undersøger en proces, der er under forandring, og samtidig har vi haft nogle mindre problemer i distribueringen af vores spørgeskema. Alt i alt mener vi dog, at vi har et empirisk og teoretisk grundlag, der gør det muligt at besvare vores problemformulering.

3 TEORI: KONVERGENS OG FAGLIG KULTUR

Dette kapitel udgør undersøgelsens teoretiske fundament og gør rede for centrale begreber og væsentlig forskning inden for mediekonvergens og journalistisk kultur, som vi mener vil bidrage til at forstå genstandsfeltet og besvare problemstillingen. Først følger en gennemgang af de teknologiske og økonomiske rammevilkår, som udfordrer medierne, og som kan siges at have banet vej for udbredelsen af den konvergerede nyhedsproduktion. Dernæst tager vi afsæt i den nuværende forskning i konvergens for at beskrive udviklingen og betydningen af konvergens i dag. Afslutningsvis søger vi gennem teorien at opstille en række fællestræk og værdier, der kan siges at kendetegne en journalistisk kultur for at give læseren en forståelse for, hvorfor journalister ofte gør modstand mod konvergensprocesserne.

3.1 DEN NYE TEKNOLOGI OG PRESSET PÅ PENGEPUNGEN

Indførelsen af ny teknologi har ændret journalistikkens produktionsvilkår igennem århundreder. Fra trykpressen til telegrafene har forandringerne været kolossale, og da computeren blev en fast del af redaktionslokalet, forandredes måden at producere journalistik på endnu engang (Nygren 2008; Hartley 2011). Journalistikken har således aldrig været en stabil størrelse – den har alle dage været under udvikling: *“Newsrooms like factory floors, have been a laboratory for technological innovation and a battleground of economic and social interests for over 100 years”* (Cottle & Asthon 1999: 25).

Alligevel kan den digitale teknologi siges at have medført nogle af de største forandringer i nyere tid. I løbet af de seneste 30 år har teknologien gjort det muligt at producere indhold langt hurtigere og givet nye platforme at formidle på, samtidig med at den har betydet ét farvel til tekniske medarbejdere på flere arbejdspladser – og goddag til nye arbejdspraksisser for journalisterne, der nu skal klare flere dele af produktionsprocessen (Bantz et al. 1980; Nygren 2014; Deuze 2007).

I USA beskriver Bantz’ forskningsgruppe allerede i 1980, at den dengang nye teknologi med satellitsendere, transportable videokameraer og computere har ændret praksis for nyhedsjournalisterne og medført en rutinisering og en ny arbejdsdeling, fordi alt nu skulle gå hurtigere og koordineres mere effektivt (Bantz et al. 1980). Siden kom internettet til, og den gældende journalistiske praksis blev udfordret yderligere. I dag har nettet bredt sig til stort set alle nyhedsredaktioner, i takt med at brugerne har flyttet deres nyhedsforbrug over på de nye digitale og sociale medier (Hartley 2011; Örnebring 2010). Internettet har altså medført en række centrale forandringer for både nyhedsformidlingen, nyhedsforbruget og ikke mindst for journalisternes daglige arbejde:

- A. Journalisterne skal i dag kunne jonglere den nye teknologi, de mange flader bringer med sig. Nyhedsjournalister forventes i højere grad at kunne varetage flere dele af de tekniske processer og eksempelvis både kunne klippe, tage billeder, skrive og layoute (Örnebring 2010: 64; Nygren & Zuiderveld 2011: 77).
- B. Samtidig skal de imødekomme et mere fragmenteret publikum med versioneret indhold, der passer til mange forskelligartede formater. De skal forstå målgruppens behov og kende fladerne for at udnytte deres potentialer (Hartley 2011).
- C. Og de skal gøre det hele hurtigere, end de har skullet før. De seneste års udvikling med sociale medier som Twitter og Facebook som frontløbere har rykket ved nyhedsdøgnet og gjort det endnu vigtigere for medierne at være først med nyhederne (Schultz 2006; Örnebring 2010: 65).

Sideløbende med og indflettet i denne teknologiske udvikling har mediehusene stået over for økonomisk usikkerhed. For mens medierne gennem 1900-tallet var en stabil branche forbundet med økonomisk sikkerhed – selv kommercielle medier så man som ”uden for den egentlige markedsøkonomi”, idet produktet, som medierne solgte, havde en demokratisk og social funktion – så er mediehusenes økonomiske stabilitet i dag udfordret (Nygren & Zuiderveld 2011: 30).

Herhjemme medførte bruddet på DR's landsdækkende fjernsynsmonopol og oprettelsen af TV 2 i slutningen af 1980'erne både en demokratisering og en kommercialisering af tv-journalistikken: Seernes præferencer kom i fokus, men samtidig måtte tidligere idealer om ”oplysning til borgerne om samfundet” i højere grad vige for kommercielle logikker (Rasmussen 2000: 18; Hjarvard 1999; Witschge & Nygren 2009). For tv-stationerne gjorde den øgede konkurrence det nødvendigt at udfordre den tidligere praksis, og det betød blandt andet, at nyhedsudsendelserne måtte gøres mere interessante at se på gennem eksempelvis brugen af grafikker og live-sendinger.

Og med den digitale teknologi er udviklingen eskaleret. Alle de kendte medieplatforme – aviser, radio og tv – er nu til stede og kan bruges via det distribuerende og differentierende netværk, som internettet tilbyder (Jensen & Helles 2015: 6.) På den måde bliver det op til forbrugerne selv at bestemme og håndplukke, hvorfra og hvornår de vil hente nyheder og information. Og i det nye medielandskab går både brugere og reklamepenge nye veje. Publikum er mere fragmenteret, for eksempel flytter tv-sending sig fra danske til udenlandske medier eller fra det traditionelle flow-tv til nettets *on demand*-løsninger – og det samme gør annoncekronerne, som udgør en væsentlig del af de kommercielle me-

diers økonomi (Jensen & Helles 2015; Nygren & Zuiderveld 2011: 30f). Ændringerne i brugermønstre påvirker alle medievirksomheder, der søger nye løsninger for at være dér, hvor brugerne er, og for at tiltrække ”yngre kunder” til butikken. Men mens public service-medierne stadig beror på politiske beslutninger og licensfinansiering, så er påvirkningen langt mere direkte for de kommercielle mediehuse, der endnu kæmper med at finde rentable betalingsmodeller for netjournalistikken og strategier, der kan tiltrække de ”rigtige” brugere, som annoncørerne er interesserede i (Nygren & Zuiderveld 2011: 31f).

Forstærket af finanskrisen argumenterer Ingela Wadbring (2013) for, at mediehusene har udviklet en krisebevidsthed, der også har spredt sig til journalisterne. Flere forskere påpeger, at der også i redaktionslokalerne er kommet et øget fokus på, at journalistikken er en del af en industri, og at nyheder skal være effektive for at være rentable (Wadbring 2013: 103; Kammer 2013: 6; Witscghe & Nygren 2009).

Opsummerende kan man sige, at de to udviklinger, den teknologiske og den økonomiske, skubber på hinanden. Teknologien flytter brugere over på nye platforme og gør det samtidig muligt for mediehusene at effektivisere og øge produktionen på tværs af flader, mens økonomien gør det nødvendigt. Og når fladerne enkeltvis ikke tjener sig ind, bliver det i stigende grad nødvendigt at producere mere og på tværs – og samtidig tænke nyt. På den måde ruller digitaliseringen – og de journalistiske arbejdspraksisser ruller med.

3.2 PÅ VEJ MOD ET KONVERGENSBEGREB

En af de løsninger, medievirksomheder over hele den vestlige verden har hevet frem i forsøget på at udnytte de teknologiske muligheder og imødekomme de økonomiske udfordringer, har været diverse former for *konvergensstrategier* (Deuze 2007; Boczkowski 2004; Nygren & Zuiderveld 2011; Larrondo et al. 2014). Begrebet konvergens betyder i korte termer ”at løbe sammen” eller ”at være rettet mod samme punkt”, og i mediasammenhæng betyder det i praksis, at tidligere adskilte dele af organisation, produktion eller distribution smelter sammen på tværs af platforme, medier, redaktioner eller brancher (Becker-Christensen 2003).

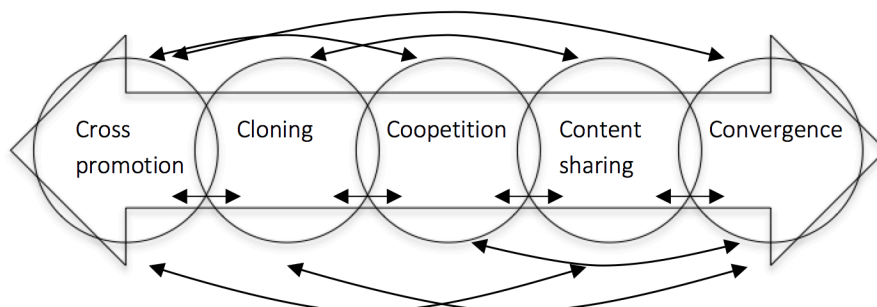
Mediekonvergens gør altså op med den traditionelle søjleopdeling i platforme og flader og gør samarbejde til et centralt begreb. Men måden, hvorpå mediehuse vælger at konvergere, og graden af forandring divergerer kraftigt. Rich Gordon (2003) påpeger, at begrebet er blevet et *buzzword*, der lidt for løst kastes ind i debatter om journalistik og medier, og han argumenterer for, at der er behov for

en klarere definition af, hvad konvergens i medieorganisationerne egentlig dækker over (Gordon 2003: 57). Han opstiller derfor fem former for konvergens, der omfatter flere led i organisationen, i forsøget på at definere begrebet:

1. **Ejerskabskonvergens.** Fusioner i mediesektoren fører til, at virksomhederne vokser sig til konglomerater, der har ejerskab over flere distributionskanaler.
2. **Taktisk konvergens.** Medier indgår partnerskaber, der udnytter synergipotentialerne ved eksempelvis at krydspromovere stof og produkter, dele fotografere, reklamebureauer eller infrastruktur.
3. **Strukturel konvergens.** De første to punkter rykker ikke nødvendigvis ved organiseringen af det daglige arbejde og ændrer dermed ikke i sig selv de journalistiske praksisser (Gordon 2003: 68). Det gør den strukturelle konvergens til gengæld. Her ændrer organisationsstrukturerne sig: eksempelvis ved fysiske forandringer, der opfordrer til samarbejde, ved nye ansættelser eller ved oprettelse af nye redaktioner.
4. **Konvergeret informationsindsamling.** Journalisterne skal tænke flere platforme ind, når de indsamler informationer. Gordon nævner begrebet *the backpack journalist* om reportere, der tager ud i verden og producerer til flere platforme, men hans tanker omfatter også deling i mindre målestok, når journalister eksempelvis indsamler information til flere formater, selvom de ikke selv producerer alle færdige produkter (Gordon 2003: 70f).
5. **Konvergeret præsentation.** Stoffet skal ikke kun produceres, det skal også distribueres på flere platforme. Gordon finder i relation til præsentationen af stoffet, at de nye platforme kræver mere indhold og nye praksisser, der kan imødekomme de stigende krav: *“As the audience grows, news organizations will have to figure out how to produce regularly at reasonable cost. One model might be more backpackers. More likely it is greater collaboration”* (Gordon 2003: 71).

Gordons fem punkter viser, at forskellige *former* for konvergens kan finde sted på alle niveauer i organisationerne, og at begrebet kan være mere eller mindre indgribende i forskellige led i virksomheden. Kort efter vælger et forskerteam med Larry Dailey i spidsen (2005) at bygge videre på Gordons ønske om at definere konvergens som et teoretisk begreb, da gruppen opstiller en model, som har til formål at måle *graden* af konvergens i en medieorganisation. Dailey opstiller fem overlappende stadier i et kontinuum, der går fra et mere overfladisk samarbejde til det, han kalder *“fuld konvergens”*. Samtidig afgrænser Dailey sig til de former for konvergens, der omhandler nyhedsrutinerne, og afskærer sig således fra ejerskabskonvergens og teknologisk konvergens (Dailey et al. 2005: 152f).

FIGUR 2: THE CONVERGENCE CONTINUUM (DAILEY ET AL. 2005: 153F)



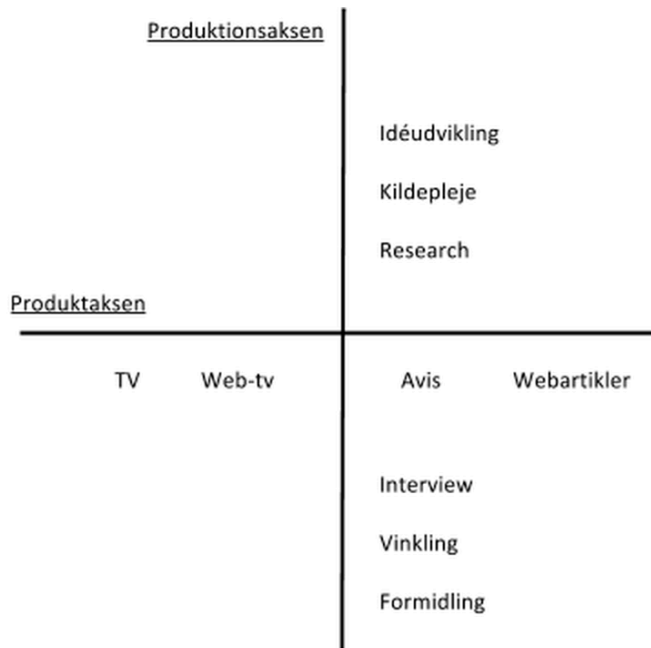
På det første stadie, *cross promotion*, promoverer medierne indhold på hinandens platforme, men arbejder ellers adskilt. På det andet stadie, *cloning*, deles indhold med lidt eller ingen redigering, mens processerne fortsat holdes separate. På tredje stadie, *coopetition*, arbejder journalisterne sammen på nogle historier, men er ellers adskilte og ser hinanden som konkurrenter. På fjerde stadie, *content sharing*, deler man informationer og indhold, mens selve produktionen sjældent deles. På femte stadie, *convergence*, deles journalisterne om både informationer og produktion i 'den fulde konvergens' (Dailey et al. 2005: 153f).

Daileys model har været meget indflydelsesrig i konvergenslitteraturen, men er senere blevet kritiseret for at være ufuldstændig og for at se konvergens som en proces, der vil eller bør føre til en "fuld konvergens" (Erdal 2011: 215; Deuze 2004: 140; Hartley 2013: 123; Larrondo et al. 2014: 2). Ivar John Erdal (2011) argumenterer blandt andet for, at modellen i høj grad kan bruges til at analysere organiseringen af den konvergerede produktion, men at den ikke tager højde for, *hvordan* konvergens forvaltes i praksis – heriblandt for hvordan indhold rejser fra en platform til en anden, eller hvordan journalister arbejder sammen om konvergent indhold.

Erdal opstiller derfor en model, der tager højde for de journalistiske praksisser i det konvergerede nyhedsrum. Modellen visualiseres som et koordinatsystem, hvor den ene akse, produktionsaksen, om-

fatter de journalistiske arbejdsprocesser, og den anden akse, produktaksen, omfatter de forskellige platforme, en historie kan udkomme på (Erdal 2011: 217, 219)⁵:

FIGUR 3: CROSS MEDIA-PRODUKTION OG PRODUKTER



(Med inspiration fra Erdal 2011: 217ff.)

Erdal (2011) argumenterer for, at journalisterne i det konvergerede mediehus kan arbejde tværmedialt og samarbejde i forskellige grader, og fremfører med udgangspunkt i koordinatsystemet fire former for journalistisk arbejde i den konvergerede produktion:

1. **Single-reporter multiplatform journalism:** Samme reporter dækker en historie på flere platforme dog uden at tage højde for de platformsspecifikke forhandlingsmuligheder. *"The wording is the same on radio, television and in print on the web"* (Erdal 2011: 219).
2. **Hard-drive journalism:** Én reporter versionerer en allerede eksisterende historie til en ny platform. Det kan være, at historien først har været lavet på nettet af én reporter, og at en anden reporter bagefter versionerer den til radioen.

⁵ Platforme og produktionsprocesser i figuren skal ses som eksempler – i praksis findes der naturligvis langt flere formater og processer, der vil divergere fra medie til medie.

3. **Intra-platform coordination:** Reportere på tværs af platforme samarbejder om historier med materiale- og vidensdeling, mens de også integrerer og henviser til hinandens udgaver på deres respektive platforme.
4. **Intra-platform production:** Reportere på tværs af platforme står for en samlet dækning af en historie – ofte et større event, hvor dækningen er planlagt og orkestreret så vidt muligt på forhånd.

Erdal samler endvidere de første to punkter under paraplyen *multiskilling* og de sidste to under samlebetegnelsen *cross media*, med den store forskel at *cross media* indebærer kommunikation og samarbejde journalister imellem, mens *multiskilling* er, når en enkelt journalist eksempelvis researcher, interview og redigerer selv – eller alene producerer til flere platforme. Denne skelnen er central i forståelsen af, hvordan konvergensstrategierne kan påvirke de journalistiske praksisser på forskellig vis.

Nygren (2008; 2009; 2014) kalder den nye organisering af nyhedsproduktionen en "tredje industriel revolution" med henvisning til sociologen Manuel Castells undersøgelse af det fleksible arbejdsmarked i andre dele af industrien. Medierne forsøger at gå væk fra det tayloristiske industriarbejde, som Bantz' gruppe beskriver nyhedsproduktionen som i 1980, og over mod en mere fleksibel struktur, hvor nyhedsreportere arbejder i teams og skal klare en større del af produktionen selv (Nygren 2014: 77). Det øgede fokus på samarbejdet har betydning for hele organisationen, heriblandt de fysiske news-room-strukturer, der i stigende grad opbygges med udgangspunkt i at få reporterne til at kommunikere og dele (Larrondo et al. 2014: 943).

Begrebet konvergens har altså udviklet sig gennem årene. Kritikken af den tidligere forskning, som Daileys *convergence continuum* repræsenterer, er i vores øjne berettiget i den forstand, at empiriske studier af konvergens har vist, at konvergens ikke nødvendigvis er en lineær proces. Virkeligheden har desuden vist, at de knaster, som modellen beskriver, kan opstå i alle faser, og at der i øvrigt er forskellige bud på, hvordan konvergens i sidste ende bør fungere i praksis. Vi mener, at konvergens kan ses i mange varianter og på flere af Daileys stadier i samme organisation, og vi antager derfor et mere flydende eller pragmatisk konvergensbegreb, i stil med Mark Deuze (2004), der definerer konvergens som "*(increasing) cooperation and collaboration between formerly distinct media newsrooms and other parts of the modern media company*" (Deuze 2004: 140), ligesom vi i tråd med Erdal gerne vil se på, hvad den konvergerede produktion i praksis betyder for journalisters arbejde og selvforståelse.

Vi finder dog både Gordons og Daileys opdelinger hensigtsmæssige som analytiske værktøjer, ligesom de gør det muligt at forstå, hvordan forskningen i konvergens har udviklet sig over tid. Eksempelvis er det relevant, som Gordon gør, at skelne mellem konvergens i produktion og præsentation af stoffet, da det tydeliggør, at konvergens kan finde sted i mange former, ligesom Daileys påpegnings af, at samarbejde kan foregå på flere niveauer, ligeledes er væsentlig.

Vi mener, at begge tidlige modeller bærer præg af, at de er skrevet, da konvergens i medieorganisationer stadig var på begyndelsesstadiet. Som Gordon (2003) selv påpeger, ser man i 2002 stort set udelukkende de to første former for konvergens – nemlig ejerskabs- og taktisk konvergens. Journalisternes arbejde har endnu ikke set de store forandringer (Gordon 2003: 71). Dailey (2005) taler ligeledes om partnerskaber mellem separate organisationer som en del af sin models hovedfokus.

3.3 NYE FOKUSOMRÅDER I FORSKNINGEN

I dag har både begrebet konvergens og de konkrete konvergensstrategier rundt om i organisationerne udviklet sig markant. Som det fremgår af flere andre nyere undersøgelser (se Andersson 2013, Erdal 2011, Larrondo 2014, García-Avilés et al. 2014), har medierne gennemgået markante forandringer siden første halvdel af 00'erne, og konvergensstrategierne har i høj grad rykket ved den journalistiske arbejdsproces. Forskningen taler om, at digitaliseringen har skubbet medierne i retning af en redaktionsstruktur, der er uafhængig af forskellige platforme (García-Avilés et al. 2014: 573). Med den udvikling in mente synes det logisk, at dele af forskningen fra den tidligere periode i højere grad har beskæftiget sig med teknologiske muligheder og konsekvenser for produktet, og mindre med ændringerne i journalistisk arbejdskultur eller praksisser. Men også de tidlige studier støder ofte på det, der betegnes som "journalistisk modstand", når konvergensstrategierne skal implementeres uden dog at have fokus på denne modstand eller besvare, hvorfor og hvordan den kan opstå (Deuze 2004; Dailey 2005; Boczkowski 2004; Hartley 2011; Witscghe & Nygren 2009; Andersson 2013). En modstand, som den senere forskning tillægger en mere central rolle i undersøgelsesdesignet.

Et eksempel på den nyere forskning er José García-Avilés et al. (2014), der i et opdateret casestudie baseret på et ældre studie, som forskningsgruppen foretager i 2008, undersøger, hvordan newsroomkonvergens har påvirket journalistisk arbejdspraksis i perioden mellem 2008 og 2014, og hvordan forandringerne påvirker journalisterne. García-Avilés et al. finder, at konvergensstrategierne har udviklet sig hurtigt inden for en række punkter, og gruppen opstiller en matrix, der ud fra fire centrale områder viser, hvordan man kan kategorisere medier i tre konvergensgrupper (García-Alvilés et al. 2014: 379ff):

TABEL 3: TRE TYPER AF KONVERGENS

	Fuld integration	Cross-media	Koordination
Markeds-situationen	Konvergens er et fundament for vækst. Platformene har forskellige budgetter, men med en overordnet økonomisk strategi.	Konvergens er en mulighed, men der er ingen fælles strategi i organisationen.	Adskilte økonomiske strategier på isolerede platforme i redaktionslokalerne.
News-room-organisering	Sektioner og redaktører med ansvar på tværs af alle platforme. Central desk for <i>breaking news</i> . Åbent landskab, åbne historier. Journalister har fælles adgang gennem it-systemer.	Platformorienterede redaktioner, men med en central <i>news desk</i> eller fælles redaktør. Åben planlægning inden for platformene, men ikke på tværs.	Ingen åben planlægning. Journalister har deres egne historier, som ikke er fælles – platforme ses som konkurrenter.
Workflow og produkter	Historien er primær. Platforme er sekundære og kun i fokus til sidst i processen. Der er to rytmer med en skarp opdeling; de hurtige historier og de undersøgende historier.	Platforme spiller en central rolle i planlægningen med gamle platformstraditioner bibeholdt – med undtagelse af særlige satsningshistorier. Der er forskel i hastigheden på nettet og på print.	Gamle platformstraditioner lever videre og dikterer arbejdet. Hastighed er splittet strengt op. <i>Workflow</i> følger platform.
Forandringsledelse og efteruddannelse	Forandring ses som et grundvilkår. Løbende, obligatorisk efteruddannelse i nye redskaber. Journalister arbejder med multi-skilling.	Ingen langsigtet forandringsstrategi, tager det som det kommer. Løbende efteruddannelse i tværgående redskaber, men ikke obligatorisk. Nogle arbejder tværmedialt.	Ingen forandringsproces. Efteruddannelse er knyttet til platformen. Journalisterne forventes ikke at arbejde på flere platforme.

(Med inspiration fra García-Avilés et al. 2014: 579ff).

Tabellen viser altså, hvordan konvergens spiller ind på flere centrale punkter samtidig med, at den tydeliggør, at medierne kan vælge at organisere sig på et væld af måder. Endelig og måske mest relevant

viser den, at konvergensstrategierne i dag i høj grad påvirker journalisterne helt ind i kernen af deres faglighed.

I et andet nyere konvergensstudie, fokuserer Ainara Larrondos forskningsgruppe (2014) på mødet mellem ændrede praksisser og journalistisk kultur. Også her påpeges det, at konvergens er blevet et vilkår, og at både journalister og ledelse ser de nye arbejdspraksisser som en nødvendighed, hvad enten de bryder sig om dem eller ej (Larrondo et al. 2014: 20), og fokus flyttes hermed naturligt væk fra de tidligere forskningsforsøg, der drejede sig om at definere konvergens og over til, hvordan den implementeres. Larrondo opstiller, som García-Avilés (2014) en matrix-model, men finder til forskel fra García-Avilés, at mediernes primære udfordringer ligger i, hvordan konvergens konstrueres og i nogle tilfælde bremses i mødet med den journalistiske kultur. Dermed er journalistiske identiteter og attituder mod forandringerne nu inddraget.

Ved at se på seks cases finder studiet, at platformsspecifikke identiteter forbliver stærke på trods af sammenlægningerne, og at journalister over hele linjen viser modstand over for de nye arbejdspraksisser (Larrondo et al. 2014: 2,15,18). Dermed konkluderer studiet, at kulturen spiller en helt afgørende rolle i konvergensstrategierne:

More than being a technologically related opportunity, newsroom convergence entails a transgression of traditional routines in creating content. It fosters more flexible open-minded and cooperative practices, and even media multiskilling and multitasking. This prospect of change in journalists' traditional activity usually clashes with long established competing journalistic cultures and identities (Larrondo et al. 2014: 13f).

Samme konklusion når Ralf Andersson (2013) til i sit studie af DR's Nyhedsmotor⁶. Med indførelsen af Nyhedsmotoren opdelte DR's nyhedsproduktion i tre hold, der er afhængige af hinanden for at få en historie ud: nogle finder på eller udvælger dagens historier hjemme i huset, såkaldte livetams producerer indhold ude i marken, mens mediespecialister forarbejder materialet til tv, radio og internet efterfølgende (Andersson 2013: 4):

Det viste sig at spare ikke bare tid – men også at øge mulighederne. Man fik langt mere ud af dagens ressourcer: Antallet af begivenheder/historier, man kunne dække, var hø-

⁶ I dag har Nyhedsmotoren i DR Nyheder også skiftet navn til Nyhedscenteret. Arbejdsdelingen er dog i mange tilfælde stadig gældende.

jere, og der kunne for samme midler produceres mere til de enkelte nyhedsudsendelser i løbet af dagen. Og ikke mindst fik alle platforme og medier glæde af modellen. Det materiale, som blev sendt hjem af liveteams, kunne straks bruges af både tv, radio og web i diverse udsendelser (Andersson 2013: 4).

Men journalisterne var ikke tilfredse. Når ingen havde ansvar for selvstændige indslag, havde det ifølge Anderson en række mindre heldige konsekvenser – medarbejdernes arbejdsglæde og faglige stolthed faldt markant i takt med, at idéudvikling, research og formidling blev opdelt og placeret hos forskellige medarbejdere, og journalisterne følte endvidere, at kvaliteten af det endelige produkt blev forringet (Andersson 2013: 13, 18).

Alle studier oplever altså, at der er en modvilje over for den konvergerede nyhedsproduktion blandt journalisterne. Men hvorfor oplever alle medier denne samme modstand? Er det samme arbejdskultur, der går igen hos journalisterne, og hvis ja – hvad er det så i den kultur, der står i skarp kontrast til konvergensprojekterne? Det vil vi forsøge at beskrive i næste afsnit.

3.4 DEN JOURNALISTISKE KULTUR

Ifølge institutionel teori består alle professioner af en række idealer, normer, regler og rutiner, som medarbejderne arbejder efter (Cook 1998; Ørsten 2004; Lund 1999; Lund 2002). Dette gælder også for den journalistiske profession, som er præget af en kultur, der breder sig over hele det journalistiske spektrum. Denne kultur dækker over alt fra nyhedsudvælgelse til idealer for den gode journalistik og definerer journalisternes samfundsrolle og legitimerer deres arbejde (Lund 1999: 134). Deuze (2007) beskriver det som, at journalisterne *"(...) continuously refine and reproduce a consensus about who counts as a "real" journalist, and what (parts of) news media at any time can be considered to be examples of "real" journalism"* (Deuze 2007: 162-163).

Når vi i denne undersøgelse bruger begrebet kultur og ikke eksempelvis identitet eller selvforståelse til at beskrive de værdier og handlemønstre, der går igen hos journalisterne, er det fordi, konvergenslitteraturen bruger dette begreb – uden dog at definere denne kultur nærmere. Dette kan skyldes, at begrebet er svært at definere, da det kan rumme alt omhandlende journalisters arbejdspraksis og selvforståelse, samtidig med at det er bredere end det at have et sæt professionelle normer og handlemønstre. Vi anvender derfor i dette afsnit en række teorier, der ligger uden for konvergenslitteraturen til at komme nærmere en definition.

En af dem, der forsøger at definere den journalistisk kultur, er Kevin Grieves (2012). Han gør brug af Thomas Hanitzsch, der betegner kulturen på følgende vis:

Journalism culture becomes manifest in the way journalists act and think; it can be defined as a particular set of ideas and practices by which journalists, consciously and unconsciously legitimate their role in society and render their work meaningful to themselves and others (Grieves 2012: 31).

Hanitzsch argumenterer ifølge Grieves desuden for – i lighed med den institutionelle teori – at denne kultur er ”universel” for journalistikken og dermed transcenderer de forskellige organisationskulturer (Grieves 2012: 31f; Cook 1998: 84). Ud fra denne definition samt den institutionelle teori mener vi, at den journalistiske kultur rummer:

- a) Journalisterne har en række idealer for hvad, der er ”god journalistik”, og hvordan denne produceres. Her indgår ideen om journalistik som fjerde statsmagt og det journalistiske objektivitetskriterium som eksempel.
- b) Journalisterne arbejder efter en række normer, regler og rutiner, som skaber en social struktur med generelle forskrifter og regler i den daglige produktion, nyhedsudvælgelse og arbejdsdeling. Her indgår eksempelvis deadlines, nyhedskriterier og organisatorisk struktur. Journalisterne handler altså som kollektive aktører ud fra en fælles ”logic of appropriateness” (Ørsten 2004: 148ff).

Flere konvergensforskere (Lawson-Borders 2009; Singer & Quandt 2009; Deuze 2007) henviser også til, at der udover en fælles overordnet professionskultur hersker specifikke newsroom-kulturer hos hvert enkelt medie – endda på den enkelte platform: *”Print journalists saw their professional culture as superior to that of broadcast journalists – and broadcast journalists similarly saw their own culture as superior to that of print”* (Singer & Quandt 2009: 135). Det er vanskeligt at tilpasse dynamik, værdier og rutiner på radio, tv eller internettet til en ny og synkroniseret kultur. Journalisterne er tæt knyttet til deres oprindelige platform, og de forsøger derfor at holde fast i det, der var ”i gamle dage” (Erdal 2011; Larrondo et al. 2014). Herhjemme har forskere (se Schultz 2006; Hartley 2011) også påpeget, at der hersker forskellige platformslogikker og mediehierarkier i nyhedsorganisationerne, og at de kan have indflydelse på, hvordan forskellige redaktioner og journalister forholder sig, når de konvergerer eller bliver tværmediale.

Disse kulturer kan til sammen være med til at forklare, hvorfor forandring i journalistiske organisationer så ofte viser sig at være svær. Timothy Cook (1998: 64) forklarer det med, at journalisterne ikke altid vil varetage organisationens interesser først, men mere eller mindre bevidst følger kulturen og finder måder at maksimere deres autonomi, mens de slipper for målgruppeanalyser og insisterer på en svært definerbar og ofte ineffektiv "næse for nyheder" (Cook 1998: 64). Kulturen fordrer altså ifølge forskerne en vis forandringsmodstand, også fordi journalisterne ifølge Deuze (2007) i dag er blevet krisebevidste og derfor føler, at organisatoriske ændringer per se betyder nedskæringer eller større produktivitet for samme penge. Forandringer i journalistikken kan altså som i en hvilken som helst anden organisation hæmmes, hvis de strider mod den herskende kultur. Denne problematik beskriver Mark Ørsten (2004), der ved hjælp af ny-institutionalismen definerer en række vilkår, som kan hæmme forandring. Vi fremhæver her tre:

- **Magt:** Regler, normer og rutiner opretholdes af de, som har glæde af dem, og institutionelle normer kan således favorisere nogle interesser, mens andre forfordes.
- **Institutionerne tages for givet:** Er institutionaliseringen total, vil der ikke blive sat spørgsmålstejn ved de gældende regler, normer og rutiner (Ørsten 2004: 126f).
- **Sporafhængighed:** Kun hvis forandring passer ind i de allerede eksisterende normer, vil der være mulighed for, at den realiseres. *"Path dependency fremhæver, at institutioner udvikler en vis inertie og derfor ikke uden videre kan reagere effektivt på et eksogent krav om forandring – uanset hvor fornuftigt dette måtte være"* (Ørsten 2004: 126).

Den herskende journalistiske kultur er vokset frem gennem det 20. århundrede i takt med, at journalistikken har gjort sig fri af statens censur, og er ifølge forskerne også den, journalisterne i dag stræber efter (Nygren 2008; Hartley 2011). I sin forskning gør Deuze (2007) brug af Barbie Zelizers studier af nyhedsproduktionen og fremsætter en række idealtypiske værdier, der går igen i forskningen af journalistikken som profession:

- Public service: Journalister er vagthunde, aktive indsamlere og formidlere af information.
- Objektivitet: Journalister er upartiske og neutrale i formidlingen for at bevare troværdighed.
- Autonomi: Journalister er uafhængige og autonome i deres arbejde. Det være sig af kommercielle interesser eller indblanding fra kilder og deres ledere.
- Aktualitet: Journalister har en sans for aktualitet og hastighed.
- Etik: Journalister går op i etik, validitet og legitimitet, når de producerer (Deuze 2007: 163).

Disse punkter vender vi tilbage til løbende, men vi vil i det nedenstående gå ind i de tre øverste af disse idealer for at give et indblik i, hvilke dele af den journalistiske kultur, som kan stå i konflikt med mediekonvergens. Deuze beskriver det som, at: *"The biggest obstacles to seamless integration always boil down to cultural clashes"* (Deuze 2007: 149). Dette indre blik på journalistiske værdier og forestillingerne om den gode journalistik vil vi i analysen bruge til at beskrive, hvordan Nyhedscenterets journalister forholder sig i mødet med de nye produktionsbetingelser.

3.4.1 DEN FJERDE STATS MAGT

Det at kunne levere en slags "public service" til borgerne er et af de stærkeste idealer for journaliststanden (Deuze 2007, Lund 1999, Nygren 2008). Tanken udspringer fra oplysningstiden og handler i hovedtræk om at klæde borgerne på – og at levere oplysning om samfundet, der gør dem i stand til at agere som demokratiske aktører. Især svækkelsen af pressens partipolitiske meninger har ført til et stærkere professionelt ideal om at agere "vagthund" for demokratiet og kontrollere magthaverne (Nygren 2008: 51). Det viser sig i Danmark blandt andet ved, at den prestigefyldte Cavlingpris i perioden 1965-2005 primært er blevet uddelt til journalistik, der lever op til et dagsordensættende eller afslørende ideal (Schultz 2006: 172).

Anker Brink Lund (2002) skelner også mellem den dagsordensættende og formidlende journalistik. Han kalder de to typer for fokusjournalistik og rutinejournalistik. Førstnævnte har fokus på store historier, som enkelte journalister graver frem, og som *"gennem opsøgende og kritisk indsats magter at omdefinere tilfældige hændelser og strategiske udspil til (medie)begivenheder"* (Lund 2002: 187). Rutinejournalistikken er derimod dag-til-dag-nyhedsformidlingen, hvor journalisterne reagerer på de begivenheder, der sker i verden. Denne form for journalistik handler om at udvælge historierne efter nyhedskriterierne, vinkle historierne rigtigt efter nyhedstrekanten og sikre, at kilder med forskellige synspunkter kommer til orde.

Til beskrivelsen af denne opdeling skelner Jannie Møller Hartley (2011) mellem at arbejde *producerende* med mulighed for at finde egne idéer, grundig tid til research og mange kilder per produkt, og at arbejde *distribuerende*, hvor det gælder om hurtig publicering, videreudvikling af nyheder, løbende research og at have fokus på teknik (Hartley 2011: 361).

Fokusjournalistikken – eller den producerende journalistik – er altså den journalistik, som oftest nomineres til Cavlingprisen, og nye empiriske danske studier af journalistisk kvalitet viser også, at det er det, journalister forbinder med kvalitetsjournalistik (Blach-Ørsten et al. 2015; Schultz 2006). Idealet er

at kunne lave journalistik, der flytter sig i retning af mindre passive, refererende historier over til mere aktive og dybdeborende historier. Journalistikken bliver til på journalisternes eget initiativ – gennem en kritisk og idéudviklende facon – og ikke blot ved at vente på at få udstukket en opgave (Schultz 2006: 152).

3.4.2 OBJEKTIVITET OG REDAKTIONEL UAFHÆNGIGHED

Med den sandhedssøgende videnskab i centrum har begreberne om objektivitet, neutralitet og upartiskhed været centrale i journalistikken. Derfor arbejder nyhedsjournalister i hele den vestlige verden efter et sæt af mere eller mindre ens etiske regler, der handler om at tjekke fakta og balancere kilderne. Forestillingen om denne søgen af sandheden er grundlaget for den troværdighed, som journalistikken har bygget op (Nygren 2008: 78). Idealet er dog i praksis truet af den hastighed og de publiceringskrav, der er kommet i slipstrømmen af netmedierne og en større *live*-tilstedeværelse på tv. Det bliver lige så vigtigt at publicere hurtigt – og dermed kan kontrollen af fakta og objektiviteten komme i fare (Nygren 2008: 78f).

Også den journalistiske autonomi er et nøglebegreb for nyhedsjournalisterne. De vil ikke lade sig påvirke af annoncører eller forbrugere, når de udvælger og producerer nyheder. Deuze (2005) går så langt som til at sige, at journalister udelukkende kan trives og blomstre i et miljø, der ikke underlægges censur eller markedskræfter direkte (Deuze 2005: 448). Derfor sporer flere forskere en bevidsthed hos journalisterne om, at jo mere markedsstyret journalistikken bliver, desto mere skal man holde traditionerne om redaktionel uafhængighed i hævd (Bozckowski 2004, Deuze 2004; Nygren 2008).

Flere sociologiske studier i nyhedsudvælgelse peger desuden på, at det at være "gatekeeperen", der bestemmer hvilket indhold og hvilke begivenheder, der bliver til nyheder, er vigtigt for journalisten: *"Valet av nyheter och hur de ska presenteras är några av de centrala momenten i det journalistiska arbetet"* (Nygren 2008: 36). Journalisten ser det som en af sine fornemmeste opgaver at finde, udvælge og idéudvikle de historier, som sætter dagsordenen i nyhedsbilledet – det ligger i journalistens DNA. Men gatekeeper-funktionen er ifølge nyere studier under pres, blandt andet på grund af mere professionelle kilder, der benytter sig af medie- og PR-bureauer for at komme ud med deres budskaber. Samtidig kan indhold og nyheder udbredes på anden vis end via de traditionelle medier – for eksempel på YouTube, Facebook eller blogs. Journalisten bliver således mere en guide, der hjælper brugerne rundt i nyhedsflowet, end en decideret "udvælger" (Nygren 2008: 77; Deuze 2004).

Samtidig kan det redaktionelle råderum og autonomien også divergere alt efter den enkelte journalists position i organisationen. Schultz (2006) beskriver for eksempel, at professionel erfaring, faglige udmærkelser, ansættelsesforhold, organisatorisk placering og stofområder er noget af det, der kan spille ind i forhold til, hvor meget journalisterne kan bestemme over deres arbejdsdag: *”Der synes at være en sammenhæng mellem jo større grad af specialisering, jo større grad af autonomi”* (Schultz 2006: 98).

Forskellige produktionskulturer og værdier internt i organisationen har som nævnt også indflydelse på, hvordan konvergensprojektet lykkes: *”Tværmedialt samarbejde og modstanden mod dette kan forstås i lyset af redaktionernes og journalisterne kamp om at opretholde den producerende rolle”* (Hartley 2013: 121). Med den producerende rolle forstås de journalister, der finder historierne, vinkler dem og fortæller dem. Over for denne rolle står den distribuerende, der i højere grad versionerer og kopierer historier, de ikke selv har udvalgt.

3.5 DELKONKLUSION

Dette teoretiske kapitel har haft til formål at skabe overblik over undersøgelsens teoretiske udgangspunkt. Det fremgår af vores gennemgang af konvergensforskningen, at begrebet konvergens ikke er en ensartet størrelse, og at mediehuse har implementeret konvergens på forskellig vis og i forskellig grad. Vi mener ud fra litteraturen, at konvergens kan ses i mange varianter og definerer begrebet som en stigende grad af samarbejde mellem tidligere adskilte redaktioner både i præsentationen af produktet og i produktionsprocesserne.

Konvergensstudierne er historisk gået fra overordnet at beskæftige sig med konvergensbegrebet som en strategi for virksomhederne til at dykke ned i, hvad det betyder for den journalistiske praksis i redaktionslokalerne, og hvorfor konvergens møder modstand. En modstand, der ifølge litteraturen ofte opstår på grund af en særlig journalistisk kultur.

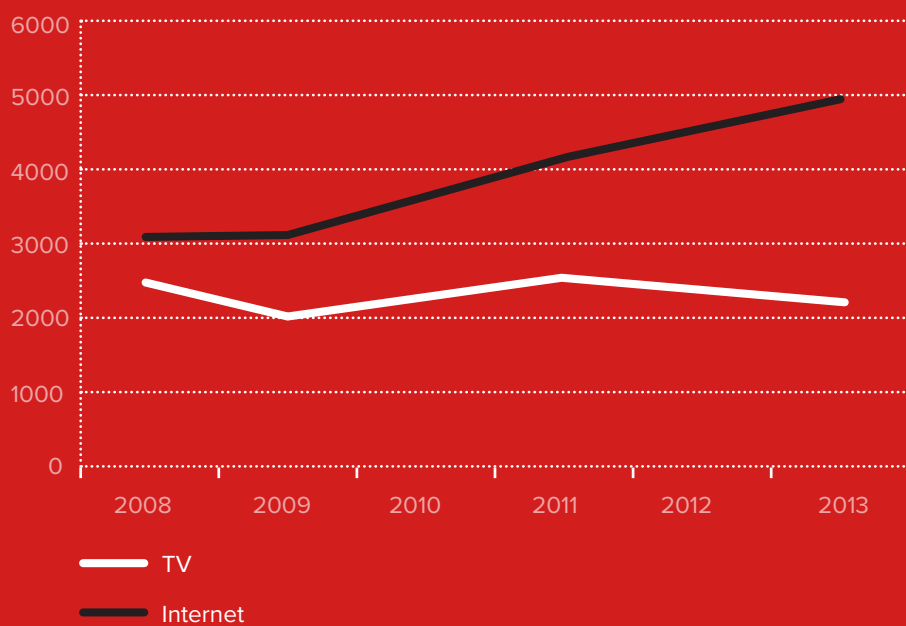
I kapitlet definerer vi denne kultur som det, at journalisterne har en række samlede idealer for ”god journalistik”, og at de arbejder ud fra et fælles sæt af normer, regler og rutiner i den daglige produktion. Med denne kultur forsøger journalisterne at legitimere deres arbejde og funktion i samfundet ud fra en række idealer:

- Public service: Journalister er vagthunde, aktive indsamlere og formidlere af information.
- Objektivitet: Journalister er upartiske og neutrale i formidlingen.

- Autonomi: Journalister er uafhængige og autonome i deres arbejde.
- Aktualitet: Journalister har en sans for aktualitet og hastighed.
- Etik: Journalister går op i etik, validitet og legitimitet, når de producerer (Deuze 2007: 163).

Den daglige arbejdspraksis, opfattelsen af den tværmediale medarbejder og den enkelte journalists selvforståelse er således ikke kun styret af den strukturelle organisering af arbejdet. De er også i særlig grad styret af den institutionaliserede journalistiske kultur og en intern kultur i organisationen eller på den enkelte platform, som kan have indflydelse på, hvordan journalisten møder konvergensprojektet.

Annonceomsætning i millioner kroner (2008-2013)



Nettet satte nye rekorder i 2013 med næsten fem milliarder kroner i samlet omsætning og en andel af det danske annoncemarked på 39 procent. De amerikanske tjenester Facebook og Google sidder solidt på danskernes netforbrug, og der er ingen tvivl om, at disse aktører får en stor del af annoncekronerne. Blandt andet opnåede Google en omsætning på godt to milliarder i Danmark i 2013.

4 TV 2: FRA TV-STATION TIL MEDIEHUS

For en større indsigt i visionen med det nye Nyhedscenter og praktikken omkring det, ser vi i dette kapitel nærmere på TV 2's formål med og bevæggrund for omlægningen samt på, hvordan Nyhedscenteret er tænkt, struktureret og præsenteret af ledelsen. Slutteligt vil vi berøre, hvordan omlægningen skriver sig ind i TV 2's værdigrundlag historisk set. Til dette benytter vi blandt andet interne dokumenter fra TV 2 samt eksternt kommunikeret materiale fra ledelsen.

Første del af dette kapitel vil have en beskrivende karakter af de udfordringer, TV 2 har stået over for i den digitale tidsalder. Anden del, der beskriver, hvordan visionen med Nyhedscenteret er tænkt og præsenteret, er en mere analytisk gennemgang. Empirisk baseres disse endvidere på interview med nogle af nøglepersonerne i udviklingsarbejdet af Nyhedscenteret samt redaktører og chefer, ligesom relevant teori løbende vil blive inddraget for at få en bredere forståelse for TV 2's situation og strategi.

4.1 NYE BRUGERE, NY STRUKTUR

I 1988 gik den nye landsdækkende tv-station, TV 2, i luften fra hovedsædet i Odense og brød DR's mere end 60 år gamle fjernsynsmonopol⁷. Politisk hviler TV 2's eksistensgrundlag netop på det faktum, at stationen skal have hovedsæde uden for København. Selvfølgelig hos den unge tv-station var fra begyndelsen, at TV 2 var gjort af et unikt DNA. TV 2 tog sig selv seriøst som et alternativ til DR, der sendte fra hovedstaden og ville bryde med den måde, danskerne hidtil havde fået fortalt deres nyheder på. Stationen ville være danskernes ambassadør og komme tættere på deres hverdag (Larsen 2013: 50).

Op gennem 1990'erne var TV 2 Nyhederne danskernes foretrukne landsdækkende nyhedsudsendelse. Mere end én million mennesker så Nyhederne klokken 19.00 i 1994, mens knap 950.000 så Tv-Avisen på DR1 kl. 21.00. Siden har begge nyhedsflagskibe mistet terræn, og rundt regnet er seertallene i dag mere eller mindre halveret for begge kanalers store nyhedsudsendelser (Bilag 2: Seertal – TV 2 og DR1).

Som seertallene antyder, og som vi berører indledningsvis i denne undersøgelse, har den moderne nyhedsforbruger udviklet nye og komplekse behov for nyhedsformater og foretrækker en informati-

⁷ TV 2 blev oprettet som en selvejende institution – delvist finansieret af reklamer og licensmidler. I 2003 omdannede man fra politisk side TV 2 til et aktieselskab, TV 2 DANMARK A/S, som er 100 procent ejet af staten, og året efter fik stationen sine sidste licenskroner (Kulturstyrelsen.dk).

onsstrøm i et miks af tv-udsendelser, netsider og mobilformater (Nygren 2014: 22). En forandring, som TV 2 har registreret: *"Folk spiser ikke længere aftensmad klokken 18 og sidder klar ved husalteret klokken 19. Deres vaner har ændret sig,"* siger TV 2's nyhedsdirektør, Michael Dyrby, i 2013: *"For at ramme de samme seere som i 1994 skal jeg bruge nyhedsudsendelserne klokken 6, 7, 8, 9, 10, 12, 16, 19, 22 samt en 24-timers nyhedskanal med News"* (tv2.dk, 1).

Man kunne umiddelbart tro, at et stort mediehus som TV 2, der er gået fra at producere én daglig nyhedsudsendelse i 1988 til i dag at drive en 24 timers nyhedskanal, og som producerer fire daglige nyhedsudsendelser på TV 2 og løbende bringer nyheder på tv2.dk og i andre digitale formater, er som skabt til at håndtere denne moderne brugeradfærd (Bilag 1). Men brugerne er ikke automatisk blevet i TV 2-universet – de vælger i lige så høj grad at få nyheder gennem gratis-tjenester eller udenlandske nyhedsmedier. Samtidig står koncernen over for den udfordring, at flere og flere annonceindtægter går til udenlandske tjenester, som TV 2 har haft svært ved at konkurrere med (Bilag 4: TV 2 Ny Styrkeposition – strategi 2014: 24).

I Nyhedsafdelingen har man ligeledes ikke koordineret dækningen internt mellem platformene, ligesom hovedfokus har været rettet mod de store tv-udsendelser og ikke de digitale platforme, som brugerne nu også befinder sig på (Ibid.). Dette har ledelsen villet lave om på med en gennemgribende omlægning både i fysisk struktur, men også i journalisterne arbejdsprocesser og -tankegange.

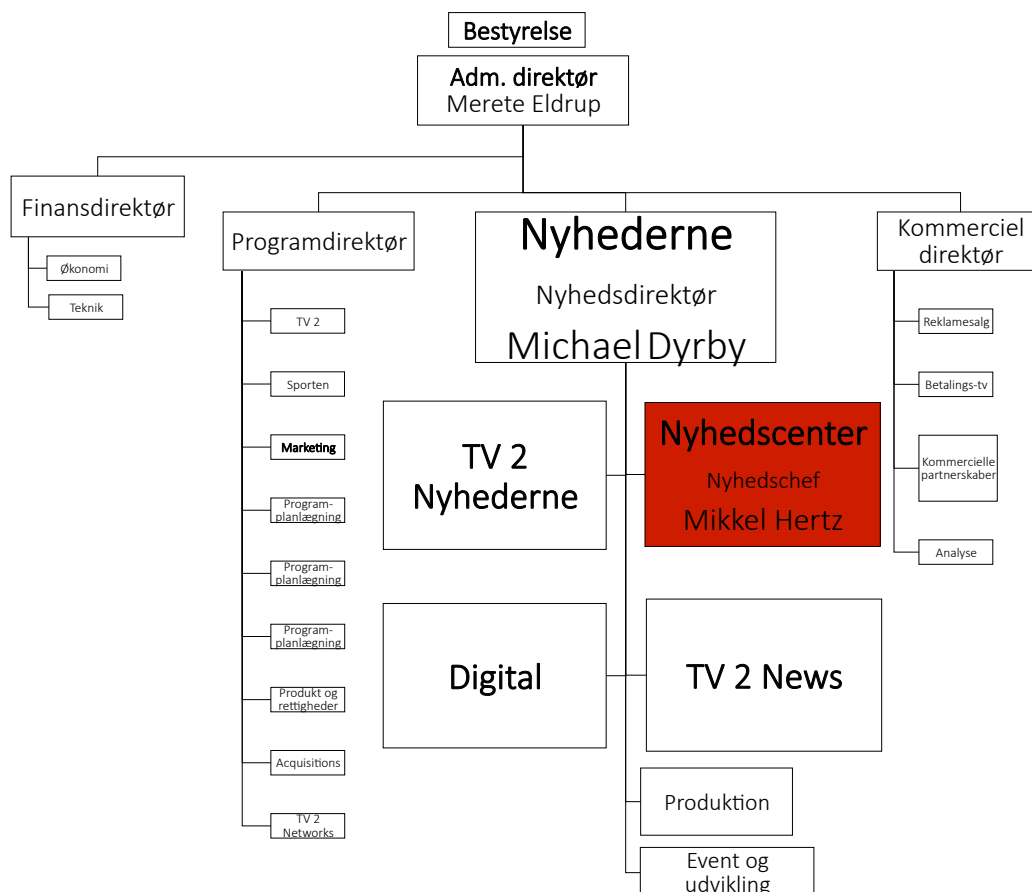
I stil med det, vi i konvergensteorien betegner som *cross media* eller *cross-promotion*, hvor indhold promoveres, koordineres og krydshenvises, lægger TV 2 en overordnet koncernstrategi i slutningen af 2014 således op til, at alle TV 2's platforme skal arbejde bedre sammen og hjælpe brugeren rundt mellem platformene. Det økonomiske sigte er at få danskerne til at bruge mere tid i TV 2-universet for at sikre den fremtidige forretning. Brugere skal kunne møde TV 2 *"anytime, anywhere, any device"* (Bilag 3: TV 2 – Digital Strategi 2015: 7).

Midlet er at integrere de digitale platforme med tv-fladen, og for TV 2 Nyhederne er det strategien *"Nyheder til Alle"*, der skal sikre dette tværmediale fokus (Bilag 6). Nyhedsforbrugeren skal tilbydes flere indgange til en historie gennem flere platforme, der samtidig skal have et længere og bredere liv. Strategien betyder også en omlægning af nyhedsorganisationen, der per 1. december 2014 får introduceret Nyhedscenteret i hjertet af nyhedsafdelingen:

Målet er at være endnu bedre gearret til at møde den digitale nyhedsforbruger og samtidig højne kvaliteten i TV 2's nyhedsudgivelser. Midlet er et nyt tankesæt, hvor historier frem over skal udnyttes bedre på tværs af TV 2's mange nyhedsplatforme (tv2.dk, 2).

Som det fremgår af nedenstående figur, består nyhedsafdelingen i dag således af TV 2 Nyhederne, TV 2 News, TV 2 Digital og det nye nyhedscenter, hvor cirka halvdelen af nyhedsafdelingens journalister fra forskellige platforme er overflyttet til. Christoffer Nestor, der er redaktør på hovedkanalens nyhedsudsendelser klokken 19 og 22, og som har været med under udviklingsarbejdet i Nyhedscenteret, fortæller: "Det er den største omstrukturering i TV 2 Nyhedernes historie, vi har aldrig lavet så radikalt om, siden vi gik i luften" (Christoffer Nestor, Bilag 22: Interview B: 171).

FIGUR 4: ORGANISATIONS DIAGRAM, TV 2 DANMARK

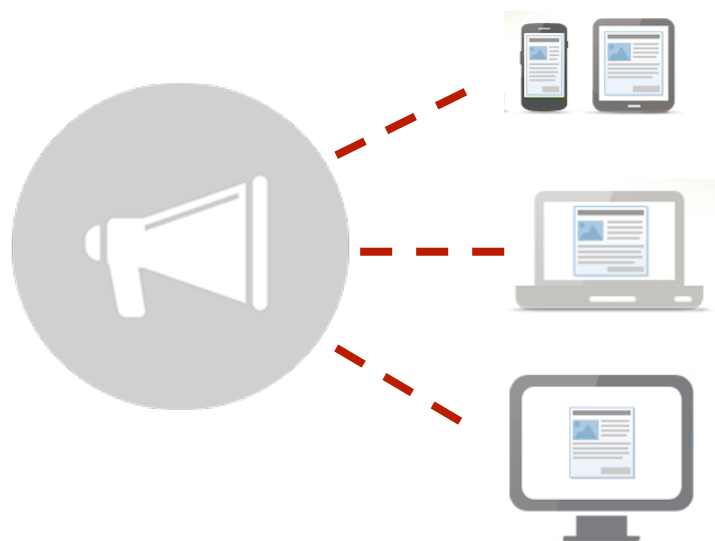


4.2 NYHEDSCENTERET: NYHEDER TIL ALLE

Visionen i Nyhedscenteret er at nedbryde den såkaldte "søjletænkning" i journalisternes arbejdsgang, hvor de fokuserer og producerer historier udelukkende til én platform. I stedet skal medarbejderne i Nyhedscenteret sammen producere til alle husets platforme, som det fremgår af figur 5. Parolen er, at

nyhedshistorier *"aldrig udkommer én gang på én platform"*, og at journalisterne fremover skal tænke indhold før platform (Dorte Schou, nyhedscenterredaktør, Bilag 7: Introduktionsvideo Nyhedscenteret: 52; Bilag 8: Håndbog til TV 2's Nyhedscenter: 55).

FIGUR 5: ILLUSTRATION AF NYHEDER TIL ALLE



Arbejdsgangene skal effektiviseres *"for at undgå flere røde mikrofoner end højst nødvendigt. Med andre ord skabe synergi"* (Mikkel Hertz, Bilag 21: Interview A: 150) – og der skal samtidig gøres op med eventuel intern konkurrence platformene imellem. Der skal ikke gemmes noget til bestemte platforme, og tiden, hvor 19-udsendelsen var stationens ultimative flagskib, skal være slut. I stedet skal en historie spredes ud over dagen på flere platforme: *"Folk vil gerne have deres nyheder på mobilen først, så vil de gerne have det på nettet, når de er på arbejde, så vil de gerne have det i fjernsynet, når de har fr"* (Christoffer Nestor, Bilag 22: Interview B: 164). TV 2's strategi lægger altså i høj grad op til det, Erdal (2011) kalder *intra platform coordination* og *-production* (se kapitel 3.2), hvor journalisterne samarbejder på tværs af platforme ved at dele viden og materiale. Det, der i den tidlige konvergensteori også kaldes konvergeret informationsindsamling (Gordon 2003).

Historierne skal fremover udkomme i publiceringsbølger, hvor platformene i fællesskab bygger historierne op og giver dem længere levetid. Denne strategi kræver, i modsætning til det Dailey (2005) betegner som *cloning*, hvor indhold distribueres i samme form på alle platforme, at udgivelserne er skræddersyet til de specifikke formater sådan, at man leder brugeren rundt i TV 2-systemet (Bilag 3: TV 2 – Digital Strategi 2015).

Denne nye strategi fordrer, at reporterne arbejder sammen på tværs. Én af de nye centrale arbejds-gange i Nyhedscenteret er derfor, at journalister fra forskellige platforme sættes sammen i såkaldte *cross teams*. Her producerer reporterne historien sammen, hvilket ifølge TV 2 kan optimere udbyttet af hele nyhedssøjleens researcharbejde og materialeindsamling. Tidligere har man arbejdet som separate, nærmest konkurrerende virksomheder, og *”det har jo betydet, at vi på en rigtig dårlig dag har genstartet dækningen af den samme historie både 1-2-3-4-5 og 6 gange (..) Altså, det er jo det, vi vil koordinere. Det er at få folk til at arbejde sammen på tværs”* (Mikkel Hertz, chef for Nyhedscenteret, Bilag 21: Interview A: 149). Man kan på den måde sige, at TV 2 ønsker at konvergere nyhedsafdelingen i to spor – på den ene side i præsentationen af udgivelserne og på den anden side i selve produktionen.

I stil med mange andre mediehuse verden over har TV 2 valgt at sætte nyhedscenterjournalisterne sammen i en fysisk redaktion (Cottle & Ashton 1999; Erdal 2011). Dette er valgt bevidst for at opfordre til samarbejde og deling, når journalisterne eksempelvis indsamler informationer: *”(...) For at forsøge at sikre, at vi når så langt som muligt med historien på dagen ved at arbejde sammen”* (Mikkel Hertz, Bilag 21: Interview A: 150).

Men for TV 2, der har base på begge sider af Storebælt, er redaktionen nødsaget til at være delt over i to. Ikke desto mindre koordineres Nyhedscenteret som én samlet helhed af en såkaldt nyhedscenter-redaktør, der er placeret i København.

4.2.1 DEN NYE FAGLIGHED

Den nye tanke- og arbejdsgang beskriver ledelsen som *”en ny faglighed”* (Bilag 4: TV 2 Ny Styrkeposition – strategi 2014: 34). Fremover er arbejdet kun halvt gjort, hvis reporteren ikke medtænker de andre platforme og deler sin viden og sit materiale med andre reportere:

Man har ikke passet sit arbejde, hvis man som News-reporter taler med en kilde, som digital også er interesseret i, og man laver en aftale om, at vedkommende kan komme ind i studiet kl. 14.00, hvis ikke man samtidig får nogle talestreger til en artikel. Det er ikke godt nok. Det er ikke i orden. Er det mere arbejde? Næh. Man skal jo alligevel vide, hvad manden mener (Mikkel Hertz, nyhedscenterchef, Bilag 21: Interview A: 160).

Som et led i strategien er der blandt andet oprettet en fælles mail, som gør det muligt at sende levende billeder og citater hjem til redaktionen, og et digitalt koordineringsværktøj ved navn Tango, der giver redaktører og journalister mulighed for at dele udviklinger, kilder og vinkler på dagens historier.

Samtidig har man på tidspunktet for vores feltarbejde valgt en model for den konvergerede produktion, der tager hensyn til, hvilke platforme og flader Nyhedscenterets medarbejdere har arbejdet på inden omlægningen. Man taler på TV 2 om at have et *rygmærke*, og at man derfor fortsat i en eller anden grad tilhører digital, hovedkanalen eller News. Man har så at sige i første omgang bibeholdt en slags platformsinddeling, som tager hensyn til den specialisering, reporterne har haft forud for omlægningen.

Den fremtidige organisering er dog ikke præsenteret og defineret klart. Mikkel Hertz forklarer, at man fra ledelsens side ikke har en plan for, hvor man skal være om et år. Eksempelvis er der ikke nogen plan for, hvorvidt rygmærkerne fortsat skal eksistere, eller om alle i fremtiden skal kunne arbejde som multimediejournalister. Sikkert er det dog, at medarbejderne skal vænne sig til forandringerne: "*(..) hvis man bare hørte en lille smule efter i arbejdet her, så er man godt klar over, at man kommer til at tillære sig nye ting. I hvilket tempo og præcis hvad, det er ikke defineret endnu*" (Mikkel Hertz, Bilag 21: Interview A: 154).

Det er dog defineret, at man som journalist i Nyhedscenteret kommer på kurser i at producere til nye platforme. Formålet er, at man lærer at levere til sine kollegers platforme, så man på den måde får en forståelse, man kan tage med sig ind i samarbejdet – men samtidig forventer man fra ledelsens side jævnfør citatet ovenfor, at alle skal kunne skrive en artikel til nettet eller lave en *voice over* til News.

Det er således ikke sat i system eller præsenteret formelt, at journalisterne skal kunne producere til flere platforme – tværtimod har reporterne fået at vide, at de fortsat skal levere til deres rygmærke. Men samtidig er der en forventning til, at man "får nogle citater til nettet", når man alligevel *liner en kilde op* til News, eller at den reporter, der er bedst inde i historien, lige så godt kan skrive webartiklen:

(...) fordi han er så langt nede i materien og kender detaljerne. Frem for hvis man skal hægte en digital reporter på, og vedkommende skal starte forfra. Så vejen til at lave et digitalt *take* er væsentligt kortere, hvis det er 19-reporteren, der laver det (Nyhedscenterredaktør, Jan Bjarke, Bilag 28: Interview H: 206).

Netop denne pointe kommer også til udtryk i et af ledelsens ugentlige nyhedsbreve, hvor det bliver omtalt som en stor "cross-succes", da en tv-journalist egenhændigt både leverede indslag til 19 Nyhederne og forfattede en artikel til nettet på historien: "*Et veritabelt journalistisk Kinder-æg. Artikel og klip var alt sammen oprettet fra bunden af [journalistens initialer red.], og strøg direkte ind på førstepladsen over mest læste på tv2.dk fredag eftermiddag*" (Bilag 9: Ugebrev, Nyhedscenteret, 14. april (uddrag)).

Samtidig italesætter ledelsen fortsat en forskel på platformene. Mens alle tilsyneladende skal kunne skrive til nettet eller lave en bid til News, så er produktionen til hovedkanalen stadig forbeholdt specialister – enten de dedikerede fra hovedkanalen eller de reportere i Nyhedscenteret, der kommer med et 19/22-rygmærke. Argumentationen er, at "*det er ikke alle journalister, der kan udkomme med historier på 19-nyhederne. Det kræver bare noget håndlag, som alle måske ikke har*" (Christoffer Nestor, redaktør, Bilag 22: Interview B: 164).

Denne skelnen har som konsekvens, at journalisternes produktion divergerer afhængigt af, hvilket rygmærke de har. For de udgående reportere fra hovedkanalen betyder ledelsens beslutning om, at 19/22-nyhederne fortsat skal produceres af specialister, at de nu skal tænke flere udgivelsesplatforme ind i deres arbejde, således at et for-interview til tv eksempelvis kan bruges som et primær-interview til digital. En reporter fra digital eller News skal på den anden side sjældnere med ud på historien, men vil oftere få materiale sendt fra journalisten fra hovedkanalen⁸. Ambitionen er dog, at arbejdet skal lattes for alle parter med et koordineret samarbejde: "*Det skulle gerne forløse noget tid og energi og udligne, at så hjælper de digitale 19-reporteren med noget grundresearch*" (Nyhedscenterredaktør, Jan Bjarke, Bilag 28: Interview H: 210).

4.2.2 MÅLET ER AT "VINDE DAGEN"

I en stor organisation som TV 2 kræver et velfungerende samarbejde mellem platformene måske et endnu større ledelsesmæssigt samarbejde. Således udgør redaktions- og koordineringsmøder en central del af planlægningen af historierne i Nyhedscenteret. Det er både her, redaktørerne planlægger publiceringsstrategier for dagens store historier, bestemmer hvilke nyheder, der skal prioriteres og diskuterer hvilke journalister, der skal løfte dagens opgaver. Der er i alt tre redaktionsmøder og op til fire koordinerings- og statusmøder for cheferne i Nyhedscenteret i løbet af dagen.

⁸ Det er her relevant at påpege, at ikke alle praksisser kan tilskrives det konvergerede nyhedsarbejde. Nogle platforme har også tidligere været mere eller mindre udgående, mens andre har båret mere præg af desk-arbejde.

Som et led i omstruktureringen er det ikke platformenes egne redaktører, der koordinerer arbejdet i Nyhedscenteret, men i stedet nyhedscenterredaktøren, hvis rolle vi kender fra andre undersøgelser inden for konvergenslitteraturen – den såkaldte nyhedskoordinator:

This figure is a dedicated role that harmonises synergies in terms of information sharing; equipment deployment and news flow (...) thus helping to plan news coverage across platforms and facilitating information sharing amongst journalists working for all platforms (Larrondo et al. 2014: 8).

Modsat redaktørerne i nyhedsafdelingens andre redaktioner har nyhedscenterredaktøren ikke ansvaret for én udgivelsesplatform, til gengæld råder han over halvdelen af den samlede journaliststab i nyhedsafdelingen. Så selvom nyhedscenterredaktøren styrer møderne og koordinerer historierne, ledes journalisterne også af deres respektive platformsredaktører, der i sidste ende tager imod deres udgivelse(r): *”Eksempelvis kommunikerer reportere, der leverer til 19/22 med platformsredaktøren, når der kan skrives en SPIB – det vil sige, når indhold, vinkel og kilde kendes”* (Bilag 8: Håndbog til TV 2’s Nyhedscenter: 56).

Citatet fra nyhedsredaktøren og de interne dokumenter viser, at der ikke er nogen klar linje for, hvem der har det endelige ansvar for, hvilke historier der skal satses på. For selvom det er nyhedscenterredaktøren, der råder over reporterne, har kanalredaktøren fortsat medindflydelse på historierne.

Journalisterne i Nyhedscenteret begynder dagen med et stort fælles redaktionsmøde. Til forskel fra tidligere ledes dette af nyhedscenterredaktøren, og platformsredaktøren er ikke længere til stede. Opgaven er at løfte dagens såkaldte fælleshistorier og udvikle på dem i fællesskab til de forskellige flader: *”Det vi skal have med. Finanslov, skoleforlig og hvad ved jeg”* (Bilag 7: Introduktionsvideo Nyhedscenteret: 53). Ambitionen er – som det lyder fra ledelsen – at ”vinde dagen” på fællesstoffet. For TV 2 betyder det, at man ønsker at være først på fællesstoffet med eksempelvis interview og billeder og at *”producere de bedste historier, som fordeles ud på TV 2’s platforme”* (Bilag 6: Nyheder til alle, intranet: 49). Dagsordenen for redaktionsmøderne er dermed sat.

Forud for reportermødet har fag-, platforms-, nyhedscenter- og chefredaktører drøftet dagens historier, og i fællesskab prioriteret koncernens reportermuskler. Det er på disse møder, man drøfter hvilke reportere, der skal arbejde på hvilke historier. For reporterne betyder det, at de ofte er fordelt på

dagsaktuelle historier, inden de møder ind og derfor ikke altid har indflydelse på, hvilke nyheder de dækker. Dog forklarer nyhedscenterredaktør Morten Nymann, at *”der er fortsat rigtig god plads til egne idéer, det vil vi stadig prioritere. Det er journalistikken, vi skal leve af”* (Bilag 7: Introduktionsvideo Nyhedscenteret: 51).

4.2.3 MERE TV 2 OG MERE BREAKING

I stil med andre konvergensprojekter er det som nævnt ikke alle reportere, der er en del af Nyhedscenteret rent organisatorisk. Foruden værter og redaktører har ledelsen valgt at bibeholde specialiserede platformsredaktioner med det, der betegnes som *”dedikerede”* medarbejdere. I konvergensteorien er det ofte feature-journalister, live-journalister eller journalister med et specifikt stofområde, der står uden for den strukturelt organiserede konvergens (Larrondo et al. 2014; Gordon 2003) – men hos TV 2 er det foruden disse også de såkaldte *”billedsnedkere”* fra hovedkanalen.

Mens nyhedscenterjournalisterne som nævnt leverer dagens *”skal”*-historier, laver de dedikerede journalister de unikke historier. Med den rullende dagsorden afsat til nyhedscenterjournalisterne, bliver de dedikerede journalister sat *”mere fri”*:

Vi kan være mere originale, vi kan være mere dagsordensættende, vi kan lave noget (...) som bliver det, der gør, at man gider tænde for 19 og 22, som måske bliver endnu mere unik, mere fascinerende, mere overraskende, mere TV 2 (Hovedkanalsredaktør, Lasse Rønlev, Bilag 7: Introduktionsvideo Nyhedscenteret: 53).

Det lader altså til, at der er to forskellige typer af journalistik, som de to typer af journalister skal producere. Det ene kan karakteriseres som rutinejournalistik, hvor journalisterne får en mere *distribuerende* rolle og vinkler begivenheder, der allerede sker, mens den anden er fokusjournalistik, hvor reporterne fortsat har en *producerende* rolle – og som i højere grad er det, der har højere værdi hos ledelsen, og som skal adskille TV 2 fra andre nyhedsorganisationer. Til det afsætter man altså en række dedikerede reportere, som skal lave det, kanalredaktøren ovenfor kalder for historier, der er *”mere TV 2”*. Noget, der kan skabe en hakkeorden, hvor der kan opstå en ulige fordeling af kompetencer og autoritet (Ørsten 2004: 121).

Ser vi nærmere på TV 2's selvforståelse i et historisk perspektiv, er det at *”være TV 2”* det samme som at være *”nær”* og *”unik”*. En kerneværdi som strammer tilbage fra stationens begyndelse, hvor TV 2 brystede sig af at bryde med DR's såkaldte revisorfjernsyn ved at have *”mennesket i centrum”* i tv-

fortællingen (Larsen 2013: 50). Den type nyhedsformidling flyttes nu ud til "specialisterne" uden for Nyhedscenteret, og man kan måske ligefrem tale om, at TV 2 hermed opdeler to af tv-stationens historiske kerneværdier i to separate fagligheder og afdelinger: Den specialiserede "TV 2'ske" faglighed hos de dedikerede og den generaliserede "moderne" faglighed i Nyhedscenteret.

I Nyhedscenteret findes også Nyhedsturbinen, der fungerer som et slags nyhedsbureau. Den bemandes af fem journalistiske funktioner, der overvåger nyhedsbilledet dag og nat: en billedredaktør holder øje med de nyeste billeder fra ind- og udland, en *social media*-reporter holder øje med, hvad der rører sig på de sociale medier og publicerer stof til TV 2's digitale profiler, mens to digitale reportere og en News-reporter overvåger og publicerer her-og-nu-nyheder simultant til TV 2's *breaking*-platforme på mobilen, tv2.dk og TV 2 News. I Turbinen kan man tydeligt se de dele af ledelsens ambitioner, der handler om at være først på fællesstoffet. Turbinen kaldes eksempelvis: "*Nyhedscenterets hjerte (...) der døgnet rundt sikrer, at vi er først på breaking, bedst på billeder og stærkest på de sociale medier*" (Bilag 8: Håndbog til TV 2's Nyhedscenter: 49).

4.3 DELKONKLUSION

Dette kapitel har haft til hensigt dels at gennemgå de udfordringer, som TV 2 har stået over for i forbindelse med digitaliseringen af nyhedsforbruget, og dels at give en forståelse af, hvordan nyhedsarbejdet organiseres fra ledelsens side i Nyhedscenteret. Samlet set er der flere faktorer, der karakteriserer konvergensstrategien på TV 2:

- Nyhedsorganisationen øger sit fokus på tværmedialitet i takt med den ændrede forbrugeradfærd og de nye medieplatforme. Omkring halvdelen af TV 2 Nyhedernes medarbejdere flyttes over i Nyhedscenteret, hvor ambitionen er at udøve en nyhedsdækning, der rækker ud over den enkelte platform, således at én journalists arbejde styrker dækningen på alle TV 2's platforme og ikke tilbageholdes til en specifik udgivelse eller flade.
- Nyhedscenteret skal "vinde dagen" ved at være først og bedst på dagsaktuelle fælleshistorier på alle TV 2's platforme. Historierne i Nyhedscenteret kredser således om de hurtige nyheder, hvilket i særlig grad ses med oprettelsen af Nyhedsturbinen.
- Mens man på den ene side har smeltet redaktionerne sammen i Nyhedscenteret, har man beholdt de platformsspecifikke redaktioner med "dedikerede" medarbejdere. Disse arbejder fortsat med fokusjournalistik og producerer de nære, unikke, "TV 2"-historier.

Ser man på implementeringen af Nyhedscenteret i teoretisk optik, kan man sige, at ambitionerne i høj grad læner sig op ad det, García-Avilés et al. kalder "fuld integration" i *workflow* og produktioner (García-Avilés et al. 2014: 579ff; se Tabel 3:). På dette stadie er historien primær, og platformen er sekundær, ligesom vi ser en fuld integration i newsroom-organiseringen, hvor journalisterne har fælles adgang til hinandens research og materiale gennem Tango og de fælles it-systemer. Til gengæld er der ikke nogen langsigtet forandringsstrategi med klart definerede endemål for graden af journalisternes multiskilling eller samarbejde – og dermed placerer TV 2's nyhedscenter sig strategisk mellem den fulde integration og det, som García-Avilés et al. kalder "cross media-konvergens i forandringsledelse og efteruddannelse", hvor nogle arbejder mere tværmedialt end andre, og hvor det ikke er decideret obligatorisk (Ibid.).

Overfører man TV 2's vision med arbejdsprocesserne i Nyhedscenteret til Erdals (2011) koordinatsystem, er der sket markante forandringer for nyhedscenterjournalisterne. Samtidig vil det spektrum, som journalisterne skal bevæge sig inden for, variere meget afhængig af rygmærket.

Ledelsens beslutning om, at hovedkanalens nyheder fortsat skal produceres af specialister, betyder samtidig, at 19/22-reporterne skal kunne bevæge sig på begge Erdals akser. De skal både varetage hele processen med at lave indslag til aftenens nyhedsudsendelse, og de skal sende hjem til de digitale journalister og News-reporterne. Omvendt får disse journalister en ny rolle, fordi de i højere grad får sendt materiale hjem, som de skal distribuere. De får altså et øget fokus på Erdals horisontale produktakse, og mindre på produktionsaksen – og kan siges at overgå fra en mere producerende rolle til en mere distribuerende (Hartley 2011). Samtidig er der ingen klar strategi, der forklarer journalisterne, i hvilken grad de fremover skal arbejde med det, Erdal kalder *multi-platform journalism*. Hertz forklarer, at det er påskønnet, men samtidig har man valgt at bibeholde rygmærkerne, hvilket kan siges at sende divergerende signaler.

For at nærme os en forståelse af, hvad de nye produktionsbetingelser betyder for journalisternes arbejdspraksis og i hvilken grad dette stemmer overens med ledelsens ønsker, vil vi i næste kapitel ved hjælp af vores empiri dykke ned i journalisternes daglige arbejde i Nyhedscenteret.

5 KVANTITATIVE DATA: ARBEJDET I NYHEDSCENTERET

Hvor forrige kapitel så på, hvad ledelsen ønsker at opnå med det nye tværmediale samarbejde, zoomer vi i disse følgende tre analysekapitler ind på, hvordan arbejdet foregår i praksis, og hvordan journalisterne forholder sig til de nye produktionsprocesser.

Som afsæt dykker vi i denne første analysedel ned i resultaterne fra vores spørgeskemaundersøgelse. Her kan vi komme de forskellige holdninger til Nyhedscenteret nærmere på en bred, kvantitativ skala. Vi kan altså spore en række udfordringer og holdninger, som vi vil se nærmere på og uddybe med resultaterne fra undersøgelsens observationer og de kvalitative interview. Formålet er endvidere at analysere sporinger i interne forskydninger på tværs af alder, anciennitet, arbejdssted og produktionsplatform i forhold til arbejdsform og tilgang til Nyhedscenteret.

Som beskrevet i undersøgelsens metodekapitel (kapitel 2) har vi udformet dele af svarmulighederne i spørgeskemaet ud fra Erdals (2011) koordinatsystem over produktionsprocesser og produkter i den konvergerede nyhedsproduktion. Svarmulighederne er endvidere formuleret med afsæt i den øvrige konvergenslitteratur, der peger på en række fordele og ulemper ved den nye arbejdspraksis. Formålet er at kvalificere og uddybe vores observationer og interview i de kommende analysekapitler.

5.1 HVEM HAR SVARET?

Inden vi går ned i journalisterne svar om deres arbejde i og holdning til Nyhedscenteret, vil vi først se på, hvordan svarene fra de journalister, der har medvirket, fordeler sig ud fra den baggrundsinformation, de har angivet i spørgeskemaet. Dette for at tegne en karakteristik af medarbejderne i Nyhedscenteret for at tage højde for det forbehold, at respondenterne ikke nødvendigvis tegner et fuldt repræsentativt udsnit af journalisterne.

Svarpersonerne er tilnærmelsesvis ligeligt fordelt mellem platformene dog med en overvægt af tv-journalister: 37 procent fra TV 2 hovedkanal, 35 procent fra TV 2 News, 20 procent fra tv2.dk og to procent fra social media-redaktionen⁹. Syv ud af ti af vores respondenter arbejder i København, hvilket stemmer godt overens med, at de fleste af Nyhedscenterets medarbejdere er placeret her. To ud af tre af respondenterne er mænd, mens en tredjedel er kvinder. 78 procent af alle svarpersonerne er

⁹ Seks procent svarer andet. Det kan eksempelvis være fordi, de er tilknyttet flere platforme samtidigt.

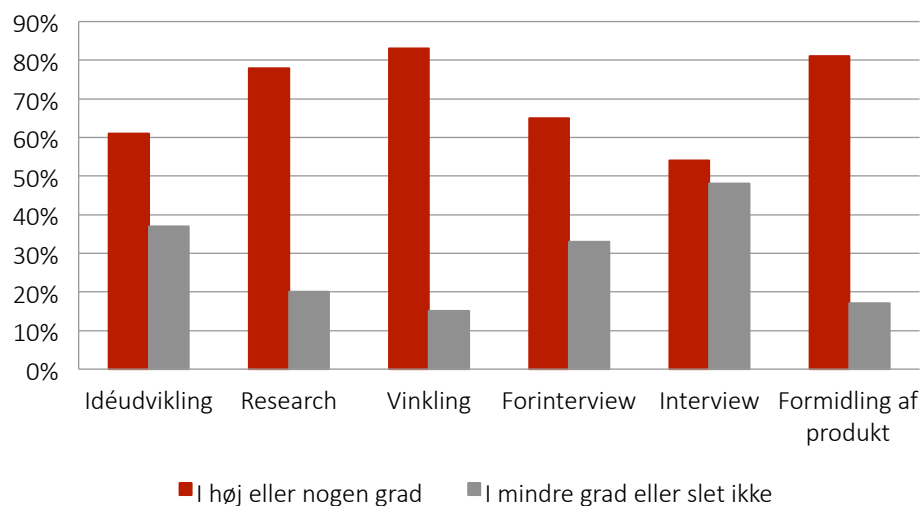
under 40 år gamle, men en stor del har alligevel arbejdet på TV 2 i flere år: 36 procent mere end fem år, 18 procent mellem tre og fem år, 24 procent mellem et og tre år og 22 procent under et år (Bilag 34: Resultater spørgeskemaundersøgelse).

Baseret på disse data mener vi, at svarpersonerne tegner et bredt og dermed forholdsvis repræsentativt billede af journaliststaben i Nyhedscenteret med repræsentanter fra alle platforme, aldersgrupper og arbejdsancienniteter. I samspil med den øvrige empiri mener vi derfor, at vi fremadrettet godt kan analysere og konkludere på svarresultaterne.

5.2 ARBEJDSOPGAVERNE I NYHEDSCENTERET

For først at få et indblik i den generelle journalistiske praksis i Nyhedscenteret har vi i spørgeskemaet bedt reporterne om at angive, hvilke dele af den journalistiske produktionsproces de varetager. Her har vi inddelt arbejdet i kategorierne idéudvikling, research, vinkling og formidling af det endelige produkt med inspiration fra konvergensteoriens fokus på multiskilling, herunder Erdals vertikale produktionsakse (Erdal 2011). Lægger man de, der har svaret "i nogen grad" eller "i høj grad", sammen og de, der har svaret "i mindre grad" eller "slet ikke", sammen, fordeler svarene sådan således:

Spørgsmål: I hvor høj grad varetager du følgende



Kilde: Bilag 34: Resultater spørgeskemaundersøgelse, n = 54.

I alle kategorier er der altså en overvægt af journalister, der i høj eller nogen grad varetager netop den del af produktionen. Kategorierne research, vinkling og formidling af produktet ligger særligt højt (over 75 procent) og er således de dele af processen, som flest varetager. Der er dog også en række journa-

lister i Nyhedscenteret, der svarer, at de "slet ikke eller i mindre grad" beskæftiger sig med nogle af trinnene på produktionsaksen. Således er der i alle kategorier mere end 10 procent, som svarer, at de ikke eller i begrænset omfang varetager den specifikke del af den journalistiske produktionsproces. De største udsving ser vi på idéudvikling og interview. Her er det mere end hver tredje medarbejder, der oplever kun i mindre grad eller slet ikke at idéudvikle på historier, ligesom det er halvdelen af medarbejderne, der ikke eller i mindre grad interviewer selv.

Dykker vi videre ned i resultaterne og filtrerer dem efter, hvilken platform journalisterne har angivet at arbejde for, kan vi se, at der opstår forskelle. 40 procent af hovedkanalsreporterne mener, at de kun sjældent varetager idéudvikling – samme svar giver 54 procent af journalisterne på tv2.dk. Men mens alle reportere på hovedkanalen i nogen grad varetager formidling af slutproduktet og laver interview, så er det 43 procent af reporterne fra News, der i mindre grad eller slet ikke formidler et slutprodukt, ligesom 74 procent af dem slet ikke eller i mindre grad laver interview¹⁰. Digital er den platform, hvor flest journalister svarer "nej" til at varetage dele af processen. I fire ud af seks kategorier svarer mere end hver tredje journalist, at de kun varetager produktionsdelen i mindre grad eller slet ikke. Kun research og vinkling svarer alle journalister fra digital "ja" til at varetage i nogen eller høj grad.

Vi oplever altså, at praksissen i Nyhedscenteret i højere grad ligner en distribuerende form for journalistik end den fokusjournalistik, som har høj status i den journalistiske kultur (Schultz 2006; Hartley 2011). Samtidig ser vi, at det mest er de digitale journalister, der formidler andres stof, mens reporterne fra hovedkanalen varetager flere af produktionsopgaverne. En opdeling der gør, at man med rimelighed kan diskutere, om platformene indgår i samarbejdet på lige fod, eller om hovedkanalsreporterne kan siges at varetage de mest væsentlige opgaver for historien og dermed være "journalisten med historien", hvor News og nettet i højere grad hæftes på med en distribuerende rolle.

Det har ifølge tidligere undersøgelser (Bantz et al. 1980; Andersson 2013) stor betydning for den journalistiske tilfredsstillelse at varetage alle dele af produktionsaksen i én eller anden grad. På DR Nyheder sporer Andersson (2013) for eksempel stor utilfredshed, fordi journalisterne opdeles meget skarpt i de, der indhenter materiale, og de, der får produktet til at løbe over skærmen eller i radioen. Denne skarpe arbejdsdeling ser vi dog ikke på TV 2, der har valgt at bibeholde journalisternes platformsspeci-

¹⁰ At mange journalister fra News svarer, at de ikke laver interview og formidler et slutprodukt kan skyldes, at de i høj grad leverer til værtsbårne live-programmer.

fikke tilknytning. Dette virker dog kun delvist at være lykkedes, når mere end hver tredje ikke oplever at idéudvikle, og hver femte kun i lille grad laver research.

Når vi i spørgeskemaet spørger direkte til, om de nye arbejdsrutiner har ændret journalistens selvopfattelse, svarer hver tredje "ja". Især de digitale journalister ser en ændring - her er det nemlig hele 44 procent, der siger "ja". Om forandringen er til det bedre eller værre, kan vi ikke med sikkerhed sige, men med afsæt i den journalistiske kultur kan man argumentere for, at journalisternes selvopfattelse har bevæget sig i en negativ retning. En årsag kan være, at nogle af journalisterne slet ikke eller i mindre grad varetager væsentlige dele af produktionsaksen som idégenerering og interview. To discipliner, der er centrale idealer i den journalistiske kultur.

5.3 FORDELE OG ULEMPER I DEN NYE PRODUKTION

Når vi spørger ind til Nyhedscenterets styrker, er der gennemgående stor enighed blandt journalisterne: Nyhederne kommer hurtigere og bredere ud (74 procent), og samarbejdet mellem platformene er blevet bedre (73 procent). Filtrerer vi mellem arbejdssted og platform ser vi dog, at holdningen om et bedre samarbejde kun gør sig gældende for lige knapt halvdelen af journalisterne i Odense (45 procent), mens det i København er mere end halvdelen (63 procent). I Odense synes hver fjerde (27 procent) sågar, at samarbejdet er blevet dårligere, mens det samme kun gør sig gældende for tre procent i København.

Svaghederne ved Nyhedscenteret udpeger et flertal af respondenterne til at være redaktionsmøder og sparring: Det er blevet dårligere (67 procent), det samme er selvbestemmelse i forhold til valg af historier (61 procent), og så går der vigtig tid fra historierne, når man skal koordinere med og producere til flere platforme (59 procent). Ser vi igen på platformene separat, viser det sig, at det i høj grad er hovedkanalsreporterne, der oplever, at der går tid fra historierne på grund af koordinering (70 procent svarer i høj eller nogen grad).

Der er altså forskelle i journalisternes svar og holdninger til arbejdet i Nyhedscenteret, når vi filtrerer dem efter arbejdssted og platform – en pointe, vi vil se nærmere på i analysens del to og tre. Journalisternes opfattelse af samarbejdet stemmer dog overordnet godt overens med tidligere studier i konvergens (Singer & Quandt 2009; Larrondo et al. 2014), der netop vægter den fysiske nærhed til dem, man arbejder sammen med, som et succeskriterium for tværmedial nyhedsproduktion, hvilket kan være med til at forklare, hvorfor journalisterne i Odense oplever vanskeligheder og altså ikke er lige så positivt stemt over for resultatet af samarbejdet. At journalisterne til gengæld oplever, at nyhederne

kommer hurtigere og bredere ud, og at samarbejdet er blevet bedre, kan ses som en indikation på, at journalisterne godt kan se, hvordan de nye platforme kan give merværdi til egne historier og altså godt kan følge logikken i den konvergerede produktion.

5.4 ET "SKIDT ARBEJDSMILJØ"

Muligheden for idéudvikling og selvbestemmelse i valget af historier er noget af det, journalisterne yderligere forholder sig til i spørgeskemaet. Som beskrevet i vores teoretiske kapitel er autonomi i det daglige arbejde en væsentlig del af den journalistiske kultur uagtet virksomhed eller platform: Frihed til at vælge og dermed være en form for gatekeeper i forhold til, hvad der bliver til nyheder, og idéen om at levere kritisk og uafhængig public service til borgerne. Der er derfor en række spørgsmål i vores spørgeskema, som kan fortælle noget om, hvordan journalisterne oplever autonomi i arbejdet efter indførelsen af Nyhedscenteret.

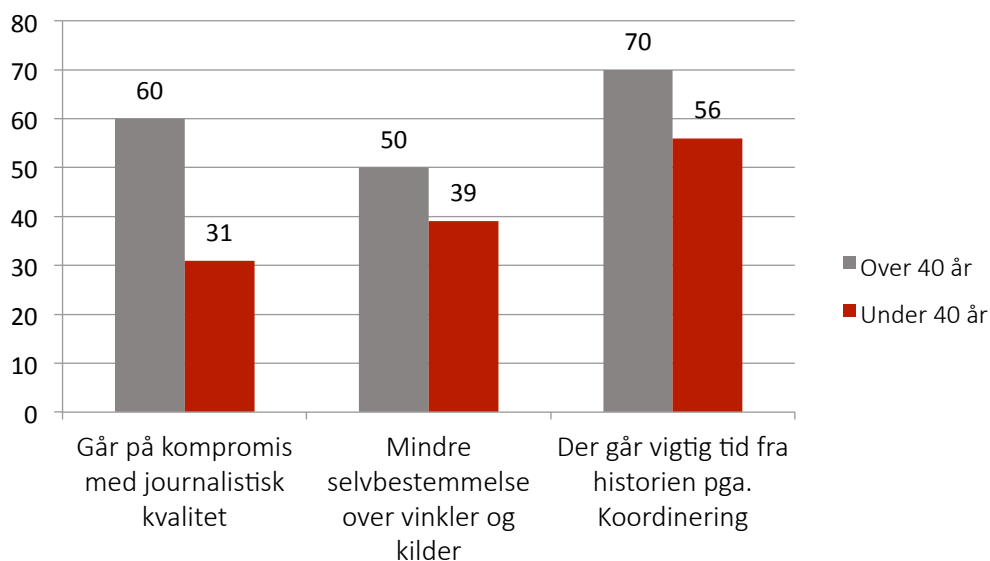
I forhold til autonomien svarer 41 procent af respondenterne, at de mener, at mulighederne for selv at bestemme kilder og vinkler er blevet færre efter indførelsen af Nyhedscenteret, og som før nævnt mener 61 procent, at selvbestemmelsen er blevet dårligere, når det kommer til at finde og udvælge historier selv. Samtidig viser resultaterne en klar sammenhæng mellem den platform, man kommer fra, og holdningen til autonomi i Nyhedscenteret. Især journalister fra hovedkanalen mener, at det er blevet sværere selv at bestemme historierne – ser man kun på denne gruppe, svarer 79 procent, at muligheden for selvbestemmelse er forringet.

Selvbestemmelse er også et punkt, en række journalister selv kommer ind på i de afsluttende kommentarer i spørgeskemaet. Her lyder det blandt andet: *"Det er min oplevelse, at fagredaktionerne har fået mere selvbestemmelse, men generalisterne på Nyhedscenteret har fået mindre"* (Bilag 34: Resultater spørgeskemaundersøgelse: 257) og fra en anden journalist:

Den journalistiske idéudvikling og selvstændige tankegang er forsvindende med Nyhedscenterets indførelse (...) Det skaber et skidt arbejdsmiljø, hvor flere af mine kolleger ikke trives, fordi de netop blot bliver sat til samlebandsarbejde, som enhver (mere eller mindre) kan udføre. Sådan er det ofte også gældende for mig (Bilag 34: Resultater spørgeskemaundersøgelse: 257).

Når vi analyserer den oplevede autonomi, lader det også til, at idealet bliver mere tydeligt med alderen. Ældre journalister mener i højere grad end de yngre, at graden af autonomi er blevet mindre, ligesom der er store forskelle på attituden til den journalistik, man producerer i Nyhedscenteret. Antallet af reportere, der mener, at man går på kompromis med egne krav til journalistik i Nyhedscenteret, er langt højere blandt de ældre journalister end blandt de yngre. Spørgeskemaresultaterne viser, at 60 procent af journalisterne over 41 år mener, at man slækker på egne krav, mens det kun er 31 procent af dem under 40 år (se nedenstående diagram). De yngre er også langt mere positivt indstillede over for samarbejdet mellem platforme og journalister generelt end de ældre. Vi ser da også, at de yngre reportere oftest knytter sig til de digitale platforme – 78 procent af journalisterne på tv2.dk er mellem 20 og 30 år, mens det samme kun gør sig gældende for 37 procent på hovedkanalen. Samtidig er der ingen over 51 år, der producerer til nettet, mens dette tal er 16 procent på hovedkanalen.

Spørgsmål: *Hvordan oplever du, at arbejdsprocesserne i Nyhedscenteret påvirker din rolle som journalist og kvaliteten af den journalistik, du laver?* (Svar ”i høj eller nogen grad” samlet)



Kilde: Bilag 34: Resultater spørgeskemaundersøgelse Under 40 år, n = 36. Over 40 år, n = 10.

At det i højere grad er de ældre, der oplever, at Nyhedscenteret indskrænker deres autonomi, kan skyldes, at den journalistiske praksis, som beskrevet i vores teoretiske kapitel, har ændret sig markant gennem de senere år. Nogle af de ældre journalister kan derfor være skolet i en noget anden kontekst end de yngre reportere, der kun har været få år på arbejdsmarkedet. Man kan argumentere for, at den krisebevidsthed, der kan siges at have sneget sig ind, er en selvfølge for nogle af de nyere journali-

ster, der ikke har oplevet andet. Den kultur og dermed sporafhængighed, der eventuelt kan fastholde nogle ældre reportere i gamle rutiner og normer, vil ikke i samme grad vise sig hos de yngre. Samtidig bevæger de nyere journalister sig ofte mere hjemmevant på de sociale medier og er vokset op med de digitale redskaber og platforme. De er såkaldte *digital natives*, og måske derfor kan de lettere tage de nye arbejdsmetoder til sig. De arbejder desuden oftest på de digitale platforme, hvilket også kan spille ind, da journalisterne her måske oplever at have mistet mindre autonomi i forhold til Nyhedscenteret end på eksempelvis hovedkanalen, hvor reporterne før omlægningen har været vant til at styre den journalistiske proces individuelt fra idé til formidling.

5.4.1 REDAKTIONSMØDER OG SPARRING

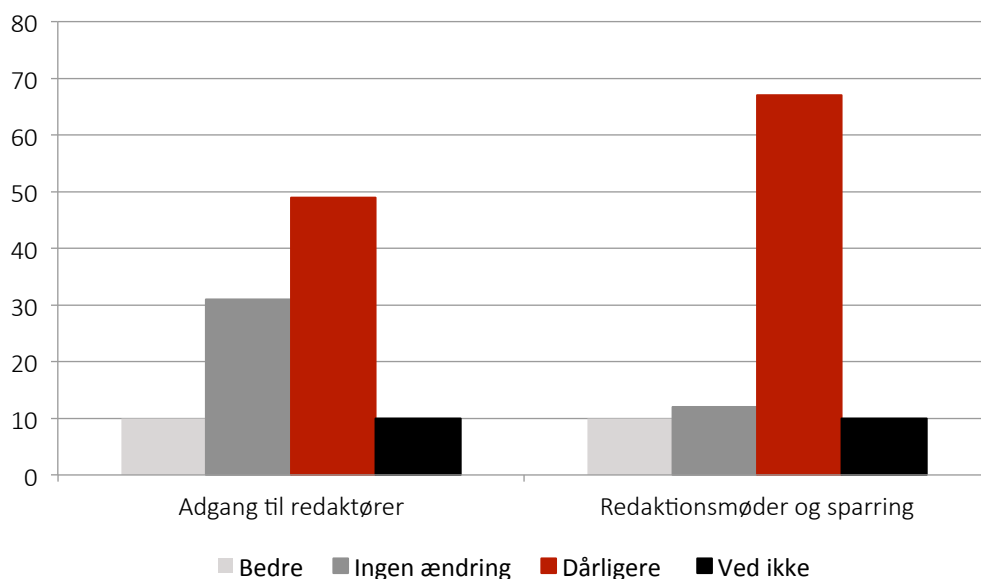
Når vi spørger nyhedscenterjournalisterne om, hvordan redaktionsmøder, sparring og samarbejdet med redaktører er nu i forhold til tidlige, svarer et flertal af journalisterne, at disse områder er blevet dårligere efter indførelsen af Nyhedscenteret.

Også omkring disse spørgsmål er der stor forskel på platformene. Der er flere af journalisterne på hovedkanalen, der er kritiske over for redaktionsmøderne og sparringen med redaktører end på de andre platforme; på hovedkanalen oplever mere end 70 procent af medarbejderne, at redaktionsmøderne og adgangen til redaktører er blevet forringet. Der er således meget få hovedkanalsjournalister, der oplever, at indførelsen af Nyhedscenteret har forbedret den daglige sparring og de daglige redaktionsmøder.

Hos News-reporterne er det især redaktionsmøder og sparring, som journalisterne er utilfredse med. Hele 89 procent synes eksempelvis, at møderne er blevet dårligere. Modsat er langt færre digitale reportere utilfredse – her er det faktisk den største gruppe, som mener, at redaktionsmøder og sparring (33 procent) samt adgangen til redaktører (44 procent) er bedre nu end før Nyhedscenteret.

Spørgsmål:

Hvordan oplever du, at dit journalistiske arbejde har ændret sig med indførelsen af Nyhedscenteret?



Kilde: Bilag 34: Resultater spørgeskemaundersøgelsen = 54.

Når det især er News- og hovedkanalsreporterne, der er kritiske over for redaktionsmøderne og sparringen i Nyhedscenteret, kan det skyldes, at disse to medarbejdergrupper før omlægningen havde egne platformsspecifikke redaktionsmøder. Disse er nedlagt til fordel for store fællesmøder i Nyhedscenteret, der udelukkende varetages af nyhedscenterredaktøren, som ikke er den, der følger historierne og udsendelserne til dørs.

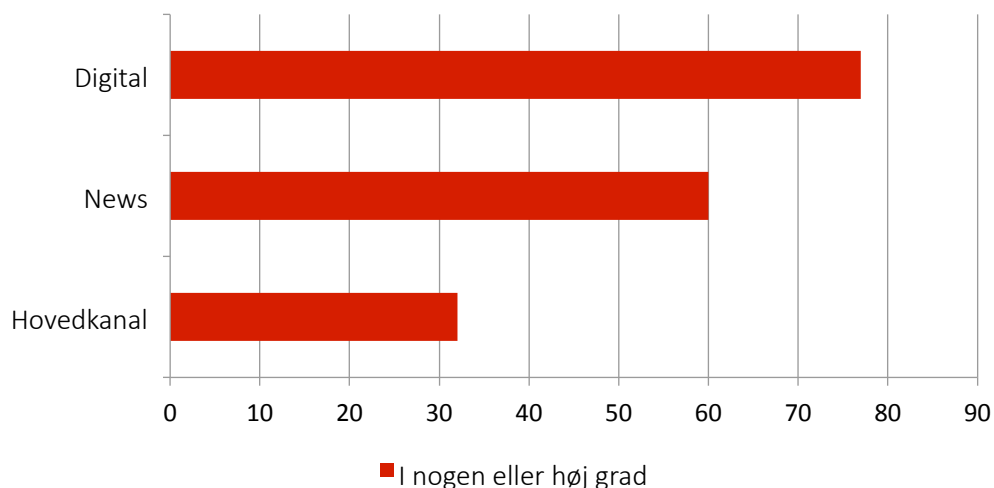
5.5 HIERARKIER I NYHEDSCENTERET

Med den nye struktur ønsker ledelsen på TV 2 at gøre op med den hidtidige kultur, hvor nyhedsudsendelserne på hovedkanalen har stået øverst. Vi spørger derfor journalisterne i Nyhedscenteret til deres oplevelser af ledelsens prioriteringer platformene imellem.

I alt svarer halvdelen af journalisterne, at de oplever, at nogle platforme bliver prioriteret højere end deres egen. Lavest ligger tallet for hovedkanalsreporterne, hvor kun 32 procent svarer i nogen grad, ligesom ingen svarer i høj grad, mens det er 60 procent af reporterne fra News, der svarer i nogen eller høj grad. Men tallene viser, at det i høj grad er reporterne fra digital, som oplever, at andre platforme prioriteres højere end netplatformen. Størstedelen af journalisterne fra nettet (77 procent svarer i nogen eller højere grad) oplever, at andre platforme prioriteres højere end deres.

Spørgsmål:

Hvordan oplever du, at arbejdsprocesserne i Nyhedscenteret påvirker din rolle som journalist og kvaliteten af den journalistisk, du laver? - Jeg oplever, at andre platforme prioriteres højere end min.



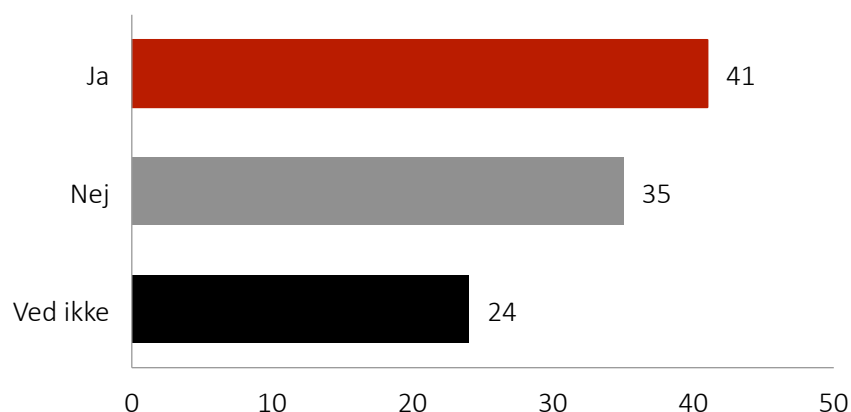
Kilde: Bilag 34: Resultater spørgeskemaundersøgelse, n = 53.

Vi har ligeledes undersøgt journalisterne indstilling til den nye opdeling mellem nyhedscenterjournalister og platformsspecifikke "dedikerede", der i højere grad fortsat bibeholder den gamle produktionsform. Og generelt er der en stor del af journalisterne, der hellere vil arbejde dedikeret end i Nyhedscenteret – således svarer 41 procent "ja" til det spørgsmål. Det er primært hovedkanalsreporterne, der hellere vil arbejde dedikeret¹¹. Skelner man for eksempel mellem hovedkanal og tv2.dk, så er det henholdsvis 50 procent og 18 procent, der svarer, at de hellere vil være dedikeret til én platform. Men også internt blandt hovedkanalsreporterne er der en geografisk forskel: Hele 67 procent i Odense vil hellere være dedikerede, det tal er kun 25 procent i København. Der er således både platformsmæssige og geografiske faktorer, der gør sig gældende i forhold til, hvordan journalisterne forholder sig til Nyhedscenteret.

¹¹ Det skal her bemærkes, at News kun i yderst begrænset omfang benytter sig af dedikerede – og kun i form af live-reportere. Derfor er det naturligt, at News-journalisterne ikke svarer ja til, at de hellere vil arbejde som dedikerede.

Spørgsmål:

Hvis jeg kunne, ville jeg hellere være dedikeret på én platform end at sidde i Nyhedscenteret?



Kilde: Bilag 34: Resultater spørgeskemaundersøgelse, n = 54.

Svarene fra journalisterne tyder på, at der eksisterer to slags hierarkier i Nyhedscenteret. Dels et hierarki mellem platformene, som på trods af ledelsens ambitioner endnu ikke er fuldt brudt ned. Især journalisterne fra digital føler det, Hartley (2013) beskriver som "lillebrorsyndromet", hvor andre platforme end deres egen er i fokus (Hartley 2013: 134). Sammenligner vi deres svar med hovedkanalsreporternes, kan vi i hvert fald se, at der ikke her er samme følelse af at blive underprioriteret, og det kan tyde på, at den gamle kultur om TV 2 som "tv-station" hænger ved. Samtidig lader der til at være et hierarki mellem dem inden for Nyhedscenteret og dem udenfor. Næsten halvdelen af journalisterne ønsker i al fald, at de kunne være dedikerede.

5.6 DELKONKLUSION

Vi har i dette kapitel forsøgt at tegne et overordnet billede af, hvordan journalisterne oplever og forholder sig til arbejdet i Nyhedscenteret. For det første ser vi, at journalisterne i høj grad er enige med ledelsen i, at Nyhedscenteret skaber en mere effektiv journalistik, der når hurtigere og bredere ud på de digitale platforme. Der er også bred enighed om, at koordineringen mellem platformene er blevet bedre end før Nyhedscenteret. Vi bemærker dog også, at journalisternes svar divergerer efter platform og geografisk placering. Reporterne i Odense, der hovedsageligt har rygmærker fra hovedkanalen med sig, er generelt mere utilfredse.

Et af de punkter, som journalisterne fra alle platforme er mest kritiske over for, er den manglende mulighed for sparring og adgangen til redaktører. Mange journalister beskæftiger sig desuden slet ikke

eller i ringe grad med idéudvikling. Selvom nyhedscenterredaktør Morten Nymann i introvideoen til nyhedscentermedarbejderne forsikrede journalisterne om, at der ville blive "*rigtig god plads til egenidéer*" (Bilag 7: Introduktionsvideo Nyhedscenteret: 51), viser praksis noget andet. En tendens vi også ser, når 41 procent af journalisterne ville foretrække at være dedikeret til én platform frem for deres nuværende arbejde i Nyhedscenteret, herunder 67 procent af hovedkanalsreporterne i Odense.

Spørgeskemaresultaterne fastslår endvidere, at der er stor forskel på journalisternes svar afhængig af alder og platform. Det lader generelt til, at jo større historie- og produktionsmæssig frihed den enkelte reporter har haft inden omlægningen, desto mere konfliktfyldt er forholdet til Nyhedscenteret – og des mindre frihed føler journalisten i arbejdet i Nyhedscenteret. Eksempelvis svarer 79 procent af reporterne fra hovedkanalen, at de oplever mindre selvbestemmelse i forhold til historierne, ligesom 70 procent oplever, at der går vigtigt tid fra historien, når de skal koordinere og producere.

Samtidig er de yngre reportere mindre kritiske. Dette kan handle om flere ting; dels at en række af de nyuddannede journalister er *digital natives*, der er vant til at bruge nettet og derfor ser det som en naturlig arbejdsplatform, og dels at man måske begynder sin karriere på nettet og arbejder sig op i organisationens statushierarki til News og hovedkanal.

6 OBSERVATIONER: INDENFOR I NYHEDSCENTERET

Efter en mere generel gennemgang af journalisternes overordnede indtryk af Nyhedscenteret og de arbejdsopgaver, de varetager, inddrager vi i følgende kapitel de observationer, vi har foretaget i Nyhedscenteret. Dette vil ikke alene uddybe resultaterne fra spørgeskemaet med konkrete episoder, det vil også give afsæt for yderligere diskussion af den konvergerede arbejdspraksis, som vi overværer, samt de problematikker, vi oplever, der er forbundet med den.

Kapitlet er struktureret over to primære tematikker: den fysiske organisering og *cross*-samarbejdet i praksis. Disse er dels udvalgt ud fra vores teoretiske bagtæppe i konvergenslitteraturen (se Tabel 3: Tre typer af konvergens), men også ud fra det, vi oplevede, fyldte meget for journalisterne under vores observationer samt det, vi selv har fundet relevant undervejs.

Vi indleder med den fysiske organisering herunder forskellene mellem arbejdet i Odense og København, redaktionsmøder og de nye redaktørsamarbejder i Nyhedscenteret, idet vi oplevede, at disse praktiske forhold havde stor betydning for journalisternes arbejdspraksis. Et forhold, som kun meget lidt af konvergenslitteraturen beskæftiger sig med (se Larrondo et al. 2014). Herefter bevæger vi os over i det egentlige *cross*-samarbejde, hvor vi blandt andet dykker ned i multiskilling og tværmedial produktion. Herunder har vi fundet det relevant at se på eventuelle hierarkiske opdelinger mellem platforme og arbejdsopgaver, da både konvergenslitteraturen og forrige analysekapitel peger på, at dette kan give udfordringer og spille ind på journalisternes modtagelse af omstruktureringen og deres arbejdsindsats på TV 2.

Formålet med kapitlet her er altså at dykke ned i, hvordan ledelsens ambitioner for arbejdsstrukturen i Nyhedscenteret rent faktisk udleveres i praksis af journalisterne. Vi vil samle analytiske pointer op i slutningen af hvert afsnit.

6.1 HERTIL GÅR NYHEDSCENTERET - OG IKKE LÆNGERE

Under vores observationer oplever vi, at den fysiske organisering har betydning for den journalistiske arbejdspraksis, og derfor lægger vi ud med en beskrivelse af redaktionerne i Nyhedscenteret samt betydningen af rammerne for journalisternes arbejde. Og da der er forskel på indretningen og Nyhedscenterets omfang i København og Odense, har vi også et særligt fokus på dette.

Hovedparten af Nyhedscenteret ligger i København. Her ligger det implicit i News' redaktionslokaler og fylder den ene halvdel af en etage. Hvor andre redaktioner eksempelvis Finans og Kultur har deres egne skilte, der viser, hvor de holder til, har Nyhedscenteret ikke nogen tydelig fysisk afgrænsning – skiltet viser stadig TV 2 News.

Der viser sig da også en vis forvirring blandt medarbejderne i København, da vi under observationerne forsøger at finde ud af, hvor grænserne for Nyhedscenteret går – fysisk såvel som ressourcemæssigt. Medarbejderne kan eksempelvis ikke redegøre for, hvem der er en del af Nyhedscenteret, og mens en reporter argumenterer for, at *"Det er vi vist alle sammen. Tror jeg? Er vi ikke det?"* (Bilag 11: Observation 1: 72), joker en anden med, at ingen reelt ved, hvad Nyhedscenteret er, eller hvem der er en del af det: *"Det er godt, hvis I kan finde ud af det i jeres rapport"* (Bilag 15: Observation 5: 113).

Nyhedscenteret i Odense er anderledes afgrænset. Her har ledelsen, i tråd med den løsning som flere andre konvergerede nyhedsmedier har valgt, samlet nyhedscentermedarbejderne i en klynge ved en *news desk* midt i redaktionslokalet (Larrondo et al. 2014; Cottle & Ashton 1999; Nygren 2008). I det store newsroom afvikles TV 2 Nyhederne samt vejret, og reporterne er således en del af den store redaktion, mens de i København fylder mere og derfor også fremstår som en anden form for redaktionel helhed¹².

Begge steder har man for at optimere arbejdet valgt at markere medarbejdernes funktioner ved at sætte små Dymo-mærkater på kanten af alle skriveborde. Disse mærker angiver de forskellige funktioner i Nyhedscenteret: eksempelvis 'NC digital', 'NC News' eller 'NC 19'. Det er meningen, at journalisterne skal placere sig efter funktion, når de møder ind på en given vagt, så vejen dermed er banet for samarbejde på tværs af funktionerne. En praksis, der skal lægge op til research- og præsentationskonvergens på tværs af News, nettet og hovedkanalen.

I København er alle platforme repræsenteret i den såkaldte "bordplan", der krydsplacerer reporterne på tværs af platforme ved siden af hinanden, sådan at det er muligt at danne de såkaldte *cross teams* – tre på en tværmedial stribe. Arbejdsopdelingen er mest tydelig i Nyhedsturbinen, hvor medarbejderne ikke blot har en Dymo efter funktion, men papirer med konkrete arbejdsbeskrivelser tapet fast til skrivebordet (Bilag 13: Observation 3: 97).

¹² TV 2 var, mens vi udformede undersøgelsen, i gang med en ny fysisk organisering af Nyhedscenteret i København. Dette omfattede blandt andet nye lokaler med mere plads.

I Odense findes ingen 'NC News'-funktion, men ellers er tanken den samme. Denne strategi kan i teoretisk forstand siges at lægge op til *cross media* i produktionsprocesserne, fordi den fysiske struktur gør det nemmere at producere indhold i et samarbejde mellem News, nettet og hovedkanalen eller at dele indhold på tværs (Erdal 2011: 217). I praksis observerer vi dog ikke eksempler på, at tre reportere fra de forskellige platforme indgik i et sådant samarbejde – en pointe vi vender tilbage til senere i dette kapitel, men her skal vi bare notere os, at praksis altså ikke automatisk ændres på trods af den nye fysiske struktur.

Også aktivitetsniveauet på de to nyhedsredaktioner er meget forskelligt. I Odense er der stille og nærmest tomt til langt op ad formiddagen, hvor tre reportere og en redaktør fra hovedkanalen er eneste bemanning. På dette tidspunkt er medarbejderantallet mere end fem gange så højt i København, og selvom bordplanen bliver sirligt overholdt, mangler der siddepladser, når dagsreporterne møder ind (Bilag 14: Observation 4: 104). Det høje medarbejdertal på redaktionen medvirker endvidere til støjproblemer - en medarbejder fortæller, at *"man er helt bombet i hovedet, når man kommer hjem"* (Bilag 19: Observation 9: 142), og vi oplever, at mange reportere går ud af redaktionslokalet, når de skal foretage opkald – en praksis, der kan siges at begrænse det tiltænkte *cross*-samarbejde med tre-på-stribe-placeringen, der skal gøre researchen og arbejdsgangene mere gennemsigtige og åbne for gensidige input reporterne imellem.

Samlet set tegner der sig altså et billede af, at organiseringen er sat i system efter de journalistiske positioner internt i Nyhedscenteret – og at praksis ikke umiddelbart følger ledelsens intentioner. Det er for eksempel ikke altid, at reporterne på samme historie sidder parret op i samme klynge i Nyhedscenteret, da de tager en af de pladser, der matcher deres funktion, inden de bliver sammensat i teams på redaktionsmødet. Det betyder, at reporterne risikerer at sidde i hver deres ende af lokalet, og derfor må rejse sig for at tale med hinanden, hvilket begrænser den løbende koordinering og sparring, som klyngerne lægger op til.

6.1.1 ARBEJDSGANGE PÅ TVÆRS AF STOREBÆLT

I Odense oplever vi, at ambitionerne for Nyhedscenteret i høj grad er udfordret af den fysiske distance til det store nyhedscenter i København og af den begrænsede tilstedeværelse af journalister fra alle platforme. Som nævnt sidder alle News-journalisterne, hovedvægten af den digitale stab og nyhedscenterredaktøren i København, og flere af reporterne på Fyn giver under vores observationer udtryk for, at de ikke mener, det giver mening at have to fysiske nyhedscentre. De mener, at de er for få mennesker i Odense, og at de er for langt væk fra det, de opfatter som en slags "hovedcenter" i Kø-

benhavn (Bilag 12: Observation 2: 84). En fynsk reporter føler, at overvægten af nyhedscenterreporterne i København er et udtryk for, at Odense-redaktionen langsomt udvandes, og at stationen sælger ud af den "ånd", som den i 1990'erne skilte sig ud med og blev populær på:

Tidligere var TV2's verdenssyn her fra Odense. Nu er hele redaktionsledelsen i København, så det er ligesom dér vi ser vores historier fra (...) De bliver mere som på DR, hvor man Oplyser Borgerne om Samfundet frem for at Oplyse noget om Borgerne til Samfundet (Bilag 12: Observation 2: 81).

Om dette passer ligger udenfor denne undersøgelses fokus, men vi kan konstatere, at reporterne i Odense oplever, at den måde, de hidtil har lavet historier på, bliver ændret med indførelsen af Nyhedscenteret, ligesom de selv føler sig underprioriteret i forhold til medarbejderne i København. Noget der også viste sig i forrige analysedel, hvor medarbejderne i Odense eksempelvis oplevede dårligere sparring og adgang til redaktører end dem i København. Vi observerer det også i praksis, eksempelvis da en journalist i Odense først foretager seks forgæves opkald til nyhedscenterredaktøren og derefter venter i tre kvarter, før en reporter i København vender tilbage med svar til ham (Bilag 12: Observation 2: 82). Eller når en anden reporter i Odense fortæller, at han egentlig burde få uddelegeret historier eller arbejdsopgaver af nyhedscenterredaktøren som de andre på redaktionsmøderne, men at han endnu ikke har oplevet at få historier ad den vej (Bilag 16: Observation 6: 117).

Overordnet oplever vi, at arbejdet mellem reporterne i Odense tilsyneladende er sat mindre i system, end det i København. Det kan blandt andet skyldes, at nyhedscenterredaktøren, der fungerer som tovholder på historierne, ikke findes i Odense og derfor ikke har det daglige overblik over journalister og samarbejdsmuligheder der. Eksempelvis bliver det under vores observationer tydeligt, at den digitale funktion i Odense er nærmest usynlig. Da en af de digitale reportere møder ind på sin vagt, lægger vi mærke til, at ingen siger "hej" til ham, ligesom vi ser, at han slet ikke kommunikerer med hverken kanalredaktør eller tv-kollegerne om historier (Bilag 12: Observation 2: 84). En af tv-journalisterne er faktisk ikke klar over, at der eksisterer en digital nyhedscenterreporter i Odense, selvom han kun sidder få skrivebordspladser væk (Bilag 13: Observation 3: 87). Da vi spørger den digitale journalist om, hvem han koordinerer sine historier med, virker han for det første overrasket over, at nogen henvender sig til ham, og svarer derefter, at han kommunikerer digitalt med sine kolleger i København – som han altid har gjort (Ibid.).

I København er journalisterne i langt højere grad opmærksomme på deling og samarbejde. Flere gange oplever vi, at reporterne tænker andre platforme ind i deres historie ved selvstændigt at producere eller foreslå vinkler til net eller tv. Da en hovedkanalsreporter en dag kommer hjem fra optagelser til en 19-historie, går han for eksempel som det første hen til nyhedscenterredaktøren og siger: *“Det er virkelig fede billeder, vi har. Skal de ikke bare ud på News og på nettet?”* (Bilag 17: Observation 7: 127). Reporteren tænker altså med det samme de to andre platforme ind, og optagelserne bliver bragt på både tv2.dk og på News, inden de bliver bragt på hovedkanalen. Her er reporteren altså begyndt selvstændigt at tænke på, hvordan hans materiale kan bruges på tværs af de for ham to nye platforme og ikke kun på den, han er vant til at producere til. Noget, som ifølge forskningen har stor betydning for, at konvergens kan lykkes uden intern konkurrence og kultursammenstød: *“Only when the journalist identify more with the corporation as a whole and not with a specific medium, this conflict can be mitigated (...) avoiding media hierarchy”* (Larrondo et al. 2014: 3).

Opsummerende ser vi altså, at implementeringen af konvergensstrategien i forskellig grad lykkes på tværs af Storebælt. Mens reporterne i København mere naturligt er begyndt at tænke andre platforme ind – og dermed bryde med søjletænkningen – sporer vi i Odense en større grad af utilfredshed. Dette kan både skyldes, at News-funktionen og nyhedscenterredaktøren ikke er fysisk tilstede og det faktum, at den digitale tilstedeværelse i nyhedsrummet med tv-journalisterne er helt ny. En forklaring kan være, at produktionsplatformene i Odense ikke har haft ret meget med hinanden at gøre forud for omlægningen. Modsat de digitale reportere i København, der delte redaktion med TV 2 News inden Nyhedscenteret, har de digitale journalister i Odense tidligere siddet adskilt fra tv-journalisterne (Mikkel Hertz, Bilag 21: Interview A). Tv-reporterne er vant til at sidde for sig selv og have fokus rettet mod 19- og 22-udsendelserne på hovedkanalen.

Derudover ser vi, at overrepræsentationen af nyhedscentermedarbejdere i København efterlader journalisterne i Odense med en følelse af at være tilovers. Medarbejderne i Odense oplever, at en del af TV 2's ånd forsvinder. Som vi beskriver i kapitel 4, baserer TV 2's eksistensgrundlag sig på, at stationen har sit hovedsæde og hovedvægten af medarbejdere i Odense. En balance, som allerede i 2013 var ved at tippe over til Københavns fordel, hvilket foranledigede, at man i Mediaaftalen fra 2013 skrev ind, at der ikke måtte foretages yderligere forskydninger i aktiviteter fra Odense til København (Journalisten.dk). Og selvom der fortsat er et flertal af medarbejdere i Odense, så oplever nyhedsjournalisterne, at fokus er på København. Med indførelsen af Nyhedscenteret kan man altså tale om, at man ikke blot problematiserer medarbejdernes arbejdsglæde og følelsen af den “TV 2'ske ånd”, men også det politiske grundlag for TV 2.

6.2 REDAKTIONSMØDER – FRA IDÉ TIL PRODUKT

Traditionelt set er de daglige redaktionsmøder et idéværksted for journalister. Det er her, reporterne præsenterer deres forslag til dagens historier og udvikler på dem i fællesskab. Også redaktionsmøderne i Nyhedscenteret udgør en vigtig brik i den daglige nyhedsproduktion. Det er her, man skal lægge planen for, hvordan man ”vinder dagen” på alle platforme (jf. afsnit 4.2.2).

I praksis oplever vi dog, at møderne bærer mere præg af en uddelegeringsrunde snarere end af idégenerering. Redaktørerne har som nævnt tidligere drøftet dagens historier og ressourcer på koordineringsmødet forinden, og vi oplever, at nyhedscenterredaktøren herefter sender en mail til journalisterne om dagens historier. Journalisterne er altså informeret om, hvilke historier Nyhedscenteret skal levere – og i nogle tilfælde også, hvilke journalister der skal lave hvilke historier – allerede inden, de møder ind. Nogle reportere fortæller også, at det ikke er unormalt at blive kontaktet aftenen før eller et par timer inden, de møder ind, af nyhedscenterredaktøren, der vil *”sætte deres tankevirksomhed i gang”* (Bilag 17: Observation 7: 129).

Vi bemærker også, at det kvarter, som journalister har, fra de møder ind, til redaktionsmødet begynder, bliver brugt til at læse op på de historier, som redaktøren har listet i sin mail, frem for at lede efter nye. Omdrejningspunktet for selve redaktionsmødet er også de forudbestemte historier. Det ser vi også i praksis, da en nyhedscenterredaktør opfordrer en ung journalistpraktikant til at byde ind med ideer direkte til ham forud for mødet frem for under, ligesom en nyhedscenterredaktør fortæller os, at det ikke er normal praksis decideret at idéudvikle på møderne (Bilag 17: Observation 7: 126).

Vi oplever altså, at det i højere grad er på koordineringsmøderne mellem redaktørerne, at historierne planlægges, både dagsaktuelt og fremadrettet mod morgendagen. Det er her ”de store beslutninger” træffes, og her det besluttet, hvornår planlagte egenhistorier skal køre, og hvordan publiceringsbølgen skal rulle.

Én gang oplever vi dog, at nyhedscenterredaktøren forsøger at skabe rum for uddybende idégenerering ved at bede om nye historier og vinkler, som han noterer ned på en tavle. Afkastet er dog af beskeden karakter - først og fremmest fordi redaktøren nærmest skal hive ideerne ud af reporterne ved at henvende sig direkte til dem hver gang, der skal noget på tavlen: *”Hvad tænker du? Hvordan kan den skæres på 19? Hvad tænker I på Christiansborg?”* (Bilag 19: Observation 9: 140). Ingen reportere melder sig selvstændigt på banen. Derudover kan reporterne i Odense og på Christiansborg, som er med på *videolink*, ikke se tavlen, og vi bemærker, at det ikke virker som om, at de er helt klar over,

hvad der foregår i mødelokalet i København. Eksempelvis kommer en reporter fra Odense først på banen til allersidst med en idé, der allerede er gennemgået på tavlen i København (Bilag 19: Observation 9: 140).

Endvidere oplever vi flere gange, at Odense-journalisterne bliver "glemt" til redaktionsmøderne. "*De må banke på, hvis det er*", siger en redaktør en morgen med henvisning til, at Odense selv må ringe op på videolinket, hvis de er til stede (Bilag 19: Observation 9: 139). Han er altså ikke klar over, hvorvidt der sidder medarbejdere i Odense, som han kan disponere over. Således oplever vi tre gange, at Odense-reporterne slet ikke er repræsenteret til møderne. To gange fordi reporterne på forhånd er blevet "kapret" af kanalredaktøren i Odense til at varetage opgaver til hovedkanalen, og én gang fordi journalisten i Odense ikke kunne finde ud af at ringe op via videolinket og derfor først kommer ind i mødet længe efter, det er begyndt (Bilag 19: Observation 9: 139).

Nyhedscenterredaktørerne lader til at være opmærksomme på det faktum, at redaktionsmøderne oftest har en koordinerende funktion. To af dem nævner for os, at møderne er alt for store til at udvikle ideer i fællesskab (Bilag 18: Observation 8: 135). Fordelingen mellem journalister til møderne er desuden skæv – i Odense sidder langt færre journalister end i København. På en af vores observationsdage sidder eksempelvis 14 journalister i København, mens kun fire er med fra Odense (Bilag 14: Observation 4). Af samme grund slutter de fleste møder med, at nyhedscenterredaktøren opfordrer reporterne på de forskellige historier eller platforme til at "tage den bilateralt". Journalisterne skal altså gå i dybden med historierne *efter* mødet. På et tidspunkt får en journalist med 19-rygmærke således besked på at sidde med på det efterfølgende møde for de dedikerede 19-reportere for at udvikle på sin historie i samspil med andre erfarne tv-journalister (Bilag 14: Observation 4: 105).

Vi oplever ligeledes flere gange, at reportere med vilje vælger ikke at deltage i de store redaktionsmøder. Det er dog kun hos hovedkanalsreporterne i Odense, at vi oplever dette, hvilket stemmer godt overens med, at nyhedscenterredaktøren heller ikke altid har et overblik over, hvem der egentlig deltager herfra. Det placerer dem endnu længere væk fra nyhedscentersamarbejdet og opretholder nogle platformsstrukturer, der resulterer i, at reporterne ikke i den forventede grad arbejder på tværs. Noget, der i høj grad er u hensigtsmæssigt for den konvergerede produktion. Det undrer os, hvad journalisterne i Odense får ud af det. Hvorfor giver det bedre mening for dem at holde sig uden for nyhedscenterredaktørens synsvinkel? Svaret vil vi forsøge at finde i det kommende analysekapitel.

Generelt hænger vores observationer af redaktions- og koordineringsmøderne godt sammen med den utilfredshed, som journalisterne beskriver i vores spørgeskema. Ofte er deres arbejdsopgave bestemt,

inden de møder på arbejde, hvilket mindsker deres autonomi og mulighed for at påvirke valget af historier, ligesom redaktionsmøderne rent praktisk er så store, at idéudvikling og dybdegående samtaler om præsentationsmulighederne for de enkelte programmer har trange kår. Den fysiske organisering af møderne har altså stor indflydelse på, hvordan journalisterne oplever de nye arbejdsstrukturer.

6.3 FOR MANGE CHEFER

Selvom det på papiret er nyhedscenterredaktøren, der har personaleansvaret for medarbejderne i Nyhedscenteret og skal sætte historier i gang og prioritere nyhederne dagen igennem, er journalisterne opmærksomme på, at platformsredaktørerne fortsat har stor – og i nogle tilfælde måske størst – indflydelse på, hvilke historier der kommer igennem.

Vi bemærker flere gange, at reporterne fortsat går direkte til platformsredaktørerne uden at involvere nyhedscenterredaktøren i deres arbejde, og at platformsredaktørerne tager både digitale journalister og hovedkanalsreporterne ud af Nyhedscenteret, så de i stedet skal levere historier til deres respektive platforme i stil med de dedikerede reportere uden for Nyhedscenteret (Bilag 12: Observation 2; Bilag 13: Observation 3; Bilag 18: Observation 8).

Platformsredaktørerne lader til at være klar over, at det underminerer strukturen og hensigten med Nyhedscenteret, men under en af vores observationer forklarer en redaktør fra hovedkanalen, at han mener, det *kan* være hensigtsmæssigt at trumfe nyhedscenterredaktøren og strukturen:

Jeg kender reporterne bedre og ved, hvad de kan levere. Det gør nyhedscenterredaktøren ikke. Jeg ved, hvor de ligger, hvad de interesserer sig for, og hvad deres styrker og svagheder er. Når jeg disponerer over dem, så udnytter vi deres ressourcer bedre (Bilag 12: Observation 2: 81)

Vi oplever således først og fremmest, at platformsredaktørerne i høj grad fortsat tænker monomedialt, fordi de fortsat har ansvaret for at levere det bedste produkt til én platform og ikke ellers har fokus på de andre flader. Her kan altså være modsatrettede interesser mellem nyhedscenterredaktøren, der tænker i research- og præsentationskonvergens, og platformsredaktøren, som stadig arbejder til én flade, og som måske oplever, at der kan gå tid fra produktionen til hans udsendelse, hvis reporterne også skal koordinere med nettet og News. Mellem redaktørerne kan der altså også opstå et sammenstød mellem den gamle monomediale kultur og den nye konvergerede produktion.

Vi oplever altså, at praksis i arbejdsdelingen mellem Nyhedscenteret og platformene udvikler sig anderledes end tiltænkt. For selvom platformsredaktørerne er tiltænkt bare at "bide på", hvis de vil have de historier fra Nyhedscenteret, oplever vi flere gange, at nyhedscenterredaktøren bliver trumfet af hovedkanalsredaktøren, når det kommer til at disponere over reporterne med hovedkanalsrygmærke. Således bliver reporterne ofte kontaktet af hovedkanalsredaktøren, der sætter dem på opgaver, inden de møder ind. Særligt i Odense er "tyverierne" ifølge vores observationer hverdagspraksis (Bilag 17: Observation 7; Bilag 12: Observation 2; Bilag 13: Observation 3; Bilag 15: Observation 5).

Vores observationer viser desuden, at det slørede led mellem platformsredaktørerne og Nyhedscenteret skaber en vis forvirring hos journalisterne. Vi oplever, at de ikke altid er klar over hvilken redaktør, de skal gå til med hvad og hvornår. I Odense råber en journalist eksempelvis spørgende ud i lokalet: *"Er jeg så overgået til dig nu eller hvad?"*, da udsendelsesredaktøren går gennem lokalet inden mødetid (Bilag 12: Observation 2: 82). En af observationsdagene tæller vi sammen, at en 19-reporter i Nyhedscenteret er i kontakt med fire redaktører: Nyhedscenterredaktøren, kanalredaktøren, der udvikler historier på hovedkanalen i løbet af dagen, udsendelsesredaktøren, der afvikler 19- og 22-nyhederne, og den såkaldte studieredaktør, der har ansvaret for det tekniske set-up med grafik og skærme i studiet (Bilag 15: Observation 5).

Det stiller journalisten over for en palet af mulige kontaktpersoner, når han skal drøfte historier og vinkler eller informere om sit arbejde. Skal han følge planen, skal han blive hos nyhedscenterredaktøren, indtil hans historie er flyvefærdig – men praksis har udviklet sig anderledes, og det har skabt en uklarhed om, hvem man henvender sig til. En reporter inddrager os i sin forvirring: *"Jeg må hellere lige fortælle en eller anden, hvad jeg har lavet. Jeg ved ikke helt hvem"* (Bilag 15: Observation 5: 49).

Overordnet set virker det altså ikke altid systematisk, hvordan ansvaret mellem redaktørerne i og omkring Nyhedscenteret fordeler sig. Selvom strategien er, at nyhedscenterredaktøren skal prioritere og styre historierne i Nyhedscenteret, så forsøger især hovedkanalens platformsredaktører at fastholde den magt, de havde inden omlægningen. Det gør også, at journalisterne ofte bliver i de gamle rutiner med at kontakte platformene direkte i stedet for at gå til nyhedscenterredaktøren – hvilket selvfølgelig ikke er fordrende for konvergensprojektet, i hvilket *nyhedskoordinatoren* spiller en vigtig rolle for at skabe sammenhæng.

6.4 MULTISKILLING OG CROSS-SAMARBEJDE

I Nyhedscenteret skal reporterne ikke blot forholde sig til flere redaktører – de skal også forholde sig til flere kolleger og flere udgivelsesplatforme i det *cross*-samarbejde, Nyhedscenteret lægger op til. Når TV 2 med omlægningen ønsker at sætte en stopper for, at flere røde mikrofoner dækker samme begivenhed, men i stedet vil arbejde mere på tværs, kan det i teoretisk forstand da også betyde flere ting: På den ene side at journalisterne skal samarbejde om produktionen på tværs af platforme - det Erdal (2011) kalder *cross media*-arbejde og på den anden side det, at én journalist skal stå for dækningen på flere flader, som hos Erdal indgår under betegnelsen *multiskilling*. Begge dele er, som det fremgår vores teoretiske kapitel, konvergens, men i forskellige former.

Som vi gennemgik i afsnit 6.1 lægger de fysiske rammer i Nyhedscenteret op til *cross media*-samarbejde, hvor journalisterne i tværmediale klynger arbejder sammen om research og formidling. I praksis oplever vi dog, at det primært er i Turbinen, at strategien har haft den ønskede effekt. Her arbejder reporterne til gengæld både i cross teams og som multiskilling-reportere – eksempelvis oplever vi, at digitale journalister laver både artikler, infografikker, web-tv og tv til S-togene (Bilag 11: Observation 1: 67).

Vi observerer også, at turbine-reporterne taler meget sammen og gør god brug af hinandens kompetencer – således søger News-journalisten i Turbinen på et tidspunkt hjælp fra sin digitale kollega til de små nyhedsoverskrifter, som historierne på News kører med: *“De [digitale] tænker mere kortfattet og catchy, end jeg er vant til”* (Bilag 14: Observation 4: 98). Samtidig oplever vi, at det i høj grad er her, at reporterne italesætter hastighedskriteriet i positive vendinger. Eksempelvis nævner en af journalisterne i Turbinen under observationerne det at *“være først og virkelig kæmpe på hastigheden”* som noget, han lægger vægt på (Bilag 11: Observation 1: 68).

Til gengæld oplever vi, at samarbejdet i *cross teams* bliver udfordret, hvis en hovedkanalsreporter indgår i det. Som nævnt er 19/22-reporterne ofte ude på optagelser i løbet af dagen, hvilket vi oplever som en begrænsning for et tæt samarbejde mellem dem, News-reporterne og de digitale journalister. Når reporterne ikke kan sidde sammen, foregår meget kommunikation og samarbejde gennem koordineringsværktøjet Tango eller over telefonen. Særligt sidstnævnte oplever vi som en stressfaktor for de journalister, der er ude på optagelse, fordi de ud over at være i kontakt med kilder og have styr på optagelserne nu også forventes at koordinere med de andre journalister og redaktørerne derhjemme. En fotograf fortæller om en episode, hvor en hovedkanalsreporter blev ringet op 17 gange, mens de var på optagelse: *“Kan du lave det? Kan du lave det?”* (Bilag 16: Observation 6: 121).

Selvom de fleste medarbejdere i Nyhedscenteret har været på kursus i at levere til andre platforme, er hovedkanalen som nævnt fortsat den eneste platform, der kun lader "specialister" udkomme. I praksis oplever vi altså, at reporterne fra hovedkanalen i udgangspunktet er de eneste journalister i Nyhedscenteret, der kan levere til hovedkanalen – hvorimod ledelsen lægger op til, at alle skal være i stand til at skrive en netartikel eller klippe video til News. Vi oplever da også, at hovedkanalsreporterne får at vide, at de skal tænke i netvinkler eller huske billedmateriale til nettet, men ikke at digitale eller News-reportere bliver bedt om at tænke i elementer til 19- eller 22-nyhederne. De digitale journalister og News-reporterne arbejder i højere grad som desk-reportere, der varetager en mindre del af arbejdsprocessen og udkommer ikke på alle flader. De har altså en mere distribuerende rolle i samarbejdet, mens hovedkanalsreporterne varetager en større del af produktionen og har en koordinerende rolle.

Samlet set viser vores observationer, at daglig multiskilling primært foregår i Turbinen, hvor journalisterne producerer til både News og digital. Her fungerer *cross*-samarbejdet mellem de forskellige platforme også meget naturligt, hvilket kan indikere, at det at have klart definerede arbejdsfunktioner er med til at skabe en fælles forståelse af konvergensstrategien. Det tætte samarbejde, og det at man hver dag skal producere til begge platforme, kan også betyde, at journalisterne hurtigt identificerer sig med nye platformskulturer og derfor undgår, at der opstår hierarkier mellem platformene.

6.4.1 DEN KOORDINERENDE JOURNALIST

Som nævnt i afsnittet ovenfor peger vores observationer på, at hovedkanalsreporterne i høj grad bliver koordinører, fordi det er dem, der har den producerende rolle i *cross*-samarbejdet. Andre er afhængige af deres viden, og vi oplever for eksempel på en optagelse med en hovedkanalsjournalist, at han så ofte taler i telefon med redaktører og kolleger, som han skal koordinere med, at det går ud over hans koncentration omkring historien (Bilag 16: Observation 6).

"Jeg er begyndt at bede journalisterne om at lægge deres telefoner i bilen, når vi er ude. Det har jeg ellers ikke gjort før," fortæller en fotograf os som hentydning til, at han også oplever, at koncentrationen forsvinder, når journalisterne skal koordinere med andre. Han føler sig nødsaget til at opstille regler for reporterens mobilbrug, når de er ude, fordi al tiden ellers går med at tale i telefon (Bilag 16: Observation 6: 121).

Koordineringsværktøjet Tango har ellers netop til formål at lette *cross*-kommunikationen. Programmet skal gøre det nemt for eksempelvis en digital journalist at finde ud af hvilke kilder, der tidligere er kon-

taktet på en given historie. Men på TV 2 har journalisterne før siddet alene med disse informationer, og det er derfor en markant ændring af deres tilrettelæggelse af arbejdet, at de nu skal bruge tid på at overlevere. Under vores observationer bliver det da også klart, at journalisterne ofte glemmer at benytte redskabet og i stedet eksempelvis ringer til hovedkanalsreporterne, der er på vej på optagelse, eller selv ringer til en kilde, fordi man har behov for andre svar end de, der står i Tango – eller måske helt overser, at kilden har været ringet op før (Bilag 19: Observation 9).

Så på trods af, at ledelsen har tænkt programmet som en stor hjælp, og selvom man kan argumentere for, at Tango "bare" er endnu et nyt teknisk værktøj, så er det ikke noget, journalisterne fra den ene dag til den anden har taget til sig. Implementeringen af ny teknologi har altså tilsyneladende ikke været nogen let løsning på problematikkerne omkring dobbeltarbejde og overkommunikation.

Opsummerende viser praksis, at ledelsens beslutning om at give hovedkanalen særstatus i det tværmediale arbejde efterlader hovedkanalsreporterne som de eneste, der kan producere til alle platforme, og som kan varetage alle dele af produktionen. De ender derfor med det største ansvar for den konvergerede arbejdsform. De kan både fungere som multiplatformsreportere, der selv producerer til flere platforme, ligesom de kan fungere som koordinatore på produktionen til andre platforme.

6.5 SØJLER NEDBRYDES, HIERARKIER BESTÅR

Under vores observationer, der foregår i kun fjerde måned af Nyhedscenterets levetid, virker journalisterne fortsat meget knyttede til deres gamle platforme. Og selvom det er hovedkanalsreporterne, der ofte ender med at være hjørnesten for *cross media*-samarbejdet, oplever vi, at det er 19- og 22-journalisterne, der vil samarbejdet mindst. Eksempelvis følger vi to reportere begge fra Odense, der bevidst forsøger at undgå både samarbejdet med journalister fra andre platforme og det selv at skulle levere til nettet og News. Det gør de ved at lave det, de kalder "*en sniger*", hvor de ikke informerer kollegerne i Nyhedscenteret om, hvad de laver (Bilag 14: Observation 4; Bilag 16: Observation 6).

Selvom vi oplever, at journalisterne fra News og digital også har størst fokus på deres egne rygmærker, så er samarbejdet mellem News og nettet i højere grad velfungerende. Flere gange bemærker vi eksempelvis, at journalister fra News laver citater fra kilder, de er kontakt med, til nettet, ligesom netjournalisterne også laver telefoninterview med kilder, som News kan bruge (Bilag 15: Observation 5; Bilag 17: Observation 7).

Det lader til, at journalisterne i højere grad på nettet og News finder det spændende at kunne producere til en ny platform. En News-journalist finder på et tidspunkt et interview med en politiker så sjovt, at hun klipper en bid til nettet med det, selvom det egentlig ikke er hendes arbejdsopgave, ligesom vi flere gange oplever, at digitale reportere selvstændigt spørger til, om en kilde kunne være noget for News (Bilag 17: Observation 7: 127).

Disse observationer stemmer således godt overens med, hvad journalisterne svarer i spørgeskemaet. Her er journalisterne i København langt mindre kritiske end medarbejderne i Odense, hvor hovedparten er tilknyttet hovedkanalen. Man kan tale om, at nettet og News' arbejdsprocesser på nogle måder minder om hinanden, idet de begge har fokus på hastighed, aktualitet og proces, og at det derfor er nemt for journalisterne her at se meningen med at arbejde på tværs. De føler desuden ikke, at de giver afkald på en stor del af deres specialisering ved at skifte den ene platform ud med den anden.

Denne lighed italesættes også blandt redaktørerne. Eksempelvis oplever vi på koordineringsmøderne mellem redaktørerne, at platformene italesættes forskelligt. På et af de møder, vi deltager i, taler redaktørerne flere gange om, hvorvidt historier der fungerer på nettet, er store nok til tage med videre til News eller 19-udsendelsen, ligesom de flere gange diskuterer historier og siger *"det kan da måske bare blive til noget på nettet"* (Bilag 17: Observation 7: 124). Der skelnes altså mellem store og små historier, hvor de store knyttes til 19'eren eller News, mens de mindre historier er nogle, der kan publiceres på nettet. En redaktør på hovedkanalen siger ligeledes om en planlagt egenhistorie, at den har været et forbilledligt eksempel på et godt *cross-samarbejde*: *"Det har faktisk været digital, der er kommet med det meste fakta. Og det plejer jo i al beskedenhed at være omvendt"* (Bilag 17: Observation 7: 130).

På samme vis ser vi på et koordineringsmøde, hvordan hovedkanalen er tungen på vægtskålen, når det kommer til større økonomiske beslutninger. Da redaktørerne diskuterer, hvorvidt der skal sendes en reporter til Norge for at dække en historie, står det klart, at det kun er, hvis hovedkanalen er interesseret i historien, at man sender en mand af sted. Det diskuteres desuden, hvem der skal af sted, og her er det afgørende for nyhedscenterredaktøren, at det er en reporter, der kan levere til samtlige platforme, mens det for kanalredaktøren er vigtigst, at vedkommende kan lave indslag til 19/22-nyhederne (Bilag 17: Observation 7). Og da det står klart, at der ikke er nogen, der *kan* levere til alle platforme, italesætter redaktørerne det som nemmere at lære at hjælpe digital og News end at lære at lave et indslag til hovedkanalen.

Ud over de forskelle, vi observerer mellem platformene, oplever vi, at journalisterne i Nyhedscenteret også italesætter en forskel mellem de dedikerede, særligt fra hovedkanalen, og sig selv i en sarkastisk tone. Eksempelvis spørger én journalist en anden, om han arbejder dedikeret i dag, og da vedkommende svarer nej, siger den første: *"Nej nej, det er du jo slet ikke dygtig nok til"* (Bilag 14: Observation 4: 88). Og da Katja Brandt [den ene af specialets tre forfattere, der samtidig arbejder på TV 2] observerer en vagt i nyhedsturbinen, får hun ligeledes en kommentar om, *"hvorfor en fin 19-reporter sidder i Turbinen"* (Bilag 13: Observation 3: 98). Der kan altså siges at herske en stemning af, at det er finere at lave tv til hovedkanalen end til News, og at det er særligt fint, hvis man oven i købet er blevet taget ud til at lave de dedikerede historier. Det kan måske handle om, at de dedikerede reportere italesættes fra ledelsens side som dem, der laver de "unikke TV2-historier" eller "perlerne", som en redaktør eksempelvis beskrev det, da en nyhedscenterjournalist blev taget ud af sit cross-samarbejde for at levere en ren 19-historie (se afsnit 6.2) (Bilag 13: Observation 3: 105).

Ovenstående viser, at der på trods af ledelsens ønske om at nedbryde søjlerne mellem platforme, fortsat i produktionen eksisterer nogle hierarkier, som vi oplever hos både journalister og redaktører. Redaktørerne italesætter netplatformen som distribuerende, mens det er hovedkanalsreporterne, der researcher, vinkler og tager ud på optagelser. Hierarkiseringen kommer endvidere til udtryk ved, at der er opstået et nyt hierarki mellem de dedikerede og "ikke-dedikerede" reportere, som journalisterne er opmærksomme på. Opdelingen mellem at være en del af eller stå uden for den konvergerede nyhedsproduktion har medført, at især journalisterne fra hovedkanalen forsøger at reproducere den tidligere praksis, hvor de også var dedikerede ved eksempelvis at gå uden om Nyhedscenteret.

6.6 DELKONKLUSION

Gennem vores uge på TV 2 har vi observeret en række interessante praksisser, der er opstået i forbindelse med implementeringen af det nye Nyhedscenter. Kapitlet har vist, at den fysiske struktur og organiseringen af arbejdet rent lavpraktisk i Nyhedscenteret har stor betydning for, hvad der kendetegner den journalistiske praksis. Journalisterne er forvirrede, fordi Nyhedscenteret ikke er klart defineret, og det er svært for dem at få cross-samarbejdet til at fungere i praksis blandt andet, fordi man ikke kan sidde sammen.

Redaktionsmøderne er desuden blevet større, og ofte har nyhedscenterredaktøren, som sidder i København, ikke et samlet overblik over, hvilke journalister han har til rådighed i Odense. Samtidig virker det ikke altid logisk for medarbejderne, hvem de skal arbejde sammen med, hvilke redaktører de skal gå til på hvilke tidspunkter, hvordan de bedst får deres idéer igennem, og hvordan arbejdet egentlig

bør foregå, nu og på sigt. Fire faktorer, der tilsammen leder til, at journalisterne kan være tilbøjelige til at fortsætte i samme spor som i før Nyhedscenteret. Den fysiske organisering udfordrer altså den konvergerede produktion.

Desuden ser vi, at der på trods af ledelsens ambitioner om en nedbrydning af søjlerne fortsat er indikationer på en rangorden eller et hierarki mellem platformene. Eksempelvis står det klart, at 19/22-nyhederne fortsat har en form for særstatus, idet kun journalister fra hovedkanalen producerer til platformen. I praksis betyder det, at hovedkanalsreporterne bliver de eneste, der kan producere til alle platforme, hvilket lægger et større pres og en koordinerende rolle over på dem – mens journalisterne på nettet og News får en mere distribuerende desk-rolle.

Journalisterne agerer tilsyneladende meget forskelligt i Nyhedscenteret. Eksempelvis er der forskel mellem platforme og mellem København og Odense. Men vi sporer en tendens til, at reporterne i en vis udstrækning ender med at gøre, som de plejer. Når nogle journalister eksempelvis "laver en sniger" og går uden om Nyhedscenteret ved at tale direkte med kanalredaktøren, kan det ses som et forsøg på at holde fast i en tidligere praksis.

7 INTERVIEW: SET MED JOURNALISTERNES ØJNE

Efter at have set på de tendenser og udfordringer, vi har observeret under vores uge på TV 2, vender vi os i dette kapitel mod de meninger, journalisterne har om arbejdet i Nyhedscenteret ved at inddrage vores interview. Dette for dels at uddybe de pointer, vi har set på i analysens to første dele, og dels for at komme nærmere en besvarelse af problemformuleringens andet led: *Hvordan forholder journalisterne sig i mødet mellem de nye produktionsbetingelser og deres journalistiske kultur?*

Som vi har lært i foregående kapitel, er praksis i Nyhedscenteret langt hen ad vejen en ganske anden end ledelsen ambitioner. Meget konvergenslitteratur peger på den journalistiske kultur som arnested for en modstand hos journalisterne over for de forandringer, konvergensstrategierne medfører i praksis, hvilket vi i det følgende vil se nærmere på.

Dele af konvergensforskningen har fokus på de interne kulturelle forskelle platformene imellem, og hvordan disse udfordrer samarbejdet på tværs, mens anden forskning peger på, at det også er en overordnet journalistisk kultur, der fører til modstand mod den tværmediale produktion (Singer & Quandt 2009; Deuze 2007; Witschge & Nygren 2009; Nygren 2008; Larrondo et al. 2014). Samtidig argumenterer forskningen for, at journalisterne ser blandt andet multiskilling som en måde at øge produktionen gennem færre medarbejdere, ligesom der er en frygt for, hvad der sker med kvaliteten af journalistikken, når man pludselig skal give historier, kilder og materiale fra sig (Singer & Quandt 2009: 135; Nygren 2014).

Ud fra dette teoretiske afsæt vil vi i dette kapitel inddrage et "hvorfor" og dykke ned i de holdninger, journalisterne har til arbejdet i Nyhedscenteret – herunder modsætningsforholdet mellem deres umiddelbare forståelse af ledelsens strategi og den praktiske modstand. Vi ønsker med kapitlet desuden at udforske, hvordan journalisterne selv italesætter deres idealer for at opnå en indsigt i forholdet mellem journalisterne og deres faglige kultur. Den kvalitative empiri kan desuden give os et indblik i, hvordan journalisternes svar i spørgeskemaet og de handlemønstre, vi har set under observationerne, stemmer overens med det, journalisterne fortæller os på tomandshånd.

7.1 ET NØDVENDIGT NYHEDSCENTER

Selvom der, som vi påviste i sidste analysekapitel, hersker en vis forvirring om arbejdspraksisserne, giver samtlige reportere både under observationerne og i vores interview udtryk for, at de kan se, at

det er nødvendigt at effektivisere produktionen og arbejde mere på tværs af platformene (Bilag 23: Interview C; Bilag 27: Interview G; Bilag 26: Interview F; Bilag 29: Interview I). Som en digital reporter udtrykker det, er alle klar over, hvilken vej det går:

Jeg tror, vi alle sammen godt ved, at toget er kørt, og at vi skal på det. (...) Der er jo ikke noget alternativ. Det er jo ikke sådan, at man kan sige, at "så finder jeg bare en anden arbejdsplads". Det her er måden, man gør det på, og selv hvis du muligvis kan finde et sted i dag, der ikke gør det, vil de have tilpasset om fem år (Digital journalist, Bilag 31: Interview K: 239).

På det tidspunkt, TV 2 ruller Nyhedscenteret ud, har konkurrenterne på for eksempel DR allerede haft Nyhedsmotoren i flere år. Så ud over at journalisterne på TV 2 måske er opmærksomme på kanalens og i bredere forstand nyhedsbranchens udfordringer, har de altså også set, hvordan andre mediehuse har valgt at løse problemerne ved at konvergere nyhedsproduktionen. De er med andre ord bekendt med både udfordringerne og den mulige løsning, hvilket stemmer godt overens med den følelse af "nødvendighed," som journalisterne har over for Nyhedscenteret.

At journalisterne kan se rationale bag omlægningen betyder dog ingenlunde, at de bryder sig om at arbejde i det. En reporter fra hovedkanalen fortæller, at han godt kan se fordelene i nyhedscenterpraksisserne for TV 2, men at han personligt føler, at hans faglige ambitioner står i modsætning til hans nye arbejde (Bilag 26: Interview F: 189). En News-journalist siger, at han synes, det er den rigtige vej at gå, men at det bare ikke er den måde, han har lyst til at arbejde på: "*Jeg tror på dem. Jeg synes, det er gode idéer. Men om man så er glad for dem?*" (News-journalist, Bilag 27: Interview G: 197). Der er altså en velvilje over for projektet, og der hersker umiddelbart en accept af, at det er den vej, "man skal". Men når reporterne individuelt italesætter det nye arbejde, så er det tydeligt, at de nye arbejdsprocesser står i kontrast til det journalistiske arbejde, de personligt helst vil udføre.

Som nogle af citaterne ovenfor viser, er journalisterne opmærksomme på, at andre medier ligeledes omlægger deres nyhedsproduktion, og at det muligvis vil være svært at finde et andet arbejde med bedre vilkår. Derfor vælger man måske at beholde sit arbejde, selvom man egentlig ikke bryder sig om de nye betingelser.

Den splittelse, der kan spores hos journalisterne, ses også i forskningen. Singer (2009) argumenterer for, at selvom mange journalister har problemer med de nuværende konvergensprocesser, er det kun meget få, der har problemer med selve konceptet (Singer & Quandt 2009: 135). Samtidig er tvetydigheden hos journalisterne interessant, fordi den viser nogle bagvedliggende tendenser. Som beskrevet i teorien kan man argumentere for, at den længerevarende økonomiske krise, journalistikken har gennemlevet, har resulteret i en krisebevidsthed hos journalisterne (Wadbring 2013; Kammer 2013). Dette kan også være med til at forklare, hvorfor journaliststanden, der tidligere ikke har taget sig af, om produktionen var effektiv eller rentabel, nu tager organisationens konkurrencedygtighed med i deres overvejelser af, hvordan deres produktionsbetingelser udformes.

7.2 IDEALER OG PRAKSIS

Ud over en potentielt større krisebevidsthed blandt journalisterne viser splittelsen mellem logik og praktik hos journalisterne, at der er nogle grundlæggende kulturelle opfattelser af "den gode journalistik", der for nogles vedkommende ikke hænger sammen med den slags journalistik, der produceres i Nyhedscenteret. Som en journalist fra hovedkanalen siger, står hans faglige idealer i modsætning til ledelsens vision med Nyhedscenteret. Og spørger vi ind til disse ambitioner, står det da også klart, at han bekender sig til fokusjournalistikkens væsentlighedskriterier, som har en afslørende karakter, og som kræver tid til grundig research:

(...) Hvor man har tid til at sende nogle aktindsigter af sted, ringe til nogle interessante folk eller køre ud og snakke med en kilde og drikke en kop kaffe (...) Det er jo dér, man får de gode historier. Det er jo ikke ved at læse Politiken (Bilag 26: Interview F: 193).

Når vi spørger ind til, hvad journalisterne opfatter som "den gode journalistik" svarer de blandt andet, at den er væsentlig, seriøs, faktabåren, afslørende, dagsordensættende, forarbejdet og perspektivrig (Bilag 24-Bilag 29: Interview D-Interview I). Med andre ord læner den sig op ad den undersøgende fokusjournalistik, vi har beskrevet i det teoretiske kapitel.

Journalisterne vægter forskellige elementer højere end andre, når de beskriver deres idealer. Nogle understreger, at stofområdet er vigtigt, mens andre peger på målgrupper og platforme. Generelt tegner der sig dog en fælles opfattelse af, hvordan "god journalistik" ser ud: "*Det er væsentlig journalistik og journalistik, der betyder noget for nogle mennesker. Og journalistik, der kan afsløre fejl, mangler og misbrug*" (Hovedkanalsjournalist, Bilag 26: Interview F: 187). Idealene, der kan stå i kontrast til arbejdet

i Nyhedscenteret, hvor flere af journalisterne eksempelvis ikke varetager idéudvikling eller formidling af slutproduktet.

Først er det dog relevant at påpege, at journalisterne ikke nødvendigvis ser deres eget arbejde som en direkte forlængelse af deres journalistiske idealer. Eksempelvis fortæller en reporter fra News, at det måske nok er public service-idealene, han bekender sig til, men at det ikke nødvendigvis er den journalistik, han gerne selv vil lave:

I virkeligheden kan jeg godt lide at lave meget forskelligt. Hvis det stod til mig, så lavede jeg noget på 30 sekunder den ene dag og noget på en halv time dagen efter” (News-journalist, Bilag 26: Interview F: 195).

Journalisten føler altså, at Nyhedscenteret giver ham mulighed for en afvekslende hverdag, hvor han kan bruge forskellige muskler på forskellige tidspunkter. Denne pointe går igen hos flere reportere – også i vores observationer – hvorfor vi mener at kunne ridse to typer af journalister op, der måske har samme opfattelser af den gode nyhedsjournalistik, men som alligevel foretrækker eller i en vis forstand trives med to forskellige arbejdspraksisser¹³:

1. Public service-journalisten: Lægger vægt på klassisk undersøgende og afslørende journalistik, læseren som borger, at kunne finde egne idéer, at lave grundig research og kildepleje.
2. Breaking-journalisten: Har fokus på aktualiteten og hastighed, nyhedsblik og fokus på at videreudvikle nyheder, teknisk kunnen og nyder den afveksling, der ligger i nyhedsarbejdet.

Det er dog interessant at se, at nogle af de journalister, som kan siges at høre til *breaking*-journalisten, tilsyneladende har et lidt ambivalent forhold til deres arbejde. Selvom den førnævnte News-journalist eksempelvis føler, at han i Nyhedscenteret har god mulighed for at lave en masse forskelligt, er det ikke det tværmediale, der tiltrækker ham – faktisk ”hader han at skrive” (Bilag 27: Interview G). Det, der tiltrækker ham, er i stedet den afveksling, der ligger i at udføre et bredt spektrum af den journalistiske produktion, altså både at få idéerne, researche, interviewe og formidle. Han kan ikke få det hele på Nyhedscenterets News-vagter, men skifter han, så han laver både News-magasinprogrammer og arbejder i Nyhedsturbinen, kan han bevæge sig bredere på Erdals (2011) vertikale produktionsakse, som er beskrevet i kapitel 3, afsnit 3.2. Således ligner han alligevel på flere måder sine kolleger i *public service*-gruppen.

¹³ Det er her væsentligt at understrege, at disse grupperinger skal ses som analytiske arketyper, der i praksis vil være overlappende og nuancerede.

Opsummerende kan man tale om, at journalisterne sidder fanget i et spændingsfelt mellem deres umiddelbare idealer og deres daglige praksis i Nyhedscenteret. Selvom journalisterne godt kan se rationalet bag omlægningen, står de nye arbejdspraksisser i skarp kontrast til deres idealer, der i højere grad handler om autonomi, egenhistorier og tid til grundigt håndværk end om hastighed og aktualitet. Den nye arbejdspraksis har måske nok vundet *"their minds, but not their hearts"* (García-Avilés et al. 2014: 577).

Vi kan dog se, at nogle reportere tilsyneladende forholder sig mindre kritisk til arbejdet i Nyhedscenteret. Disse reportere lægger blandt andet vægt på aktualitet og afveksling i arbejdet – elementer, de føler, de kan få i nyhedscenterarbejdet. De nyder at være på pletten, når noget sker og at opdatere løbende på store begivenheder. Alligevel deler disse journalister i høj grad idealer med deres kolleger, og de er ikke nødvendigvis glade for det tværmediale arbejde.

7.3 CROSS MEDIA – EN "PLIGTOPGAVE"

Når vi ser tilbage på den journalistiske praksis i det tværmediale arbejde i Nyhedscenteret (kapitel 6), er et af kendetegnene, at der hersker en forvirring omkring, hvad *cross media*-tilgangen konkret indebærer af arbejdsopgaver for den enkelte journalist. Ser man på det fra et teoretisk ståsted, kan man tale om, at Erdals (2011) opdeling mellem *cross media*-praksisser, hvor journalister sammen arbejder på tværs af platforme, og *multiskilling*-praksisser, hvor journalisten alene producerer til eksempelvis flere platforme, i denne sammenhæng kun giver mening rent teoretisk. I praksis blander både journalister og ledelse arbejdsformerne sammen og italesætter det hele som *cross*-samarbejde uden videre refleksion over begrebet, eller hvad det indebærer af nye arbejdsopgaver for journalisterne.

Overordnet peger vores interview på, at mange journalister er i tvivl om, hvordan ledelsen forventer, de skal arbejde på sigt. Vi kan se, at der hersker tre forskellige opfattelser af *cross media*-arbejdet hos journalisterne i Nyhedscenteret: (1) Nogle forventer, at de gamle søjleopdelinger mellem platformene brydes helt ned, så alle på sigt arbejder helt ligestillet og uden rygmærker på tværs af platforme. (2) Andre forestiller sig, at rygmærkerne bibeholdes, men at alle skal kunne tage vagter for hinanden, og at alle altså skal kunne det hele. (3) Andre igen tror, at man fastholder rygmærkerne, så reporterne fortsat kun skal levere til deres specifikke platforme.

I teoretisk forstand kan man sige, at de lægger sig forskellige steder på skillelinjen mellem *cross media* og multiskilling. Hvor nogle føler sig forholdsvis sikre på, at ingen alene skal producere til flere platforme på den samme historie, forudser andre, at multiskilling er vejen frem – og nogle reportere er allerede i gang (Bilag 24: Interview D Bilag 26: Interview F):

Jeg har allerede skrevet nogle artikler, som jeg kan se, at jeg godt kan skrive både hurtigere og bedre, end hvis en webreporter skulle til at skrive om et magasin, jeg har brugt et par dage på at lave. Så er det selvfølgelig også mig, der ved, hvordan man nemt og hurtigt laver det (...) Men for mig er det en pligt opgave og ikke en "yes!"-opgave. Og det også okay (News-journalist, Bilag 27: Interview G: 204).

Som citatet ovenfor viser, anerkender mange af journalisterne, at det er effektivt at arbejde på tværs af platformene. Eksempelvis nævner flere, at det mest effektive *cross*-samarbejde er i Turbinen, der har Nyhedscenterets skarpeste arbejdsdeling og er et typisk *desk*-arbejde. Flere journalister udtrykker da også i interviewene, at de – selvom de ikke nødvendigvis bryder sig om den stramme styring – godt kan se, at den fungerer i praksis: *"Man er nødt til at strømline historierne, for ellers løfter vi ikke i flok"* (News-journalist, Bilag 27: Interview G: 203).

Jeg tror, det fungerer bedst, når [reporterne] bliver ledet bedst. Når de ved præcis, hvad de skal lave, til hvem og hvorfor. Og det er der nogle gange nogle udfordringer i (Social media-journalist, Bilag 23: Interview C: 176).

Journalisterne er dog helt generelt ikke udpræget begejstrede ved tanken om den form for tværmedial journalistik (Bilag 24: Interview D; Bilag 26: Interview F). Nogen tager stærkere afstand end andre, men grundlæggende har reporterne stærke platformsspecifikke kernefagligheder, som de tager med sig ind i Nyhedscenteret, og de ser det altså mere som en ekstra opgave end som en naturlig forlængelse af deres arbejde.

Eksempler på denne kernefaglighed kommer til udtryk hos flere af vores interviewpersoner. En News-journalist, der er blevet bedt om at producere til både News og nettet, fortæller eksempelvis, at han klart ser sig selv som tv-reporter og bedst kan lide de historier, han kan lave til fjernsynet, og ligeledes fortæller en journalist fra hovedkanalen, at han ikke har lyst til at producere til de andre platforme: *"Jeg har ikke lyst til at lave News, jeg har ikke lyst til at lave net, fordi det er tv, jeg kan, og det er det, jeg vil"* (Hovedkanalsjournalist, Bilag 26: Interview F: 193).

Samlet set peger interviewene på, at ledelsens manglende strategi for, hvordan konvergensprojektet skal ende, betyder, at journalisterne selv folder begreberne om *cross*-samarbejde og multiskilling ud. Der opstår forskellige opfattelser af, hvordan man dels skal arbejde på tværs af platforme lige nu, men også forskellige meninger om, hvordan det tværmediale arbejde bliver i fremtiden. Nogle journalister producerer allerede nu til andre platforme – og er sågar ansat til det – mens andre ikke opfatter det som et krav eller ser det som noget, de overhovedet skal i fremtiden.

Samtidig sporer vi en tendens til, at journalisterne over én kam føler et særligt tilhørsforhold til deres rygmærke, og selvom de fleste kan se fordele i at få historierne ud på flere platforme og til sociale medier, virker selve produktionen til de flader, der ikke er deres egen, ikke umiddelbart tillokkende på reporterne. På den ene side uddyber de her, at de godt kan se, at de jo ofte allerede er nede i materialet, og at det derfor giver mening, at de også skriver en web-artikel eller laver en *voice over* til News, men på den anden side er det noget, de betragter som en pligt opgave og som merarbejde.

7.3.1 EJERSKAB, KOORDINERING OG ROBOTJOURNALISTIK

Sideløbende med og indflettet i journalisterne platformsspecifikke fagligheder kan vi spore en række andre bekymringer i forbindelse med det nye *cross*-samarbejde. En gruppe reportere fortæller eksempelvis, at det at være mange om historierne betyder, at det ejerskab, man tidligere har følt, bliver mindre. Den kildepleje og det personlige netværk, den enkelte journalist tidligere har haft, mener de, forsvinder, nu hvor de skal overgive materiale og kilder til kolleger, der skriver videre og bestemmer vinkler uden eksempelvis at konferere med *cross*-teamet.

Journalisterne fortæller, at de oplever, at det ansvar, som de før har følt for historierne, forsvinder, fordi de nu ikke har samme ejerskab til det, de producerer. Nogle mærker, at der er kommet en tendens til at tænke, at "det har en anden nok gjort", hvorfor nogle opgaver forbliver uløste (Bilag 27: Interview G).

En journalist fra hovedkanalen fortæller, at man nemt kommer til at slække på ambitionerne på nogle vagter, hvis man "*bare skal ind og lave hjælpe-synce eller lave VO'er. Så er der altså ikke nogen grund til at gå den ekstra mil*" (Hovedkanalsjournalist, Bilag 29: Interview I: 222). Og en News-reporter siger, at den loyalitet og holdfølelse, man tidligere havde på sin platform og med sine faste kolleger, er fal-

det bort i det store Nyhedscenter, hvor det i mindre grad er muligt at diskutere historierne vinkel og udtryk med sin platformsredaktør og sine kolleger (Bilag 24: Interview D). Igen noget, journalisten mener, resulterer i et lavere engagement. Tendensen forstærkes yderligere af, at journalisterne ikke nødvendigvis kender de kolleger, de møder ind med i det store *newsroom*:

I dag møder jeg og kan meget vel risikere, at jeg ikke kender 75 procent af dem, jeg er på arbejde med. Det er jo altid en udfordring at skulle gå ind i et kreativt samarbejde med nogen uden at kende noget til dem (News-journalist, Bilag 24: Interview D: 179).

Flere reportere bruger under vores observationer og i interviewene ord som samlebåndsarbejde, robotarbejde eller rugbrødsarbejde om dele af arbejdet i Nyhedscenteret: *"Der synes jeg ikke, at jeg bruger min journalistiske hjerne særligt meget. Der bliver det simpelthen bare for kedeligt"* (Bilag 25: Interview E: 182). Samtidig fortæller journalisterne, at der er skruet op for hastigheden i den konvergerede nyhedsproduktion, og at de nogle gange føler sig mere pressede end tidligere:

Der er meget mere at se til og mange flere bolde i luften, føler jeg, end der har været, før Nyhedscenteret eksisterede. (...) Og selvfølgelig skal man arbejde, når man er på arbejde, men du ved, jeg savner bare det der pusterum, hvor man lige har tid til i sit eget tempo at kigge på nogle andre historier. Det er der ikke, og det er bare... i det her nyhedscenter, hvor man møder ind kl. 8.45, og så er det bare "knips, knips, knips". Du får mailen kl. 8.46 – "vi kigger på de her historier", klokken 9 er der idéudvikling, og så kører det ellers bare indtil klokken 19. Det er stressende, synes jeg (Hovedkanalsjournalist, Bilag 26: Interview F: 190).

Reporteren her føler, at kvaliteten af hans arbejde bliver dårligere, fordi han ikke længere har tid til at udøve den helt klassiske journalistik, der ligger i at finde og opdyrke historier og pleje sit kildenetværk. Det samme fortæller andre journalister fra hovedkanalen (Bilag 29: Interview I; Bilag 16: Observation 6). Man kan her igen tage fat i de to grupper *public service*-journalisten og *breaking*-journalisten, og man vil se, at det igen er journalisterne i første gruppe, der har det sværest med det opdeltede og hurtige arbejde i Nyhedscenteret, mens de mere aktualitetsfokuserede nyhedshunde i gruppe 2 tilsyneladende har det nemmere med de nye betingelser. Modviljen mod den nye faglighed øges endvidere ved, at reporterne indser, at de skal bruge meget tid på at sætte journalister fra andre platforme ind i vinkler, baggrund, kildevalg og potentielle problematikker, når de skal samarbejde:

Jeg bliver faktisk sat tilbage i forhold til mit eget arbejde, fordi jeg skal inddrage dem. Og det vil sige, at jeg ikke udkommer lige så hurtigt og lige så effektivt, som jeg ellers ville have gjort på digital, fordi jeg skal bruge kræfter på de andre (Digital journalist, Bilag 31: Interview K: 235).

Her er der tale om en digital reporter i Nyhedscenteret, men ellers er det en holdning, mest tydeligt viser sig hos hovedkanalsreporterne. På redaktionen oplevede vi også, at det var dem, der hurtigt fik en koordinerede rolle omkring historierne. En rolle, som 70 procent jf. første analysedel føler tager vigtig tid fra deres produktion. Derudover mærker de, at koordineringen udgør et ekstra pres i en hverdag, der i forvejen er blevet mere travl med indførelsen af Nyhedscenteret:

Jeg har prøvet, at jeg efter en 19-vagt er blevet ringet op af en chef, der spurgte ”hvorforsendte du ikke bare noget hjem til webben, eller hvorfor sendte du ikke hjem til News?”. Og der er jeg bare sådan, at jeg havde ikke tid. Jeg er sygt stresset, for det meste er man sygt stresset, og jeg kan også høre på mine kolleger – en af dem sagde forleden, at ”fra nu af, når jeg kommer hjem [til redaktionen red.], så slukker jeg min telefon”. Fordi det var lige før, han ikke havde nået at aflevere, fordi han havde fået opkald fra syv forskellige (Hovedkanalsjournalist, Bilag 29: Interview I: 223).

Denne praksis, hvor journalisterne i varierende grad melder sig ud af samarbejdet i Nyhedscenteret, giver ringe i vandet hele vejen rundt i *cross*-teamet, der er afhængige af hinandens leverancer. Således fortæller en digital journalist:

Nogle gange misser vi i virkeligheden det lidt tættere samarbejde, vi skal have i vores *cross teams*, for så får den 19-reporter, der er ude i marken, ikke lige ringet hjem, fordi han er ude ved en kilde. I mellemtiden prøver jeg at ringe, men han tager den ikke, fordi han skal forberede sig. Og så er der pludselig gået 4 timer, og han kommer hjem og kan fortælle, at han for resten fik en case, der fik savet det ene ben af i en trafikulykke – han fortæller det hele i 19-nyhederne. Og jeg kan stå der og sige ”shit, det ville jeg godt have vidst på forhånd, så jeg havde kunnet lave en artikel” (Digital journalist, Bilag 31: Interview K: 244).

Det lader altså til, at den nye faglighed og arbejdsdeling ikke blot er til gene for hovedkanalsjournalisterne, som får den koordinerende rolle, men også for dem, der sidder hjemme på redaktionen og

venter på deres materiale. Og selvom det muligvis er mere effektivt at dele arbejdet op på denne måde, så oplever reporterne altså helt generelt, at ansvaret for og ejerskabet til historierne forsvinder. Fordi journalisterne ikke længere ser historierne som "deres", men mere som en anonym dagsaktuel historie, har de ikke en faglig interesse i, at den når ud på alle platforme og "lever" i løbet af dagen.

Journalisterne peger selv på, at en løsning kunne være, at man satte sig mere sammen helt fra historiernes spæde begyndelse (Bilag 27: Interview G; Bilag 28: Interview H; Bilag 25: Interview E). Det ville give mulighed for at planlægge uden overkommunikation, og det ville give reporterne en følelse af at være fælles om projektet. Samtidig ville de få mulighed for at sparre fagligt og idéudvikle på historierne – et element, der som nævnt er skubbet lidt til side i Nyhedscenteret, og som vi tager op i næste afsnit. Men som nævnt i analysens første del gør alene de fysiske forhold det svært at sætte sig ved siden af hinanden – i København på grund af pladsmangel, mellem København og Odense på grund af den fysiske distance, og på tværs af platformene fordi nogle reportere er ude af huset stort set hele dagen. Dermed er løsningen ikke så ligetil.

7.4 UDEN OM NYHEDSCENTERET

Som pointeret tidligere, er idéudviklingen et ømt punkt i Nyhedscenterets daglige praksis. Dette kan der være flere årsager til, når vi anskuer problematikken i reporterens optik. Går vi tilbage til journalisterens faglige selvforståelse og de idealer, som de hver især har for journalistikken, er muligheden for at finde, opdyrke og udvikle egne idéer et væsentligt punkt for mange. Men denne del af den journalistiske produktion er, på trods af ledelsens udmeldinger om, at der stadig skal være plads til den gode idé, tilsyneladende nedprioriteret i Nyhedscenteret.

En reporter fra hovedkanalen fortæller, at han ikke oplever, at Nyhedscenteret giver tid til det opsøgende arbejde, han tillægger stor værdi. Derfor vælger han ind imellem at bruge sine fridage på at researche, uden at få løn for det. Han vil gerne have indflydelse og lave "*de store afslørende historier*", men han oplever, at historierne i Nyhedscenteret helst skal være dagsaktuelle og effektive (Bilag 26: Interview F: 188).

Derfor vælger han at tage sine idéer med til platformsredaktøren dagen inden eller nogle dage før redaktionsmødet (Ibid.) Og det er han ikke den eneste, der gør. Som vi oplevede under vores observationer, går flere journalister uden om Nyhedscenteret og nyhedscenterredaktøren ved at byde ind med idéer til redaktørerne på hovedkanalen, og når vi spørger dem, hvorfor de laver disse "snigere" uden om Nyhedscenteret, forklarer de, at de er opmærksomme på, at de egentlig modarbejder visionen om

det tværmediale samarbejde. De vil bare gerne slippe for de dagsaktuelle historier og føler, at de på denne måde har bedre forudsætninger for at komme igennem med deres egne idéer, hvilket er en prioritet for dem:

Hvis man kun laver historier i Nyhedscenteret, så er det sådan, at du møder ind om morgenen, og så får du at vide, at du skal lave denne her historie, der er dagsaktuel, og så tonses man rundt, for intet er forberedt på forhånd. Så jeg tror, langt de fleste af os gør det, at vi liner vores egne historier op en gang imellem, selvom det ikke er meningen (Hovedkanalsjournalist, Bilag 29: Interview I: 222).

Når vi samler vores resultater fra både spørgeskemaet, observationerne og vores interview, tegner der sig et billede af, at nogle journalister, primært på hovedkanalen, vælger at gå uden om Nyhedscenteret og i stedet gå direkte til platformsredaktørerne. Denne tendens er naturligvis stærkt modstridende med formålet med Nyhedscenteret, hvilket reporterne er klar over. Når de alligevel vælger at "lave en sniger", skyldes det flere ting. Først og fremmest føler de ikke, at der er plads til idéudvikling og egenidéer i Nyhedscenteret, og derudover ønsker de at lave andre historier end de hurtige fælleshistorier. Dernæst er disse journalister vant til en høj grad af autonomi, og det passer dermed bedre ind i deres idealer at gå uden om Nyhedscenteret end at være en del af det. Og slutteligt gør de det, fordi det kan lade sig gøre – blandt andet fordi redaktørerne tillader det, og endda i nogle tilfælde opmuntrer hertil.

7.5 DET HIERARKISKE MEDIEHUS

Selvom nyhedsdirektør Michael Dyrby taler om TV 2 som et mediehus, ser vi flere tegn på, at man vedbliver at være en tv-station. Hovedkanalen bliver hurtigt stedet for de største og tungeste historier, mens forbrugervinkler, fakta, små historier og "ekstra bidder" går i arv til nettet og News. Hovedkanalens journalister er samtidigt oftest dem, der bestrider en producerende funktion, mens de andre platforme bliver dem, som versionerer indholdet.

Men vigtigst er det, at medarbejderne selv italesætter, at der er en forskel på platformene (Bilag 23: Interview C; Bilag 27: Interview G; Bilag 31: Interview K; Bilag 29: Interview I). Når vi beder journalisterne forholde sig til, hvorvidt de oplever et hierarki internt i organisationen, svarer nogle, at de ikke vil kalde det hierarkier, men prioriteringer mellem platformene, mens andre italesætter hierarkierne mere direkte:

Selvfølgelig er tv det, der bliver prioriteret og promoveret mest. Det er der, pengene bliver brugt, og pengene kommer ind. Og så bevæger vi os langsomt ned ad rangstigen til News, til tv2.dk og så ned til de sociale medier (Social media-journalist, Bilag 23: Interview C: 176).

En del af reporterne finder det logisk eller naturligt, at det forholder sig sådan. Som journalisten i citatet er inde på, bliver det set som en selvfølge, at det er tv-plattformen (forstået som hovedkanalen – News sættes i en kategori for sig), der kommer først. En anden journalist, denne fra hovedkanalen, fortæller, at han en dag havde en aftale med en webjournalist om at sende noget hjem, men at han ender med ikke at nå det. Da han vender tilbage, møder han fuld forståelse fra webben:

Han skriver bare, at "selvfølgelig er det 22'eren, der er det vigtigste". Og det er det jo, forstået på den måde, at hvis han ikke lige når den artikel, så har han lavet 17 andre på en dag. Så det, jeg hjælper ham med, er nummer 18 i rækken. Jeg har bare ét produkt, og hvis det ikke kommer på fladen, så (...) (Hovedkanalsjournalist, Bilag 29: Interview I: 224).

Men det er svært at indgå et ligestillet samarbejde, når man samtidig indgår i en hierarkisk hakkeorden. Eksempelvis fortæller en social media-reporter, at hierarkiet typisk kommer til udtryk ved, at de nederste led i fødekæden får informationerne eller materialet sidst – og nogle gange slet ikke bliver informeret. Og en journalist fra News fortæller, at News-fladen ind imellem opprioriterer historier, fordi de skal bygge op til 19'eren. Han fortæller om en blød historie, der skulle i aftenens 19-nyheder, og som man i hans øjne gjorde for meget ud af på bekostning af klassiske News-historier med masser af proces, fordi *"vi ligesom sætter kræfter af til at lave den til 19, så skal den helst også udkomme på News"* (News-journalist, Bilag 27: Interview G: 196).

Faktisk er udsigten til en fremtidig nedbrydning af søjlerne og en formel ligestilling mellem platformene en bekymring for nogle journalister, fordi de bagvedliggende hierarkier formentlig fortsat vil eksistere. En digital reporter er således bange for, at mere multiskilling vil have konsekvenser for netjournalistikken, fordi de andre reportere vil prioritere de digitale flader til allersidst:

Lad os forestille os, at vi når til det punkt, hvor én reporter dækker historien til både News, 19 og net – hvad skal han så lave først? Skal han udkomme på News først, så

skrive til nettet og så lave til 19'eren? I den proces er det meget ofte nettet, der kommer til sidst (Bilag 31: Interview K: 238).

Helt overordnet ser vi altså – både i observationer og interview – et tydeligt hierarki, hvor hovedkanalen står øverst. Dette står i skarp kontrast til ledelsens ambitioner med Nyhedscenteret, der som bekendt hviler på en markant digital oprustning. Og således er der flere relevante betragtninger at tage højde for, når man som TV 2 er en organisation, der er på vej mod en øget ligestilling mellem platformene. Man kan argumentere for, at kulturen, på trods af ledelsens ønske om at nedbryde tidligere mure mellem platformene og samle redaktionerne, på nogle områder ikke har fulgt med. En formel ligestilling mellem platformene synes ikke tilstrækkelig, når både reportere og redaktører, som vores analyseresultater peger på, fortsætter med at prioritere og anerkende fladerne forskelligt. Risikoen for, at en *usynlig mur* bibeholdes, synes reel. Samtidig fortæller reporterne, at de gerne vil blive ved at varetage så store dele af produktionsaksen som muligt – og man kan derfor tale om, at et nyt hierarki opstår mellem de, der producerer og de, der bare er formidlere, hvor opdelingen pludselig er opstået internt på platformene mellem de producerende 'dedikerede' journalister og de (til en vis grad) distribuerende Nyhedscenterjournalister.

7.6 DELKONKLUSION

Dette kapitel har på forskellige måder behandlet, hvordan reporterne i TV 2's nyhedscenter forholder sig i mødet mellem deres faglige kultur og den nye, konvergerede faglighed. I dette forhold ser vi flere interessante ting:

- Selvom journalisterne er skeptiske over for arbejdet i Nyhedscenteret, kan de et langt stykke hen ad vejen forstå ledelsens rationale bag omlægningen. Striden opstår således først i det praktiske møde mellem journalisternes kultur og hverdagen i den konvergerede nyhedsproduktion.
- Omstruktureringen angriber væsentlige dele af de traditionelle idealer, som journalisterne forbinder med "den gode journalistik". Mens det herskende ideal er fokusjournalistikkens grundige, undersøgende produktionsprocesser, er arbejdet i Nyhedscenteret i højere grad præget af rutinejournalistikkens fokus på aktualitet, tværmedialitet og brugerorientering. Derfor fanges journalisterne i Nyhedscenteret i et spændingsfelt mellem deres dagligdag og deres journalistiske idealer.
- Der tegner sig et billede af, at reporterne generelt fordeler sig i to grupper; *public service*-journalisterne og *breaking*-journalisterne. Mens første gruppe, som primært består af erfarne

reportere fra hovedkanalen, som læner sig op ad fokusjournalistikkens klassiske dyder, er reporterne i den anden gruppe mere aktualitetsfokuserede og lægger vægt på afveksling og hastighed. Første gruppe har svært ved at forlige sig med nyhedscenterarbejdet, mens journalisterne i anden gruppe har mindre imod det hurtige og dagsaktuelle arbejde.

- Vi finder, at journalisterne i højere grad fortsat identificerer sig med deres "gamle" platform end med de historier, de producerer i samarbejde med kollegerne i Nyhedscenteret. Multiskilling og koordinering bliver set som pligt opgaver og ikke som en naturlig forlængelse af deres arbejde.
- Samtidig forsøger en gruppe af hovedkanalsjournalister bevidst at undgå Nyhedscenteret og nyhedscenterhistorierne, fordi de gerne vil producere den type journalistik, der ikke længere varetages i Nyhedscenteret: Fokusjournalistikken. I praksis har de mulighed for det ved at gå direkte til platformsredaktøren, der stadig har magt i det interne redaktionshierarki, og derfor ofte kan trumfe nyhedscenterredaktøren.

Man kan argumentere for, at journalisternes arbejde især for hovedkanalsreporternes vedkommende i en vis grad ændrer sig fra at være en livsstil eller et "kald" – et arbejde med meget identitet – til at være et *job* – et stykke arbejde, man varetager, men som man ikke lægger identitet i. Dette medfører i nogen grad et manglende engagement og et manglende ejerskab – ligesom man kan se reporterne forsøg på at slippe uden om Nyhedscenteret som et udtryk for, at de forsøger at komme tilbage til det identitetsarbejde, de er vant til at udføre.



58 % af journalister føler, at deres mediehus forventer, at de skal arbejde på flere platforme.

73 % mener, at journalister skal være tværmediale i fremtiden.

8 DISKUSSION: HVOR ER FAGET PÅ VEJ HEN?

Vores analyse af TV 2's konvergensstrategi og implementeringen af samme rejser en række interessante spørgsmål om fremtidens journalistik – spørgsmål, der er relevante ikke blot for TV 2, men for nyhedsjournalister i hele branchen.

Som nævnt er TV 2 Nyhederne ikke det første medie, der forsøger at ændre organisationen i en mere konvergeret retning – måske snarere et af de sidste. Mediehuse som DR, Nordjyske Medier og Berlingske Media har for længst omorganiseret nyhedsproduktionen i en konvergeret retning, og som nyhedscenterchef, Mikkel Hertz, fortæller os, er det store spørgsmål ikke, hvorfor TV 2 omstrukturerer netop nu – men, hvorfor man ikke har gjort det noget før (Bilag 21: Interview A: 149).

Vi undersøger således både en unik case, men samtidig en tendens, der gør sig gældende for nyhedsjournalister landet – og verden – over. Samtidig har vores undersøgelse vist, at TV 2's strategi i høj grad ligner den, andre journalistiske virksomheder har forsøgt at implementere, og at de har stået over for mange af de samme udfordringer som de mediehuse, den tidligere konvergensforskning har beskæftiget sig med. Vi mener derfor, at vores resultater, selvom de er et øjebliksbillede i en gennemgribende og langvarig forandringsproces, læner sig så meget op ad tidligere forskning på området, at vi kan diskutere resultaterne fra vores undersøgelse på et mere overordnet niveau.

Kombinationen af vores undersøgelse og den tidligere forskning på området giver anledning til at diskutere, hvor journalisterne og journalistikken som fag er på vej hen. Spørgsmålet er, om man ligefrem kan tale om en ny journalist? Hvor står han/hun i så fald i forhold til de traditionelle idealer? Og vil disse flytte sig eller forblive de samme?

Det vil vi diskutere i dette kapitel, som vi har inddelt i tre afsnit. I det første afsnit tager vi afsæt i den nye faglighed, vi har observeret på TV 2, for at diskutere denne ud fra den øvrige konvergenslitteratur. Herefter vil vi i afsnit to se nærmere på den konvergerede journalistiks generelle udfordringer og fordele. Slutteligt vil vi diskutere, om forandringerne i journalistikken også indebærer, at den grundlæggende journalistiske kultur ændrer sig – og i så fald i hvilken retning.

8.1 EN NY JOURNALISTISK FAGLIGHED

I takt med at mediehusene har implementeret konvergensstrategier i forsøget på at effektivisere og digitalisere nyhedsproduktionen, er der sket markante forandringer i den journalistiske praksis. På TV 2 ønsker ledelsen som beskrevet i afsnit 4.2.2 at indføre en *ny faglighed* med fokus på øget samarbejde på tværs af platforme. Det samme fokus gør sig gældende hos de andre medievirksomheder, som har konvergeret produktionsprocesserne (Larrondo et al. 2014; García-Avilés et al. 2014; Nygren 2008 m.fl.).

Vi har i vores analyse set, at denne nye faglighed implicerer flere fundamentale skift i journalisternes arbejdsprocesser. Det øgede tværmediale fokus gør, at journalisterne i mindre grad skal koncentrere sig om det klassiske journalistiske håndværk og de traditionelle produktionspraksisser, hvor man finder historier, plejer det personlige kildenetværk, researcher, interviewer og formidler. I stedet skal de holde fokus på produktaksen og jonglere flader og formater i forsøget på at tiltrække og fastholde seere og læsere. En journalistisk praksis, der strider mod en del af de idealer, der tilsammen danner rammen for det, journalisterne opfatter som "god" journalistik. Eksempelvis ser vi, at de nye produktionsvilkår gør, at mange journalister har ændret opfattelsen af dem selv og deres arbejde. Det får os til at spørge, om der med indførelsen af de tværmediale nyhedscentre er opstået en helt ny form for journalistik – og med den en ny type journalistisk faglighed?

Flere forskere (Nygren 2008; Deuze 2007) åbner for begrebet "*media worker*" og argumenterer for, at de forskellige job og produktion på nyhedsmedierne er kommet til at minde mere om hinanden, og at mediearbejdet i dag minder mere om kontorarbejde end om klassisk journalistik. Faggrænserne mellem både platforme og funktioner i den journalistiske produktion er blevet udvisket, og journalisternes faglige identitet udfordres i høj grad af forandringerne.

Man kan argumentere for, at dette i en vis grad gør sig gældende i Nyhedscenteret på TV 2. Her er kommet nye medarbejdere ind, som ikke har rene journalistfunktioner eksempelvis social media-reportere¹⁴. Journalisterne efteruddannes på hinandens platforme, og flere nyhedscenterjournalister beskriver under vores observationer og i interviewene arbejdet som robot- eller samlebåndsarbejde, hvilket peger i den retning.

¹⁴ Nogle af de nyansatte social media-reportere er uddannede journalister, mens andre ikke er.

Man kan argumentere for, at journalisternes italesættelse af nyhedscenterarbejdet som samlebandsarbejde hænger sammen med, at journalistikken i Nyhedscenteret er blevet mindre personlig. Dels fordi historierne oftest er fælleshistorier, man konkurrerer om med andre medier, og dels fordi man deles om arbejdet og ofte kun har ansvar for enkelte elementer i historien. Man er altså ikke længere alene om hele processen, men udarbejder et produkt i fællesskab, hvor nettet i TV 2's tilfælde eksempelvis finder en case til alle platforme, eller hvor News finder eksperter, der genbruges af de andre flader. Historierne er samtidig de hurtige fælleshistorier, som journalisterne ikke selv graver frem, men som i stedet kan komme fra PR-bureauer, sociale medier, dagblade eller politikere, eller som er dagsaktuelle begivenhedshistorier.

Vender vi blikket mod de journalister, som sidder uden for Nyhedscenteret, ser det helt anderledes ud. De arbejder fortsat med alle dele af Erdals (2011) produktionsakse – fra historiens begyndelse med idéudvikling til den endelige formidling – mens de bibeholder ejerskab over historierne og et fokus på én specifik platform. De arbejder også fortsat med de undersøgende og unikke historier.

Nyhedsproduktionen er altså ikke rensset for undersøgende og unikke historier, men der tegner sig et billede af, at fællesstoffet og "de hurtige nyheder" får en større og mere fremtrædende plads med den nye nyhedscenterorganisering, og at journalisterne i Nyhedscenteret *ikke* er dem, der skal varetage produktionen af disse historier. De skal i stedet "vinde dagen" ved at få de bedste billeder og hurtigste kommentarer på begivenhedshistorierne.

Man kunne forestille sig, at der var prestige i dele af nyhedscenterarbejdet. På TV 2 er det for eksempel her, at tophistorierne produceres, ligesom den øverste ledelse gennem ønsket om at "vinde dagen" lægger en anerkendelse i hastighedskriteriet. Selvom ledelsen egentlig italesætter det at vinde dagen som en måde at producere de hurtigste, men også de bedste nyheder på, ser vi, at vendingen i praksis handler mere om at komme før kollegerne på de fælles historier, end om selv at forfølge de bedste nyheder.

Selvom den øverste ledelse forsøger at få medarbejderne med sig, er der altså mange andre faktorer, der trækker i en anden retning. Redaktørerne taler fortsat om netplatformen som noget, der kommer i anden eller tredje række, ligesom ledelsen ikke italesætter, at det kræver en særlig faglighed at producere netartikler – ligesom det eksempelvis gør på 19-nyhederne. I stedet bliver nettet et sted, alle journalister "bare lige" kan skrive til, hvor små historier kan udfoldes, og hvor det største kvalitetskriterium er, hvor mange klik en historie får.

Anderkendelsen af den nye faglighed er altså i praksis svær at få øje på fra den daglige ledelse, der også fortsat omtaler "det TV 2'ske" som de historier, de dedikerede reportere laver. Samtidig kan man argumentere for, at man som journalist først og fremmest søger anerkendelse hos sine kolleger og redaktører, der for størstedelens vedkommende vil være journalistuddannede og i høj grad dele de idealtypiske forestillinger om "den gode" nyhedsjournalistik: Nemlig den grundige, eksklusive fokus-journalistik med dens implicitte normer, regler og rutiner.

Det handler derfor ikke kun om ledelsens mål og om at leve op til organisationens visioner – det handler i høj grad om at leve op til kulturens idealer, hvis man vil have anerkendelse. Og dette handler i høj grad om at kunne levere "den gode journalistik" med dens krav til en dyb, personlig og kritisk tilgang til produktionen. Det relevante er ikke at få sin *byline* på tophistorien, hvis alle er klar over, at du er blevet bedt om at lave historien af din chef. Som Schultz skriver i sin afhandling: "*Den middelmådige journalist formidler andres historier, den gode journalist formidler ikke, men finder sine egne historier*" (Schultz 2006: 152). Prestigen ligger i produktionen – i det, at man selv har gravet historien frem gennem sit journalistiske arbejde. Den hurtige fællesjournalistik kan alle lave, der ligger ikke de samme traditionelle praksisser bag, og prestigen svinder derfor ind.

Denne splittelse mellem "samlebåndsarbejde" og "den klassiske journalistik" eller mellem den distribuerende og den producerende logik, beskriver Nygren som: "*an increasing polarization (...) between flexible and multiskilled 'production journalists' working at the desk, and journalistic stars in the companies*" (Nygren 2014: 94). Han mener, at den øgede konkurrence, internt i organisationen og eksternt forskellige medier imellem, skubber på denne udvikling og går endda så langt som at skelne mellem "stjerne" og "proletariatet" (Nygren 2008: 294). Altså et A- og et B-hold.

8.1.1 JOURNALIST 2.0 ELLER 0.5?

I lighed med begrebet "media worker" argumenterer Bantz et al. (1980) for, at blandt andet teknologiske og økonomiske faktorer transformerer medievirksomhederne til nyhedsfabrikker, hvor medarbejderne er en del af den industrialiserede nyhedsproduktion. 30 år senere argumenterer Örnebring (2010) ligeledes for, at der er sket en *taylorificering* af nyhedsarbejdet. Han kobler fabriksarbejdet sammen med teknologien og tværmedialiteten og konkluderer desuden, at den nye teknologi ikke har sat journalisten fri, men tværtimod gjort ham til en "*mouse monkey*", der hverken har behov for eller tid til at forlade sin kontorstol (Örnebring 2010: 66).

Fabriksmetaforen har altså holdt sig i live i beskrivelsen af mediernes organisering i dag. Men selvom journalistikken i nogen grad er blevet standardiseret og i dag i højere grad beror på, at enkelte medarbejdere kan løse flere opgaver selv, så er journalisterne ikke nødvendigvis blevet viljeløse robotter, der blot sidder foran skærmen og distribuerer. Nygren (2008) argumenterer for, at journalisterne i dag er mere veluddannede end nogensinde, og at deres tekniske kunnen også *kan* give dem en autonomi, fordi de nu er i stand til at varetage hele produktionen selv og dermed ikke er afhængige af andre funktioner (Nygren 2008: 285).

Men selvom vi er enige med Nygren i, at der ligger et potentiale i de nye værktøjer, tegner der sig i vores undersøgelse ikke et billede af, at det potentiale bliver udfyldt. For på trods af, at journalisterne i teorien får mere autonomi i arbejdet, så bliver graden af frihed for de journalister, der kan arbejde *multiskilled*, i praksis mindsket af et højere tempo og større produktionskrav. Skulle potentialet udfyldes, skulle man forbedre disse reporteres arbejdsbetingelser ved eksempelvis at give dem mere tid og større frihed til at udvælge og forfølge historier. Dette kunne muligvis opbygge nogle talenter og skabe en form for "multiskilling stars", men vores oplevelser viser, at der er lang vej hertil. Tværtimod kører medierne deres multiskilling-reportere hårdt – til tider så hårdt, at det kan have konsekvenser for produktet.

I 2013 tager DR-journalisten Anders Lindemann eksempelvis fejl af en iscenesat demonstration foran en retsbygning og rapporterer den som ægte til Radioavisen. Han arbejder i DR's Nyhedsmotor, og i løbet af dagen har han haft 15 live-gennemstillinger, og han har efter eget udsagn slet ikke haft tid til at researche eller analysere på, hvorfor gruppen af demonstranter egentlig står foran retsbygningen. "*Anders Lindemanns skyld? Live-tyranniets skyld? Multimedie-journalistikkens skyld? Arbejdsbetingelser og mangel på kritisk distance i DR-Nyheders skyld? Vælg selv svaret*", problematiserer mediekronikør Lasse Jensen efterfølgende om episoden (Information.dk).

Det er en interessant betragtning, at det øgede pres på journalisterne, som både vi og store dele af den tidligere forskning ser som et resultat af de nye konvergerede praksisser, kan give negative konsekvenser for den journalistik, der produceres. Relationen mellem research og produktion – mellem "input" og "output" – har i dén grad forandret sig, og det må også have betydning for produktet. Dette område har vi dog afgrænset os fra i denne undersøgelse, men mere forskning på området ville være relevant. Er det overhovedet journalistik, DR-journalisten leverer, når han ikke har tid til at sætte sig ind i historien, eller bliver han egentlig bare en slags indholdsdistributør – eller mikrofonholder?

Med vores egen undersøgelse og eksemplet fra DR in mente er det i hvert fald ikke uforståeligt, at journalisterne ikke oplever multimedie-journalistikken som en opgradering til journalist version 2.0 eller en ny mulighed for at forandre journalistikken til det bedre, men nærmere som en økonomisk nødvendighed for mediehusenes overlevelse i en presset mediebranche.

8.2 EN KULTUR MED RUNDE KANTER

Med de ændrede praksisser og den ændrede journalistik kan man fastslå, at det journalistiske arbejde ganske enkelt ikke er det samme for de journalister, der er blevet en del af de nye nyhedscentre. Fokus har flyttet sig fra at forfølge egne idéer eller vinkler og gå i dybden med historierne til at udkomme hurtigere og på flere platforme. Et arbejde, som støder sammen med den kultur, der fortsat eksisterer hos journalisterne.

Deuze (2007) konkluderer da også, at kulturen i dag ikke har fulgt med udviklingen. De idealer, den journalistiske kultur hviler på, stammer fra en helt anden virkelighed, hvor arbejdet ikke i samme grad var præget af usikkerhed og pres fra markeds kræfter eller politikere: *“Journalists today enter a workforce, that is built on the heyday of the twentieth century era of omnipresent mass media, but that is expected to perform in a contemporary news ecology”* (Deuze 2007: 170).

Men hans konklusionen er langt fra ny. For 35 år siden argumenterede Bantz (1980) for samme mismatch mellem journalisternes kultur og de konkrete arbejdspraksisser i den nye, industrialiserede nyhedsproduktion. Han uddyber med, at journalisterne typisk lægger meget identitet i det arbejde, de selv forbinder med public service og autonomi, mens arbejdet i praksis er blevet hurtigt og mekaniseret, og at journalisterne derfor mister engagement.

Men når nu dette spændingsfelt mellem kultur og praksis langt fra er nyt, og når journalisterne (a) er klar over, hvilken vej det går og (b) godt kan se, at der er behov for at forandre produktionen for at blive ved med at finansiere journalistikken, dukker flere spørgsmål op: Hvorfor er den journalistiske kultur ikke forandret for længst? Kan man forestille sig, at kulturen snart må følge med, og hvis ja – bliver det så en tilpasning af den journalistiske kultur til de nye produktionsbetingelser, eller vil en helt nyt kultur opstå, der måske både kan rumme gamle idealer for den ”klassiske journalist” og nye for den grænseløse mediearbejder med multiskilling-kompetencer?

Man kan argumentere for, at skellet mellem det, man karikeret kan betegne A- og B-journalister, må gøre det sværere at opretholde denne kollektive journalistiske kultur i fremtiden. For måske ender

man i virkeligheden med ikke at have særligt meget til fælles som fokusjournalist og rutinejournalist? Nyhederne udvælges forskelligt, de formidles måske også forskelligt, og rutinerne i arbejdet bliver forskellige. Samtidig bliver journalisterne i nyhedscentre nødt til at vænne sig til team-arbejdet, og dermed er de nødsaget til at give slip på en del af den autonomi, der ligger dybt i den journalistiske kultur. Journalisterne må acceptere at dele materiale og kilder med kollegerne og stole på, at den, de deler med, tager sig lige så godt af det, som de selv ville. Og endelig må de i højere grad acceptere at lægge vægt på hastighed frem for public service, fordi organisationerne forventer, at de nye digitale nyhedsplatforme skal serviceres her-og-nu. Selv hvis journalisterne ikke kan acceptere disse forandringer, vil de have svært ved at finde arbejdspladser, hvor arbejdspraksissen er anderledes. Så selvom man ikke kan lide lugten i bageriet, kan det være svært at forlade det.

Man kan altså forestille sig, at kulturen kan forandre sig for nogle af journalisterne fremover. Men er journalister nødvendigvis modstandere af en sådan forandring? Nej, siger Deuze (2004). Journalisterne vil bare gerne føle, at forandringen også på en eller anden måde er fordelagtig for dem og for de journalistiske produkter. Men pointen er her, at journalisterne ikke kan se fordelene i de nuværende konvergensstrategier – blandt andet fordi ledelsens abstrakte plusord, eksempelvis TV 2's ambitioner om at "vinde dagen" og lave "nyheder til alle", ikke afspejler sig i nogen konkret praksis.

Særligt de journalister, der har en stærk public service-kultur, og som vi i denne undersøgelse har kategoriseret som *public service*-journalisterne, har svært ved at se fordelene. Vi ser, at de ældre eller mere erfarne journalister typisk tager skarpere afstand fra konvergensstrategiernes ændringer i arbejdspraksisserne end de yngre og mere digitale journalister, *breaking*-journalisterne, der lægger vægt på hastighed og aktualitet, og har en mere positiv tilgang til teknologien. Dette kan ses som et udtryk for en spæd ny journalistisk kultur, og denne gruppe kunne man med fordel se nærmere på i de enkelte organisationer. Man kunne forestille sig, at det faktisk var muligt at rykke ved de bagvedliggende kulturelle strukturer, hvis man gav disse journalister en større anerkendelse, både i form af ros og i form af øgede ressourcer. På sigt kunne man forestille sig, at denne anerkendelse kunne smitte til kollegerne, så den nye form for journalistik kunne opnå en generelt større respekt i faget, og produktet måske tilsvarende kunne forbedres.

Man kan dog også argumentere for det modsatte. At de journalistiske idealer er så stærke og indgroede, at de ikke nødvendigvis vil rykke sig, selvom journalisterne får nye arbejdsvilkår. Lige nu føler journalisterne, at de opgiver et arbejde med en større grad af frihed og færre deadlines til fordel for en plads i den konvergerede nyhedsproduktion. Det kan vel derfor ikke undre, at journalisterne holder

fast i den kultur, de kender, og som i en tid med forandringer og tilpasning for dem fungerer som *"the social cement of the professional group of journalist"* (Deuze 2005: 455).

Fastholder journalisterne idealerne, risikerer man at ende med en gruppe reportere, der er splittede mellem deres idealer og det arbejde, de udfører – journalister, der ikke identificerer sig med deres job, og som ikke synes, den journalistik, de producerer, er "god" eller "vigtig". Man risikerer med andre ord, at resultatet af nyhedscentrene bliver, at en stor del af journaliststanden har et mindre engagement og en mindre kærlighed til faget, og at produktet vil lide under det. Hvordan dette vil udvikle sig, vil give masser af stof til akademisk analyse de kommende år

8.3 DELKONKLUSION

Man kan ud fra den samlede litteratur på området og vores bidrag fra undersøgelsen på TV 2 argumentere for, at nyhedscenterjournalistikken kommer til at spille en fortsat større rolle i medieverden og karakterisere den almene "jobbeskrivelse" for morgendagens nyhedsjournalist.

En ny type journalistik, der *gør*, at journalisterne siger farvel til rollen som primært *producerende* og goddag til en rent *distribuerende* nyhedsjournalistik, hvor historierne er dagsaktuelle og fælles, og hastighedskriteriet er i højsædet. En journalistik, der samtidig kræver nye og andre ting af medarbejderne. Nogle kommer til at arbejde med flere medier og skal producere til alle platforme, når de alligevel er ude af huset, mens andre ender som desk-reportere med en rolle, hvor man i højere grad versionerer andres stof end at producere sit eget.

Der synes at være en iboende logik om, at den digitale nyhedsforbruger konstant skal have nyt indhold. Og at TV 2 skal levere det hurtigst. Dette store fokus på fællesstof og hastighed kan siges at medføre en homogenisering af produktet – en homogenisering, der er generel for næsten hele nyhedsbranchen, hvor flere og flere medier konvergerer og versionerer indhold på forskellige platforme. Særligt på TV 2 står den homogene nyhedsproduktion i kontrast til det nære og regionale fokus, der ligger i mediehusets ånd.

Den nye teknologi og cross media-ambitionerne har dog et iboende potentiale. Gav man reporterne den fornødne anerkendelse og de ekstra ressourcer, det kræver at producere den samme historie til både tv og net, kunne man forestille sig, at journalisten ville have overskud til at lave specialleverancer til begge platforme, og at kvaliteten af produktet på den måde kunne højnes. Samtidig ville journalisten måske føle, at de nye flader gav ham en udvidet værktøjskasse, så han mere frit kunne følge hi-

historien uden at være afhængig af kollegerne. En slags journalistisk opgradering – en journalist version 2.0. Vi oplever dog i denne undersøgelse, at journalisterne snarere bliver en version 0.5. Den konkrete praksis' fokus på hurtige historier og de omfattende produktionskrav gør, at reporterne føler sig stressede, og de føler, at produktet mister kvalitet i processen.

Det er naturligvis væsentligt, at man i organisationens ledelse er opmærksom på disse problematikker. Både i forhold til fysiske strukturer og det sæt af idealer, normer, regler og rutiner, der udgør den journalistiske kultur. Forsøgte man at anerkende medarbejdernes indsats, kunne man måske skabe nogle "stjerner" inden for multiskilling og udnytte deres arbejdskraft positivt. Noget tyder på, at der blandt især de yngre journalister er en spirende lyst til at arbejde tværmedialt. Derfra kunne man håbe på, at kulturen og kollegerne kunne begynde at rykke med.

Man kan dog også spørge sig selv, om konvergensen overhovedet er den rigtige vej at gå. For selvom ledelserne i de konvergerede nyhedsproduktioner ser det som det naturlige skridt at tage i en medie-verden, der er under forandring, hvor sikre er de så egentlig på, at det er rentabel forretningsmodel, der trækker nye brugere til?

I Holland valgte mediehuset de Volkskrant i 2010 at gå væk fra en konvergeret produktion efter ikke at have oplevet en effektivisering i produktionen, men til gengæld modstand fra journalisterne, der holdt fast i gamle platformskulturer (Tameling og Broersma 2013). Men en undersøgelse af den nye – eller gamle om man vil – produktionsstruktur viste, at det betød lavere kvalitet online, fordi nyhederne ikke længere kom fra avisen eller var lavet i samarbejde med dens medarbejdere:

While scholars argue that the quality of journalism might suffer as a result of convergence, the strategy of de-convergence as it is employed in this case also raises questions about the credibility of a news brand and the sharp divide between journalistic values on- and offline (Tameling & Broersma 2013:32).

Det er altså heller ikke uproblematisk bare at gå tilbage – eller holde ved – den gamle produktionsstruktur. Spørgsmålet er derfor nok snarere, hvordan man videreudvikler de konvergerede redaktionsstrukturer, så de bliver mere kompatible med de journalister, der skal arbejde i dem.

9 KONKLUSION: LØS TAKTIK OG LAVPRAKTIK

TV 2 har per 1. december 2014 valgt at konvergere sin nyhedsproduktion ved blandt andet at samle cirka halvdelen af organisationens nyhedsjournalister i et nyt nyhedscenter, som skal arbejde på tværs af husets udgivelsesplatforme: TV 2 News, tv2.dk og nyhedsudsendelserne på TV 2. Rationalet er a) at producere bedre nyheder til det publikum, der i stigende grad benytter digitale medieplatforme for at sikre, at de bliver i TV 2-systemet og derved skaber øget omsætning, og b) at effektivisere produktionen, så man undgår, at flere røde TV 2-mikrofoner dækker samme historie, som vi så det i kapitel 1.

Fokus i dette speciale har været at undersøge, hvad der kendetegner den journalistiske praksis i Nyhedscenteret på TV 2 – med fokus på muligheder og udfordringer relateret til mødet med journalisters overordnede kultur. Undersøgelsen er baseret på resultater fra én uges observationer på TV 2, 11 kvalitative forskningsinterview samt et spørgeskema til journalisterne i Nyhedscenteret.

I foregående kapitel har vi vovet os ud i en mere generaliserende diskussion af journalistiske praksisser i det konvergerede mediebillede for at diskutere, hvad resultaterne i denne undersøgelse kan betyde for den arbejdsform, der venter journalister i fremtiden. Indeværende kapitel er undersøgelsens afsluttende, hvor vi opsummerer de pointer, vi er kommet frem til og konkluderer på specialets problemformulering, der lyder:

Hvad karakteriserer den journalistiske praksis i Nyhedscenteret på TV 2, og hvordan forholder journalisterne sig i mødet mellem de nye produktionsbetingelser og deres journalistiske kultur?

9.1 PRAKSIS I NYHEDSCENTERET

Praksis i Nyhedscenteret har et tværmedialt fokus, som medfører, at journalisterne i mindre grad arbejder med alle dele af de journalistiske arbejdsprocesser, hvor man finder historier blandt andet gennem sit personlige kildenetværk, researcher, interviewer og publicerer. I stedet skal de have fokus på at få historierne bredt ud til stationens flader og formater, men kun på én type historier – nemlig de dagsaktuelle fælleshistorier. Den undersøgende og ”unikke” journalistik bliver i stedet varetaget af journalister uden for Nyhedscenteret.

Alt i alt kan vises vores undersøgelse, at praksis i Nyhedscenteret markerer en overgang fra fokusjournalistik til en mere aktualitetsbåren journalistik og en bevægelse fra en producerende journalistrolle til en mere distribuerende.

Den nye konvergerede nyhedsproduktion på TV 2 opfattes som nødvendig af både ledelse, redaktører og journalister. Adspurgt oplever journalisterne i Nyhedscenteret visse styrker ved den nye arbejdspraksis, ligesom de giver udtryk for, at det er en uundgåelig del af det at arbejde med nyheder i dag. Således svarer 74 procent, at de nu får nyhederne hurtigere og bredere ud.

Alligevel kan vi konkludere, at ledelsens mål og strategi for Nyhedscenteret ikke nødvendigvis hænger sammen med det, der kendetegner journalisternes arbejdspraksis. For på trods af, at ledelsen har forsøgt at strukturere arbejdet i Nyhedscenteret, så det både fysisk og teknologisk imødekommer en konvergeret nyhedspraksis, holder journalisterne fast i gamle idealer og rutiner for nyhedsproduktionen. Selvom ambitionerne i høj grad læner sig op ad det, García-Avilés kalder "fuld integration" (se tabel 3), ser vi, at praksis ikke altid følger ambitionerne. Eksempelvis er ønsket fra ledelsen på TV 2, at historien skal være konge, og at platforme kun skal være sekundære og i fokus sidst i processen. Men praksis viser, at gamle platformstraditioner lever videre og dikterer arbejdet, og den konvergerede arbejdspraksis har således i højere grad karakter af koordinering (García-Avilés 2014, se Tabel 3).

Journalisterne er fortrolige med én måde at producere og tænke nyheder på, og denne brydes ikke blot, fordi journalisterne får nye teknologiske hjælpemidler eller en ny fysisk struktur. Det ser vi eksempelvis ved, at en del reportere særligt fra hovedkanalen forsøger at gå uden om Nyhedscenterets redaktionsmøder og redaktører, og dermed "gør som de plejer". De er altså strategisk aktive for at undgå samarbejdet på tværs.

Nyhedspraksissen er også kendetegnet ved, at flere journalister arbejder i funktioner med meget opdeltede opgaver, som journalisterne betegner som "robotarbejde", samt at dagens store fælleshistorier ofte er udvalgt og uddelegeret til reporterne af redaktørerne allerede, inden journalisterne møder ind. Idéudvikling og sparring er altså blevet en mindre del af journalisternes arbejde, der i højere grad bliver distribuerende. Derudover får journalisternes arbejde en mere koordinerende karakter, fordi man som tovholder på en historie skal tale med journalister fra andre flader og forholde sig til flere redaktører nu end tidligere. En praksis flere forsøger at undgå, fordi de mener, det tager vigtig tid fra deres "egen" journalistiske produktion.

9.1.1 PRAKTIKKEN BLEV GLEMT I TAKTIKKEN

Undersøgelsen viser desuden, at ledelsens mål om et stærkere samarbejde platformene imellem i højere grad indfries, der hvor journalisterne sidder sammen fra alle platforme – eksempelvis i Turbinen – og der, hvor den koordinerende nyhedscenterredaktør er til stede. Den fysiske strukturering af arbej-

det er altså afgørende for, hvor godt samarbejdet fungerer og vedligeholdes. Det virker dog som om, ledelsen har "glemt" nogle af de mere lavpraktiske problematikker i planlægningen, og at disse ender med at være en stopklods i hverdagen. Reporterne bliver frustrerede over de banale og helt lavpraktiske ting som eksempelvis i København at have svært ved at finde en fysisk plads og rum til samarbejde i Nyhedscenteret, og i Odense, hvor man dårligt kan følge med i det store redaktionsmøde, og hvor ens nærmeste chef knap nok ved, hvem man er, fordi alt foregår i København.

Samtidig er ledelsens strategi for, hvor tværmedialt journalisterne i Nyhedscenteret hver især skal arbejde, ikke klar. Hverken journalister eller ledelse ved derfor, hvor langt man er nået i processen om et år, men journalisterne ved heller ikke altid, hvor tværmedialt de skal arbejde i dag. Det være sig både på Erdals (2011) produktionsakse, hvor journalisterne selv skal kunne alt fra layout til redigering og på produktaksen, hvor journalisterne skal kunne producere til både web og de forskellige tv-formater. Denne uklarhed er medvirkende til en forvirring blandt journalisterne, der ikke altid er klar over, hvad deres rolle i produktionen er. De efterlades så at sige med et spillerum, hvor de selv kan vælge, hvordan de agerer – hvorfor praksis ofte bliver, at man "gør som man plejer".

9.2 SØJLER OG POLARISERING

Selvom journalisterne kan se rationalet i den konvergerede nyhedsproduktion, når vi ser på resultaterne fra spørgeskemaundersøgelsen, så maler de et mere kritisk billede af den konvergerede arbejdspraksis i de kvalitative forskningsinterview. Mange ser konvergensen som en måde at øge effektiviteten på, ligesom de mener, at det kan have indflydelse på kvaliteten af deres arbejde. De nye kriterier om hastighed og Nyhedscenterets fokus på *skal*-historier strider imod den journalistiske kultur, der blandt andet defineres af autonomi og en rolle som gatekeeper. Nyhedscenterjournalisterne må i højere grad definere sig som distribuerende generalister, hvilket udfordrer deres idealer om den "gode journalist" med tid til idéudvikling, research og nyhedsudvælgelse samt brugeren som borger.

Samtidig giver italesættelsen af skellet mellem reporterne i Nyhedscenteret og de dedikerede reportere uden for nyhedscenterjournalisterne en følelse af mindreværd. Så mens ledelsen har fokus på ambitionen om at nedbryde hierarkiet mellem eksempelvis 19-udsendelsen og News og skabe konvergens mellem platforme, er der nu opstået et nyt hierarki, der handler om at være dér, hvor man får lov til at varetage flest dele af den journalistiske proces fra idé til publicering – altså uden for Nyhedscenteret.

Opdelingen mellem dedikeret og "ikke-dedikeret" desuden indikere, at nyhedsjournalistikken udvikler sig i to retninger. Flere og flere bliver generalister, som laver rutinejournalistik af mere distribuerende karakter, mens et fåtal forbliver specialister, der producerer fokusjournalistik til én platform eller har specifikke fagkompetencer.

9.3 UNDERSØGELSENS BIDRAG

Som vi oplever det på TV 2, og som store dele af den tidligere forskning i konvergens konkluderer, er innovation i den journalistiske organisation langt fra problemfri. Ledelsens kommunikation af strategien og de manglende mål for, hvordan det skal ende, har betydet, at der kan ses en sporafhængighed, hvor flere journalister fortsætter med at reproducere en praksis fra før indførelsen af Nyhedscenteret.

I Odense betyder den manglende tilstedeværelse af nyhedscenterredaktøren, at journalisterne i mindre grad end i København anspores til at tænke på tværs af platforme, ligesom den journalistiske kultur giver en naturlig modstand mod den forandring, som Nyhedscenteret medbringer. Samtidig sporer vi her en særlig modvilje, som kan skyldes den "TV 2-ånd", der blev skabt, da kanalen opstod som en modpol til DR's københavnske udgangspunkt. TV 2 har tidligere haft et regionalt udsyn, og dette fokus på de nære og unikke historier har været en del af organisationens DNA. Nyhedscenteret bliver set som en modsætning til denne ånd, og særligt reporterne i Odense føler, at den regionale selvforståelse undermineres, ligesom man kan tale om, at det problematiserer stationens politiske grundlag, da størstedelen af Nyhedscenteret er i København¹⁵. Studiet her understøtter altså den idé, at mediehusene verden over – både private og public service-medier – i høj grad er drevne af journalistisk praksis og kultur.

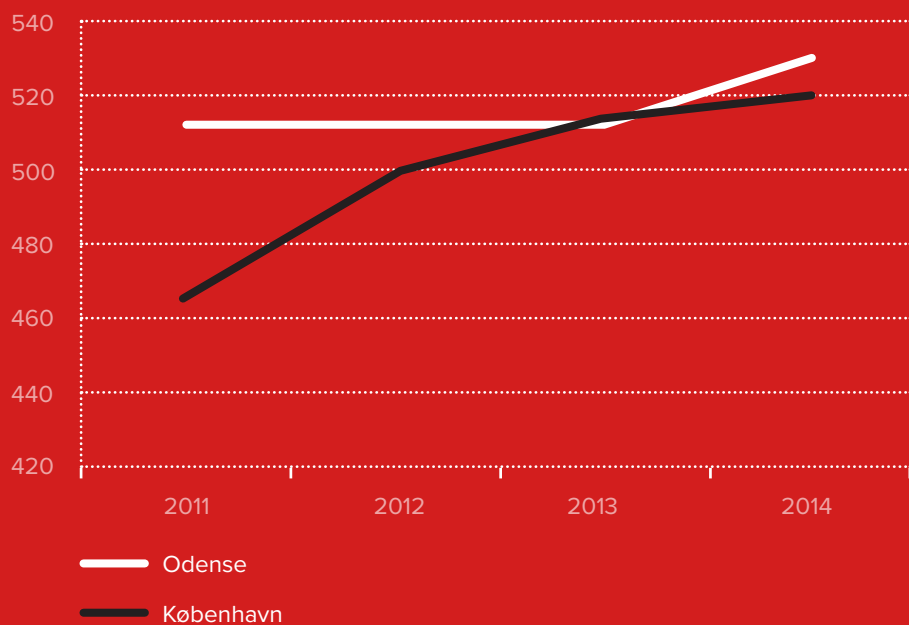
Selvom den nye arbejdsgang i Nyhedscenteret har forandret journalisternes arbejdspraksis væsentligt, så er idealer og tanker om "den gode journalistik" ikke ændret radikalt, og journalisterne ender dermed i et spændingsfelt mellem deres idealer om journalistikken som et identitetsarbejde og det reelle arbejde, de udfører.

I denne undersøgelse introducerer vi ud over vores fokus på kulturen endvidere den fysiske organisation som et centralt element i implementeringen. Vi finder gennem vores analyse, at helt lavpraktiske spørgsmål som redaktionsmødets størrelse og muligheden for at kunne sætte sig sammen med kolle-

¹⁵ Der er dog fortsat pt. en overvægt af ansatte i Odense, da TV 2 med oprettelsen af Nyhedscenteret samtidig oprettede et såkaldt "Sportscenter" i Odense. Problematikken er derfor bundet mere til selvforståelsen blandt nyhedsjournalisterne, der er i mindretal, end det er reelt politisk problematiserende.

gerne i et tilstødende lokale betyder rigtig meget for implementeringens succes (eller mangel på samme). Hvis ikke man har de fornødne fysiske rammer, har konvergensstrategierne en tendens til at forblive abstrakte plus-ord, og konvergensen får trange succesår.

De fysiske rammers betydning er samtidig et tema, vi ikke ser tilstrækkeligt uddybet i den øvrige konvergensteori – kun enkelte studier (Larrondo et al. 2014) argumenterer for væsentligheden af en fysisk strategi dog uden at uddybe, hvad en sådan kan bestå af og dens betydning. Teorien kan altså kritiseres for at tage for lidt højde for andre logikker i journalisters handlen end de kulturelt eller teknologisk betingede og for at undervurdere, hvad praktiske banaliteter egentlig betyder for den måde, forandring håndteres. Den fysiske organisering er derfor et område, vi mener med fordel kan inddrages i senere forskning.



TV 2-redaktionen i København voksede i perioden 2011 til 2013 med 48 ansatte. I samme periode har Odense-redaktionen kun fået én medarbejder mere. I 2013 tippede balancen, så København kom i overtal. (kilde: Journalisten 2014, 11)

10 FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING I KONVERGENS

Gennem vores arbejde med undersøgelsen har vi stillet os selv mange nye spørgsmål vedrørende den konvergerede nyhedsproduktion. Produktionen på de digitale platforme udvikler sig hele tiden, det traditionelle flow-tv får mindre og mindre betydning for kommende generationer, men til gengæld bliver det vigtigere for medierne at være på pletten, lige så snart noget sker. Vi vil derfor i dette kapitel kort skitsere nogle områder, som vi mener vil være relevante at undersøge i forhold til de konvergerede mediehuse.

1. Brugernes perspektiv

Mediernes konvergensstrategier er en måde at imødekomme de udfordringer, de har, i forhold til at lokke især yngre brugere til. Brugernes adfærd har altså direkte betydning for, hvordan medier agerer og strukturerer sig. Men hvordan opfører brugerne sig egentligt, og hvad mener de om det indhold, der bliver produceret i den konvergerede nyhedsproduktion? Er præsenteringskonvergens irriterende, fordi samme nyhed rammer dem tre-fire gange? Går de op i, hvilket medie der kommer først med en historie? Og ved de overhovedet, at en nyhed er blevet leveret til dem fra TV 2, hvis de får det i deres Facebook eller Twitter-feed? Via fokusgruppeinterview og forbrugsdagbøger kunne man undersøge, hvordan brugerne reagerer på det konvergerede mediebillede.

2. Et kvalitetsperspektiv

”Det virker som om, det er økonomidrengene, der har overtaget faget,” sagde en af vores respondenter under et interview: *”Vi har stort set ingen kvalitetsdiskussioner. Og det tror jeg altså vil skade TV 2, men også hele branchen”*. Et interessant hul i den danske forskning af konvergens handler om det produkt, der resultatet af strategierne. Tidligere studier *har* taget fat på denne problematik i forhold til journalisterne mening om produktet eller i forhold til, hvorvidt produktionen effektiviseres i det konvergerede newsroom. Men hvad sker der med kvaliteten af det arbejde, der leveres nu i forhold til tidligere? Hvor ofte opstår der fejl i produktionen, når materiale skifter hænder flere gange? Og kan det højne kvaliteten, fordi journalisterne sammen når længere med historien, end den enkelte journalist kan?

3. Et uddannelsesmæssigt perspektiv

I undersøgelsen så vi, at de yngre journalister på TV 2 var mere positive over for arbejdet i Nyhedscenteret end de ældre. Vi så også, at denne gruppe oftere arbejder med netjournalistik. Gennem undersøgelsen har vi i gruppen tillige diskuteret, hvorvidt vi som nyuddannede journalister er forberedt på

et arbejde af *distribuerende* karakter, eller om uddannelsesinstitutionerne stadig foregiver, at nyhedsproduktionen er *producerende*? Vi mener, at forskning i, hvorvidt man kan spore forandring hos de journaliststuderende i forhold til normer og idealer, kunne give et spændende perspektiv på journalistik i fremtiden. En større kvantitativ undersøgelse af journaliststuderendes forventninger til det arbejdsmarked, de kommer ud på, mener vi kunne være interessant i forhold til at se på, hvorvidt idealer og journalistisk kultur er under forandring.

11 LITTERATUR

Andersson, Ralf (2013): *Den industrialiserede nyhedsproduktion – en undersøgelse af den ændrede produktionsform i DR Nyheder*, Center for Journalistik, Syddansk Universitet, Odense.

Bantz, Charles R, **McCorcle**, Suzanne & **Baade**, Roberta C. (1980): *The News Factory*, i *Communication Research*, vol. 7, no 1. pp. 45-68.

Becker-Christensen, Christian (red.) (2003): *Politikens nudansk ordbog med etymologi*, Politikens Forlag, København.

Blach-Ørsten, Mark, **Willig**, Ida, **Hartley**, Jannie M. & **Flensburg**, Sofie (2015): *Mediernes udvikling i Danmark: Journalistiske kvaliteter 1999-2014*, specialrapport udgivet af Kulturstyrelsen.

Boczkowski, Pablo J (2004): *Digitizing the News, Innovation in Online Newspapers*, Cambridge, MA: MIT Press.

Boczkowski, Pablo J & **Ferris**, José A (2005): *Multiple Media, Convergent Processes, and Divergent Products: Organizational Innovation in Digital Media Production at a European Firm*, i *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, January 2005, vol. 597 no. 1. pp. 32-47.

Bryman, Alan (2004): *Social research methods*, del 3 (kap. 13-19), Oxford University Press, second edition, New York.

Cook, Timothy E (1998): *Governing with the News – the news media as a political institution*. The University of Chicago Press, Chicago & London.

Cottle, Simon (1998): *Participant Observation: Researching News Production*, kap. 3 pp. 35-65 i Hansen, Anders, Cottle, Simon, Negrine, Ralph & Newbold, Chris: *Mass Communication Research Methods*, Macmillan, London.

Cottle, Simon & **Ashton**, Mark (1999): *From BBC Newsroom to BBC Newscentre: On Changing Technology and Journalist Practises*, i *Convergence* (1999) vol. 5 (3), Sage Publications.

Cramer, Flemming L (2010): *Brugerhåndbog, SurveyXact*, Rambøll, 1. oplag, 7. udgave.

Dailey, Larry, **Demo**, Lori & **Spillman**, Mary (2005): *The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaborations Between Media Newsrooms*, i *Atlantic Journal of Communication*, 13:3.

Deuze, Mark (2004): *What is Multimedia Journalism?* i *Journalism Studies* 5 (2).

Deuze, Mark (2005): *What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered*, i *Journalism: Theory, Practice & Criticism* 6 (4).

Deuze, Mark (2007): *Media Work*, London, Polity Press.

Dupagne, Michael & **Garrison**, Michel (2007): *The meaning and influence of convergence; a qualitative case study newsroom work at Tampa News Center* i *Journalism Studies* nr. 7.

Erdal, Ivar J (2011): *Coming to terms with convergence journalism: Cross-media as a theoretical and analytical concept* i *Convergence*, May 2011, vol. 17 no. 2, p. 213-223.

Flyvbjerg, Bent (1992) : *Rationalitet og Magt*, Akademisk Forlag, Odense.

Grieves, Kevin (2012): *Transnational journalism in Europe: a transnational journalistic culture?* (p. 19-39), i *Journalism across boundaries: The promises and challenges of transnational and transborder journalism*, Palgrave Macmillan.

García-Avilés, José A, **Kaltenbrunner**, Andy & **Meier**, Klaus (2014): *Media Convergence Revisited*, i *Journalism Practice*, 8:5, 573-584.

Gordon, Rich (2003): *The Meanings and Implications of Convergence*, i Kawamoto, Kevin (edit.) *Digital Journalism – Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, Rowan and Littlefield Publishers, inc., Lanham, MD.

Hartley, Jannie M (2011): *Radikalisering af kampzonen – en analyse af netjournalistisk praksis og selvforståelse I spændingsfeltet mellem idealer og publikum*, Roskilde Universitet, Roskilde.

Hartley, Jannie M (2013): *Lillebrorsyndromet. Nye hierarkier i den tværmediale nyhedsproduktion* i *Journalistica* nr. 1, 2013.

Holstein, Marie-Louise, **Stolpe**, Anne (2006): *En undersøgelse af indførelsen af bimedialitet på indlandsredaktionerne i DR Nyheder*, Roskilde Universitet, Roskilde.

Hjarvard, Stig (1999): *TV-nyheder i konkurrence*, Samfundslitteratur, Frederiksberg.

Jensen, Klaus B & **Helles**, Rasmus (2015): *Mediernes udvikling i Danmark: Danskernes medieforbrug 2014 – hverdag og demokrati*. Specialrapport udgivet for Kulturstyrelsen.

Kammer, Aske (2013): *Introduktion: "Journalistik i en industri"* i *Journalistica* nr. 1, 2013.

Kolstrup, Søren, **Agger**, Gunhild, **Jauert**, Per & **Schrøder**, Kim (red.) (2010): *Medie- og kommunikationsleksikon*, 2. udgave, Samfundslitteratur, Frederiksberg C.

Kristensen, Catharina J (2007): *Interview med enkeltpersoner*, i Fuglsang, Lars, Hagedorn-Rasmussen, Peter & Olsen, Poul B (red.) (2007): *Teknikker i samfundsvidenskaberne*, Roskilde Universitetsforlag, Frederiksberg.

Kristiansen, Søren & **Krogstrup**, Kathrine (1999): *Deltagende observation*, Hans Reitzels Forlag

Kvale, Steinar & **Brinkmann**, Svend (2009): *Interview – introduktion til et håndværk*, Hans Reitzels Forlag, København.

Larrondo, Ainara, **Domingo**, David, **Erdal**, Ivar J, **Massip**, Pere & **Van den Bulck**, Hilde (2014): *Opportunities and limitations of newsroom convergence*, i *Journalism Studies* 2014, Taylor & Francis.

Larsen, Poul F (2013): *TV 2 - 25 år med penge, politik og primadonnaer*, Gyldendal.

Lawson-Borders, Gracie (2003): *Integrating New Media and Old Media: Seven Observations of Convergence as a Strategy for Best Practices in Media Organizations*, i *International Journal on Media Management*, 5:2, pp. 91-99.

Lund, Anker B (2002): *Den redigerende magt – nyhedsinstitutionens politiske indflydelse*, Aarhus Universitetsforlag, Aarhus.

Lund, Anker B (1999): *Journalistroller i det redigerede samfund*, i *Politica – Tidsskrift for politisk videnskab*, Bind 31 – 2.

Merriam, Sharan B (1994): *Fallstudier*, kapitel 1 (p. 20-34) i *Fallstudien som forskningsmetode*, Studentlitteratur, Lund.

Nielsen, Kjeld (2006): *Casestudiemetoder anvendt i arbejds- og organisationssociologien*, i Voksted, Søren (red.) (2006): *Valg der skaber viden – om samfundsvidenskabelige metoder*, Academica, Aarhus.

Nygren, Gunnar (2008): *Nyhetsfabriken*, Studentlitteratur, Lund.

Nygren, Gunnar & **Zuiderveld**, Maria (2011): *En himla många kanaler: Flerkanalpublicering i svenska mediehus*, Nordicom, Göteborgs Universitet, Göteborg.

Nygren, Gunnar (2014): *Multiskilling in the Newsroom: Deskillling or Reskilling of Journalistic Work*, i *The Journal of Media Innovations*, 1.2 2014: 75-96.

Pedersen, Thea (2008): *Fra bladhus til mediehus*, Roskilde Universitet, Roskilde.

Rasmussen, Steen K. (2000): *Mediernes sammensmeltning – konsekvenser for journalisters roller og kvalifikationer*, Center for Journalistik og Efteruddannelse, Århus.

Rendtorff, Jacob D (2007): *Case-studier* i Fuglsang, Lars, Hagedorn-Rasmussen, Peter & Olsen, Poul B (red.) (2007): *Teknikker i samfundsvidenskaberne*, Roskilde Universitetsforlag, Frederiksberg.

Schultz, Ida (2006): *Bag om nyhedskriterierne – en etnografisk feltanalyse af nyhedsværdier i journalistisk praksis*. Skriftserie for journalistik på RUC, Journalistisk forskning nr. 2, Roskilde.

Singer, Jane B. & **Quandt**, Thorsten (2009): *Convergence and cross-platform production* I Wahl-Jørgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas (red.) (2009): *The Handbook of Journalism Studies*, Routledge, New York.

Sjøvaag, Helle (2012): *Journalistisk ideologi: profesjongrensener under press* i Eide, L.O Larsen & Sjøvaag, Helle (2012): *Nyt på nett og brett: journalistikk i forandring*, Universitetsforlaget, Oslo.

Skovsgaard, Morten & **Hopmann**, David N (2014): *Forskningsmetoder i journalistik og politisk kommunikation*, Hans Reitzels Forlag, København.

Tameling, Klaske & **Broersma**, Marcel (2013): *De-converging the newsroom: Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice* i *The International Communication Gazette* 75(1) pp 19-34

Wadbring, Ingela (2013): *Journalists care about commercialization* i *Journalistica* nr 1., 2013.

Witschge, Tamara & **Nygren**, Gunnar (2009): *Journalism: A profession under pressure?* i *Journal of Media Business Studies*, 6 (1). pp. 37-59.

Ørsten, Mark (2004): *Transnational politisk journalistik*, Skriftserie for journalistisk på RUC: Journalistisk forskning nr. 1, Roskilde.

Örnebring, Henrik (2010): *Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives* i *Journalism: Theory, Practice & Criticism* 11 (1).

Websider:

Tv2.dk 1: *Nyheder på tv i dyb krise: Seerne svigter*, <http://nyhederne.tv2.dk/samfund/2013-12-19-nyheder-p%C3%A5-tv-i-dyb-krise-seerne-svigter>, sidst set d. 12.8.2015.

Tv2.dk 2: *TV 2 styrker nyhedsområdet som led i en digital oprustning*, <http://omt2.tv2.dk/nyhedsartikler/nyhedsvisning/5%2C6/tv-2-styrker-nyhedsomraadetsom-led-i-en-digital-oprustning/>, sidst set d. 12.8.2015.

Journalisten.dk: *Ministeren fastslår: TV 2 skal mest ligge på Fyn*, <http://journalisten.dk/ministeren-fastslaar-tv-2-skal-mest-ligge-paa-fyn>, sidst set d. 12.8.2015.

Information.dk: *Smertensdag i Hjørring*, <http://www.information.dk/447328>, sidst set d. 12.8.2015.

Kulturstyrelsen.dk: *TV 2 Danmark A/S*, <http://www.kulturstyrelsen.dk/medier/tv/tv-2danmark-as/>, sidst set d. 12.8.2015.