

EFFEKTEN AF KONSTRUKTIV JOURNALISTIK

- En kvantitativ indholdsanalyse af TV 2 Fyns nyhedsartikler

TV2 FYN

LOKALT SE TV LIVE TV WEBDOKS TIP OS

SØG Q MENU ☰

CORONAVIRUS

Rekordlav smitteprocent



SAMFUND

Fynboerne spørger: Hvornår kan børnene komme i skole igen?

MEST LÆSTE



112

Stigende antal indbrud - Sådan sikrer du dit hjem



Fakta: Sådan vil danskerne kunne blive testet for virus

Januar 2021

Speciale i journalistik

Elizaveta (Liza) Krasnova Skov, 55140

Sara Fuglsig Christensen, 55139

Simone Baadgaard Holm Hansen, 54968

Vejleder: Eva Mayerhöffer

Censor: Søren Schultz Jørgensen

Anslag: 179.076



Roskilde Universitet

Abstract

Constructive journalism is not a new term and its principles share similarities with other movements in the history of journalism. However, there is no unambiguous definition of the term. At the same time, there is limited knowledge about the effect of constructive journalism, especially in terms of the recipient's commitment, why this thesis can be seen as a step towards more knowledge about this effect. The investigation is based on the case of TV 2 Fyn, which has been selected because of TV 2 Fyn's vision to become Denmark's most constructive media house. Through a quantitative content analysis of 500 news articles published in the period from 11th of March to 11th of August, the degree of constructiveness among TV 2 Fyn's news articles and how constructive news articles affect the recipient's commitment compared to reading time, clicks, and if they have a will to return to the same article, has been examined. Based on this thesis' critically rationalistic theoretical approach to science, six hypotheses have been set up on the basis of the literature, which involves various researchers, all of whom deal with the definition of constructive news or how constructive journalism affects the audience. This thesis concludes that the news of TV 2 Fyn to a lesser extent are characterized by constructive news articles. TV 2 Fyn publishes more non-constructive than constructive news articles in the selected time period, more specifically 273 non-constructive and 227 constructive news articles. At the same time, 80,2 percent of the constructive news articles published by TV 2 Fyn contain only one constructive element out of four possible constructive elements. It can be noted that 'Future-oriented' is the most common element, which appears in 54,2 percent of the constructive news, and that the constructive news contains on average 96 more words than the non-constructive news articles. Furthermore, it is concluded that constructive news articles have a less prominent effect on the audiences' engagement, as the recipients do not read constructive news articles longer than non-constructive news articles or return more frequently to the same article when it is constructive. In addition, it is found that the reading speed is slower among the non-constructive news articles. Furthermore, it is concluded that the readers click more frequently on non-constructive news articles. Therefore, it may be questioned whether it is at all relevant to strive to conduct constructive journalism. According to TV 2 Fyn, the argument is that it requires an adaptation period among the readers, and that time is a decisive factor before the effect can be seen, why this thesis suggests a further study of the field.

Indholdsfortegnelse

1. INDLEDNING	5
1.1 PROBLEMFELT	5
1.2 PROBLEMFORMULERING	7
1.3 AFGRÆNSNING	7
2. VIDENSKABSTEORETISK FUNDAMENT	9
3. SPECIALETS OPBYGNING	11
4. TEORI	12
4.1 HVAD ER KONSTRUKTIV JOURNALISTIK?	12
4.1.1 Historien bag konstruktiv journalistik	12
4.1.2 Konstruktiv journalistik i dansk kontekst	14
4.1.3 Kritik af konstruktiv journalistik	15
4.2 DEFINITION AF EN KONSTRUKTIV NYHED	16
4.2.1 Litteraturens definitioner af en konstruktiv nyhed	16
4.2.2 TV 2 Fyns definition af en konstruktiv nyhed	19
4.2.3 Specialets definition af en konstruktiv nyhed	19
4.3 EFFEKTEN AF KONSTRUKTIVE NYHEDER	20
4.3.1 Følelser, humør og engagement	20
4.3.2 Konstruktive nyheder som læserens foretrukne	23
4.3.3 Ingen effekt	25
4.4 HYPOTESER	26
5. METODE	28
5.1 TV 2 FYN SOM CASE	28
5.2 KVANTITATIV INDHOLDSANALYSE	29
5.2.1 Indholdsanalysens kodningsmanual og -skema	30
5.2.2 Kodningsskemaets variabler	31
5.2.3 Sampling	34
5.2.3.1 Tidsperiode	35
5.2.3.2 Dataudvælgelse	35
5.2.4 Indholdsanalysens pilottest	35
5.2.5 Koderkonsensus og interkoderreliabilitetstest	37
5.2.6 Kodningen og dataanalysen	40
5.2.7 Fejkilder	40
6. ANALYSE	42
6.1 NYHEDSDÆKNINGEN PÅ TV 2 FYN	42
6.2 KONSTRUKTIVE ELEMENTER	45
6.3 ARTIKLERNES LÆNGDE	47
6.4 LÆSETID	49
6.5 GENGANGERE	52
6.6 ANTAL KLIK	54
6.7 DELKONKLUSION	57
7. DISKUSSION	59
7.1 HVOR KONSTRUKTIVE ER TV 2 FYN?	59
7.2 HVORDAN AFSPEJLES KONSTRUKTIVE NYHEDSARTIKLER HOS TV 2 FYN I LÆSERNES ENGAGEMENT?	63
7.3 KAN ALLE NYHEDER GØRES KONSTRUKTIVE - OG ER DET INDSATSEN VÆRD?	68

8. KONKLUSION	71
9. FORSKNINGSFORMIDLENDE ARTIKEL	74
10. LITTERATURLISTE	78
10.1 EMPIRI	82
11. OVERSIGT OVER FIGURER OG TABELLER	85
12. BILAGSLISTE	86

1. Indledning

1.1 Problemfelt

Mediebilledet i dag er markant anderledes, end det var for et år eller årti siden (Slots- og Kulturstyrelsen, 2020). Digitaliseringen har skabt nye muligheder for nyhedsindustrien, og den har ændret den måde, nyheder formidles på. Internettet har været medvirkende til, at den journalistiske forretningsmodel er blevet ændret. Det har medført, at den interne kamp om modtagernes opmærksomhed blandt nyhedsmedierne er intensiveret i løbet af de seneste 20 år (Constructive Institute, n.d.). Som et resultat af dette udkommer nyheder nu både hurtigere og med større volumen, samtidig med at de i højere grad er sensationsprægede (Ibid.).

Men noget tyder på, at det har haft en uønsket effekt. Tendensen har affødt en ændring i medieforbruget blandt modtagerne, således at flere og flere af dem er begyndt at vende ryggen til de traditionelle nyheder, blandt andet som følge af det overvældende store udbud (Andersen, 2020: 1). En ny undersøgelse fra Epinion (2020) viser desuden, at 16 procent af de adspurgte danskere i perioder undgår nyheder helt, fordi historierne blandt andet kan have en negativ indvirkning på deres humør (Constructive Institute, 2020). Samtidig tyder det på, at tilliden til medierne er under forandring, når under halvdelen (46 procent) af de danske respondenter i en nylig undersøgelse fra The Reuters Institute (2020) svarer, at de generelt stoler på nyheder. Det svarer til et fald på 11 procentpoint på bare ét år (Newman et al, 2020).

Udviklingen er langt fra ny og har gennem tiden givet anledning til en række diskussioner om, hvorvidt mediebilledet er overrepræsenteret af negative historier. En større undersøgelse af nyhedsdækningen på TV 2 og DR fra 2005 viste da også, at ulykker, terror, krig, kriminalitet, katastrofer og sygdom fyldte mellem 47-61 procent af udlandsdækningen (Kabel, 2005: 31). På samme måde gjorde denne negativitetsbias fra medierne sig særligt gældende i nyhedsdækningen under folketingsvalget i 2011 (Elmelund-Præstekær & Svensson, 2013: 481).

For selvom årsagerne til, at danskerne fravælger nyheder, kan være mange, er det ofte negativitet, mistillid til medierne og overfloden af nyheder, der er gennemgående i forklaringerne (Andersen, 2020: 1).

I stedet efterspørger modtagerne langsomme, dybdegående nyheder, der belyser en sag fra forskellige perspektiver, informerer om løsninger og/eller inspirerer til handling (Andersen, 2020: 1ff; Constructive Institute, 2020). Dette bekræftes i Epinion-undersøgelsen, hvori størstedelen af

respondenterne angav, at de synes, at nyhederne er for konfliktorienterede, og at de ville foretrække at læse en nyhedsartikel med en konstruktiv fremfor en traditionel rubrik (Constructive Institute, 2020).

Det er blandt andet tendenser som disse, der har været med til at inspirere til modreaktioner i journalistiske brancher over hele verden. Herhjemme har det vækket de danske mediers interesse for konstruktiv journalistik. Inden for få år er flere mediehuse, såsom Verdens Bedste Nyheder, Zetland og Fyens Stiftstidende, begyndt at profilere sig som konstruktive og lade prædikatet være et slags kvalitetsstempel ved deres journalistiske produkt (Verdens Bedste Nyheder, n.d.; Korsgaard, 2019; Hugger, 2020).

Et af de danske medier, der er gået længst i deres eksterne kommunikation i forhold til at tage den konstruktive rolle til sig, er TV 2-regionen TV 2 Fyn. I maj 2019 ansatte og udnævnte de landets første konstruktive redaktør (Obitsø, 2019a), hvorved mediet for alvor søgte at markere sig som en konstruktiv spiller i det danske medielandskab. Initiativet er et af flere, som skulle danne grobund for, at mediet fra efteråret 2019 vil arbejde på at blive 'Danmarks mest konstruktive mediehus' (Bilag 1). Ifølge nyhedschefen for det digitale område hos TV 2 Fyn, Mads Boel, skyldes beslutningen blandt andet den faldende tillid hos befolkningen:

"(...) Vi tror på, at tilliden til nyhedsmedier i al almindelighed trænger til at stige, og det tror jeg, den gør, fordi folk er ved at være voldsomt trætte af den her informations-tsunami med ofte ligegyldigheder, der vælter ind i hovedet på folk" (Bilag 1).

Derfor vil TV 2 Fyn nu *"(...) lytte mere til befolkningen (...)"* (Bilag 1) og i højere grad give dem det, de foretrækker.

Med udgangspunkt i TV 2 Fyns satsning, søger specialet at afdække graden af mediets journalistiske konstruktivitet ved først og fremmest at nå frem til en definition på, hvad begrebet dækket over. Endvidere ønskes det undersøgt, hvorvidt det højner engagementet hos læseren, når TV 2 Fyn forfølger *"(...) befolkningens dagsorden"* (Bilag 1). Til formålet opstilles følgende problemformulering:

1.2 Problemformulering

I hvilken grad præges TV 2 Fyns nyhedsudbud af konstruktive nyhedsartikler i perioden fra den 11. marts til 11. august, og hvordan afspejles brugen af konstruktiv journalistik i læsernes engagement?

Undersøgelsesspørgsmål:

1. Hvor mange af TV 2 Fyns nyhedsartikler i den udvalgte periode kan kategoriseres som konstruktive?
2. Hvilke elementer er særlig kendetegnende for TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler?
3. Hvordan adskiller TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler sig fra de ikke-konstruktive nyhedsartikler i forhold til læsetid og antallet af gengangere i den samme artikel?
4. Hvordan adskiller TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler sig fra de ikke-konstruktive nyhedsartikler målt på antallet af klik?

1.3 Afgrænsning

I følgende afsnit belyses de fravalg, som er truffet i forbindelse med specialet.

Dette speciale fokuserer udelukkende på, hvordan TV 2 Fyn bedriver konstruktiv journalistik i deres nyhedsartikler, hvilket betyder, at vi har afgrænset os fra at undersøge, hvordan TV 2 Fyn bedriver konstruktiv journalistik i nyhedsudsendelser på TV samt i deres udkomme på sociale medier såsom Instagram, Facebook og YouTube.

Ydermere skal det i forhold til specialets kodning bemærkes, at der udelukkende tages udgangspunkt i nyhedsartikler, hvilket vil sige, at der i samplen ikke indgår nogen former for opinionsstof, såsom kronikker eller debatartikler. Grunden til dette er, at denne type produktioner kun findes i meget begrænset omfang i TV 2 Fyns artikeludbud, og de er således ikke egnede til at indgå i en generel og overordnet undersøgelse af TV 2 Fyns digitale udkomme. I forbindelse med kodningen er det ligeledes besluttet, at det er rubrikken, underrubrikken og brødteksten, der skal udgøre genstandsfeltet for undersøgelsen, hvorfor anden medieret kommunikation, såsom videomateriale eller interaktionselementer som grafik, quizzes, kort eller lignende, udelukkes.

Det skal fremhæves, at mængden af videnskabelig litteratur om konstruktive nyheder har været begrænset - i særdeleshed hvad angår effekten af konstruktiv journalistik. Af den litteratur, der

findes, tages der udgangspunkt i undersøgelser, der beskæftiger sig med lande, der minder om Danmark, hvor der eksisterer en relativ høj grad af pressefrihed (Globalis, 2020). Da TV 2 Fyns målgruppe udgør alle voksne indbyggere i dækningsområdet (TV 2 Fyn, 2018), har vi samtidig afgrænset os fra undersøgelser, der inddrager børn og unge under 18 år som genstandsfelt. Slutteligt skal det pointeres, at selvom en del forskning omkring konstruktiv journalistik beskæftiger sig med de traditionelle nyhedskriterier, der kan have en stor indflydelse på udformningen af nyheder, har vi afgrænset os fra dette. Således beskæftiger vi os udelukkende med de elementer, der karakteriserer en konstruktiv nyhed.

2. Videnskabsteoretisk fundament

Dette speciale læner sig op ad en kritisk rationalistisk videnskabsteoretisk retning. Det skyldes primært specialets hypotetisk-deduktive tilgang, hvor det videnskabelige arbejdes mål er at afdække, teste og forklare realiteter, og målet er at falsificere de opstillede hypoteser (Gilje, 2012: 51ff). Den kritiske rationalisme udspringer af positivismen, da det kan pointeres, at *“Den kritiske rationalisme udvikler sig (...) i kritisk dialog med grundlæggerne af positivismen”* (Gilje, 2012: 23). Filosof Karl Popper anses som værende en pioner indenfor den kritiske rationalisme (Gilje, 2012: 50). Han formulerede kernen i den kritiske rationalisme således:

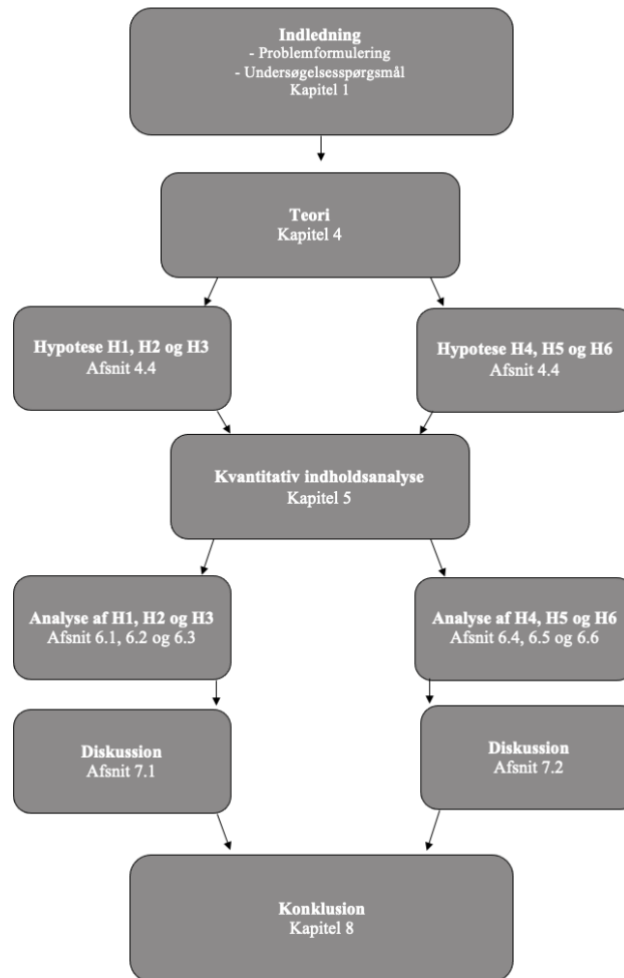
“(...) rationalisme er en holdning præget af villighed til at lytte til kritiske argumenter og til at lære af erfaring. Fundamentalt set er det en holdning, som indrømmer, at ‘jeg kan tage fejl, og du kan have ret, og ved fælles anstrengelse kan vi komme sandheden nærmere’” (Gilje, 2012: 52).

I specialet viser den kritiske rationalisme sig i form af dets tilgang til videnskaben, hvor hypoteser opstilles på baggrund af den udvalgte litteratur, som derefter testes på empirien. Det handler således om at undersøge, om én hændelse er årsag til en anden hændelse (Gilje, 2012: 39). Derfor har specialet opstillet seks hypoteser, der, på baggrund af teorien, har til formål at teste kvantitativt, dels hvordan TV 2 Fyn bedriver konstruktiv journalistik ud fra litteraturens definition af begrebet, og dels om det har betydning for læsernes engagement, om en artikel er udfoldet konstruktivt eller ikke-konstruktivt. I den forbindelse er det vigtigt at pointere, at den kritiske rationalisme ifølge Popper også indebærer, at man erkender sin fejlbarlighed (Gilje, 2012: 52), hvorfor specialet dedikerer kapitel 7 til at diskutere undersøgelsens resultater og fejlkilder. Vigtigt er det også at pointere, at den kritiske rationalisme arbejder ud fra en tese om, at *“Vi når aldrig i mål og kan allerhøjest komme sandheden nærmere ved at vise, at noget af det, vi mener at vide, faktisk ikke holder stik”* (Gilje, 2012: 55), hvilket adskiller sig markant fra positivisternes epistemologiske antagelse om, at man ved videnskaben kan opnå sikker viden om virkeligheden (Ibid.). Derfor antages det ikke, at specialets konklusion viser den ufejlbarlige sandhed, da den beror på en stikprøve i en afgrænset tidsperiode.

Et andet sted, hvor den kritiske rationalisme afviger yderligere fra sin positivistiske baggrund, er betragtningen om en ‘forventningshorisont’, som omhandler, at al forskning er baseret på visse hermeneutiske forudsætninger: *“Når vi observerer noget, har vi altid en række mere eller mindre tematiserede antagelser med os. Og vi fortolker det, vi observerer, i lyset af disse antagelser”*

(Gilje, 2012: 53f). Dette synspunkt læner specialet sig op ad, da vi er opmærksomme på, at vi som kandidatstuderende med erfaring inden for journalistik har visse fordomme og forudindtagethed, hvilket har påvirket undersøgelsens udformning og fortolkning.

3. Specialets opbygning



Figur 1. Specialets opbygning.

Med specialdesignet sigtes der efter at tydeliggøre specialets overordnede ramme og struktur. Specialet operationaliseres med en hypotetisk-deduktiv tilgang og læner sig derved op ad en kritisk rationalistisk videnskabsteoretisk retning. Specialet kan inddeles i seks overordnede faser: indledning, teori, metode, analyse, diskussion og konklusion. I indledningen præsenteres specialets problemformulering samt undersøgelsesspørgsmål. Herefter introduceres teorien, hvorfra seks hypoteser udledes. For at teste hypoteserne udføres en kvantitativ indholdsanalyse på baggrund af empirien. Dernæst analyseres og diskuteres resultaterne. Specialet resultater vil afslutningsvist blive konkluderet.

4. Teori

Det følgende kapitel vil indledningsvist gennemgå konstruktiv journalistik i et historisk perspektiv, hvorefter det vil beskæftige sig med definitionen af en konstruktiv nyhed. Endvidere vil det blive belyst, hvilken effekt konstruktiv journalistik har på modtageren. Kapitlet afrundes med en præsentation af specialets hypoteser.

4.1 Hvad er konstruktiv journalistik?

Selvom konstruktiv journalistik først har vundet frem i medieverdenen såvel som i forskningen inden for de seneste 15 år, fastslår litteraturen, at konstruktiv journalistik har været et kendt fænomen i journalistikkens verden i århundreder - blot under andre betegnelser (Bro, 2018; Hermans & Drok, 2018; McIntyre & Gyldensted, 2017).

Dette teoriafsnit vil fungere som specialets overordnede vidensramme for feltet, hvorfor følgende afsnit vil begynde med en redegørelse for den konstruktive journalistik i historisk kontekst.

Formålet er at danne en forståelse af, hvor begrebet stammer fra, og hvorfor det er opstået. Desuden indeholder dette afsnit en kort redegørelse af litteratur, der beskæftiger sig med en kritik af begrebet konstruktiv journalistik.

4.1.1 Historien bag konstruktiv journalistik

Principperne bag den konstruktive journalistik kan spores langt tilbage i tiden. Den danske professor Peter Bro fremlægger i teksten 'Constructive journalism: Proponents, precedents, and principles' (2019), at principperne allerede blev brugt i USA i starten af 1900-tallet, hvor både den amerikanske redaktør og bladudgiver Joseph Pulitzer samt den amerikanske journalist Walter Williams arbejdede med og underviste i begrebet (Bro, 2018: 504f.). Ifølge Bro var ideen bag den konstruktive journalistik at højne den journalistiske kvalitet ved, at "(...) *provide a 'public welfare' and actively ensure 'the public good'*" (Bro, 2018: 506). Dette associeres i en historisk kontekst også med aktionsjournalistik, hvor journalistiske koryfæer som Henrik Cavling, Randolph Hearst og Jacob Riis i slutningen af det 19. århundrede og starten af det 20. århundrede forsøgte at hjælpe samfundet med at løse problemer gennem journalistikken (Bro, 2018: 509).

I litteraturen påpeges det dog også, at den konstruktive journalistik udspringer fra - og finder stor inspiration i - borgerjournalistikken (Bro, 2018; Hermans & Drok, 2018; McIntyre & Gyldensted, 2017). De hollandske professorer Liesbeth Hermans og Nico Drok beskriver blandt

andet, hvordan borgerjournalistikken vandt indpas i USA i 1980'erne, hvor journalistikken generelt blev kritiseret for at fokusere for meget på embedsmænd og eksperter, hvilket skabte en fremmedgørelse mellem journalister og borgere (Hermans & Drok, 2018: 680).

Borgerjournalistikens formål var derfor ifølge Hermans og Drok at inddrage borgerne: "*Civic journalism emphasized that people are part of social communities in which they can come to public judgement through the process of exchanging views and ideas*" (Hermans & Drok, 2018: 680).

Borgerjournalistikken fandt også vej til mange andre lande - herunder Danmark, hvor det fik et stabilt fodfæste (Bro, 2018: 510).

Derved kan det ud fra litteraturen fremhæves, at den konstruktive journalistik ikke er opstået ud af det blå, men tværtimod trækker på forskellige afarter af det journalistiske håndværk, der gennem tiden har inspireret praktikere i branchen.

Professor Karen McIntyre og journalist Cathrine Gyldensted, som begge forsker indenfor feltet, argumenterer for, at konstruktiv journalistik kan siges at være et paraplybegreb for flere genrer indenfor journalistikken; nærmere bestemt '*solutions journalism*', der, som navnet angiver, søger mod løsninger, og '*prospective journalism*', der fokuserer på fremtiden. Desuden fremhæver de '*peace journalism*', hvor man tilsvarende løsningsorienteret vinkler på muligheden for fremgang og forsøger ikke at skildre konflikt som "*(...) a two-party battle where the focus is on the winning and losing*" (McIntyre & Gyldensted, 2017: 25), og '*restorative narrative*', der kan beskrives som historier, som fokuserer på fremgang og bedring i et ellers konfliktfyldt narrativ (McIntyre & Gyldensted, 2017: 23ff).

Desuden er det væsentligt at fremhæve, at den konstruktive journalistik kan opfattes og udføres på forskellig vis i forskellige lande. Hermans og Gyldensted beskæftiger sig især med den konstruktive journalistik i USA og Holland (Hermans & Gyldensted, 2018: 539). De pointerer, at man i USA især praktiserer solutions journalism, hvor der blandt andet er etableret et netværk kaldet '*Solutions Journalism Network*' (Solutions Journalism Network, 2020). Deres vision er "*(...) to bring solutions journalism to every newsroom worldwide. We seek to rebalance the news, so that every day people are exposed to stories that help them understand problems and challenges, and stories that show potential ways to respond*" (Solutions Journalism Network, 2020).

Netværket har 462 nyhedsmedier tilknyttet, heriblandt The New York Times (Hermans & Gyldensted, 2018: 539). Men også andre amerikanske medier, såsom Vox og The Economist, fokuserer ifølge Hermans og Gyldensted på at operere med den løsningsorienterede journalistik ved at inddrage dybdegående information, som kan underbygges med datamateriale, hvilket har til

formål at “(...) *‘explain the news’ and provide an understanding*” (Hermans & Gyldensted, 2018: 539). I Holland indledte den nationale avis, Trouw, tilbage i 2017 en ny tilgang til deres nyhedsformidling, hvor fremtidsorienterede nyheder og “(...) *a hopeful focus*” skulle være bærende principper (Hermans & Gyldensted, 2018: 539), hvorefter flere hollandske medier fulgte trop. Derudover arbejder diverse hollandske medier med at inkludere modtageren. Et eksempel er mediet De Correspondent, der inddrager deres læsere ved *‘co-creation’*, forstået på den måde, at “(...) *the publication is taking its relationship with the public even further by adding features on their online platform to ‘Wikipedia-ise’ the content*” (Hermans & Gyldensted, 2018: 539). Hos De Correspondent er en inddragelse af modtageren altså lig med at give brugeren mulighed for selv at være med til at udfolde historien (Ibid.).

4.1.2 Konstruktiv journalistik i dansk kontekst

Et århundrede efter, at Pulitzer og Williams arbejdede med konstruktiv journalistik, blev begrebet introduceret i Danmark af tidligere nyhedsdirektør i DR, Ulrik Haagerup, der i 2008 udgav en kronik i Politiken, der talte for, at man tilføjede et konstruktivt element til de traditionelle nyhedskriterier:

“Haagerup advocated that journalists in the future should supplement the traditional news values with a constructive news criterion, so stories about death, destruction and societal misery could be balanced with stories about solutions and inspiration, and other stories with constructive ramifications” (Bro, 2018: 506).

I 2017 var Haagerup desuden en af de drivende kræfter bag åbningen af et nyt uafhængigt journalistisk institut ved Aarhus Universitet, Constructive Institute, som hvert år uddanner ti fellows fra den danske mediebranche i at bedrive konstruktiv journalistik (Bro, 2018: 508).

Herhjemme er en anden fortaler for konstruktiv journalistik den førnævnte Cathrine Gyldensted, som også har forfattet bogen *‘Mirrors to Movers’* (2015). I bogen forklarer hun, hvorfor konstruktiv journalistik ikke kan sidestilles med positiv journalistik. Gyldensted argumenterer i den forbindelse for, at det er vigtigt at kende forskel på positiv “(...) *Cat rescued from tree (...)*”- journalistik og den saglige og uddybende konstruktive journalistik (Gyldensted, 2015: 13). Hvor positiv journalistik blandt andet er karakteriseret ved at være inspirerende, opløftende og bygge på en positiv tone uden nødvendigvis at have en samfundsmæssig relevans, har den konstruktive journalistik en høj samfundsmæssig relevans, og dets indhold er

løsningsorienteret, fremtidsorienteret og motiverende (Gyldensted, 2015: 13). Ifølge Gyldensted overholder de konstruktive historier de journalistiske grundfunktioner, såsom at agere vagthund, holde magthavere til ansvar og oplyse borgerne om samfundet (Ibid.).

De to førnævnte fortalere, Haagerup og Gyldensted, er enige om flere ting, men især, hvad konstruktiv journalistik *ikke* er, hvilket også påpeges af Bro (Bro, 2018: 516). Han slår ned på, at hvis konstruktiv journalistik skal overleve, skal forskerne på feltet nå til enighed om, hvad konstruktiv journalistik *er* (Ibid.). Dette udforskes i følgende afsnit, der redegør for nogle af de kritikpunkter, der kan findes i litteraturen angående konstruktiv journalistik.

4.1.3 Kritik af konstruktiv journalistik

Selvom begrebet konstruktiv journalistik overvejende omtales positivt i litteraturen, findes der også kritiske røster. De belgiske professorer Jelle Mast, Roel Coesemans og Martina Temmerman slår ned på, at konstruktiv journalistik ofte forveksles med kommercielt indhold eller opfattes som ukritisk rapportering - også kaldet '*happy-news*' (Mast et al., 2018: 494). De amerikanske professorer Tanja Aitamurto og Anita Varma fremhæver i den forbindelse argumentet om, at konstruktiv rapportering kan risikere at blive kategoriseret som en anbefaling eller et slags forsvar for en bestemt løsning, hvilket bryder med det journalistiske ideal om objektivitet (Aitamurto & Varma, 2018: 698).

I dansk sammenhæng har Bro ligeledes udfordret begrebet. Han sammenligner konstruktiv journalistik med tidligere journalistiske genrer, såsom fredsjournalistik, aktionsjournalistik og løsningsorienteret journalistik, da disse som tidligere nævnt kan opfattes som fortidens svar på konstruktiv journalistik (Bro, 2018: 511f). Bro argumenterer for, at fællestrækket for disse genrer er, at de opstod med visionen om at inspirere offentligheden til at handle og skabe plads til løsninger. Dog vandt ingen af disse genrer indpas. Svaret herpå, mener Bro, skal findes i den ukonkrete teoretiske begrebsdefinition. Uden en konkret definition blev genrerne for åbne i deres fortolkning. Som følge heraf blev genrerne med tiden eroderet af både kritikere, der mente, de var for useriøse, og fortalere, der fragmenterede genrerne gennem fri fortolkning (Bro, 2018: 517). Bro peger blandt andet på eksemplet om borgerjournalistikken, hvor en af de store fortalere professor Jay Rosen, tilbage i 1990 skrev: "*We're still inventing it. And because we're inventing it, we don't really know what "it" is*" (Bro, 2018: 510). Ifølge Bro indeholder borgerjournalistikken for mange forskellige definitioner, hvilket resulterer i, at nogle helt har opgivet at bedrive denne form for

journalistik. Han pointerer således, at begrebet konstruktiv journalistik kan risikere at lide samme skæbne, hvis ikke vi lærer af fortidens fejl og bliver enige om en konkret definition af begrebet (Bro, 2018: 516). I forlængelse af disse kritikpunkter vil følgende afsnit beskæftige sig med at definere en konstruktiv nyhed.

4.2 Definition af en konstruktiv nyhed

Mens interessen for konstruktiv journalistik er voksende, er forskningsområdet stadig ungt, hvorfor der kan argumenteres for, at feltet stadig er under - og fortsat har brug for - udvikling. Flere af nærværende speciales fremhævede forskere pointerer ligeledes, at der eksisterer et behov for en mere konkret definition af, hvad konstruktiv journalistik er, herunder Bro samt McIntyre og Gyldensted. Med dette udgangspunkt vil specialet i dette afsnit søge at etablere en sådan definition. Definitionen vil tage afsæt i den seneste forskning på området, hvorfor det udelukkende er tekster udgivet inden for de seneste tre år, der er brugt som empirisk afsæt for udformningen af definitionen. Dette valg skyldes, at nærværende speciale trækker på Line Weldinghs undersøgelse af konstruktive nyheder (2018), der tager udgangspunkt i empiri fra før 2018.

Følgende afsnit vil derfor først præsentere definitioner hentet fra den seneste litteratur på området, hvorefter TV 2 Fyns egen definition på konstruktive nyheder præsenteres. Specialet vil efterfølgende forholde sig til de forskellige definitioner og forsøge at opsummere disse i en række konstruktive elementer, der tilsammen udgør definitionen af en konstruktiv nyhed. Definitionen operationaliseres i afsnit 5.2.2, hvorefter elementerne anvendes i en kvantitativ indholdsanalyse af TV 2 Fyns artikler.

4.2.1 Litteraturens definitioner af en konstruktiv nyhed

I litteraturen findes der mange bud på definitionen af konstruktive nyheder. Alligevel går flere karakteristika igen i den seneste litteratur på området. Nærværende speciale har valgt at medtage et dansk og tre udenlandske studier, der alle beskæftiger sig med at komme en definition på konstruktive nyheder nærmere. Studierne byder hver især på konkrete karakteristika, som definitionerne beror på, hvilket udfoldes i følgende afsnit.

I forlængelse af afsnit 4.1.1 beskriver Hermans og Drok i artiklen 'Placing constructive journalism in context' (2018), at fordi konstruktiv journalistik udspringer af borgerjournalistikken,

kan der udpeges flere fællestræk mellem de to: *“Both focus on inclusiveness in sourcing, on using solution-oriented frames and information, on stimulating a public-oriented approach and on treating the audience as active citizens”* (Hermans & Drok, 2018: 684). Hermans og Drok fremhæver fire principper, som er kendetegnende for den konstruktive journalistik: At journalistikken er 1) modtagerorienteret, 2) løsningsorienteret, 3) fremtidsorienteret og 4) handlingsorienteret (Hermans & Drok, 2018: 686). Med ‘modtagerorienteret’ menes, at produktionen af journalistikken præges af en inkluderende tilgang, hvor borgerne inddrages i processen ved blandt andet at blive spurgt til råds om, hvilke emner de gerne ser adresseret (Ibid.). Dernæst kendetegnes dette princip ved, at journalistikken skal indeholde diversitet i perspektiver og kilder, da offentligheden ikke er homogen. Derfor skal journalistikken forsøge at involvere flere samfundslag og grupper i samfundet, hvilket vil resultere i et mere nuanceret billede af verden (Ibid.).

Med ‘løsningsorienteret’ understreges det, at journalistikken ikke kun har til opgave at formidle et givent problem. Den skal også indeholde mulige løsninger. Ifølge Hermans og Drok vil det at inkludere et løsningsperspektiv hjælpe folk til at forstå verden mere korrekt (Ibid.).

‘Handlingsorienteret’ påpeger, at journalister skal inspirere borgerne, således at borgerne kan *“(…) come to grip with their world and (...) change it for a better”* (Hermans & Drok, 2018: 686). I praksis betyder det, at journalistikken eksempelvis skal formidle inspirerende eksempler på mennesker, der har gjort en forskel, som kan synliggøre muligheder for borgeren (ibid.). Det sidste princip, ‘fremtidsorienteret’, omhandler, at journalisterne skal se længere end dagens begivenhed ved at tilføje spørgsmålet ‘what now?’ (Ibid.). Princippet fremhæver vigtigheden af, at det journalistiske produkt har et perspektiv mod fremtidige muligheder (Ibid.).

Mast, Coesemans og Temmerman undersøger konstruktiv journalistik ud fra et internationalt empirisk og teoretisk perspektiv (Mast et al., 2018: 492). De slår fast, at konstruktiv journalistik har rødder i positiv psykologi og er et alternativ til det negative og konfliktorienterede. Den konstruktive journalistik defineres således som en *“(…) more inclusive and accountable practice of journalism that actively looks for positive values and emotions when gathering and telling the news, and that points out possible solutions, in doing so bring affirmative, inspiring and often untold narratives”* (Mast et al., 2018: 494). Desuden pointerer de, at co-creation er et helt centralt begreb i den konstruktive journalistik, da denne søger at engagere borgerne til at deltage aktivt i udvælgelsen af journalistiske emner (Ibid.).

Aitamurto og Varma undersøger i ‘The Constructive Role of Journalism’ (2018) en metajournalistisk diskurs om konstruktiv journalistik og solutions journalism ud fra en amerikansk kontekst. De udleder, at “(...) *constructive and solutions journalism are defined similarly* (...)” (Aitamurto & Varma, 2018: 695) og som følge heraf, at ‘løsningsorienteret’ er den mest centrale karakteristika ved konstruktiv journalistik (Ibid.). Ifølge dem handler den konstruktive rolle således om at belyse, hvordan samfundet kan løse de problemer, som er opstået, og dermed bidrage til, at samfundet bliver bedre (Aitamurto & Varma, 2018: 698). Dette står i kontrast til, hvad der på traditionel vis ville ansues som havende nyhedsværdi:

“Moving away from sensationalism, conflict frames, and negativity as criteria for newsworthiness (...), constructive journalism and solutions journalism treat initiatives to address problems as a central news value that makes an issue newsworthy” (Aitamurto & Varma, 2018: 704).

På den måde bliver journalister, der formår at bedrive konstruktiv journalistik “(...) *more than bearers of bad news* (...)” (Aitamurto & Varma, 2018: 702), fordi det i stedet bliver fundamentalt for journalistikken at dokumentere og pege på løsninger på sociale problemer i samfundet (Ibid). Desuden er det helt centralt for deres definition, at det konstruktive element ikke står alene, men tilføjes som en ekstra dimension ovenpå den traditionelle og normative opfattelse af, hvordan man bedriver nyhedsjournalistik (Aitamurto & Varma, 2018: 696).

I dansk kontekst har nuværende ph.d.-studerende Line Weldingh i sin specialeafhandling undersøgt nyhedskriterier i konstruktiv journalistik. Weldingh beskæftiger sig med 14 skriftlige kilder, der alle indeholder en definition af konstruktiv journalistik, med henblik på at belyse kendetegnene. Forfatterne bag de skriftlige kilder er Fred Jacobsen, Jesper Borup, Ulrik Haagerup, Cathrine Gyldensted, Karen McIntyre, Malene Bjerre og Peter Bro. Desuden inddrager Weldingh definitioner fra mediet Verdens Bedste Nyheder, Dansk Selskab for Konstruktiv Journalistik og Constructive Institute (Weldingh, 2018: 30ff). Weldingh konkluderer, at selvom konstruktiv journalistik er præget af stor uklarhed i forhold til dets fokus og karakter, skal den konstruktive journalistik have en positiv effekt på samfundet, hvorfor den skal fokusere på løsninger (Weldingh, 2018: 46). Hvor den ikke-konstruktive journalistik har fokus på især fortiden og nutiden, har den konstruktive journalistik særligt fokus på fremtiden. Desuden konkluderes det, at der er stor enighed blandt de skriftlige kilder om, at den konstruktive journalistik har et deliberativt pressesyn, hvilket vil sige, at borgerne kan bruge medierne til at diskutere og løse problemer (Ibid.).

4.2.2 TV 2 Fyns definition af en konstruktiv nyhed

I forbindelse med deres ambitioner om at blive Danmarks mest konstruktive mediehus, har TV 2 Fyn udviklet et 'konstruktivt kompas', som går under betegnelsen LINK - et akronym for 'løsningsorienteret', 'involverende', 'nuanceret' og 'kritisk'. Forkortelsen bruges til at definere TV 2 Fyns konstruktive nyheder. Før en historie kan kaldes konstruktiv, skal mindst ét af de fire indholdselementer være til stede i den pågældende produktion (Bilag 2).

Om 'løsningsorienteret' skriver TV 2 Fyn: "*Vi bygger på konkrete, dokumenterede problemer og tester løsninger*" (Bilag 2). Det 'involverende' består i, at TV 2 Fyn "*(...) inspirerer, engagerer, aktiverer og lytter til [deres] publikum, så [de] kan udvikle samfundet i en bedre retning. Brugerne skal kunne genkende sig selv og den virkelighed, de oplever (...)*" (Bilag 2). 'Nuanceret' omhandler, at TV 2 Fyn "*(...) har modet til at forstå den grå hverdag, skildre nuancer og give et overblik over komplicerede historier (...)*" (Bilag 2). Derimod skal 'kritisk' opfattes som et paraplybegreb, der, ifølge TV 2 Fyns konstruktive redaktør og tidligere fellow på Constructive Institute, Kristina Lund Jørgensen, bør være til stede i alle historier (Bilag 3).

4.2.3 Specialets definition af en konstruktiv nyhed

Ud fra ovenstående afsnit sammenfattes de elementer, der går igen i litteraturgennemgangen samt i TV 2 Fyns definition. Følgende vil udgøre specialets definition af en konstruktiv nyhed:

- **Løsningsorienteret:** Den konstruktive nyhed fokuserer på en eller flere potentielle løsninger på problemer frem for at lægge vægt på konflikten, hvilket stemmer overens med TV 2 Fyns første element i deres LINK-kompasset, 'løsningsorienteret'.
- **Modtagerorienteret:** Den konstruktive nyhed er modtagerorienteret, når modtagerne har haft en indflydelse på udformningen af nyhedsartiklen. Dette stemmer overens med TV 2 Fyns andet element i LINK-kompasset, 'involverende'.
- **Fremtidsorienteret:** Den konstruktive nyhed sigter mod fremtiden og forholder sig ikke udelukkende til dagens begivenhed. Dette element indgår ikke i LINK-kompasset, men er et af de gennemgående kendetegn i litteraturen.

- **Positivt vinklet:** Den konstruktive nyhed vinkler på positivitet ved eksempelvis at fokusere på positive følelser og/eller at have en positiv tone i formidlingen. Dermed rettes fokus ikke udelukkende på problemer og konflikter. Dette element indgår ikke i LINK-kompasset, men er ligeledes et af de gennemgående kendetegn i litteraturen.

Specialet har bevidst fravalgt ‘nuanceret’ og ‘kritisk’ i sin definition af en konstruktiv nyhed, omend begge indholdselementer ellers fremgår af TV 2 Fyns LINK-kompas. Det skyldes blandt andet, at elementerne ikke er gennemgående i litteraturens definition på en konstruktiv nyhed. Da TV 2 Fyn anvendes som case, vil der tages udgangspunkt i deres praksis for at vurdere en konstruktiv nyhed. Således skal mindst ét af ovenstående elementer være inkluderet, før en artikel kan identificeres som konstruktiv.

4.3 Effekten af konstruktive nyheder

Fordi konstruktive nyheder som forskningsområde stadig er relativt uudforsket, findes der få empiriske studier, der beskæftiger sig med effekten af konstruktive nyheder (Meier, 2018: 768). Det skal bemærkes, at der med ‘effekten’ menes, hvordan læseren, seeren eller lytteren reagerer på konstruktive nyheder kontra ikke-konstruktive nyheder. Specialet vil tage udgangspunkt i syv studier, der alle bidrager med hver deres syn på, hvordan konstruktive nyheder påvirker modtageren. Det er essentielt at pointere, at studierne ikke nødvendigvis kommer frem til det samme resultat eller er enige om effekten af konstruktive nyheder. Desuden er det væsentligt at nævne, at specialet ikke har til formål at undersøge de sindstilstande eller følelser, som konstruktive versus ikke-konstruktive nyhedsartikler frembringer, som dele af den anvendte litteratur ellers beskæftiger sig med. Alligevel er denne litteratur relevant for specialet med det argument, at den er med til at danne grobund for specialets hypoteser (jf. afsnit 4.4).

4.3.1 Følelser, humør og engagement

Klaus Meier undersøger i ‘How does the audience respond to constructive journalism? Two experiments with multifaceted results’ (2018) effekten af konstruktive nyheder på modtageren på tre niveauer: mikro-, meso- og makroniveau. Med udgangspunkt i det tyske medie Chrismons artikler udfører han et eksperiment, hvor han gennem kvalitative interviews undersøger, hvorvidt modtageren føler sig informeret, interesseret og har lyst til at læse mere efter at være blevet

eksponeret for enten konstruktive eller ikke-konstruktive artikler i både nyheds- og featureform. Han supplerer undersøgelsen med resultaterne fra et online eksperiment med udgangspunkt i den tyske radiostation Bayerischer Rundfunk (Meier, 2018: 769ff).

Meier konkluderer på mikroniveau, at modtagerne føler sig mere positivt stemt efter at have læst de konstruktive artikler fremfor de ikke-konstruktive, men afkræfter hans hypotese om, at de føler sig mere informeret og har en større interesse for emnet (Meier, 2018: 776). Desuden konkluderer han, at modtageren er meget opmærksom på, om der er tale om skjult reklameindhold forstået på den måde, at hvis en artikel præsenterer mulige løsninger eller positive eksempler forholder modtageren sig til indholdet med en vis skepsis (Meier, 2018: 777). På mesoniveau konkluderer Meier, at de konstruktive artikler deles og likes mere på de sociale medier, men samtidig finder han ingen forskel på, om modtagerne af de konstruktive artikler kontra de ikke-konstruktive artikler har lyst til at læse lignende igen. I samme ombæring udleder han, at man ved disse parametre ikke kan sige noget om, hvorvidt det at bringe konstruktive nyheder øger tilliden til medierne (Ibid.). Derudover konkluderer Meier på makroniveau ingen forskel på modtagernes lyst til at tale med andre om det pågældende emne, historien omhandler, hvad enten den er konstruktivt eller ikke-konstruktivt udformet (Ibid.).

Som Meier selv understreger, sigter undersøgelsen efter at dække en række "*research gaps*", og fokuserer derfor ikke på hele området, men de huller, som de forhenværende studier havde i deres forskning (Meier, 2018: 768). Undersøgelsen udvider dermed det eksisterende billede af forholdet mellem konstruktiv journalistik og modtageren på den korte bane, men mangler at besvare, hvad effekten er på længere sigt, hvilket eksempelvis ville kunne udledes gennem en langsigtet feltundersøgelse. Derfor skal resultaterne også læses med dette udgangspunkt. Endvidere skal det pointeres, at grupperne af respondenter i begge undersøgelser havde en overrepræsentation af personer under 30 år med en universitetsbaggrund, hvilket kan have påvirket resultaternes generaliserbarhed.

Metodemæssigt i samme stil undersøger de amerikanske professorer Karen McIntyre og Meghan Sobel i 'Motivating news audiences: Shock them or provide them with solutions?' (2017) modtagelsen af nyheder ved to journalistiske fremgangsmåder: "(...) *shocking audiences into action with offensive stories or inspiring them to act with solution-based stories (...)*" (McIntyre & Sobel, 2017: 39). Hvor tilgangen, der indeholder overraskende og konfliktfyldt indhold har en beviselig effekt, hvad angår at tiltrække modtagernes opmærksomhed og få dem til at huske informationen, kan tilgangen, der indeholder løsningsorienteret information, til gengæld fremkalde

positive følelser hos modtageren (McIntyre & Sobel, 2017: 42ff). Dog skal det her pointeres, at de to professorer undersøger feltet omkring solutions journalism (jf. afsnit 4.1.1). Med udgangspunkt i en artikel omhandlende trafficking opstiller de to forskere et surveyeksperiment, hvor respondenterne udsættes for enten en version af historien med chokerende og potentielt stødende indhold, eller en version, der inkluderer en potentiel løsning på trafficking (McIntyre & Sobel, 2017: 46). Desuden inddrager undersøgelsen en kontrolgruppe, som får umanipuleret indhold. Effekten måles ud fra 'Positive and Negative Affect Schedule', PANAS-skalaen, der består af forskellige ord, som beskriver følelser. Eksempelvis repræsenterer ordene 'distressed', 'upset' og 'irritable' negative følelser, hvorimod 'interested', 'active' og 'inspired' repræsenterer positive følelser (McIntyre & Sobel, 2017: 47). McIntyre og Sobel konkluderer, at de, som læser den løsningsorienterede historie, føler sig signifikant bedre tilpas end læserne af historien med chokerende og potentielt stødende indhold samt kontrolgruppen. Ligeledes udledes det, at de, som læser historien med chokerende indhold, føler sig dårligere tilpas end læserne af den løsningsorienterede historie og kontrolgruppen (McIntyre & Sobel, 2017: 50). De finder dog, at ingen af fremgangsmåderne har indflydelse på, om læseren får empati for kilden i historien - i dette tilfælde et offer for trafficking - eller indflydelse på, om læseren har lyst til at dele historien på sociale medier. Alligevel konkluderer de, at læserne af den løsningsorienterede historie har mere lyst til at læse lignende historier igen (McIntyre & Sobel, 2017: 51). Derfor udleder de også, at den løsningsorienterede historie er undersøgelsens mest engagerende (McIntyre & Sobel, 2017: 39).

McIntyre undersøger igen i 2020 effekten af konstruktive nyheder i undersøgelsen "‘Tell Me Something Good’: Testing the Longitudinal Effects of Constructive News Using Google Assistant". Hendes metode er denne gang at anvende Google Assistant, en virtuel personlig assistent, som hver dag i to uger oplæser konstruktive nyheder for deltagerne. Hendes kvasi-eksperiment undersøger, hvordan respondenterne, der bruger teknologien, opfatter nyheder før og efter de to uger, og sammenligner resultaterne med en kontrolgruppe, der ikke anvender teknologien. McIntyre undersøger således, om det påvirker respondenternes engagement og opfattelse af nyheder at lytte til konstruktive nyheder (McIntyre, 2020: 42f). Igen måles effekten ud fra PANAS-skalaen, mens engagement og opfattelse af nyheder måles ud fra en syv-trins-skala, hvor deltagerne rangerer eksempelvis, hvor sandsynligt det er, at de vil tale om emnet med en bekendt, eller hvor enige de er i, at "(...) *the news makes me feel hopeless* (...)" (McIntyre, 2020: 46). McIntyre konkluderer at respondenterne, der lytter til konstruktive nyheder, føler sig mere

positivt stemt end dem, der ikke lytter til konstruktive nyheder (McIntyre, 2020: 49). Dog har det ingen effekt i forhold til respondenternes engagement (Ibid.). Desuden konkluderes det, at de, som bruger Google Assistant, i højere grad svarer, at nyhederne generelt er for negative, hvilket McIntyre forklarer ved, at de muligvis er blevet mere opmærksomme på den generelle negativitet i nyheder efter at have lyttet til konstruktive nyheder (Ibid.). Dog kan man stille sig kritisk over for undersøgelsesperioden i McIntyres eksperiment. Et argument kunne eksempelvis være, at to ugers undersøgelse ikke nødvendigvis er tilstrækkeligt til at konkludere, om konstruktiv journalistik har en indflydelse på modtagerens opfattelse af nyheder på den lange bane.

Forskerne Morten Skovsgaard og Pernille Søberg laver i 2016 undersøgelsen 'Nedtrykt af negative nyheder: Effekten af positive og negative tv-nyheder på seernes humør, hukommelse og lyst til at se nyheder'. Med udgangspunkt i et surveyeksperiment omhandlende tv-nyheder undersøger de ved hjælp af PANAS-skalaen, hvordan positive og negative nyheder påvirker seernes humør, hukommelse og lyst til at se nyheder (Skovsgaard & Søberg, 2016: 29ff). Metodemæssigt inddeles respondenterne i fire grupper: gruppe et, der ser et originalt indslag fra DR Nyheder, gruppe to og tre, der ser det samme indslag, men med et henholdsvis positivt eller negativt fokus, samt gruppe fire, der udgør kontrolgruppen, som ikke ser noget indslag (Skovsgaard & Søberg, 2016: 29). Skovsgaard og Søberg finder, at positive nyheder ikke resulterer i bedre humør end negative nyheder, mens negative nyheder derimod resulterer i signifikant dårligere humør (Skovsgaard & Søberg, 2016: 40f). Samtidig konkluderer de, at undersøgelsen ingen effekt viser, hvad angår deltagerens evne til at huske information fra indslaget eller have lyst til at konsumere flere nyheder (Skovsgaard & Søberg, 2016: 42f). Dog er det vigtigt at have for øje, at Skovsgaard og Søberg i denne undersøgelse udelukkende beskæftiger sig med om en nyhed er positiv eller ej, hvorfor det skal bemærkes, at de her ikke medtager spørgsmålet om, hvorvidt løsningsorienterede, modtagerorienterede eller fremtidsorienterede elementer påvirker modtagernes humør, hukommelse og lyst til at se flere nyheder.

4.3.2 Konstruktive nyheder som læserens foretrukne

Dette speciale har valgt at inddrage to studier, der undersøger modtagerens opfattelse af konstruktive nyheder versus ikke-konstruktive nyheder. Argumentet for dette er, at når medier stræber efter at være konstruktive, må det formodes, at det skyldes, at konstruktive nyheder foretrækkes af modtageren.

Professorerne Denise Baden, Karen McIntyre og Fabian Homberg undersøger i studiet ‘The Impact of Constructive News on Affective and Behavioural Responses’ (2018) nyheder med et løsningsorienteret og positivt fokus (Baden et al., 2018: 1940). Ved to spørgeskemaundersøgelser udleder de, i overensstemmelse med studier nævnt i foregående afsnit, at de løsningsorienterede og positive nyheder får læserne til at føle sig bedre tilpas og blive i bedre humør, men også at de i højere grad har lyst til at handle på de problemer, der fremlægges, når nyheden er løsningsorienteret og positivt vinklet. Tilsvarende medfører nyheder, der vinkler på katastrofer, en lavere motivation hos læseren for at handle (Baden et al, 2018: 1954). Det, der skal fremhæves ved dette studie, er, at Baden et al. konkluderer, at “(...) *the data clearly show a strong preference for positive over negative news stories (...)*” (Baden et al, 2018: 1955).

Dog kan deres metode til at udlede denne konklusion anfægtes, da de stiller spørgsmålet “*Which kind(s) of news do you prefer?*” med tilhørende svarmuligheder: ‘positive news’, ‘no preference’ og ‘negative news’ (Baden et al, 2018: 1950). Om det kan stilles så simpelt op, kan diskuteres, da man kan have en formodning om, at de færreste vil svare, at de bedst kan lide negative nyheder, selvom de måske fanges mere af nyheder, der udelukkende dækker problemer, katastrofer eller konflikter.

Alligevel understøttes denne konklusion af den svenske journalist Marije Poort, der med fire fokusgruppeundersøgelser udforsker svenske universitetsstuderendes holdninger til både traditionelle, ikke-konstruktive og konstruktive nyheder gennem studiet ‘Constructive journalism: An answer to the negativity of the news?’ (2017). I specialet præsenterer hun to artikler for respondenterne, som begge omhandler klimaforandringer: en konstruktiv nyhedsartikel i sin fulde længde og en traditionel nyhedsartikel, som er en forkortet udgave af den konstruktive artikel. Poort udleder, at respondenterne efterlades med “(...) *a negative attitude towards the traditional article*” (Poort, 2017: 29) efter at have læst den korte nyhedsartikel. Hun fremhæver, at respondenterne udtrykker en følelse af skyld og håbløshed, som følge af, at den traditionelle nyhedsartikel ikke præsenterer en løsning på klimaproblemerne. Omvendt udleder Poort, at respondenterne har et positivt syn på den konstruktive nyhedsartikel. Særligt fremhæves det, hvordan respondenterne føler sig inspirerede til handling, hvilket det løsningsorienterede element i artiklen bidrager til. Resultaterne i studiet viser derfor også, at respondenterne foretrækker artikler, der er baseret på konstruktive elementer frem for de traditionelle, ikke-konstruktive nyhedsartikler, der fokuserer på problemer og konflikter (Poort, 2017: 31ff). Det skal dog bemærkes, at undersøgelsen og dens konklusioner ikke kan bruges til at lave en empirisk generalisering, da den er baseret på en eksplorativ undersøgelse, som påvirker den eksterne validitet (Poort, 2017: 18f). Ydermere skal det

også nævnes, at alle respondenter har en stærk holdning til emnet klimaforandringer, som undersøgelsen bygger på, hvorfor det også kunne have haft en betydning i forhold til resultatet. Slutteligt skal det fremhæves, at respondenterne i undersøgelsen enten er bekendte til Poort eller hinanden, hvorfor det kan have haft en påvirkning på deres svar under de anvendte fokusgruppintervjuer og dermed undersøgelsens udfald.

4.3.3 Ingen effekt

Selvom undersøgelserne fremhævet i de foregående afsnit konkluderer, at modtagerens humør og engagement kan påvirkes af konstruktive nyheder, findes der også undersøgelser, som påviser en manglende effekt.

Den danske professor Kim Andersen undersøger i sit studie 'Realizing Good Intentions? A Field Experiment of Slow News Consumption and News Fatigue' (2020) det danske nyhedsmedie Zetland. Her udforskes det, hvorvidt '*slow news*', der blandt andet defineres som kvalitetsjournalistik ved at bestå af længere formater, kan få folk, der har fravalgt nyheder, til at tilvælge dem igen (Andersen, 2020: 4). Andersen slår ned på, at det store, overvældende udvalg af nyheder er et resultat af, at 'hurtighed' er en central værdi i det journalistiske værdisæt, hvorfor mange har fravalgt dem (Andersen, 2020: 3). Som et alternativ til den store og accelererende strøm af nyheder, er slow news opstået (Andersen, 2020: 1ff). Andersen finder dog, at slow news i højere grad tiltrækker dem, som i forvejen har et højt nyhedsforbrug og ikke dem, som har fravalgt nyheder (Andersen, 2020: 13). Ud fra hans undersøgelse kan det konkluderes, at slow news ikke kan ændre ved modtagernes nyhedsforbrug; hvis modtagerne i forvejen læser mange nyheder, er de ifølge Andersen villige til at læse slow news, men hvis de i forvejen har fravalgt nyheder, er slow news ikke midlet til få dem tilbage i folden.

Dog kan undersøgelsens udformning udfordres. Først bør det bemærkes, at studiets respondenter blev inviteret til at deltage i undersøgelsen gennem et tilbud om to måneders gratis abonnement til Zetland, hvor det stod dem frit for, om de ville tage imod tilbuddet og dermed blive en del af undersøgelsen. Dermed afhænger respondenternes deltagelse og datamaterialet i høj grad af deres forudgående interesse for Zetland. Det kan være en modarbejdende faktor i forhold til det pågældende studies to undersøgelsesspørgsmål, som søger at afdække, hvordan slow news og aktive fravalg af nyheder gensidigt påvirker hinanden. I den forbindelse kan der argumenteres for, at respondenterne har en interesse for - og er dermed ikke definitivt trætte af - nyheder, eftersom de har accepteret abonnements tilbuddet. Derfor kan det diskuteres, hvorvidt respondenterne

repræsenterer den ønskede gruppe af 'nyhedstrætte' personer, hvilket kan have en påvirkning på undersøgelsens validitet. Det bør desuden fremhæves, at Andersens konklusion om, hvem slow news tiltrækker, udledes af, hvad respondenterne har svaret på abonnementsstilbuddet. Dog præciserer han ikke, hvorvidt respondenterne har været bekendte med begrebet slow news samt om deres besvarelse afhænger af deres interesse for begrebet eller Zetland. Det kan med andre ord have haft en påvirkning på Andersens resultater og dermed undersøgelsens validitet, hvis respondenterne eksempelvis ikke har været bekendte med slow news, og at det er den journalistiske genre, som Zetland repræsenterer.

Dette afsnit har fremlagt litteratur, der beskæftiger sig med effekten af konstruktive nyheder i relation til påvirkning på modtagerens humør, følelse og engagement. Dog beskæftiger litteraturen sig ikke med effekten af konstruktive nyheder på en måde, der stemmer overens med det, som specialet ønsker at afdække - nærmere bestemt, hvordan modtageren agerer i forhold til læsetid, klik og tilbagevenden til samme artikel. Dette anses som en mangel i litteraturen, der således underbygger nærværende speciales relevans, da netop førnævnte aspekter undersøges.

Ovenstående litteraturgennemgang har udmøntet sig i alt seks hypoteser, som specialet i forbindelse med undersøgelsen af TV 2 Fyn ønsker at be- eller afkræfte.

4.4 Hypoteser

På baggrund af litteraturgennemgangen udledes nedenfor seks hypoteser. De første tre hypoteser relaterer sig til den første halvdel af problemformuleringen, som omhandler graden af konstruktivitet i TV 2 Fyns nyhedsudbud. De sidste tre hypoteser relaterer sig til problemformuleringens anden del, der behandler læsernes engagement i relation til konstruktive nyhedsartikler.

Da TV 2 Fyn har visionen om at blive Danmarks mest konstruktive mediehus, antages følgende:

Hypotese 1 (H1): *TV 2 Fyn har flere konstruktive end ikke-konstruktive nyhedsartikler i den udvalgte tidsperiode.*

Da 'løsningsorienteret' er det konstruktive element, der går mest igen i litteraturgennemgangen, antages følgende:

Hypotese 2 (H2): *'Løsningsorienteret' er det element, der er mest dominerende i TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler.*

Da litteraturen udleder, at konstruktive nyheder er mere dybdegående og nuancerede end ikke-konstruktive nyheder, antages det, at de konstruktive nyhedsartikler indeholder flere ord end de ikke-konstruktive nyhedsartikler. Derfor antages følgende:

Hypotese 3 (H3): *TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler indeholder flere ord end ikke-konstruktive nyhedsartikler.*

Da litteraturgennemgangen fastslår, at konstruktive nyheder er nuancerede og indeholder dybdegående information, antages følgende:

Hypotese 4 (H4): *Den gennemsnitlige læsetid er længere for konstruktive nyhedsartikler end for ikke-konstruktive nyhedsartikler.*

Da det i litteraturen foreskrives, at modtagerne foretrækker konstruktive frem for ikke-konstruktive nyheder, grundet de konstruktive elementer, antages følgende:

Hypotese 5 (H5): *Flere læsere vender tilbage til den samme artikel ved konstruktive nyhedsartikler frem for ikke-konstruktive nyhedsartikler.*

Da konstruktive nyheder er et alternativ til ikke-konstruktive nyheder, der kendetegnes ved at være konflikt- og problemorienterede, hvilket ifølge litteraturen tiltrækker modtagernes opmærksomhed, antages følgende:

Hypotese 6 (H6): *Ikke-konstruktive nyhedsartikler får flere klik end konstruktive nyhedsartikler.*

5. Metode

Følgende omhandler specialets metodiske valg og overvejelser. Indledningsvis følger et afsnit om TV 2 Fyn som case, hvorefter specialets kvantitative indholdsanalyse præsenteres.

5.1 TV 2 Fyn som case

For at undersøge effekten af konstruktive nyheder har nærværende speciale taget udgangspunkt i TV 2-regionen TV 2 Fyn som case. Specialets brug af casen læner sig op ad, hvad Bryman ville betegne som en 'kritisk case', fordi casen "(...) *will allow a better understanding of the circumstances in which the hypothesis will and will not hold*" (Bryman, 2016: 62).

I dette afsnit uddybes casen, der er udvalgt dels på baggrund af sin vision om at blive Danmarks mest konstruktive mediehus, og dels på baggrund af, at det har været muligt for specialegruppen at få fuld og ubegrænset adgang til TV 2 Fyns artikler via deres Content Management System (CMS) samt backend statistikker og brugeradfærdsopgørelser i Google Analytics. Adgangen giver indblik i samtlige publicerede artikler i undersøgelsens anvendte tidsperiode, samt de pågældende publiceringers respektive læsetid, klik og antallet af læsere, der vender tilbage til samme artikel.

Som beskrevet i afsnit 1.1 har TV 2 Fyn som følge af deres vision oprettet og besat stillingen 'konstruktiv redaktør'. Ydermere har mediehuset investeret i et samarbejde med konsulentvirksomheden Hearken, der hjælper mediehus og virksomheder med at involvere deres brugere i det publicistiske arbejde (Hearken, n.d.). I et studie, udarbejdet af Hearken selv, fremgår det, at der er betydelig forskel på det indhold, som journalister har tendens til at rapportere om og det indhold, som nyhedsforbrugerne efterspørger (Poepsel & Cox, 2019: 38).

For at give et retvisende billede af, hvornår TV 2 Fyns artikler kan siges at klare sig på et acceptabelt niveau, har stationen fremsat nogle konkrete målepunkter, også kaldet KPI'er. Dertil skal det nævnes, at TV 2 Fyn måler på daglig basis og ikke på specifikke produkter. Herunder forventes en læsetid på 105 sekunder og et minimum på 1.500 klik per artikel (Bilag 4). TV 2 Fyns målepunkter vil anvendes for at give et indblik i, hvordan konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler kan sammenlignes, hvormed det kan vurderes, hvorvidt artiklerne lever op til TV 2 Fyns gængse standarder. Derfor vil målepunkterne blive behandlet yderligere i specialets analyse i kapitel 6.

5.2 Kvantitativ indholdsanalyse

Specialets primære metode består af en kvantitativ indholdsanalyse af 500 ud af 2.213 artikler udgivet på TV 2 Fyns hjemmeside, tv2fyn.dk, i perioden fra den 11. marts til 11. august 2020. Metoden findes relevant til udformningen af dette speciale, da dets forskningsværktøj kan bidrage til at få indsigt i, i hvor høj grad artiklerne indeholder konstruktive elementer samt til at få forståelse for, hvordan TV 2 Fyn formår at bedrive konstruktiv journalistik i den valgte tidsperiode. I diskussionen vil forskningsresultaterne fra metoden blive suppleret med to interviews med henholdsvis TV 2 Fyns konstruktive redaktør, Kristina Lund Jørgensen, og nyhedschefen for det digitale område på TV 2 Fyn, Mads Boel. Det første interview blev foretaget med Kristina Lund Jørgensen med henblik på at danne grobund for specialets forståelse for TV 2 Fyns konstruktive indsats. Formålet med det andet interview med Mads Boel var at forholde ham undersøgelsens resultater. Eftersom interviewene udelukkende tjener som supplerende materiale, vil fremgangsmåden ikke blive gennemgået i dette afsnit. Interviewene fremgår i stedet i Bilag 1 og Bilag 3. Det følgende afsnit vil gennemgå specialets tilgang til kvantitativ indholdsanalyse.

Som navnet 'kvantitativ indholdsanalyse' antyder, kvantificeres det givne kommunikationsindhold, som ønskes analyseret, ved at omdanne det til koder for blandt andet at skabe et systematisk overblik over indholdselementer i eksempelvis tekster (Eskjær & Helles, 2015: 10). Forfatterne bag bogen 'Kvantitativ indholdsanalyse' (2015), Mikkel Fugl Eskjær og Rasmus Helles, definerer kodning som en regelbaseret proces, hvori forskere registrerer tilstedeværelsen af prædefinerede elementer i det udvalgte datamateriale (Eskjær & Helles, 2015: 67). Fordelen ved anvendelse af metoden og dens principper er, at kvantitativ indholdsanalyse ikke blot bidrager med at kortlægge tendenser ud fra datamaterialet, men også kan bruges til at udvikle hypoteser om afsenderinstitutionen, som i dette tilfælde er TV 2 Fyn (Eskjær & Helles, 2015: 10). Eskjær og Helles beskriver tilgangen som:

“(...) En videnskabelig metode til kodning, kvantificering og systematisk analyse af såvel manifest som latent indhold i et tekstkorpus med henblik på at drage slutninger om budskaber, kontekst og kommunikationsprocesser ved hjælp af statistiske metoder” (Eskjær & Helles, 2015: 11f).

Ud fra denne definition er metoden dermed velegnet til at undersøge det større tekstkorpus, som de 500 udgivne artikler fra den anvendte tidsperiode udgør.

En anden fordel ved den kvantitative indholdsanalyse er, som definitionen beskriver, at metoden beskæftiger sig med indhold, der både er entydigt identificerbare, såsom antal visninger på en artikel, men også latente, betydningsbærende elementer, som ikke nødvendigvis bliver direkte udtrykt i ord, men i stedet er implicit indlejret i teksten (Eskjær & Helles, 2015: 13). Da vi, jævnfør specialets hypoteser og undersøgelsesspørgsmål, ønsker at afdække både det manifeste indhold i TV 2 Fyns nyhedsartikler, såsom den gennemsnitlige læsetid, antal klik og længden af artiklen, men særligt også det latente indhold, for eksempel om artiklen indeholder konstruktive elementer, er dette endnu et argument for, at metoden er relevant til specialets problemstilling. Eskjær og Helles henviser dog til, at latent indhold ofte er sværere at kode, da det tit vil være underliggende og værdiladede elementer, som står mellem linjerne og afhænger af subjektive opfattelser (Eskjær & Helles, 2015: 13f). For at undersøgelsens kvalitet og dermed reliabilitet ikke påvirkes, må der ikke herske tvivl om, hvorvidt de latente såvel som manifeste elementer er til stede i datamaterialet (Eskjær & Helles, 2015: 14). Også derfor påpeger den tyske professor Klaus Krippendorff, der har lagt navn til 'Krippendorffs α ', at der skal lægges særligt fokus på validiteten og replikabiliteten af undersøgelsen. Han henviser derfor til, at indholdet skal kunne defineres, identificeres og kodes systematisk for, at slutningerne kan siges at være valide (Krippendorff, 2004: 18f). Skal det eksempelvis undersøges, om en artikel er løsningsorienteret, er det væsentligt, at der foreligger en beskrivelse af, hvordan løsningsorienteret indhold defineres og identificeres i det analyserede datamateriale, således at kodningen er replikerbar, og andre forskere kan nå frem til samme resultater. Sådanne definitioner er derfor udspecificeret i specialets kodningsmanual (Bilag 5), som beskrives i følgende afsnit.

5.2.1 Indholdsanalysens kodningsmanual og -skema

En veldefineret kodningsmanual er et vigtigt værktøj i den kvantitative indholdsanalyse, hvori der stiles efter en konsistent og replikerbar kodning. Sammen med dets tro følgesvend, kodningsskemaet, danner kodningsmanualen fundamentet for selve undersøgelsen i den kvantitative indholdsanalyse (Eskjær & Helles, 2015: 67). Hvor kodningsskemaet anvendes i selve kodningen, fortæller kodningsmanualen, hvordan variablerne er defineret, og hvordan klassificeringen af indholdselementerne i det udvalgte datamateriale bør udføres. De to redskaber er gensidigt afhængige af hinanden og bør ikke adskilles (Eskjær & Helles, 2015: 67f). Derfor har dette speciale også udviklet de to redskaber parallelt. Med kodningsmanualen har vi sikret, at der var tydeligt

redegjort for kodningsprincipperne ved alle inddragede variabler i kodningsskemaet samt at alle tre kodere registrerede egenskaberne i datamaterialet ud fra samme forudsætninger, således at kodningsprocessen var konsistent, hvilket er væsentligt for undersøgelsens validitet (Eskjær & Helles, 2015: 68). Samtidigt argumenterer forfatterne for, at undersøgelsens replikerbarhed blandt andet ligger i en veldefineret kodningsmanual (Ibid.). For at sikre, at kodningsskemaet og kodningsmanualen komplementerede hinanden, anvendte specialegruppen et hjælperedskab til udformningen af kodningsskemaet og -manualen. Dette hjælperedskab var fremstillet af specialegruppen i tekstprogrammet Office Word, og det havde form af en tabel med tre søjler, der indeholdt kategorierne; 'Kategori', 'Variabel' og 'Værdi'. Mens kodningsskemaet skulle bygge på disse tre kategorier, fik kodningsmanualen tilføjet endnu en kategori: 'kodningsinstruks' (Bilag 5). På denne måde kunne specialegruppen få et overblik over empiriindsamlingen samt imødekomme eventuelle justeringer ved at præcisere undersøgelsens variabler og kategorier, så disse stemte overens med specialets hypoteser og undersøgelsesspørgsmål. Tabellen var med andre ord en del af den indledende fase, hvor undersøgelsens omfang blev præciseret. Herefter kunne kodningsskemaet og den dertilhørende manual udformes, hvilket uddybes i det følgende afsnit.

5.5.2 Kodningsskemaets variabler

I specialet kodes der i alt for 16 variabler, som vurderes nødvendige for at kunne besvare de opstillede undersøgelsesspørgsmål. Variablerne og de dertilhørende værdier er opstillet i kodningsskemaet, som er organiseret som et regneark med en x- og y-akse (Bilag 6). Mens x-aksen angiver undersøgelsens variabler i kolonner, registreres undersøgelsens datamateriale i y-aksen i horisontale rækker. Kodningsmanualen består også af de ovennævnte variabler og værdier, men indeholder samtidig en kodningsinstruks til klassificeringen af hver enkelt variabel (Bilag 5).

I Tabel 1 fremgår undersøgelsens 16 variabler. De første 11 variabler er manifest indhold, mens de næste fire variabler er latent indhold. Den sidste variabel, 'Konstruktiv', opsummerer tilstedeværelsen af de fire førnævnte latente variabler.

Koder	Mediebureau	Klik	Modtagerorienteret
Kodningsdato	Rubrik	Gengangere	Fremtidsorienteret
URL	Sektion	Læsetid	Positivitet
Udgivelsesdato	Ord	Løsningsorienteret	Konstruktiv

Tabel 1. Variablerne i de grønne felter repræsenterer manifest indhold, hvorimod variablerne, som er placeret i de hvide felter, repræsenterer latent indhold. Variablen i det grå felt skaber et overblik over tilstedeværelsen af det latente indhold.

De tre variabler, 'Koder', 'Kodningsdato' og 'URL', fungerer som undersøgelsens metainformation. Disse indholdselementer anvendes ikke i selve analysen, da formålet med disse er at skabe et overblik over selve kodningen. 'Koder' har værdierne F, SA, SI og LI og angiver, hvorvidt artiklen er kodet i fællesskab (F), af Sara (SA), af Simone (SI) eller af Liza (LI). 'Kodningsdato' er datoen for, hvornår den pågældende artikel er kodet, og 'URL' er artiklens konkrete adresse på websitet tv2fyn.dk.

De næste fem variabler omhandler mediet, i dette tilfælde TV 2 Fyn. 'Udgivelsesdato' angiver, hvornår den pågældende artikel er udgivet, hvilket vil sige en dato i undersøgelsesperioden fra den 11. marts til 11. august. Udgivelsesdatoen er essentiel, fordi variabelen sikrer, at artiklen holder sig indenfor de dato-specifikke rammer, specialegruppen på forhånd har fastsat.

'Mediebureau' angiver, hvilket medie artiklen stammer fra. Denne variabel har seks værdier: TV 2 Fyn, Ritzau, Kombination (TV 2 Fyn + Ritzau), TV 2, TV 2 Sport og TV 2 regioner, eksklusiv TV 2 Fyn. Værdierne er udvalgt på baggrund af research på websitet, tv2fyn.dk, der gjorde specialegruppen opmærksomme på de forskellige afsendere, der indgår i TV 2 Fyns publicerede artikler. Specialegruppen har i den forbindelse diskuteret, hvorvidt artikler bragt af andre medier end TV 2 Fyn skulle sorteres fra. Det blev besluttet, at artiklerne skulle tælles med, da de er med til at tegne det samlede billede af TV 2 Fyns udgivelser på websitet, hvorfor disse artikler også har indflydelse på, hvordan TV 2 Fyn formår at bedrive konstruktiv journalistik.

Variablen 'Rubrik' angiver artiklens overskrift. Variablen er udvalgt på den baggrund, at det gør det mere overskueligt at referere til eksempler på artikler i analysearbejdet, når vi har mulighed for at henvise direkte til artiklens rubrik.

'Sektion' angiver, hvilken sektion artiklen er kategoriseret som. Her er det væsentligt at pointere, at denne variabel angiver, hvilken af de 15 sektioner TV 2 Fyn har valgt at placere den pågældende artikel under. Disse 15 sektioner uddybes i analyseafsnittet (jf. afsnit 6.1). Denne variabel vurderer

specialegruppen som relevant for at kunne besvare problemformuleringen ved at undersøge, hvordan konstruktive nyhedsartikler præger TV 2 Fyns nyhedsudbud ved eksempelvis at fokusere på, hvad konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler omhandler baseret på deres sektionsangivelse.

Variablen 'Ord' angiver længden af nyhedsartiklen. Dette aflæses ved, at koderen kopierer rubrik, underrubrik og brødtekst ind i et Word-dokument, hvorefter antallet af ord aflæses. Eventuelle opdateringer og faktabokse er medregnet i antallet af ord, mens billedtekster og henvisninger til andre artikler er ekskluderet fra ordoptællingen. Variablen er med til at besvare specialets anden hypotese, der antager, at de konstruktive nyhedsartikler har flere ord end de ikke-konstruktive.

De følgende tre variabler i kodningsskemaet omhandler modtagerens engagement og er med til at besvare anden del af problemformuleringen. Dette er data, der kan aflæses via TV 2 Fyns konto på Google Analytics.

Variablen 'Klik' dækker over hvor mange klik den pågældende artikel har fået i perioden fra den er udgivet til og med den 31. oktober. Dette aflæses under 'Sidevisninger' i Google Analytics.

Variablen 'Gengangere' omhandler, hvor mange læsere der er vendt tilbage til den samme artikel. Dette udregnes ved, at differencen mellem 'Sidevisninger' og 'Unikke sidevisninger' omregnes til procent.

Variablen 'Læsetid' angiver den gennemsnitlige læsetid målt i sekunder. Da dette fremgår som minutter i Google Analytics, omregnes tallet til udelukkende at angive sekunder.

Fire ud af de sidste fem variabler kategoriseres som indholdselementer, og de beskæftiger sig med, hvorvidt artiklen indeholder konstruktive elementer. Disse variabler er operationaliseret ud fra specialets definition af konstruktive nyheder (jf. afsnit 4.2.3), og i modsætning til kodningsmanualens andre variabler, kan disse ikke aflæses på websitet eller i Google Analytics. De skal derimod vurderes af koderen ud fra den specifikke artikels indhold. Ydermere tjener den sidste variabel 'Konstruktiv' udelukkende som et overblik, da dens formål er at angive, hvorvidt én eller flere af de fire konstruktive elementer er til stede i kodningen. Variablerne, der er kategoriseret som indholdselementer har to værdier, 0 eller 1, hvilket henholdsvis indikerer, at artiklen ikke indeholder den givne værdi (0), eller at artiklen indeholder den givne værdi (1).

‘Løsningsorienteret’ angiver, hvorvidt artiklen indeholder en potentiel løsning. For at en artikel kan kodes som løsningsorienteret, skal artiklen kunne svare konkret på, hvordan et givent problem kan blive løst.

‘Modtagerorienteret’ forholder sig til, hvorvidt TV 2 Fyns målgruppe er involveret i udformningen af artiklens indhold. Hvis artiklen skal kodes som modtagerorienteret, skal det stå direkte i teksten, at en eller flere af TV 2 Fyns modtagere har skrevet til redaktionen via mail eller hjemmeside, tippet en journalist eller på anden måde har bidraget til research og udformning.

‘Fremtidsorienteret’ angiver, hvorvidt artiklen omhandler fremtiden eller præsenterer et fremtidsperspektiv. En artikel kodes som fremtidsorienteret, såfremt den enten omhandler noget, der sker i fremtiden, eller besvarer spørgsmålet ‘hvad nu?’. Specialegruppen har dog valgt, at artikler, der forholder sig til fremtiden, men på hypotetisk og ukonkret vis, kodes som værdi 0. Et eksempel på en ukonkret forholden til fremtiden er artiklen om, at bar-åbninger muligvis kan blive udskudt (Jakobsen, 2020).

Slutteligt omhandler ‘Positivitet’, hvorvidt artiklen indeholder positive elementer. Positivitet kan være succeshistorier og positive sider af en sag. Ydermere kan artiklen kodes som positiv, hvis den indeholder to eller flere positivt ladede ord, som eksempelvis optræder i PANAS-skalaen (Clark & Watson, 1988: 1067).

5.2.3 Sampling

Den kvantitative indholdsanalyse beror på et udsnit af nyhedsartikler, bragt på TV 2 Fyns hjemmeside i perioden fra den 11. marts til 11. august. Indsamlingen af artiklerne er foretaget gennem TV 2 Fyns CMS-system, som bruges til at skrive, udgive og redigere redaktionelt indhold på tv2fyn.dk. I den valgte periode udgav TV 2 Fyn i alt 2.213 artikler, hvoraf 500 inddrages i specialets kvantitative indholdsanalyse. Denne andel anses som værende repræsentativ, da Eskjær og Helles påpeger, at “(...) mellem 200-250 enheder giver et rimeligt solidt grundlag; og alt derover er attråværdigt” (Eskjær & Helles, 2015: 62).

5.2.3.1 Tidsperiode

Specialegruppen har valgt den førnævnte tidsperiode fra den 11. marts til 11. august, eftersom de fleste redaktionelle medarbejdere på TV 2 Fyn, på dette tidspunkt havde gennemført et kursus omhandlende konstruktiv journalistik kort forinden (Bilag 3). Den 11. marts er derfor et oplagt skæringspunkt, da medarbejderne således havde kursets indhold i frisk erindring, og dermed kunne det forventes, at de ville implementere konstruktive elementer i deres arbejde. Samplingsperioden var som udgangspunkt tiltænkt en varighed på tre måneder, men den blev efterfølgende forlænget med yderligere to måneder. Denne justering blev foretaget, da nyhedsartiklerne, særligt i marts og april, i høj grad omhandlede den globale coronapandemi, hvilket kunne påvirke det generelle billede af TV 2 Fyns konstruktive nyhedsdækning. Med en udvidet tidsperiode samt et mindre fokus på corona, og deraf en mere normaliseret nyhedsdækning, vurderes samplingsperioden på fem måneder at kunne give et mere retvisende billede af den generelle nyhedsdækning.

5.2.3.2 Dataudvælgelse

Specialegruppen har valgt at foretage en simpel tilfældig udvælgelse for at opnå en sample på 500 artikler ud af i alt 2.213 artikler (Eskjær & Helles, 2015: 55). Denne form for udvælgelse benyttes ud fra et argument om, at det er tilfældigt, hvordan nyhedsdækningen på TV 2 Fyn udspiller sig. Det vil således sige, at vi ikke finder et mønster i, at der er nogle bestemte ugedage eller måneder, hvor der er større eller mindre mulighed for at bedrive konstruktiv journalistik, hvorfor en over- eller underrepræsentation af visse ugedage ikke påvirker undersøgelsen (Eskjær og Helles, 2015: 64).

Til at udføre en simpel tilfældig udvælgelse har specialegruppen anvendt en online talgenerator, nærmere bestemt hjemmesiden random.org, der genererede 500 tilfældige tal mellem 1 og 2.213 (Bilag 7). Da vi på forhånd havde udstyret alle artikler med et nummer, skulle tallene fra generatoren blot kobles til artikelnumrene, hvorefter kodningen kunne udføres.

5.2.4 Indholdsanalysens pilottest

For at undersøge om fundamentet i vores undersøgelse var tilstrækkeligt stabilt i forhold til den egentlig undersøgelse, udførte vi en pilottest (Bilag 8). Pilottesten fungerede som et mindre forstudie, der tjente flere funktioner i specialet: dels gav testen anledning til at undersøge feltet før den egentlige undersøgelse og dels sikrede det, at kodningsmanualen og dens instrukser var

entydige og klare, således at der ikke herskede tvivl om, hvordan den enkelte variabel skulle kategoriseres i forhold til dens værdier, hvilket ville kunne påvirke undersøgelsens reliabilitet negativt (Eskjær & Helles, 2015: 48f). Dertil kunne vi gennem pilotundersøgelsen afdække eventuelle oversete, men afgørende, variabler, så disse ikke manglede i vores kodning og dermed potentielt kunne påvirke undersøgelsens reliabilitet og validitet negativt (Ibid.). Afslutningsvis gav pilottesten også anledning til at gennemgå indholdsanalysens variabler og værdier med henblik på at tilrette dem, således at de var relevante og givende i forhold til at kunne besvare specialets undersøgelsesspørgsmål og hypoteser, hvilket samtidigt kunne være en medvirkende faktor til at højne undersøgelsens validitet.

Specialegruppen valgte at anvende den samme talgenerator, som beskrevet i afsnit 5.2.3.2, til at udvælge ti vilkårlige artikler ud af de 2.213 artikler i tidsperioden. Vi vurderede, at ti artikler ville være tilstrækkeligt til at bedømme, revurdere og justere kodningsmanualen (Bilag 5). Artiklerne blev læst individuelt af alle medlemmer af specialegruppen, og i samme forbindelse blev eventuelle overvejelser, forslag eller tvivlsspørgsmål noteret undervejs uden løbende rådføring gruppemedlemmerne imellem. Derefter blev artiklerne kodet i fællesskab af specialegruppen, hvor gruppemedlemmernes notater nøje blev gennemgået undervejs. Dette resulterede i, at specialegruppen revurderede og justerede nogle af kodningsmanualens variabler og deres tilhørende værdier. Eksempelvis indeholdt første udkast af vores kodningsmanual gradueringskodning, men dette blev fravalgt efter pilottesten, da vi blev opmærksomme på, at graduering af værdierne overlappede hinanden i stedet for at være udtømmende (Eskjær & Helles, 2015: 73). Desuden nåede specialegruppen til enighed om, at en graduering ikke var nødvendig for at kunne be- eller afkræfte specialets hypoteser. Derfor blev der truffet en beslutning om at justere værdierne, således at vi kodede efter tilstedeværelsen af de latente variabler, der er kategoriseret som indholdselementer, hvilket er nærmere uddybet i nærværende speciales kodningsmanual (Bilag 5). Desuden blev der inddraget eksempler i kodningsinstrukserne for at mindske potentiel tvivl om, hvorvidt disse latente variabler var til stede eller ej i samplens artikler.

Variablen 'Løsningsorienteret' blev endvidere tilrettet, fordi vi gennem pilottesten blev opmærksomme på, at vi i vores kodningsmanual havde fokuseret på tilstedeværelsen af et problem frem for en løsning. Derfor blev kodningsinstrukserne ændret samtidig med, at kriterierne for tilstedeværelsen af løsningsorienterede indholdselementer blev præciseret.

I pilotundersøgelsen fandt vi desuden frem til, at vi i undersøgelsen mangler at tage højde for, at ikke alle artikler i samplen har lige mulighed for eksponering til modtagerne. Eksempelvis vil de artikler, som er udgivet senest i vores undersøgelsesperiode, ikke have samme chance for eksponering som artiklerne, der er udgivet tidligst i vores undersøgelsesperiode. Det er væsentligt, fordi artiklens potentielle mulighed for at tiltrække klik stiger i takt med antallet af dage, den har været publiceret. Ideelt set skulle specialegruppen tilrette tidsperioden i Google Analytics, så hver artikels antal klik blev aflæst efter samme længde af eksponering. Dog har vi valgt den 31. oktober som skæringsdatoen for indsamling af data i Google Analytics, således at også de artikler, som er udgivet senest i vores samplingsperiode, har haft mulighed for at blive distribueret på internettet. Specialegruppen vurderede, at den 31. oktober ville være tidsnok til, at også de senest udgivne artikler i samplingsperioden havde fået mulighed for eksponering ud fra argumentet om, at størstedelen af artiklerne på TV 2 Fyn får flest sidevisninger på dagen for og dagene efter udgivelsen, men at de sjældent får flere sidevisninger efter maksimalt en måned.

Afslutningsvis blev vi under pilotundersøgelsen enige om at tilføje variabelen 'Konstruktiv' med værdierne 1 og 0. Formålet med denne variabel er at give et overblik over, hvorvidt et eller flere af de fire latente variabler, kategoriseret som indholdselementer, er registreret i den enkelte artikel under kodningen. Derfor giver denne variabel et hurtigt overblik over, hvor mange af TV 2 Fyns nyhedsartikler, der kan defineres som konstruktive ud fra specialets definition af konstruktive nyheder, hvor blot ét af de fire udvalgte elementer, 'Løsningsorienteret', 'Modtagerorienteret', 'Fremtidsorienteret' og 'Positivitet', skal være til stede (jf. afsnit 4.2.3). Det er dermed ikke en variabel, der giver koderen anledning til at analysere, hvorvidt artiklen er konstruktiv.

5.2.5 Koderkonsensus og interkoderreliabilitetstest

Skønt en nyudviklet kodningsmanual er fremstillet udførligt og efter alle kunstens regler, er det ikke ensbetydende med, at der er sikret en pålidelig dataregistrering (Eskjær & Helles, 2015: 76f). Ideelt set bør kodningen ikke udføres af de samme personer, som har udviklet kodningsmanual og -skema, da kodernes kvalifikationer og kendskab til undersøgelsesgenstanden kan have en påvirkning på registreringen (Ibid.). Derfor anbefales det, at forskere kontrollerer graden af uhensigtsmæssig koderkonsensus og niveauet af interkoderreliabilitet (Krippendorff, 2013: 272ff; Eskjær & Helles,

2015: 76ff). For at undgå, at undersøgelsen er blevet præget af specialegruppens implicite forudsætninger, hvilket blandt andet kan minimere muligheden for, at undersøgelsen kan replikeres af andre kodere, udførte specialegruppen endnu en test for at undersøge graden af koderkonsensus (Bilag 9). Denne gang blev den udført af tre udefrakommende personer, som i nærværende speciale kaldes test-kodere. De tre test-kodere havde alle som minimum en bachelorgrad for at sikre et grundlæggende akademisk kendskab til forskning. Test-koderne fik til opgave at teste, hvorvidt kodningen kan udføres på tilfredsstillende vis ved hjælp af kodningsmanualen og -skemaet uden supplerende vejledning fra specialegruppen. Til formålet fik de udleveret samme ti artikler, som blev anvendt i pilottesten, således at sammenfaldet i dataregistreringen mellem test-koderne og specialegruppen kunne måles (jf. afsnit 5.2.4). Som det fremgår af Bilag 9 er der stor overensstemmelse i dataregistreringen. Den gennemsnitlige procentuelle enighed mellem de fire parter (test-koderne og specialegruppen) er 96,83 procent målt ud fra de testede variabler. Eskjær og Helles anbefaler et sammenfald på mindst 85 procent for, at undersøgelsens datakvalitet ikke bliver forringet (Eskjær & Helles, 2015: 77). Derfor anses en overensstemmelse på 96,83 procent som tilfredsstillende. Specialegruppen er dog indforstået med, at testen ikke tager højde for, om koderne kategoriserer variablerne ensartet, ligesom den heller ikke tager højde for misforståelser. Derfor bad specialegruppen test-koderne om at notere eventuelle overvejelser, forbedringsforslag eller tvivlsspørgsmål undervejs i deres kodning, og deres pointer blev efterfølgende fremlagt for specialegruppen. Denne metode fandtes brugbar, da den gav anledning til at konkretisere kodningsmanualen yderligere, således at denne fremstod mere klar. Eksempelvis præciserede vi kodningsinstrukserne for variabelen 'Positivitet', som to af test-koderne fandt ukonkret, ved at tilføje konkrete ord fra PANAS-skalaen med henblik på at definere, hvad der menes med "(...) *positivt ladede ord*" (Bilag 5). Af samme årsag tilrettede vi variabelen 'Fremtidsorienteret', som gav anledning til tvivl hos to af test-koderne.

Specialegruppen udførte endvidere en interkoderreliabilitetstest for at undersøge, om der eksisterede en intersubjektiv enighed mellem specialets tre medlemmer. Pålideligheden af specialets undersøgelse afhænger nemlig af dataregistreringen, som ifølge Eskjær og Helles bør være klar og entydig (Eskjær & Helles, 2015: 77). Forudsætningen for dette er imidlertid, at der eksisterer en overensstemmelse mellem kodernes klassificering (Ibid.). For at teste graden af

interkoderreliabilitet anvendes Krippendorffs α , da formelen er anvendelig uanset antallet af kodere og kompatibel med forskellige skalatyper, såsom nominal- og ratioskala (Krippendorff, 2004: 221ff), hvilke indgår i empirien. Endvidere er fordelene ved anvendelsen af Krippendorffs α , at den kan bruges uanset størrelsen på det anvendte sample (Ibid.).

Interkoderreliabilitetstesten er foretaget på 50 artikler, svarende til 10 procent af indholdsanalysens sample (Bilag 10). Vi fravalgte at inddrage variablerne 'Koder', 'Kodningsdato', 'URL', 'Udgivelsesdato', 'Rubrik' og 'Konstruktiv', da nogle af variablerne fungerede som undersøgelsesmetainformation og afhang af koderen, mens andre variabler indeholdt elementer, som gjorde dem inkompatible til testen. Til at udføre testen, anvendte vi hjemmesiden dfreelon.org, og resultatet fremgår af Tabel 2 og i Bilag 10.

Variabel	Krippendorffs α
Mediebureau	1
Sektion	1
Ord	1
Klik	1
Gengangere	1
Læsetid	1
Løsningsorienteret	0,815
Modtagerorienteret	1
Fremtidsorienteret	0,851
Positivitet	0,865

Tabel 2. Interkoderreliabilitetstest af variabler. Variablerne 'Koder', 'Kodningsdato', 'URL', 'Udgivelsesdato', 'Rubrik' og 'Konstruktiv' er undtaget.

Testværdien for Krippendorffs α rangerer mellem 0 og 1, hvor 0 er udtryk for perfekt uoverensstemmelse, mens 1 afspejler perfekt overensstemmelse (Krippendorff, 2004: 223). Som udgangspunkt bør der tilstræbes en interkoderreliabilitet så tæt på 1 som muligt. Dog betragter Krippendorff en α på over 0,800 som acceptabel i forhold til at drage konklusioner, mens han

anbefaler, at variabler, hvis testværdi rangerer mellem α 0,667 og 0,800, kun bør inddrages til foreløbige konklusioner (Krippendorff, 2004: 241f).

Som det fremgår af Tabel 2 rangerer α -værdierne mellem 0,815 og 1. Qua dette resultat må det derfor konkluderes, at sammenfaldet mellem de tre kodere er på et overvejende tilfredsstillende niveau, hvorfor påbegyndelsen af undersøgelsen må anses som værende forsvarligt.

5.2.6 Kodningen og dataanalysen

Efter at have udført forstudierne kunne kodningen på 500 artikler igangsættes, eksklusiv de 50 artikler, der allerede var kodet i forbindelse med interkoderreliabilitetstesten. Datamaterialet blev kodet af tre kodere, hvor fremgangsmåden for kodningen blev bestemt af kodningsskemaets kronologi. Således gennemgik koderen artiklen systematisk for at lokalisere tilstedeværelsen af de udvalgte variabler i såvel rubrik og underrubrik som brødtekst. Koderen frasorterede dermed eventuelle billed- eller videotekster samt anbefalinger til 'læs også'- artikler, da disse ikke havde en afgørende betydning i forhold til artiklens indhold. Som disciplinen bag kvantitativ indholdsanalyse foreskriver, havde koderen til opgave at være objektiv i sit arbejde i at kategorisere variablerne, hvilket i praksis skete ved, at koderen søgte efter forekomsten af variablerne fremfor at foretage fortolkninger i forhold til deres eksistens i artiklen. Ved endt kodning af en artikel skulle det endvidere registreres i variabelen 'Konstruktiv', hvorvidt et af de fire konstruktive elementer var til stede i den pågældende artikel (Bilag 5). Dette havde til hensigt at skabe et overblik, som efterfølgende kunne anvendes til beregninger i kapitel 6.

For at kunne besvare de seks opstillede hypoteser er der i analysen udført tests af den statistiske signifikans på relevante tabeller, nærmere bestemt en F-test, med det formål at beregne, om sammenhængen mellem de to variabler udtrykker en faktisk sammenhæng eller en tilfældighed (Hansen & Andersen, 2009: 200f). Disse beregninger er foretaget ud fra et signifikansniveau på fem procent og fremgår af Bilag 11.

5.2.7 Fejlkilder

Det følgende afsnit vil præsentere mulige fejlkilder ved indsamlingen af anvendt data.

Da undersøgelsen af konstruktivt nyhedsindhold på tv2fyn.dk udelukkende fokuserer på de analyserede nyhedsartiklers rubrik, underrubrik og brødtekst, blev der ikke taget højde for andet medieret kommunikationsindhold i de pågældende artikler. Undersøgelsens data kan dog alligevel

være blevet påvirket af disse elementer, hvilket eksempelvis kan have haft betydning for artiklens samlede læsetid. Ligeledes kan artiklernes varierende lixtal have indflydelse herpå.

Derudover skal det nævnes, at variabelen 'Gengangere' kan være blevet påvirket af den fejlmargen, at Google Analytics ikke beretter om, hvorvidt den samme IP-adresse er blevet anvendt af flere personer, hvorfor tallet for gengangere skal læses og tolkes med forbehold.

Derudover skal det nævnes, at variabelen 'Gengangere' kan være blevet påvirket af den fejlmargen, at Google Analytics ikke beretter om, hvorvidt den samme IP-adresse er blevet anvendt af flere personer, hvorfor tallet for gengangere skal læses og tolkes med forbehold.

Desuden ville specialegruppen gerne have kunnet uddybe gengangernes adfærd yderligere ved at kortlægge deres rute på tv2fyn.dk, når de vender tilbage til en artikel. Det kunne for eksempel være relevant at se på, om de tilbagevendende brugere besøger andre konstruktive nyhedsartikler, eller om de udelukkende holder sig til ikke-konstruktive produktioner. Google Analytics indeholder dog imidlertid den begrænsning, at værktøjet ikke stiller den type information til rådighed. Vores mulighed for at aflæse brugernes adfærd sluttede så snart, brugeren genbesøgte en artikel, og derfor repræsenterer 'Gengangere' ikke nødvendigvis målgruppens generelle lyst til at opsøge nyhedsartikler på tv2fyn.dk.

Ydermere er det væsentligt at pointere, at vi er opmærksomme på, at afgrænsningen af tidsperioden kan påvirke undersøgelsens resultat (jf. afsnit 5.2.4). Påvirkningen kan ske i kraft af massiv nyhedsdækning af corona samt sommerens lavsæson, der begge foregik under tidsperioden. Alligevel finder vi tidsperioden velegnet, idet redaktionelle medarbejdere på TV 2 Fyn kort forinden periodens begyndelse havde været igennem et kursusforløb, der introducerede dem for, hvordan de skulle bedrive konstruktiv journalistik. Desuden henviser specialegruppen i denne forbindelse til TV 2 Fyns målsætning om at være Danmarks mest konstruktive mediehus, hvorfor det må formodes, at medarbejderne på TV 2 Fyn har dette fokus hver dag. Med et dagligt fokus på konstruktiv journalistik må den anvendte tidsperiode teoretisk set være underordnet.

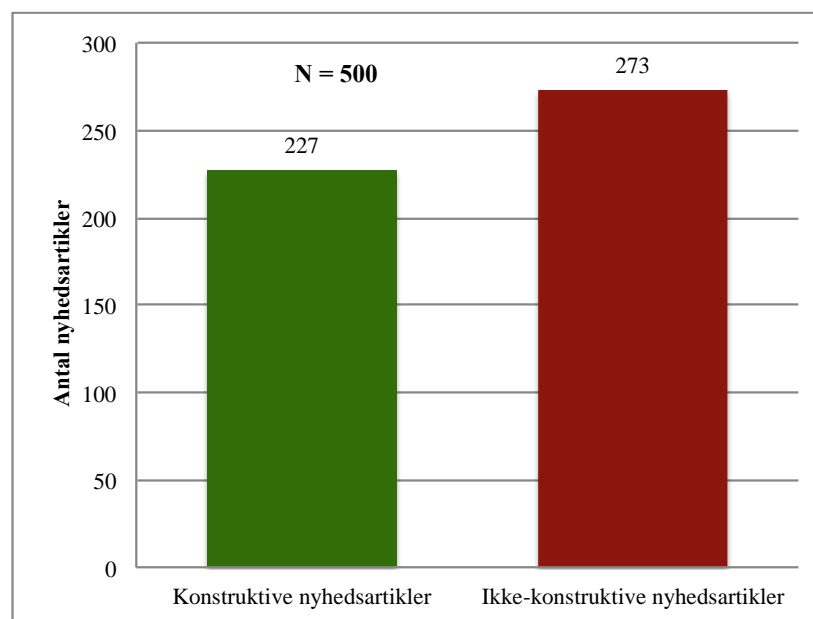
Desuden kan skæringsdatoen på 31. oktober have påvirket undersøgelsens udfald, da artiklerne ikke har haft lige lang liggetid på TV 2 Fyns hjemmeside (jf. afsnit 5.2.4).

6. Analyse

Følgende afsnit vil belyse specialets forskningsresultater udledt af den kvantitative indholdsanalyse. Disse præsenteres ud fra specialets seks opstillede hypoteser, som i dette afsnit vil blive be- eller afkræftet. Beregningerne af forskningsresultaterne kan findes i Bilag 12. For at undersøge, om forskellene mellem konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler er statistisk signifikante, er der foretaget signifikanstests på basis af en variansanalyse, hvor der sammenlignes middelværdier (Bilag 11).

6.1 Nyhedsdækningen på TV 2 Fyn

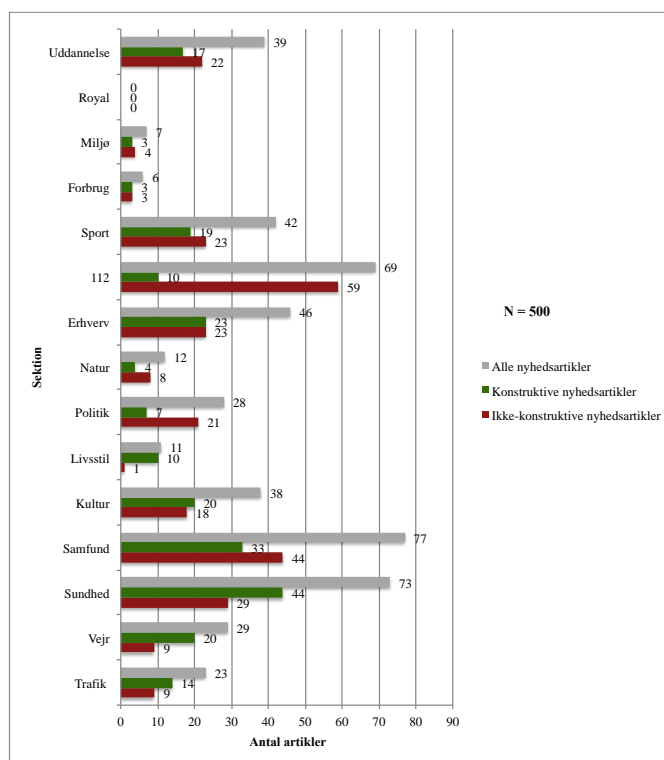
Specialets første hypotese (H1) antager, at *“TV 2 Fyn har flere konstruktive end ikke-konstruktive nyhedsartikler i den udvalgte tidsperiode”*.



Figur 2. Fordelingen af konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler i samlingen.

Med udgangspunkt i samlingen (N = 500) viser ovenstående søjlediagram i Figur 2, at TV 2 Fyn har udgivet 227 konstruktive nyhedsartikler og 273 ikke-konstruktive nyhedsartikler i den udvalgte tidsperiode. Differencen på 46 nyhedsartikler vidner om, at der i gennemsnit udgives knap 11 procent flere ikke-konstruktive nyhedsartikler end konstruktive nyhedsartikler. Dermed kan hypotesen om, at TV 2 Fyn udgiver flere konstruktive end ikke-konstruktive nyhedsartikler i den udvalgte tidsperiode, afkræftes.

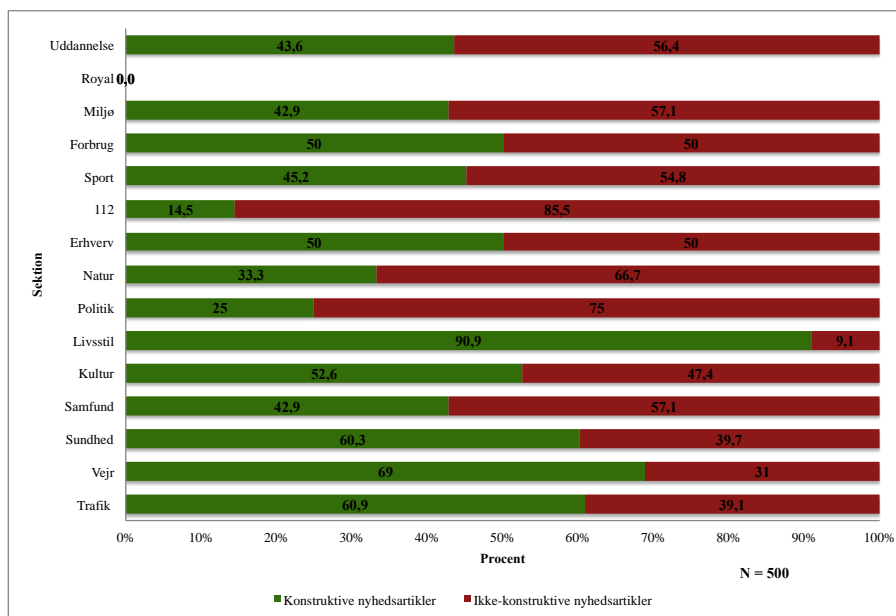
Med henblik på at få et større indblik i TV 2 Fyns nyhedsdækning, analyseres der desuden på antallet af nyhedsartikler fordelt på de 15 sektioner, som mediehuset fordeler sine nyheder på, når de udgives på tv2fyn.dk. Desuden inddeles samplen af nyhedsartikler i tre kategorier: alle nyhedsartikler (den generelle nyhedsdækning), konstruktive nyhedsartikler og ikke-konstruktive nyhedsartikler. Dette sker med henblik på at kunne analysere ud fra den generelle, den konstruktive og den ikke-konstruktive nyhedsdækning. Disse tre kategorier repræsenteres henholdsvis ud fra farverne grå, grøn og rød.



Figur 3. Nyhedsartikler fordelt i sektioner på tværs af kategorierne.

Antallet af nyhedsartikler fordelt på de 15 sektioner viser, at der udgives flest nyhedsartikler i sektionerne 'Samfund', 'Sundhed' og '112' (jf. Figur 3). Herunder er 'Samfund' den sektion, hvor 77 nyhedsartikler udgør det største antal udgivne nyhedsartikler. Af disse kan 33 kategoriseres som konstruktive og 44 som ikke-konstruktive, hvorfor det udledes, at 57,1 procent af artiklerne i denne sektion ikke er konstruktive. Omtrent samme procentvise fordeling findes i sektionen 'Sundhed', der har et samlet antal nyhedsartikler på 73, heraf 44 konstruktive, hvilket udgør 60,3 procent af nyhedsartiklerne. Den tredjestørste sektion er '112'. Sektionen udgør et samlet antal nyhedsartikler på 69, hvoraf 59 af dem kategoriseres som ikke-konstruktive. Dermed består 85,5 procent af alle de udgivne nyhedsartikler i sektion '112' af ikke-konstruktive nyhedsartikler.

For at kunne udlede i hvilket omfang konstruktiv journalistik præger TV 2 Fyns nyhedsdækning, belyses fordelingen af konstruktive versus ikke-konstruktive nyhedsartikler i Figur 4. Heri vil antallet af henholdsvis konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler angives i procent ud fra hver sektion.



Figur 4. Den procentvise fordeling af konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler ud fra sektioner.

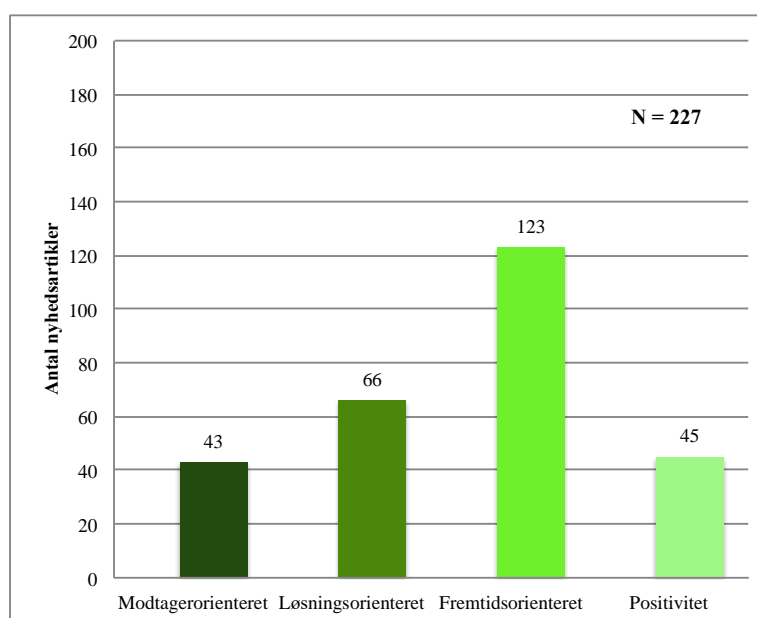
Den største procentvise fordeling af konstruktive nyhedsartikler i samplen er at finde i sektionen 'Livsstil' (jf. Figur 4). Her udgør konstruktive nyhedsartikler 90,9 procent af den samlede nyhedsdækning. Denne fordeling fremhæves med forbehold, da sektionen kun består af 11 artikler, hvoraf de ni kategoriseres som konstruktive nyhedsartikler (jf. Figur 3). Dernæst dominerer konstruktive nyhedsartikler i sektionerne 'Vejr' og 'Trafik'. I 'Vejr'-sektionen udgør konstruktive nyhedsartikler 69 procent af sektionens samlede antal artikeludgivelser, hvilket betyder, at 20 af de 29 nyhedsartikler er konstruktive. I sektionen 'Trafik' er 14 af de i alt 23 nyhedsartikler konstruktive og udgør dermed 60,9 procent af alle nyhedsartikler i sektionen. Igen skal sektionen '112' nævnes, da den udmærker sig som den sektion, der indeholder den mindste andel konstruktive nyheder med blot 14,5 procent.

Generelt kan det bemærkes, at de konstruktive nyhedsartikler dominerer i fem sektioner, hvor de ikke-konstruktive nyhedsartikler dominerer i syv. Fordelingen blandt nyhedsartiklerne i de 15 sektioner viser, at de konstruktive nyhedsartikler dominerer i følgende fem sektioner: 'Livsstil' (= 90,9 procent), 'Vejr' (= 69 procent), 'Trafik' (= 60,9 procent), 'Sundhed' (= 60,3 procent) og

‘Kultur’ (= 52,6 procent). Derimod dominerer de ikke-konstruktive nyhedsartikler i følgende syv sektioner: ‘112’ (= 85,5 procent), ‘Politik’ (= 75 procent), ‘Natur’ (= 66,7 procent), ‘Samfund’ (= 57,1 procent), ‘Miljø’ (= 57,1 procent), ‘Uddannelse’ (= 56,4 procent) og ‘Sport’ (= 54,8 procent). Sektionerne ‘Erhverv’ (= 50 procent), ‘Forbrug’ (= 50 procent) og ‘Royal’ (= 0 procent) udgør alle en ligelig procentvis fordeling.

6.2 Konstruktive elementer

Specialets anden hypotese (H2) antager, at “*‘Løsningsorienteret’ er det element, der er mest dominerende i TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler*”.



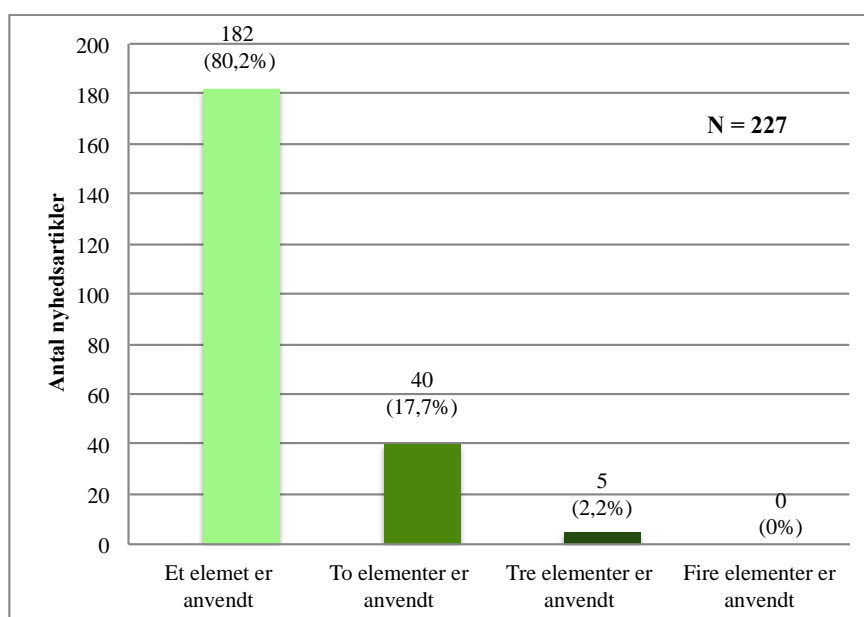
Figur 5. Antallet af konstruktive nyhedsartikler fordelt ud fra konstruktive elementer. Flere elementer kan optræde i samme nyhedsartikel.

Når der fokuseres på de konstruktive nyhedsartikler (N = 227), kan det udledes, at ‘Fremtidsorienteret’ er det element, der forekommer hyppigst, da 123 ud af 227 artikler kodes som fremtidsorienterede, hvilket svarer til 54,2 procent af det samlede antal konstruktive nyhedsartikler. Et klassisk eksempel på en fremtidsorienteret artikel er nyhedsartiklen ‘Minimumsnormeringer: 17,6 millioner kroner på vej til pædagoger’ (Kjemtrup, 2020). Det fremtidsorienterede aspekt i denne artikel er, at Odense Kommunes børneinstitutioner kan se frem til højere normeringer som følge af, at kommunen har modtaget 17,6 millioner til området. På baggrund af dette, afkræftes H2 omhandlende, at ‘Løsningsorienteret’ er det element, der er mest dominerende.

‘Løsningsorienteret’ er derimod det konstruktive element, der forekommer næstmest. 66 nyhedsartikler ud af de 227 indeholder et løsningsorienteret element, hvilket svarer til 29,1 procent af det samlede antal konstruktive nyhedsartikler. Artiklen ‘Tatovører på Fyn donerer sprit og handsker til OUH’ (Weirsøe, 2020) er et typisk eksempel på en løsningsorienteret artikel, der fremlægger løsninger på kendte problemstillinger. I pågældende artikel berettes der om, at fynske tatovører har indsamlet håndsprit og andre værnemidler til Odense Universitetshospital (OUH) for at afhjælpe manglen på sikkerhedsudstyr.

‘Positivitet’ og ‘Modtagerorienteret’ er de konstruktive elementer, der forekommer færrest gange. De optræder i henholdsvis 19,8 procent og 18,9 procent af det samlede antal konstruktive nyhedsartikler. Det positive kendetegnes blandt andet ved, at artiklen er vinklet positivt i en ellers negativ kontekst. Et eksempel er artiklen ‘Corona medfører betragteligt fald af dødsulykker i trafikken’ (Ritzau & Bergman, 2020). Af artiklen fremgår det, at der som følge af coronakrisen er sket et fald i antallet af dræbte i trafikken. Derimod kendetegnes en modtagerorienteret nyhedsartikel ved i de fleste tilfælde at udspringe af læsernes egne spørgsmål, som det eksempelvis fremgår i artiklen ‘Fynboer får svar: Hvad med bus og færger under corona?’ (Rasmussen, 2020). Her har en fynbo spurgt TV 2 Fyn, hvordan man skal forholde sig til kollektiv trafik under corona.

Eftersom de konstruktive elementer kan forekomme flere gange i den samme artikel, undersøges det yderligere, hvor hyppigt de fire elementer optræder i samme artikel i Figur 6.



Figur 6. Antallet og procentvis fordeling af nyhedsartikler ud fra anvendelsen af konstruktive elementer.

Figur 6 viser, at der i 182 ud af 227 nyhedsartikler er indfriet et af i alt fire konstruktive elementer. Dermed indeholder størstedelen af de konstruktive nyhedsartikler udelukkende et konstruktivt element, svarende til 80,2 procent af alle konstruktive nyhedsartikler. Til sammenligning indeholder 17,6 procent af artiklerne to konstruktive elementer, mens 2,2 procent af artiklerne indeholder tre. Dermed indeholder ingen af de konstruktive nyhedsartikler alle fire elementer.

Et eksempel på en nyhed, der indeholder tre konstruktive elementer, hvilket er det højeste antal indfrie elementer, er artiklen ‘Simon og Monika spiller Kim Larsen og Mads Langer for isolerede ældre’ (Skov, 2020). Artiklen omhandler duoen Simon Madsen og Monika Miftaraj, der spiller gratis koncerter på Middelfarts plejehjem. Denne artikel er kodet som ‘Løsningsorienteret’, ‘Fremtidsorienteret’ og ‘Positivitet’. Ved at optræde løser de to problemer: De kan komme ud at spille, trods deres egne spillejobs er aflyst som følge af coronakrisen, og de kan glæde de corona-isolerede ældre, som bor på plejehjem og mangler aktiviteter. Det fremtidsorienterede element består i, at artiklen afrundes med information om, at duoen skal videre til andre institutioner i kommunen i løbet af påsken. Slutteligt indeholder artiklen flere positivt ladede ord og fokuserer samtidigt på det positive i den ellers overvejende negative coronakrise-kontekst.

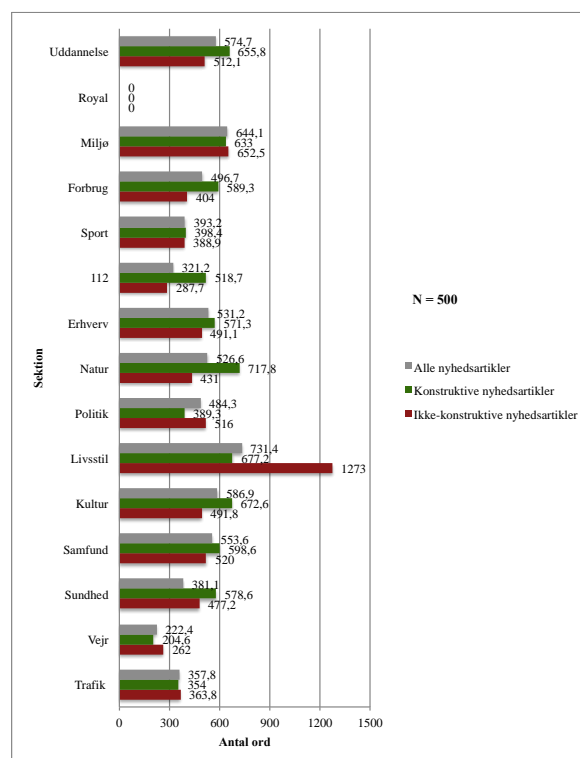
6.3 Artiklernes længde

Specialets tredje hypotese (H3) antager, at *“TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler indeholder flere ord end de ikke-konstruktive nyhedsartikler”*.

For at besvare H3 udregnes samplens gennemsnit af ord for henholdsvis konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler. Tallene viser, at en konstruktiv nyhedsartikel i gennemsnit indeholder 532,1 ord, og at en ikke-konstruktiv nyhedsartikel indeholder 436,1 ord. Det betyder, at der i gennemsnit er 96 flere ord i en konstruktiv nyhedsartikel end i en ikke-konstruktiv.

På basis af en variansanalyse udføres en test af den statistiske signifikans, der indikerer, om den undersøgte sammenhæng udtrykker en tilfældighed eller en faktisk forskel (Bilag 11). I den forbindelse opstilles nulhypotesen: Der er ikke en sammenhæng mellem det gennemsnitlige antal ord i nyhedsartiklen og artiklens kategori som værende konstruktiv eller ikke-konstruktiv. Vi finder en p-værdi på 0,000, hvilket er under grænseværdien på 0,05 (Eskjær og Helles, 2015: 103f). Derfor forkastes nulhypotesen, hvormed H3 kan bekræftes.

Det skal desuden nævnes, at vi finder en relativt høj variationsbredde, hvilket vil sige, at der er langt fra den nyhedsartikel, der indeholder flest ord til den nyhedsartikel, der indeholder færrest ord. Den nyhedsartikel, der indeholder flest ord er ‘Coronaudbrud: Det vil fynboerne vide’ (Koustrup & Jørgensen, 2020), som indeholder 2.866 ord og er kodet som en konstruktiv nyhedsartikel. Til sammenligning er nyhedsartiklen med færrest ord ‘Mulig brandstifter anholdt på gerningsstedet’ (Bergman, 2020a), som indeholder 86 ord og er kodet som en ikke-konstruktiv nyhedsartikel. Eksemplet er med til at bekræfte H3. Med variationsbredden 2.780 findes det yderligere relevant at undersøge, hvordan ordene blandt de konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler fordeler sig i sektionerne.

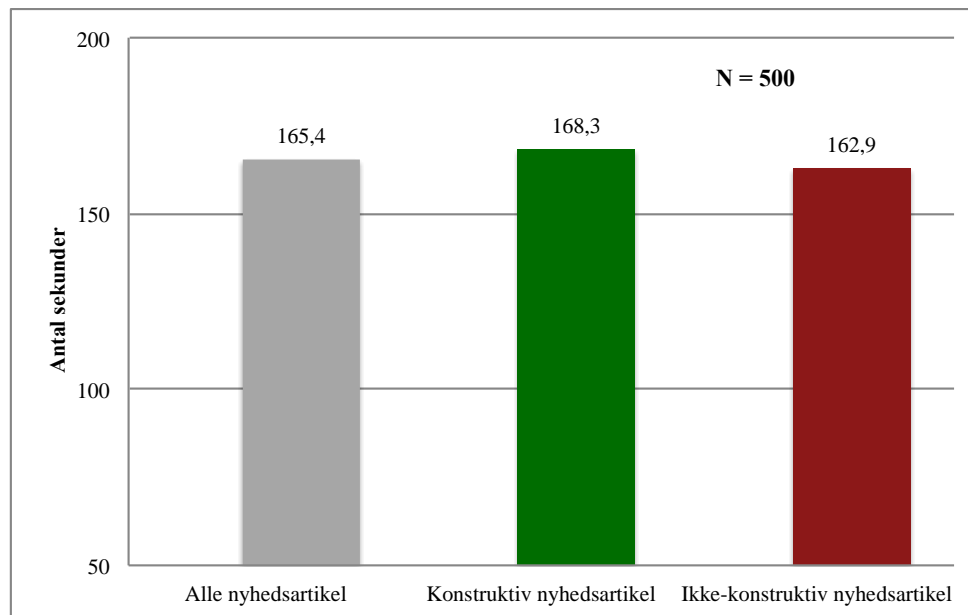


Figur 7. Gennemsnit af antal ord i kategorierne fordelt i sektioner.

Det er særligt de konstruktive nyhedsartikler i sektionerne ‘Forbrug’, ‘Natur’, ‘Kultur’ og ‘Sundhed’, der skiller sig ud i forhold til antallet af ord, da disse består af betydeligt flere ord end de ikke-konstruktive nyhedsartikler (jf. Figur 7). I gennemsnit udgør artiklerne i disse sektioner mellem 100-250 flere ord per sektion. Dog er det bemærkelsesværdigt, at ikke-konstruktive nyhedsartikler særligt dominerer i ‘Livsstil’-sektionen, hvor det gennemsnitlige antal ord er 1.273. Denne udstikker kan forklares ved, at sektionen alene baseres på en ikke-konstruktiv nyhedsartikel, hvilket fremgår i afsnit 6.1.

6.4 Læsetid

Specialets fjerde hypotese (H4) antager, at *“Den gennemsnitlige læsetid er længere for konstruktive nyhedsartikler end for ikke-konstruktive nyhedsartikler”*.



Figur 8. Fordelingen af den gennemsnitlige læsetid for nyhedsartikler.

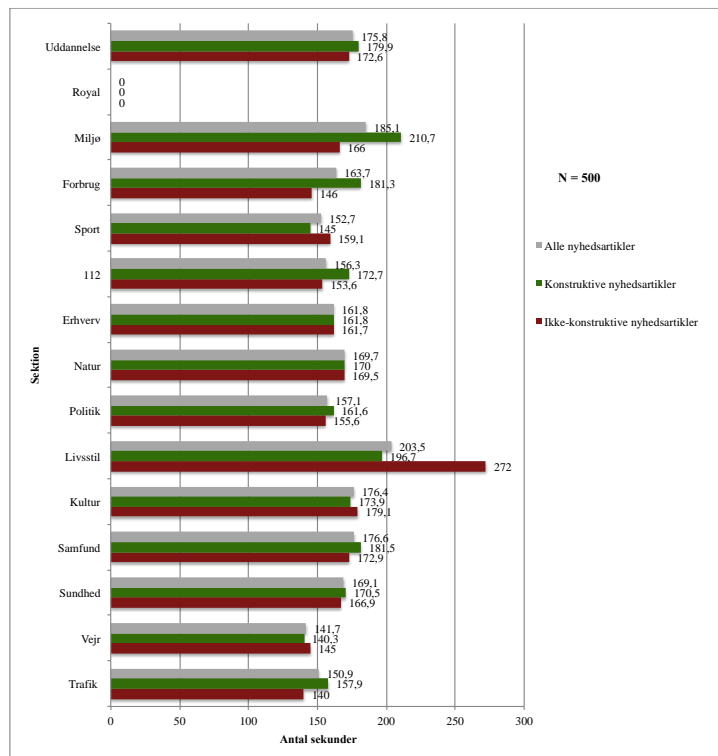
Ud fra Figur 8 kan det generelt bemærkes, at den gennemsnitlige læsetid for alle artikler (N = 500) er 165,4 sekunder. Det vil sige, at den gennemsnitlige læsetid er markant højere end den forventelige læsetid, som TV 2 Fyn har fastsat for deres modtagere, ved at være 64 sekunder højere (jf. afsnit 5.1).

For at besvare hypotesen ses der nærmere på den gennemsnitlige læsetid for konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler. Det fremgår, at den gennemsnitlige læsetid for konstruktive nyhedsartikler (N = 227) er 168,3 sekunder. Modsat er den gennemsnitlige læsetid for ikke-konstruktive nyhedsartikler (N = 273) 162,9 sekunder. Der er således en længere læsetid for konstruktive nyhedsartikler med en forskel på 5,4 sekunder. Ved en test af signifikansen mellem variablerne ‘Læsetid’ og ‘Konstruktiv’ opstiller vi følgende nulhypotese: Der er ikke en sammenhæng mellem den gennemsnitlige læsetid og artiklens kategoriangivelse som enten konstruktiv eller ikke-konstruktiv. Da der findes en p-værdi på 0,211 (Bilag 11), hvilket er over grænseværdien på 0,05, accepteres nulhypotesen, hvorved det udledes, at der ikke er en signifikant sammenhæng. Derfor udtrykker den undersøgte forskel en tilfældighed. På baggrund af dette afkræftes hypotesen om, at den gennemsnitlige læsetid er længere for konstruktive nyhedsartikler end for ikke-konstruktive nyhedsartikler.

Selvom H4 afkræftes, vil vi i dette afsnit beskæftige os yderligere med variabelen 'Læsetid'. Formålet er at nuancere den efterfølgende diskussion i kapitel 7. Det kan klarlægges, at den artikel i samplen, som har den længste læsetid, er artiklen 'Jonas må undvære Tinderbox i år: Nu genopfører han festivalen i sommerhuset' (Baisgaard, 2020). Artiklen er kategoriseret som en konstruktiv artikel, da den indeholder elementerne 'Løsningsorienteret' og 'Fremtidsorienteret'. Den har en gennemsnitlig læsetid på 496 sekunder og indeholder 464 ord, hvilket er bemærkelsesværdigt, da det i så fald betyder, at læserne i gennemsnit har brugt over 1 sekund pr. ord. Det skal dog bemærkes, at artiklen indeholder to videoklip, hvilket muligvis kan have indflydelse på den gennemsnitlige læsetid. Modsat findes det, at den artikel i samplen med kortest læsetid er 'Kommuner dropper søgsmål mod staten for fejl i udligning' (Ritzau, 2020a), der har en gennemsnitlig læsetid på 60 sekunder. Denne artikel indeholder 406 ord og er kodet som ikke-konstruktiv. De to eksempler tydeliggør variationsbredden i læsetiden, hvor der konkret er tale om en forskel på 436 sekunder. Det vidner om, at forskellen på læsetiden er relativ stor til trods for, at forskellen i antallet af ord på 58, er relativ lille. Dette giver anledning til at undersøge sammenhængen mellem læsetid og ord i form af læsehastighed.

Læsehastigheden kan indikere, hvordan artiklerne læses i forhold til modtagernes grundighed og opmærksomhed. Læsehastigheden udregnes på baggrund af antallet af ord og den gennemsnitlige læsetid. Resultatet viser, at læsehastigheden for en konstruktiv nyhedsartikel er 0,3 sekund per ord, hvorimod hastigheden for en ikke-konstruktiv nyhedsartikel er 0,4 sekund per ord. Dermed bruger modtagerne i gennemsnit 0,1 sekund mere per ord, når de læser ikke-konstruktive nyhedsartikler. Dette vidner om, at modtagerne læser ikke-konstruktive nyhedsartikler langsommere og muligvis mere grundigt og opmærksomt, hvorfor H4 med al tydelighed forkastes.

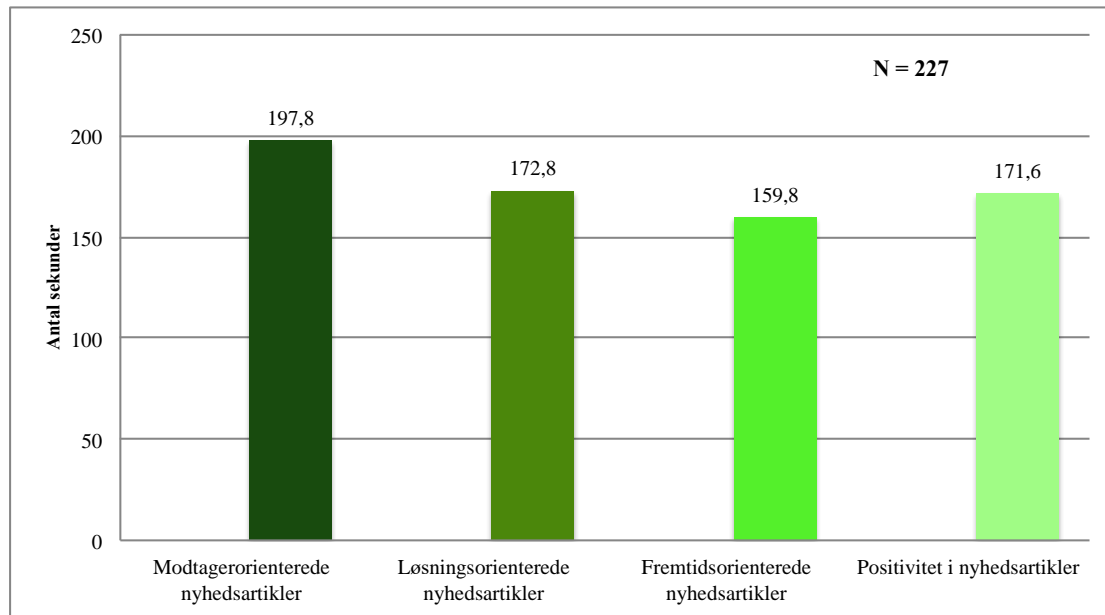
Selvom H4 er blevet afkræftet, er det alligevel interessant at se nærmere på, hvad modtagerne bruger mest tid på at læse i forhold til sektioner og konstruktive elementer. Forskellen i læsetiden fordelt på de 15 sektioner er forholdsvis jævn, hvilket udledes af Figur 9.



Figur 9. Kategoriernes gennemsnitlige læsetid fordelt i sektioner.

Det fremgår, at der er få undtagelser i den jævne fordeling i læsetiden fordelt på sektioner (jf. Figur 9). Sektionen 'Livsstil' er den kategori, hvor vi ser den største forskel på læsetid af henholdsvis konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler. Den gennemsnitlige læsetid for de to artikelkategorier varierer med 75,3 sekunder i ikke-konstruktive nyhedsartiklers favør. Dog er det væsentligt at være opmærksom på, at sektionen 'Livsstil', som tidligere nævnt, består af 11 artikler, hvoraf ti er kategoriseret som konstruktive og en er kategoriseret som ikke-konstruktiv (jf. Figur 2). Det kan dermed udledes, at forskellen i gennemsnitlig læsetid er baseret på ni konstruktive artiklers gennemsnitlige læsetid, der sammenlignes med en enkelt ikke-konstruktiv artikels gennemsnitlige læsetid, hvis læsetid er relativt høj. Sektionerne 'Miljø' og 'Forbrug' har de næsthøjeste forskelle i gennemsnitlig læsetid. Her bruger læserne på tv2fyn.dk henholdsvis 44,7 sekunder og 35,3 sekunder længere på de konstruktive nyhedsartikler, hvorfor det udledes, at konstruktive nyheder læses markant længere i disse sektioner. Dog indeholder disse sektioner henholdsvis syv og seks artikler (jf. Figur 2), hvorfor de nævnte forskelle skal ses med det forbehold.

Endvidere er det interessant at dykke yderligere ned i tendensen blandt de konstruktive nyhedsartikler ved at se nærmere på læsetiden fordelt på de fire konstruktive elementer.



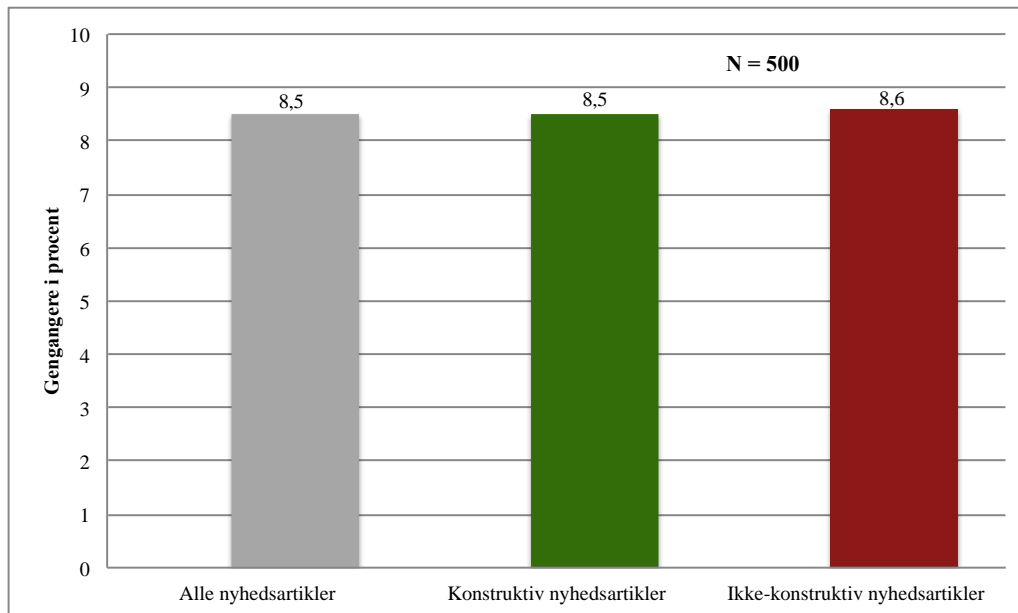
Figur 10. Konstruktive nyhedsartiklers gennemsnitlige læsetid fordelt på konstruktive elementer. Flere elementer kan optræde i den samme artikel.

De modtagerorienterede nyhedsartikler har den længste læsetid med et gennemsnit på 197,8 sekunder, jævnfør Figur 10. Samtidig er ‘Modtagerorienteret’ det konstruktive element, som færrest af de konstruktive nyhedsartikler indeholder (jf. afsnit 6.2). I 45 ud af de 227 nyhedsartikler i samplen findes det konstruktive elementet ‘Modtagerorienteret’, hvorfor det skal medtages i denne sammenligning, at den gennemsnitlige læsetid dermed udregnes på baggrund af færre artikler end for eksempel elementet ‘Fremtidsorienteret’, som indgår i 123 nyhedsartikler. Det kan bemærkes, at ‘Fremtidsorienteret’ er det element, der er hyppigst forekommende i samplen. Samtidig har elementet en gennemsnitlig læsetid på 159,8 sekunder, der dermed er den korteste sammenlignet med de øvrige tre konstruktive elementer.

Det kan således konstateres, at de konstruktive artikler læses i gennemsnitligt længst tid, hvis de er modtagerorienterede. Dog er ‘Modtagerorienteret’ det element, som fremgår færrest gange i samplen (jf. afsnit 6.2). Derimod er ‘Fremtidsorienteret’ det element, der er hyppigst forekommende blandt de konstruktive nyhedsartikler, men har i gennemsnit den korteste læsetid.

6.5 Gengangere

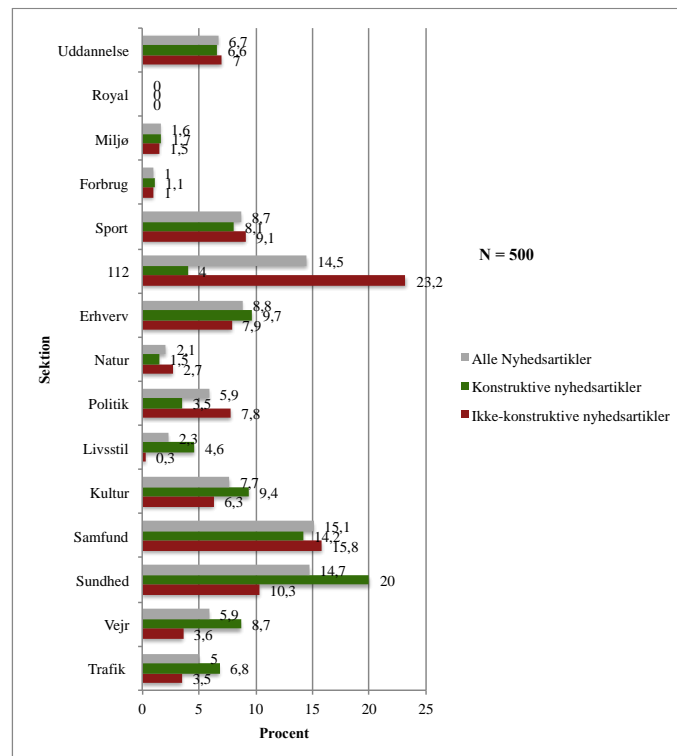
Specialets femte hypotese (H5) antager, at “Flere læsere vender tilbage til den samme artikel ved konstruktive nyhedsartikler frem for ikke-konstruktive nyhedsartikler”.



Figur 11. Gennemsnittet af gengangere angivet i procent.

Som ovenstående Figur 11 illustrerer, vender 8,5 procent af læserne i gennemsnit tilbage til de konstruktive nyhedsartikler, hvorimod 8,6 procent af læserne i gennemsnit vender tilbage til de ikke-konstruktive nyhedsartikler. For at vurdere resultatets forskel på 0,1 procent udføres en test af signifikansen, hvori variablerne 'Gengangere' og 'Konstruktiv' inddrages. Nulhypotesen udleder, at der ikke er en sammenhæng mellem det gennemsnitlige antal gengangere og artiklens kategori som værende konstruktiv eller ikke-konstruktiv. Det udledes, at p-værdien er 0,684, hvilket betyder, at nulhypotesen accepteres (Bilag 11). Dermed er der ikke en signifikant sammenhæng, hvorfor H5 afkræftes.

Kodningsresultaterne viser, at der er stor forskel på modtagernes tilbagevenden i de forskellige artikler, særligt hvad angår artiklerne med flest og færrest gengangere. Det procentvise antal gengangere er størst i den ikke-konstruktive nyhedsartikel 'OB's 2-0-sejr over Sønderjyske - minut for minut' (Bergman, 2020b), hvor 15,8 procent af læserne vendte tilbage. Denne artikel er kodet under sektionen 'Sport'. Omvendt er der færrest gengangere i samplen i den ikke-konstruktive nyhedsartikel 'Tiger fra Odense Zoo dræber dyrepasser' (Ritzau, 2020b), hvor 2,7 procent af læserne vender tilbage til artiklen. Denne artikel er kodet under sektionen 'Samfund'. Hvorvidt den procentvise forskel er et udtryk for en tendens, undersøges det ved at se nærmere på antallet af gengangere fordelt på de 15 sektioner.

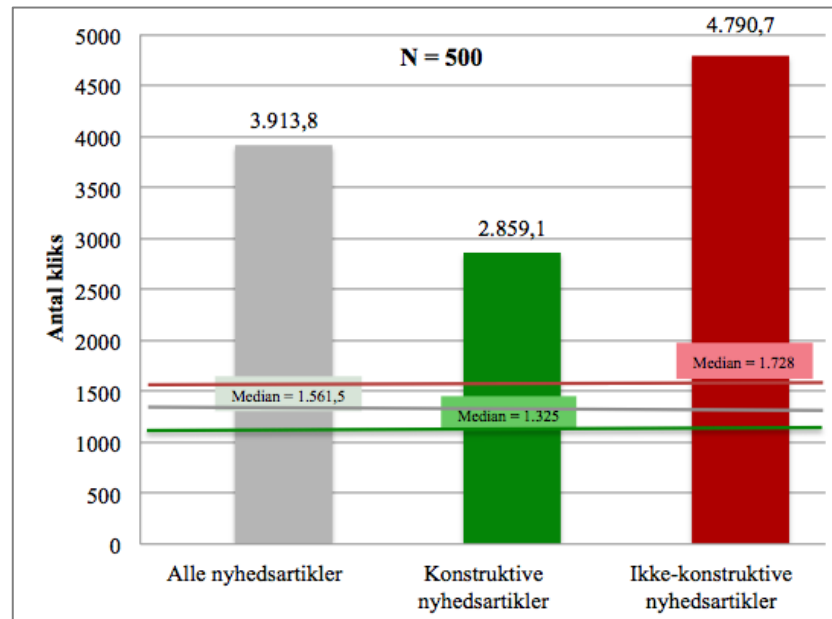


Figur 12. Procentvis fordeling af gengangere i sektioner.
Den procentvise fordeling er baseret på det gennemsnitlige antal gengangere.

Der ses antydningen af en tendens til, at læserne foretrækker visse sektioner, når man måler på antallet af gengangere. Eksempelvis udmærker '112' sig som den sektion, hvor den højeste procent af læsere vender tilbage. Det gør sig særligt gældende for ikke-konstruktive nyhedsartikler. Derimod er 'Sundhed' den sektion, som har den højeste procentvise andel af læsere, der vender tilbage til konstruktive nyhedsartikler. Disse observationer skal dog tages med forbehold, da antallet af gengangere udgør en lille procentdel af det samlede antal læsere. Ydermere skal det pointeres, at undersøgelsen begrænses af udelukkende at præsentere tal for gengangere, der vender tilbage til den samme artikel, hvorfor specialet ikke belyser om modtagerne vender tilbage til andre konstruktive artikler (jf. afsnit 5.2.7). Derfor repræsenterer 'Gengangere' ikke nødvendigvis modtagernes generelle tilbagevendende lyst til at læse nyhedsartikler.

6.6 Antal klik

Specialets sjette hypotese (H6) antager, at *"Ikke-konstruktive nyhedsartikler får flere klik end konstruktive nyhedsartikler"*.



Figur 13. Nyhedsartiklernes gennemsnitlige antal klik. Medianen viser middelværdien for alle nyhedsartikler, konstruktive nyhedsartikler og ikke-konstruktive nyhedsartikler.

Der er i gennemsnit 2.859,1 klik på konstruktive nyhedsartikler, mens antallet af klik på de ikke-konstruktive nyhedsartikler er 4.790,7 (jf. Figur 13). Dermed kan det udledes, at der med en forskel på 1.931,6 klik er væsentligt flere klik på de ikke-konstruktive nyhedsartikler i forhold til de konstruktive. Ved en test af signifikansen mellem variableerne 'Klik' og 'Konstruktiv' findes en p-værdi på 0,009, hvorfor nulhypotesen forkastes, og det kan udledes, at der er en signifikant sammenhæng mellem antallet af klik og artiklens kategori som værende konstruktiv eller ikke-konstruktiv. Derfor bekræftes H6.

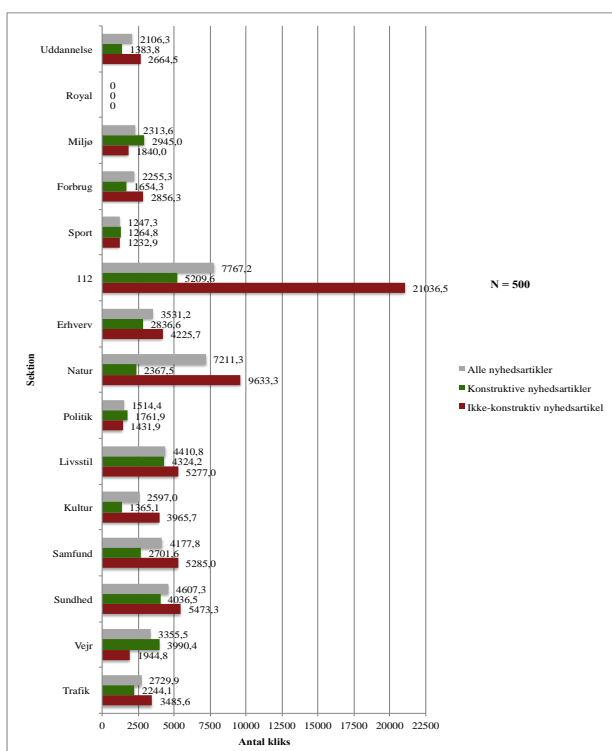
Af kodningsresultaterne fremgår det, at det gennemsnitlige antal klik for nyhedsartiklerne er 3913,8. Det gennemsnitlige antal klik ligger dermed over TV 2 Fyns egen målsætning om at tiltrække 1.500 klik per nyhedsartikel. Dog skal der tages højde for, at få nyhedsartikler i samplen kan påvirke det generelle gennemsnit ved at have et særligt højt antal klik. Derfor udregnes medianen for antallet af klik for både konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler.

Tages der først udgangspunkt i de konstruktive nyhedsartikler, er det artiklen 'Corona på femte uge: Henrik har stadig symptomer' (Sepstrup, 2020), der har fået flest klik med 59.306 klik. Derimod er 'Chefanalytikernes svar: Det vil fynboerne vide om økonomi under krisen' (Koustrup, 2020a), den konstruktive artikel, som har fået færrest klik med 155 klik. Medianen for de konstruktive nyhedsartikler er 1.325 klik, hvorfor det gennemsnitlige antal klik på de konstruktive nyhedsartikler

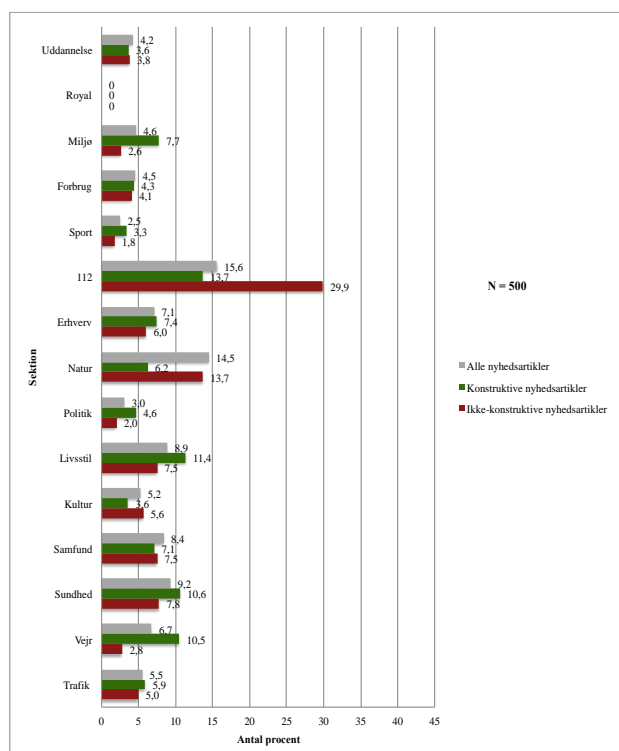
(2.859,1 klik) afviger med 1534,1 klik fra medianen (jf. Figur 13). Dette vidner om, at få artikler med et højt antal klik formentlig trækker gennemsnittet op.

Samme tendens gør sig gældende blandt de ikke-konstruktive nyhedsartikler. Her har nyhedsartiklen ‘Tiger fra Odense Zoo dræber dyrepasser’ (Ritzau, 2020b) fået flest klik med 77.531 klik. Artiklen med færrest klik i samplen blandt de ikke-konstruktive nyhedsartikler er ‘Sofaskolen: Emneuge om fortællinger rundes af’ (Koustrup, 2020b), som har fået 111 klik. Dermed afviger det gennemsnitlige antal klik på ikke-konstruktive nyhedsartikler (4.790,7 klik) fra medianen på 1.728 klik med differencen på 3.062,7. Det kan derfor ligeledes antages, at få ikke-konstruktive nyhedsartikler i særdeleshed kan have påvirket gennemsnittet for antallet af klik. Ovenstående forskelle tyder dermed på, at ikke-konstruktive nyhedsartikler i højere grad formår at generere flere klik blandt modtagerne end konstruktive nyhedsartikler, hvorfor H6 bekræftes yderligere.

Med viden om, hvilken kategori der genererer flest klik, er det væsentligt at undersøge, hvilke sektioner, modtagerne klikker mest på.



Figur 14. Det gennemsnitlige antal klik fordelt i sektioner.



Figur 15. Den procentvise fordeling af klik i sektioner.

I Figur 14 og Figur 15 er sektionen '112' særlig iøjnefaldende, i særdeleshed blandt de ikke-konstruktive nyhedsartikler. Med 21.036,5 klik i gennemsnit udgør denne sektion 29,9 procent af alle klik på ikke-konstruktive nyhedsartikler. Bemærkelsesværdigt er det, at '112' også er den sektion, der har flest klik på konstruktive nyheder - dog i mindre grad, nærmere bestemt 13,7 procent af alle klik på konstruktive nyheder, hvilket svarer til et gennemsnit på 5.209,6 antal klik. Som det dog fremgår af afsnit 6.1, er det dog kun 10 artikler, der er kategoriseret som konstruktive i sektionen '112', hvorfor det empiriske fundament for udregningen af denne tendens hviler på relativt få artikler. Ses der bort fra sektionen '112' fremgår det, at fordelingen af klik blandt de resterende 14 sektioner er forholdsvis jævn, hvad angår konstruktive og ikke-konstruktive artikler. Dette bekræftes ved, at der ses en markant mindre forskel på gennemsnittet af klik mellem konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler, hvis sektion '112' sorteres fra (Bilag 12).

Den sektion, der i Figur 14 og Figur 15 dominerer næstmest, er sektionen 'Natur'. Sektionen udgør 14,5 procent af det samlede antal klik på alle nyhedsartikler. Igen er det de ikke-konstruktive nyhedsartikler, der, med et gennemsnit på 9.633,3 klik, har indflydelse på det samlede antal af klik. Det skal fremhæves, at denne sektion blot indeholder 12 artikler i alt (jf. Figur 2), hvoraf otte er ikke-konstruktive, mens fire er konstruktive. Derfor kan der fremføres et argument om, at disse 12 artikler alle må have et relativt højt antal klik.

6.7 Delkonklusion

I nærværende afsnit vil analysens resultater opsummeres i en samlet delkonklusion.

Besvarelsen af de første tre hypoteser, H1, H2 og H3, relaterer sig til graden af konstruktivitet i TV 2 Fyns nyhedsudbud i perioden fra den 11. marts til 11. august. De besvarer således første undersøgelsesspørgsmål "*Hvor mange af TV 2 Fyns artikler i den udvalgte periode kan kategoriseres som konstruktive?*" samt andet undersøgelsesspørgsmål "*Hvilke elementer er særligt kendetegnende for TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler?*". Det kan konkluderes, at TV 2 Fyn udgiver flest ikke-konstruktive nyhedsartikler, da 273 af de 500 nyhedsartikler i sample kan kategoriseres som ikke-konstruktive, hvorimod 227 af de 500 nyhedsartikler i sample kan kategoriseres som konstruktive. De sektioner, der domineres af konstruktive nyheder, er 'Livsstil', 'Vejr', 'Trafik', 'Sundhed' og 'Kultur'. Endvidere kan det udledes, at TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler i nærværende speciale kendetegnes ved at indeholde et konstruktivt element ud af fire mulige, hvilket er tilfældet i 80,2 procent af artiklerne. Desuden kan det konkluderes, at de

konstruktive nyhedsartikler kendetegnes ved primært at indeholde det konstruktive element 'Fremtidsorienteret', da det er det mest fremtrædende element i over halvdelen (54,8 procent) af de konstruktive nyhedsartikler. Slutteligt kan de konstruktive nyhedsartikler karakteriseres ved at være længere end de ikke-konstruktive nyhedsartikler, da de i gennemsnit indeholder 96 flere ord end de ikke-konstruktive nyhedsartikler.

Besvarelsen af de tre efterfølgende hypoteser, H4, H5 og H6, relaterer sig til læsernes engagement og forholder sig således til tredje undersøgelsesspørgsmål "*Hvordan adskiller TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler sig fra de ikke-konstruktive nyhedsartikler i forhold til læsetid og antallet af gengangere i den samme artikel?*" samt fjerde undersøgelsesspørgsmål "*Hvordan adskiller TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler sig fra de ikke-konstruktive nyhedsartikler målt på antallet af klik?*".

Der findes i gennemsnit 5,4 sekunders længere læsetid blandt de konstruktive nyhedsartikler i forhold til de ikke-konstruktive nyhedsartikler. Dog er forskellen ikke signifikant, hvorfor det ikke kan konkluderes, at de konstruktive nyhedsartikler adskiller sig fra de ikke-konstruktive med hensyn til læsetid. Dette understreges yderligere ud fra en beregning af læsehastigheden, der viser, at modtagerne læser ikke-konstruktive nyhedsartikler i gennemsnit 0,1 sekund langsommere end konstruktive nyhedsartikler. Derimod kan det udledes, at vi ser en tendens til, at der læses længst tid på de konstruktive artikler, hvis de er modtagerorienterede eller hvis de er placeret i sektionerne 'Livsstil', 'Miljø' og 'Forbrug'.

Desuden undersøges modtagernes procentvise tilbagevenden til en given artikel målt i relation til artiklens kategorisering som værende konstruktiv eller ikke-konstruktiv. Der findes en gennemsnitlig forskel på gengangere på 0,1 procent. Forskellen vurderes dog til ikke at være signifikant, hvorfor det ikke kan konkluderes, at de konstruktive nyhedsartikler adskiller sig fra de ikke-konstruktive nyhedsartikler, hvad angår antallet af gengangere i den samme artikel.

Ydermere kan det konkluderes, at der findes en signifikant forskel, hvad angår det gennemsnitlige antal klik, hvorfor det udledes, at de ikke-konstruktive nyhedsartikler får betydelig flere klik end de konstruktive nyhedsartikler. Denne forskel skyldes dog primært sektionen '112', der udmærker sig som den sektion, som får markant flest klik på ikke-konstruktive nyhedsartikler.

Pointerne fra denne delkonklusion danner grobund for den videre diskussion af ovenstående, som vil være at finde i det følgende kapitel.

7. Diskussion

Følgende afsnit vil diskutere specialets fund i forbindelse med de seks opstillede hypoteser.

Diskussionen centrerer om følgende tematikker: 'Hvor konstruktive er TV 2 Fyn?', 'Hvordan afspejles konstruktive nyhedsartikler hos TV 2 Fyn i læsernes engagement?' samt 'Kan alle nyheder gøres konstruktive - og er det indsatsen værd?'. Den første del af diskussionen vil derfor forholde sig til den første del af problemformuleringen "*I hvilken grad præges TV 2 Fyns nyhedsudbud af konstruktive nyhedsartikler i perioden fra den 11. marts til 11. august (...)*", hvorefter anden del af diskussionen vil forholde sig til sidste del af problemformuleringen "*(...) og hvordan afspejles brugen af konstruktiv journalistik i læsernes engagement?*". Afslutningsvis vil den konstruktive journalistik diskuteres på et mere generelt og perspektiverende plan.

7.1 Hvor konstruktive er TV 2 Fyn?

Undersøgelsen af TV 2 Fyn viser, at 227 ud af 500 nyhedsartikler i samplen er konstruktive (jf. afsnit 6.1). Desuden udledes det, at 80,2 procent af disse konstruktive nyhedsartikler udelukkende indfrier et konstruktivt element (jf. afsnit 6.2). 45 ud af samplens 500 artikler, svarende til ni procent, indfrier to eller tre konstruktive elementer (jf. afsnit 6.2). Derfor kan det diskuteres, hvor konstruktive TV 2 Fyn egentlig er.

TV 2 Fyn har ikke selv fastsat en markør for, hvornår de lever op til visionen om at være Danmarks mest konstruktive mediehus (Bilag 1). Derfor eksisterer der ikke nogen konkrete indikatorer, som mediehuset sigter efter eller kan måles på. Da specialet ikke beskæftiger sig med et komparativt studie, kan TV 2 Fyns tilstræbte konstruktive praksis heller ikke sammenlignes med, hvordan og i hvilken grad andre danske medier formår at bedrive konstruktiv journalistik. Derfor må vi ty til litteraturen, når vi undersøger, hvor konstruktive TV 2 Fyn egentlig er. Den udvalgte litteratur forholder sig ikke til frekvensen af konstruktive nyheder i det samlede nyhedsbillede, men af litteraturens definitioner fremgår det, at visse elementer er med til at karakterisere konstruktive nyheder. Hermans og Drok fremhæver eksempelvis fire forskellige elementer, henholdsvis 'Modtagerorienteret', 'Løsningsorienteret', 'Fremtidsorienteret' og 'Handlingsorienteret' (Hermans & Drok, 2018: 686). Ligeledes konkluderer Weldingh, at den konstruktive journalistik skal være løsningsorienteret, inddrage borgerne og have et fremtidsfokus (Weldingh, 2018: 46). Om det således, ud fra litteraturens perspektiv, kan siges at være tilstrækkeligt, at en nyhed udelukkende indfrier ét ud af flere elementer, der indgår i definitionen af en konstruktiv nyhed, kan der kun

gisnes om. Dette er TV 2 Fyns og specialets tilgang til konstruktive nyhedsartikler. Forudsættes det i stedet, at flere end et element skal indgå i samme nyhed, før den kan karakteriseres som værende konstruktiv, kan det bemærkes, at TV 2 Fyn kun formår at være konstruktive i ni procent af deres artikler i samplen (jf. afsnit 6.2). I den henseende præges nyhedsudbuddet på TV 2 Fyn i lav grad af konstruktive nyhedsartikler, hvorfor TV 2 Fyn formentlig er langt fra målet om at blive Danmarks mest konstruktive mediehus. Dette kan dog udfordres med flere argumenter. Eksempelvis kan den udvalgte undersøgelsesperiode, der ligger til grund for den anvendte empiri i nærværende speciale, anfægtes, fordi TV 2 Fyn var i opstartsfasen i arbejdet mod at blive mere konstruktive, hvilket uddybes af Mads Boel:

“For det første kommer det ikke bag på mig, at I kan finde sådan nogle tal. Rom blev ikke bygget på en dag. De bygger stadig, så vidt, jeg ved. Det er lidt ligesom at holde op med at ryge. Det hjælper ikke at knipse med fingrene. Man skal lægge en indsats i det” (Bilag 1).

Han mener derfor, at den lave grad af konstruktivitet skyldes, at journalisterne på TV 2 Fyn endnu ikke har arbejdet længe nok med at bedrive konstruktiv journalistik.

Endvidere kan det diskuteres, hvorvidt det er realistisk og efterstræbelsesværdigt, at en konstruktiv nyhed indeholder flere konstruktive elementer i samme artikel. I undersøgelsen findes det, at ingen artikler indfrier alle fire konstruktive elementer, og blot fem artikler indfrier tre konstruktive elementer. Spørgsmålet er derfor, om det i højere grad er et ideal hentet fra litteraturen end virkeligheden, at den konstruktive journalistik skal indeholde samtlige konstruktive elementer (jf. afsnit 4.2.3)? Der kan således argumenteres for, at praksis er anderledes, end hvad litteraturen foreskriver. Dertil kan det også diskuteres, om flere konstruktive elementer vil øge kvaliteten af konstruktiv journalistik. Såfremt flere konstruktive elementer påtvinges en artikels indhold for at opfylde en ambition om at være konstruktiv, uden at elementerne nødvendigvis bidrager til det pågældende emne, artiklen handler om, er dette formentlig ikke efterstræbelsesværdigt. Alligevel kan der fremføres et argument om, at det ikke burde være urealistisk at bedrive flere nyhedsartikler, der indeholder flere konstruktive elementer, da disse ikke gensidigt udelukker hinanden.

Når der i stedet fokuseres på, hvordan TV 2 Fyn er konstruktive, kan det fremhæves, at det hyppigst forekommende konstruktive element i samplen er 'Fremtidsorienteret' (jf. afsnit 6.2). Også flere steder i litteraturen pointeres det, at konstruktive nyheder er fremtidsorienterede. Eksempelvis

påpeger Hermans og Drok, at det journalistiske produkt skal indeholde et perspektiv ved at tilføje spørgsmålet “(...) *what now* [?]” (Hermans & Drok, 2018: 886). Ligeledes konkluderer Weldingh: ”*Den konstruktive journalistik har altså et fremtidsfokus og er mere aktiv end den traditionelle journalistik, der har fokus på fortiden og nutiden*” (Weldingh, 2018: 46).

Ifølge nærværende speciales egen operationalisering af begrebet kan det fremtidsorienterede element således bedrives på to måder: 1) Hele artiklen kan fokusere på fremtiden eller 2) den kan være fremtidsorienteret ved at bibringe et fremsynet tidsperspektiv, eksempelvis i forbindelse med afrundingen af artiklen (Bilag 5). Dertil kan der fremføres et argument om, at netop perspektiv er et relativt udbredt journalistisk greb, som de fleste journalister bruger i deres nyhedsformidling, uden at det nødvendigvis er journalistens hensigt at bedrive konstruktiv journalistik. Derfor er det muligvis ikke så overraskende, at ‘Fremtidsorienteret’ er det element, der går mest igen i de konstruktive nyhedsartikler, hvilket understøttes af Mads Boel: “*Den nemmeste måde at lave konstruktiv journalistik på, er at kigge fremad*” (Bilag 1). Han pointerer således, at ‘Fremtidsorienteret’ er det element, TV 2 Fyn har lettest ved at bedrive. ‘Fremtidsorienteret’ som et selvstændigt konstruktivt element udfordres yderligere i afsnit 7.3.

Der kan fremføres et argument om, at ‘Fremtidsorienteret’ som det hyppigst forekommende konstruktive element peger tilbage på den manglende konsensus om begrebet konstruktiv journalistik. Dette påpeges blandt andre af McIntyre og Gyldensted:

“*Consistent definitions and applications of constructive journalism are needed in order for communication scholars to study the topic using sound empirical research*” (McIntyre & Gyldensted, 2017: 30). Bro tillægger sig dette: “*Leaving definitions open can also alienate supporters, who might develop their own concepts to more adequately describe the particular aspects of a movement that they consider most important*” (Bro, 2018: 517).

Den manglende - eller i bedste fald divergerende - definition på konstruktiv journalistik kan muligvis så tvivl om indholdet af genren og således give anledning til egne fortolkninger. Den manglende klarhed om definitionen kan resultere i en praksis, der trækker på velkendte journalistiske greb, såsom anvendelsen af et perspektiv. Ligeledes kan der argumenteres for, at når McIntyre og Gyldensted omtaler konstruktiv journalistik som værende et paraplybegreb for flere genrer indenfor journalistikken, herunder solutions journalism, prospective journalism, peace journalism og restorative narrative (McIntyre & Gyldensted, 2017: 23ff), kan det formentlig give anledning til, at de journalister, som praktiserer konstruktiv journalistik, selv udvælger de

elementer, der passer til deres journalistiske formidling, som således definerer deres måde at bedrive konstruktiv journalistik. Dette gælder også for TV 2 Fyn, der med LINK-kompasset selv har defineret deres måde at bedrive konstruktiv journalistik på (jf. afsnit 4.2.2). LINK-kompasset består af fire udvalgte elementer, 'løsningsorienteret', 'involverende', 'nuanceret' og 'kritisk', hvor der kan argumenteres for, at tre ud af fire af disse elementer ligeledes trækker på de velkendte greb inden for journalistikken. For eksempel kan 'løsningsorienteret' opfattes som en modreaktion på konfliktkriteriet eller et modsvar til de hurtige nyheder (Andersen, 2020: 1). Elementet er dog langt fra nyopfundet, da man ifølge Bro allerede tilbage i starten af 1900-tallet bedrev journalistik, der havde til formål at hjælpe samfundet med at præsentere løsninger på problemer (Bro, 2018: 509). Heraf kan det desuden fremhæves, at det heller ikke er en nystartet praksis at være kritisk, da det af litteraturen kan udledes, at journalistikken altid har spillet en kritisk, demokratisk rolle som den fjerde statsmagt: "(...) *committed to serving the public by acting as a watchdog holding the powerful accountable, and by enabling an informed citizenry*" (Mast m.fl., 2018: 494). Elementet 'involverende' handler derimod om at inddrage borgerne, og dette kan til forveksling minde om fortidens borgerjournalistik (Hermans & Drok, 2018: 680). Derfor kan det også på et mere generelt plan diskuteres, om konstruktiv journalistik således er en måde 'at ryste posen' og udvælge kendte journalistiske greb, for derefter at sammensætte dem til, hvad der kan defineres som konstruktiv journalistik. På den anden side kan der argumenteres for, at den konstruktive journalistik i højere grad sætter fokus på elementer, der hidtil har været underrepræsenteret i mediebildet og derfor trænger til en renæssance.

Interessant er det også, at selvom 'Fremtidsorienteret' fremgår som det hyppigst forekommende element i undersøgelsen, er 'Fremtidsorienteret' ikke en del af TV 2 Fyns egen definition af konstruktive nyheder. Måske dette netop skyldes førnævnte argument om, at perspektiv er blevet en indgroet del af den journalistiske formidling, hvorfor 'Fremtidsorienteret' ikke vurderes som et konstruktivt element for TV 2 Fyn. I den forbindelse kan det også diskuteres, hvordan resultatet ville have set ud, hvis vi havde kodet for netop de elementer, TV 2 Fyn selv har udvalgt i LINK-kompasset. Hvis 'Fremtidsorienteret' tages ud af ligningen, kan det forventes, at frekvensen af konstruktive nyhedsartikler ville være en del lavere, fordi dette element er til stede i 123 ud af 227 tilfælde, hvor 'Løsningsorienteret', 'Modtagerorienteret' og 'Positivitet' er til stede i henholdsvis 66, 43 og 45 nyhedsartikler. Det skal dog fremhæves, at specialet hverken tager højde for 'nuanceret' eller 'kritisk', som udgør de sidste to bogstaver i LINK-kompasset (jf. afsnit 4.2.2).

Dette kan kritiseres, da disse to elementer er med i TV 2 Fyns egen måde at bedrive konstruktiv journalistik på, hvorfor de bidrager til TV 2 Fyns egen opfattelse af, hvornår de er konstruktive. Alligevel kan der argumenteres for, at specialets definition, der tager udgangspunkt i en videnskabelig funderet definition af en konstruktiv nyhed, bør vægtes højere end TV 2 Fyns definition. TV 2 Fyn fremhæver selv en pointe om, at 'nuanceret' er et komplekst element, når Kristina Lund Jørgensen argumenterer for, at det kan være udfordrende for den enkelte journalist at afgøre, hvorvidt noget er nuanceret (Bilag 3). Derfor er 'nuanceret' også fravalgt i specialets definition af en konstruktiv nyhed, da det er afgørende for den kvantitative indholdsanalyse, at der arbejdes med elementer, der kan operationaliseres.

'Kritisk' er tillige fravalgt, da Kristina Lund Jørgensen beskriver, at dette element for TV 2 Fyn tjener som et slags paraplybegreb, da journalisten altid har til opgave at være kritisk i sit arbejde:

"Du er altid kritisk som journalist. Kritik er egentlig bare for at minde os om, at når vi kigger på løsninger, så skal vi også være enormt kritiske i forhold til, hvilke løsninger vi præsenterer. Der skal noget dokumentation bagved dem, lige så vel som der er dokumentation bag problemstillinger" (Bilag 3).

Derfor kan der også sættes spørgsmålstegn ved, hvorfor elementet 'kritisk' indgår som del af LINK-kompasset: Hvis al journalistisk arbejde skal og bør være kritisk, behøves dette element vel ikke udpensles som en særlig del af den konstruktive måde at bedrive journalistik på? Alligevel argumenterer Kristina Lund Jørgensen for, at dette element læner sig op ad de andre elementer i LINK-kompasset, hvorfor det formentlig er medtaget for at undgå det, som kritikere af konstruktiv journalistik ville kalde 'happy news' (Mast m.fl., 2018: 494).

Efter denne diskussion af, hvor og hvordan TV 2 Fyn er konstruktive, er det relevant at diskutere, hvorvidt praksissen virker. Derfor vil den følgende diskussion forholde sig til læsernes engagement i forbindelse med konstruktive nyheder.

7.2 Hvordan afspejles konstruktive nyhedsartikler hos TV 2 Fyn i læsernes engagement?

I forhold til undersøgelsens resultater om læsernes engagement i forbindelse med TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler, kan det diskuteres, hvordan disse stemmer overens med litteraturen samt TV 2 Fyns egne visioner.

Som beskrevet i afsnit 4.3.2 konkluderer både Baden et al. og Poort, at modtagerne foretrækker konstruktive nyheder frem for ikke-konstruktive nyheder. Dette skyldes blandt andet, at de konstruktive nyheder indeholder løsningsorienteret information og fokuserer på positivitet, hvilket resulterer i øget interesse samt lyst til at handle på de problemer, der fremlægges. Ligeledes får de læserne til at føle sig bedre tilpas (Baden et al., 2018; Poort, 2017). Modsat har ikke-konstruktive nyheder en negativ effekt på modtagernes motivation og humør (Ibid.). Dermed kan der argumenteres for, at læsernes tid på den enkelte konstruktive nyhedsartikel ville være længere end de ikke-konstruktive nyhedsartikler, fordi deres interesse og humør ville blive påvirket positivt, og de dermed ikke ville klikke væk fra artiklen straks efter, at de har klikket sig ind på den, men derimod læse den til ende. Samtidig kan der argumenteres for, at læsetiden for de ikke-konstruktive nyhedsartikler ville være kortere end for konstruktive nyhedsartikler, fordi modtagerne jævnfør litteraturen ville blive i dårligt humør og dermed ikke være motiverede for at læse til artiklens ende (Baden et al., 2018: 1954). Dette afkræftes imidlertid i specialet, da undersøgelsen viser, at forskellen på 5,4 sekunder mellem konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartiklers læsetid ikke er signifikant, hvorfor den i stedet vidner om en tilfældighed (jf. afsnit 6.4). Samme kan dermed gøre sig gældende, hvad angår kategorierne for samplens længste og korteste artikel i forhold til læsetid, som er henholdsvis konstruktiv og ikke-konstruktiv (jf. afsnit 6.4).

Selvom det fastslås, at der er tale om tilfældighed i forskellen på læsetiden mellem de konstruktive og de ikke-konstruktive nyhedsartikler, kan antallet af ord alligevel påvirke læsetiden. I tråd med dette findes det i afsnit 6.3, at der i gennemsnit er 96 flere ord i en konstruktiv nyhedsartikel sammenlignet med en ikke-konstruktiv nyhedsartikel. Det fremgår også af litteraturen, at konstruktiv journalistik har en betydning for antallet af ord, da både Hermans og Gyldensted redegør for, at konstruktive nyheder indeholder dybdegående information (Hermans og Gyldensted, 2018: 539), hvilket ifølge Poort gør det “(...) *harder to avoid longer articles*” (Poort, 2017: 37). Om dette således betyder, at modtagerne læser konstruktive nyheder grundigere og mere opmærksomt, modbevises imidlertid af undersøgelsen, da det ved en udregning af læsehastighed findes, at en ikke-konstruktiv nyhedsartikel i gennemsnit har 0,1 sekunders længere læsehastighed per ord end en konstruktiv nyhedsartikel. På trods af en meget lille forskel, vidner dette om, at de ikke-konstruktive nyhedsartikler læses langsommere og formentlig mere grundigt. Dermed stemmer

resultaterne ikke overens med Baden et al.'s betragtninger om, at konstruktive nyheder leder til “(...) *greater engagement intentions*” (Baden et al., 2018: 1954) – i hvert fald ikke, hvad angår modtagernes læsetid. Det kan dog diskuteres, hvorvidt der er et validt sammenligningsgrundlag mellem litteraturen og resultaterne, da hverken Baden et al. eller Poort undersøger effekten af læsetiden. Imidlertid er udbuddet af litteratur, der beskæftiger sig med effekten af modtagernes engagement i form af læsetid begrænset, hvorfor den udvalgte litteratur er den, der nærmer sig området bedst. Derfor anses sammenligningen som værende legitim.

Af undersøgelsen kan det desuden udledes, at der er en tendens til, at læsetiden er længst på de konstruktive nyhedsartikler, der indeholder det konstruktive element ‘Modtagerorienteret’. Kristina Lund Jørgensen bekræfter også, at de modtagerorienterede nyhedsartikler “(...) *havde omkring et minut længere læsetid end de andre artikler*” (Bilag 3) ifølge de interne undersøgelser, TV 2 Fyn har foretaget. Kristina Lund Jørgensen argumenterer for, at forskellen skyldes, at de modtagerorienterede nyhedsartikler indeholder problematikker, der rent faktisk vedkommer modtagerne, fordi borgerne inddrages i journalistikken:

“(...) Jeg tror, det handler om, at vi kommer meget tættere på noget, der optager folk og som vedrører dem. Jeg synes virkelig, det er en vigtig del af at være konstruktiv, at vi finder de virkelige problemer i stedet for dem, vi finder i et politisk fællesskab, hvor almindelige mennesker ikke færdes” (Bilag 3).

Derved afviger undersøgelsens resultat og Kristina Lund Jørgensens argumentation fra Herman og Gyldensteds konklusion om, at ‘Modtagerorienteret’ er det element, der værdsættes mindst af respondenterne i deres studie (Hermans og Gyldensted, 2018: 543). Når TV 2 Fyn, jævnfør ovenstående, er bekendte med, at modtagerorienterede nyhedsartikler øger læsetiden og samtidig har en forklaring på, hvorfor der eksisterer en forskel, kan der sættes spørgsmålstegn ved, hvorfor det også er det element, som de anvender mindst blandt de fire konstruktive elementer (jf. afsnit 6.2). Forklaringen på dette kunne være timingen. Som det også fremgår af forrige afsnit (jf. afsnit 7.1), var TV 2 Fyn i begyndelsesfasen i arbejdet med at blive mere konstruktive i samplingsperioden. Som Mads Boel også udtrykker, er han ikke overrasket over nærværende speciales undersøgelsesresultater, da det konstruktive arbejde på TV 2 Fyn ifølge ham var i den

“(…) *spæde start*” (Bilag 1). Dertil er ‘Modtagerorienteret’ det element, der er mest vanskeligt at bedrive, fordi det kræver, at TV 2 Fyn skal være “(…) *engagerende og have dialogen med borgerne*” (Bilag 1), hvilket kan være en tids- og ressourcekrævende opgave i det daglige redaktionelle arbejde. Han argumenterer dog for, at TV 2 Fyn efter samplingsperioden er begyndt at bedrive mere konstruktiv journalistik og har lavet flere kampagner, hvor det modtagerorienterede element har dannet fundamentet (Bilag 1). Ifølge Mads Boel har det haft en effekt på læsetiden for de konstruktive nyhedsartikler:

“(…) *det, at folk bliver hængende længere, det ved jeg faktisk, at de gør (...) fordi historien fanger dem på en anden måde*” (Bilag 1). Dette er dog en påstand, som nærværende speciale hverken kan be- eller afkræfte. Derfor ville det have været interessant at efterprøve udsagnet ved at undersøge tidsperioden efter samplingsperioden. For hvis TV 2 Fyn er begyndt at bedrive mere konstruktiv journalistik, som Mads Boel giver udtryk for, og herunder udgiver flere artikler med elementet ‘Modtagerorienteret’, så ville resultatet af nærværende speciales undersøgelse teoretisk set se anderledes ud – og ville vi i givet fald kunne udlede, at modtagerne i højere grad læser konstruktive nyhedsartikler, ligesom litteraturen hævder? Eller ville vi nå til samme konklusion som Hermans og Gyldensted om, at en forøgelse af modtagerorienterede udgivelser ikke vil påvirke engagementet?

Dette speciale har desuden undersøgt læsernes tilbagevenden til samplens nyhedsartikler. I den forbindelse blev der ligeledes ikke fundet en signifikant sammenhæng i forskellen på 0,1 procent mellem læseres tilbagevenden til henholdsvis konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler. Jævnfør afsnit 5.2.7 skal det bemærkes, at undersøgelsen er begrænset af, at Google Analytics kun præsenterer antallet af gengangere for hver artikel respektivt. Værktøjet viser således ikke, om læseren klikker ind på eller vender tilbage til andre nyhedsartikler. Dette har Kristina Lund Jørgensen også bemærket i forhold til TV 2 Fyns interne målinger: “(…) *Jeg gad godt, at vi kunne måle på, om de fortsatte videre på vores site*” (Bilag 3). Derfor ville det have været interessant at undersøge modtagerens tilbagevendende lyst til at læse konstruktive nyheder generelt, særligt set i lyset af, at der i litteraturen eksisterer delte konklusioner om effekten af konstruktive nyheder. Meier konkluderer, at konstruktive artikler deles og likes mere på de sociale medier, men at der ikke eksisterer en forskel i, om modtageren får en større interesse for det behandlede emne (Meier, 2018: 776). Andersen udleder, omend forskellen er lille, at det generelt er personer, der i forvejen er nyhedsforbrugere, som tilvælger eller har interesse i konstruktive nyheder. Samtidig konkluderer

han gennem sin forskning, at respondenterne generelt føler sig mere trætte af nyheder efter at have læst konstruktive nyheder (Andersen, 2020: 10). Skovsgaard og Sjøberg finder i deres undersøgelse ingen effekt i forhold til forøget lyst til at se nyheder efter at være blevet præsenteret for konstruktive nyheder (Skovsgaard & Sjøberg, 2016: 42f). McIntyre og Sobel udleder i modsætning til ovenstående fund, at læsere af konstruktive artikler er mere tilbøjelige til at læse lignende artikler end læsere af ikke-konstruktive artikler – også selvom de ikke har lyst til at tilkendegive deres interesse for artiklen på de sociale medier (McIntyre & Sobel, 2017: 51).

Ovenstående vidner om, at der eksisterer et behov for yderligere forskning på området for at kunne konkretisere effekten af konstruktive nyheder i forhold til modtagernes tilbagevendende. Dette ville i så fald kræve en anden metode, der med fordel kunne være inspireret af Andersen, hvor modtagernes forbrugsmønstre af nyheder og deres foretrukne nyhedskategori undersøges gennem en længdesnitsundersøgelse.

Det kan dog diskuteres, hvorledes en sådan undersøgelse vil kunne vise en anden effekt end den, der er påvist i nærværende speciales undersøgelse. Baden et al. argumenterer for, at “(...) *consumer behaviours are complex and people do not always choose to consume the news they prefer*” (Baden et al., 2018: 1955), hvilket kan være en af forklaringerne på, hvorfor modtagerne ifølge litteraturen foretrækker konstruktive nyheder, men at modtagernes engagement i undersøgelsen ikke viser tendenser, der stemmer overens med dette (jf. afsnit 4.3.2). Der kan også argumenteres for, at det er årsagen til, at der påvises en signifikant forskel i antallet af klik mellem konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler, hvor sidstnævnte i gennemsnit har 1.931,6 flere klik (jf. afsnit 6.6). Følges McIntyre og Sobels argumentation kan dette skyldes, at artikler, der indeholder ‘overraskende og konfliktfyldt indhold’, hvilket ofte er tilfældet for ikke-konstruktive artikler, har en beviselig, positiv effekt på tiltrækning af modtagernes opmærksomhed (McIntyre & Sobel, 2017: 42ff). Konklusionen underbygges af nærværende undersøgelsesresultater, der påviser, at den sektion, der har det højeste antal klik, er ‘112’. Sektionen danner ofte rammen for historier, der omhandler død, ulykker og krimistof, og derfor er det muligvis ikke så overraskende, at 85,5 procent af artiklerne i denne sektion består af ikke-konstruktive nyheder. Resultaterne af undersøgelsen samt McIntyre og Sobels argument understøttes af Kristina Lund Jørgensen: “*Man kommer ikke til at klikke på konstruktive historier lige så meget, som man klikker på dødsulykker på Østerbro (...) Dermed ikke sagt, at man ikke skal arbejde med at gøre dem klikbare, men det er ikke en kioskbasket på den måde*” (Bilag 3).

Efter denne diskussion af læsernes engagement - eller mangel på samme - er det relevant at forholde sig til, hvorvidt det overhovedet giver mening at bedrive konstruktiv journalistik. Følgende diskussion vil derfor forholde sig til, om alle nyheder kan gøres konstruktive, samt om arbejdet med at blive mere konstruktive er indsatsen værd.

7.3 Kan alle nyheder gøres konstruktive - og er det indsatsen værd?

I forlængelse af ovenstående afsnit kan det diskuteres, hvorvidt alle nyhedsartikler kan gøres konstruktive. Ifølge Kristina Lund Jørgensen er svaret nej. Hun mener ikke, at alle nyheder kan gøres konstruktive, "(...) *men rigtig mange kan. Et eller andet umotiveret drab på en journalist i en ubåd kan man ikke på nogen måde gøre konstruktiv*" (Bilag 3). Denne konstatering kan være endnu en bekræftelse på, hvorfor ikke-konstruktive nyhedsartikler dominerer sektionen '112', som nævnt i ovenstående afsnit. Af samme grund er det interessant at se nærmere på undersøgelsens resultater i forbindelse med konstruktive og ikke-konstruktive nyheder fordelt på sektioner. Af disse fremgår det, at sektionerne 'Livsstil', 'Vejr', 'Trafik', 'Sundhed' og 'Kultur' domineres af konstruktive nyhedsartikler hos TV 2 Fyn (jf. afsnit 6.1). Modsat dominerer de ikke-konstruktive nyhedsartikler i sektionerne '112', 'Politik', 'Natur', 'Samfund', 'Miljø', 'Uddannelse og 'Sport' (jf. afsnit 6.1). Om årsagen således er, at det er nemmere at bedrive konstruktive journalistik i sektionerne 'Livsstil', 'Vejr', 'Trafik', 'Sundhed' og 'Kultur', eller om det er udtryk for en tilfældighed, kan dette speciale dog ikke svare på. Alligevel vidner undersøgelsens resultater om, at nogle emner egner sig bedre til en konstruktiv udfoldelse end andre.

I den forbindelse kan 'Fremtidsorienteret' som et selvstændigt konstruktivt element udfordres. I specialets undersøgelse udledes det, at sektionerne 'Vejr' og 'Trafik' domineres af konstruktive nyhedsartikler, men samtidig findes det, at disse er blandt de sektioner, der i gennemsnit har den korteste læsetid og anvender færrest ord (jf. afsnit 6.4 og 6.3). Der kan derfor argumenteres for, at de kan kategoriseres som 'hurtige nyheder', som ifølge Andersen gennemsyrrer den traditionelle journalistik: "*Being fast, in terms of "immediacy", is one of the central values in journalism*" (Andersen, 2020: 3). Ud fra den devise kan hurtige nyheder således oftest sidestilles med ikke-konstruktive nyheder, men i de to nævnte sektioner ser vi tværtimod en overvægt af konstruktive nyheder. Spørgsmålet er derfor, om elementet 'Fremtidsorienteret' muligvis er medvirkende til at forvrænge billedet af graden af konstruktivitet hos TV 2 Fyn? Noget tyder på, at elementet ikke giver et retvisende billede af, om en nyhedsartikel er konstruktiv eller ej.

På den ene side ser vi ofte nyhedsartikler i sektionerne 'Vejr' og 'Trafik', der beretter om begivenheder, der sker de kommende dage, hvilket gør artiklerne fremtidsorienterede. Dette kan eksemplificeres ved artiklerne 'Lun lørdag bliver højdepunktet i ustabil weekendvejr' (Bergman, 2020c) eller 'Sådan påvirker pinsen trafikken på Fyn' (Jørgensen, 2020), der begge kodes som 'Fremtidsorienteret', fordi de beskriver kommende vejr- og trafikforhold. Dog bliver disse emner berørt via korte vendinger frem for gennem dybdegående information, hvilket er en gennemgående tendens blandt de fremtidsorienterede artikler i de pågældende to sektioner. Alligevel kategoriseres artiklerne som konstruktive, hvilket kan siges at være misvisende, hvis Andersens synspunkt adopteres. I så fald ville artiklerne klassificeres som 'hurtige nyheder', og dermed som ikke-konstruktive.

På den anden side karakteriseres en konstruktiv nyhed ifølge Gyldensted som værende af høj samfundsmæssig relevans (Gyldensted, 2015: 13). Det er et prædikat, som sektionerne 'Vejr' og 'Trafik' må siges at efterleve, da disse to emner om nogen kan påvirke det brede samfund. Dette taler således for, at denne type af nyhedsartikler kan karakteriseres som konstruktive. I forlængelse af dette bringes diskussionen dermed tilbage til, hvor den startede: Bør konstruktive nyhedsartikler indfri flere konstruktive elementer eller er det nok blot at inddrage ét?

Det kan slutteligt diskuteres, hvorfor journalister i det hele taget sigter mod at bedrive konstruktiv journalistik, hvis de traditionelle, ikke-konstruktive nyhedsartikler genererer flere klik, og der ikke eksisterer en signifikant forskel på modtagernes engagement i forhold til læsetid og tilbagevenden til artiklerne. Spørgsmålet er, om det i så fald er indsatsen værd? Samtidig er det vanskeligt at konkludere noget entydigt ud fra litteraturen om konstruktiv journalistik, da litteratur om effekten af konstruktive nyheder er begrænset samtidig med, at der i litteraturen ikke findes en konsensus på området (jf. afsnit 4.2.1).

Ifølge Mads Boel findes argumentet i, at mediet var i opstartsfasen af implementering af sit fornyede journalistiske fokus, hvorfor de står overfor en tilvænningsperiode hos modtagerne:

"Jeg vil vove at påstå, at vi er blevet hjernevasket, som lyder ret hårdt, men forstå mig ret, til at gå med sensationen (...) jeg tror, det er en omvæltning, vi skal igennem. Vi skal vænne folk til det"

(Bilag 1).

Ifølge Mads Boel er en af de måder, TV 2 Fyn vil vænne modtagerne til at læse og bruge tid på konstruktive nyhedsartikler, at vise dem, "(...) hvad der er værd at læse (...)" (Bilag 1). Det skal ske ved at journalisterne fordyber sig mere i stoffet og bruger mere tid på at udvælge og skrive

historierne. Ifølge ham vil denne tilvænning ændre på den manglende effekt, som dette speciale konkluderer: “(...) *Så skal folk nok læse dem. Det tror jeg på*” (Bilag 1).

Om Mads Boel således har ret i sit argument om, at der er tale om en tilvænning blandt læserne, må tiden vise. Ser vi tilbage på den konstruktive journalistiks historiske kontekst (jf. afsnit 4.1.1) kan argumentet udfordres ved, at konstruktiv journalistik trækker på gamle journalistiske greb, hvorfor det ikke nødvendigvis burde handle om en tilvænning. På den anden side kan Mads Boel have en pointe i, at disse journalistiske dyder har været nedprioriteret til fordel for hurtige nyheder, hvorfor det ikke kan udelukkes, at den konstruktive journalistik med tiden vil blive læsernes foretrukne genre. Selvom litteraturen foreskriver, at konstruktive nyheder er efterspurgt blandt befolkningen som et alternativ til den endeløse strøm af hurtige nyheder (Andersen, 2020: 1), fastslår specialets undersøgelse, at dette imidlertid ikke fremgår af læsernes engagement. Om længslen efter konstruktive nyheder således blot er en følelse, mange modtagere har, når de bliver spurgt til deres præferencer, kunne potentielt undersøges ved et kvalitativt studie, som således kunne gøre os klogere på denne mulige skelnen mellem tanke og adfærd. Afslutningsvist kan det i samme forbindelse pointeres, at effekten af den konstruktive journalistik i det hele taget bør undersøges nærmere.

8. Konklusion

Konstruktiv journalistik som praktisk genre trækker tråde tilbage til 1900-tallet, men alligevel findes der ingen entydig definition af begrebet. Det konstateres, at litteraturen byder på forskellige beskrivelser af, hvad konstruktiv journalistik er og i høj grad, hvad konstruktiv journalistik ikke er. Samtidig er der begrænset viden om effekten af konstruktiv journalistik, særligt hvad angår modtagernes engagement. Specialets undersøgelse er derfor et skridt på vejen mod mere viden om, hvilken indvirkning konstruktive nyhedsartikler har på modtagernes engagement i forhold til læsetid, klik og tilbagevenden til den samme artikel. Dette er derfor undersøgt med udgangspunkt i casen TV 2 Fyn, som er udvalgt på baggrund af mediets vision om at blive Danmarks mest konstruktive mediehus.

Specialegruppen har med udgangspunkt i litteraturen udvalgt fire konstruktive elementer: 'Modtagerorienteret', 'Løsningsorienteret', 'Fremtidsorienteret' og 'Positivitet', der i specialet udgør begrebsdefinitionen af konstruktive nyheder, og som er operationaliseret i nærværende undersøgelse. Gennem en kvantitativ indholdsanalyse af 500 nyhedsartikler udgivet i perioden fra den 11. marts til 11. august er graden af konstruktivitet blandt TV 2 Fyns nyhedsartikler blevet undersøgt.

Det konkluderes, at TV 2 Fyn udgiver flere ikke-konstruktive end konstruktive nyhedsartikler i den udvalgte tidsperiode, hvilket svarer til 273 ikke-konstruktive og 227 konstruktive nyhedsartikler. Dermed præges TV 2 Fyns nyhedsudbud i mindre grad af konstruktive nyhedsartikler, hvorfor specialets første hypotese, om at TV 2 Fyn med udgangspunkt i deres vision om at blive Danmarks mest konstruktive mediehus udgiver flere konstruktive end ikke-konstruktive nyhedsartikler, kan afkræftes. Det skal dog pointeres, at blot et ud af de fire konstruktive elementer skal være til stede i en artikel, før TV 2 Fyn og specialet karakteriserer en nyhedsartikel som værende konstruktiv. Dette er tilfældet i 182 af de konstruktive nyhedsartikler. Forudsættes det imidlertid, at minimum to konstruktive elementer skal indgå i den samme nyhedsartikel, før den kan kategoriseres som værende konstruktiv, kan det udledes, at blot 45 nyhedsartikler fra samplens 500 artikler kan karakteriseres som konstruktive, hvilket svarer til ni procent af samplens 500 artikler.

Det er endvidere blevet analyseret, hvad der kendetegner TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler. Det kan først og fremmest udledes, at TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler dominerer i sektionerne 'Livsstil', 'Vejr', 'Trafik', 'Sundhed' og 'Kultur'. Ved at have undersøgt frekvensen af de konstruktive elementer kan det desuden konkluderes, at flertallet af de konstruktive nyhedsartikler hos TV 2 Fyn indeholder et fremtidsorienteret element, nærmere bestemt 54,2 procent. Der kan argumenteres for, at det også er et element, der er relativt velkendt i den journalistiske praksis, da det er en udbredt tilgang at inddrage en perspektivering i en given historie ved afrundingen af denne. Selv pointerer TV 2 Fyn, at det også er det element, der er "*nemtest*" at bedrive. Dog fremgår 'Fremtidsorienteret' ikke som en del af TV 2 Fyns egen definition af konstruktive nyheder, hvilket kan skyldes ovenstående argument om, at det er en indgroet del af den journalistiske formidling at bidrage med et perspektiv. Dermed afkræftes specialets anden hypotese om, at 'Løsningsorienteret' er det element, der er mest dominerende blandt TV 2 Fyns nyhedsartikler.

Det kan samtidigt konkluderes, at en konstruktiv nyhedsartikel i gennemsnit indeholder 532,1 ord, hvilket er 96 flere ord end i en ikke-konstruktiv nyhedsartikel. Dette bekræfter specialets tredje hypotese, der antager, at de konstruktive nyhedsartikler indeholder flere ord end de ikke-konstruktive nyhedsartikler.

Ydermere er det blevet undersøgt, hvordan den konstruktive dækning hos TV 2 Fyn påvirker læsernes engagement. Engagementet er målt med udgangspunkt i læsetid, antallet af klik og tilbagevenden til den samme artikel. Det afkræftes, at den gennemsnitlige læsetid hos modtagerne er længere for konstruktive end for ikke-konstruktive nyhedsartikler, hvilket specialets fjerde hypotese antager. Dermed falder argumentet om, at modtagerne læser de konstruktive artikler i længere tid, fordi de konstruktive nyheder er dybdegående og påvirker læsernes humør positivt. Tillige findes det, at læsehastigheden er langsommere blandt de ikke-konstruktive artikler, hvilket kan vidne om, at modtagerne er mere opmærksomme og grundige, når de læser ikke-konstruktive nyhedsartikler end konstruktive. Dette resultat tilvejebringer viden, der divergerer fra tidligere fund i akademiske udgivelser på området.

Nærværende speciales litteraturgennemgang fastslår desuden flere gange, at modtagerne foretrækker konstruktive frem for ikke-konstruktive nyheder. Dette stemmer dog ikke overens med

undersøgelsens resultater i forhold til modtagernes tilbagevendende lyst til at læse den samme konstruktive artikel. Her kan der ikke påvises en sammenhæng mellem det gennemsnitlige antal gengangere og artiklens kategorisering som enten konstruktiv eller ikke-konstruktiv. Dermed afkræftes specialets femte hypotese om, at flere læsere vender tilbage til artiklen, hvis den er konstruktiv.

Undersøgelsens resultater vidner dertil om, at overraskende og konfliktfyldt indhold kan have en positiv indvirkning på modtagernes lyst til at klikke på en given artikel. Dette bekræftes af, at antallet af klik er særligt højt i sektionen '112', der ofte danner ramme om historier om død, ulykke og krimistof. Samtidig skal det pointeres, at 85,5 procent af artiklerne i denne sektion består af ikke-konstruktive nyhedsartikler. I den forbindelse konkluderes det, at ikke-konstruktive nyhedsartikler i gennemsnit har 1.931,6 flere klik end konstruktive nyhedsartikler. Dermed bekræftes specialets sjette og sidste hypotese, der antager, at ikke-konstruktive nyhedsartikler får flere klik. Dog skal det understreges, at hvis der ses bort fra sektionen '112', ville der være en markant mindre forskel i antallet af klik på konstruktive versus ikke-konstruktive nyhedsartikler.

Dermed kan det konkluderes, at konstruktive nyhedsartikler har en mindre fremtrædende effekt på modtagernes engagement end litteraturen på området ellers ansporer til at tro. Der kan derfor sættes spørgsmålstegn ved, om det overhovedet er relevant at efterstræbe at bedrive konstruktiv journalistik. Ifølge TV 2 Fyn er argumentet, at det kræver en tilvænning blandt læserne, hvorfor tiden er en afgørende faktor, før effekten kan ses. Denne påstand kan derfor lede op til en yderligere undersøgelse af feltet.

9. Forskningsformidlende artikel

Artiklen er skrevet til mediemagasinet Journalisten, som er et medlemsblad for journalister, fotografer, informationsfolk og andre personer i mediebranchen. Journalisten udgives af Dansk Journalistforbund og fungerer dels som et informationsorgan for forbundets medlemmer og dels som debatskabende (Journalisten, n.d.). Magasinets artikler varierer i anslaget, men har et generelt omfang på 1.200-20.000 anslag. Denne forskningsformidlende artikel indeholder 5.099 anslag.

Jo Journalisten

Ny undersøgelse: Konstruktiv journalistik har ikke den ønskede effekt

En ny undersøgelse af læsernes engagement viser, at konstruktive nyhedsartikler ikke påvirker modtagerne, som det ønskes af flere medier. Ikke overraskende, mener TV 2 Fyns nyhedschef.



23.12.2020 10:50

Af *Sara Fuglsig Christensen, Simone Baadsgaard Holm Hansen & Liza Krasnova Skov*

De seneste fem år har flere og flere medier gjort plads til [konstruktive elementer i både deres sendeflader](#) og på deres forsider i ønsket om at give perspektiv og styrke modtagernes tillid til afsenderne.

[Det danske medie, der hidtil er gået længst i deres satsning på konstruktiv journalistik](#), er TV 2-regionen TV 2 Fyn. Med deres overbevisning om, at konstruktiv journalistik er vejen frem, har mediehuset ansat en konstruktiv redaktør, sendt deres journalister på kursus og erhvervet sig visionen om at blive Danmarks mest konstruktive mediehus.

Det fandt studiet også frem til:

- TV 2 Fyns konstruktive nyhedsartikler kendetegnes ved at være længere end de traditionelle nyhedsartikler og indeholder oftest et fremtidsorienteret element.
- TV 2 Fyn har flere traditionelle end konstruktive nyhedsartikler, hvilket svarer til henholdsvis 273 og 227 artikler.
- TV 2 Fyns læsere er særligt glade for at klikke på artikler, der er kategoriseret i sektionen '112', der ofte danner ramme om historier omkring død, ulykke og krimistof.

Men nu lader det til, at nyhedsartikler, der indeholder løsningsorienterede, fremtidsorienterede, modtagerorienterede og positive elementer, har en mindre fremtrædende effekt på læserne engagement.

Sådan lyder hovedkonklusionen i en ny kvantitativ undersøgelse, som tre specialestuderende fra Roskilde Universitet har foretaget. Studiet tager netop udgangspunkt i TV 2 Fyn og havde til formål at måle effekten af konstruktiv journalistik på modtagernes engagement - et felt, der hidtil har været relativt ukendt.

Dermed skriver resultaterne sig også ind i en aktuel debat om, hvorvidt journalisterne bør være mere konstruktive i deres nyhedsdækning.

Mangel på effekt

Ifølge undersøgelsen, der er baseret på en stikprøve på 500 artikler udgivet af TV 2 Fyn, findes der nemlig ingen sammenhæng i, at læserne bruger længere tid på at læse konstruktive artikler eller er mere tilbøjelige til at vende tilbage til de samme konstruktive nyhedsartikler sammenlignet med artikler, der ikke er konstruktive.

Samtidig viser undersøgelsen, at modtagerne i højere grad klikker på de traditionelle nyhedsartikler frem for artikler, der indeholder et eller flere konstruktive elementer.

Dermed afviger resultaterne fra det hovedsigte, som TV 2 Fyns konstruktive redaktør, Kristina Lund Jørgensen, [fremlagde om konstruktiv journalistik i november sidste år](#). Dengang lød det, at konstruktive nyheder skulle forøge modtagernes læsetid og give dem lyst til at læse lignende historier igen efter at have læst en konstruktiv nyhedsartikel.

Læserne skal tilvænnnes

Men selvom effekten et år efter ikke er blevet som forventet, overrasker resultaterne ikke Mads Boel, som er TV 2 Fyns nyhedschef for det digitale område.

“Rom blev ikke bygget på en dag, de bygger stadig, så vidt, jeg ved. Det er lidt ligesom at holde op med at ryge. Det hjælper ikke at knipse med fingrene”, siger han.

Mads Boel påpeger, at en ændring af modtagernes læsevaner kræver tid - og særligt en stor indsats fra journalisterne.

“Folk er blevet så vant til at gå på BT og klikke på clickbait-historier. Jeg tror, det er en omvæltning, vi skal igennem. Vi skal vænne folk til det. Og en af de måder, vi vænner folk til det, er, at vi holder fast og tager det et skridt videre”, udtaler nyhedschefen.

Derfor har mediet planlagt en omstrukturering i deres publicering. I stedet for at udgive artikler så snart journalisten har sat det sidste punktum, vil TV 2 Fyns hjemmeside i 2021 udkomme i forskellige udgaver.

TV 2 Fyns læsere vil med andre ord blive mødt af en ny hjemmeside i det nye år, der skifter indhold et par gange om dagen frem for flere gange i timen. Forsiden vil eksempelvis blive opdateret om morgenen med fem-seks historier, som alle er researchet, gennemarbejdet og vinklet konstruktivt, der først bliver skiftet ud hen ad formiddagen. Dette vil ifølge TV 2 Fyn give modtagerne mulighed for at vænne sig til, hvad der er værd at læse.

“I dag kan man godt argumentere for, at TV 2 Fyn nogle gange kan virke som en gammeldags Ritzau-rulle, hvor der skal være noget nyt hvert tredje sekund. Det skal vi væk fra. Vi skal fordybe os noget mere og bruge mere tid på vores historier. Og så skal vi tro på dem og give dem tid. Der sker ikke noget ved, at de ligger der i fire timer. Folk skal nok læse dem”, udtaler Mads Boel.

Forventer resultater i 2022

Det er endnu uklart, hvornår TV 2 Fyn når i mål med deres ambitiøse målsætning. Derfor har de allieret sig med Syddansk Universitet, der skal bidrage med forskning inden for feltet.

TV 2 Fyn forventer dog, at effekten af deres omstrukturering vil kunne måles ved udgangen af 2022.

“Vi har netop lige lagt en ny strategi, der bygger på det her som grundfundament. Så vi har to år”, udtaler Mads Boel.

10. Litteraturliste

Aitamurto, T. & Varma, A., 2018. The Constructive Role of Journalism: Contentious metadiscourse on constructive journalism and solutions journalism. *Journalism Practice*, 12(6), s. 695-713.

Andersen, K., 2020. Realizing Good Intentions? A Field Experiment of Slow News Consumption and News Fatigue, *Journalism Practice* [online]. Tilgængelig fra: <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1818609> [lokaliseret den 28. november 2020].

Baden, D., McIntyre, K. & Homberg, F., 2018. The Impact of Constructive News on Affective and Behavioural Responses. *Journalism Studies*, 20(13), s. 1940-1959.

Bro, P., 2018. Constructive journalism: Proponents, precedents, and principles. *Journalism*, 20(4), s. 504-519.

Bryman, A., 2016. Research Designs. I: A. Bryman, *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press. s. 40-83.

Clark, L. A. & Watson, D., 1988. Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), s. 1063-1070.

Constructive Institute, n.d. *Why we need to rethink journalism*. [online] Tilgængelig fra: <https://constructiveinstitute.org/why/support-democracy/> [lokaliseret 23. december 2020].

Constructive Institute, 2020. *News Experiences and Opinions in Denmark 2020*. [online] Constructive Institute. Tilgængelig fra: <https://constructiveinstitute.org/app/uploads/2020/06/News-Experiences-and-Opinions-in-Denmark-20201.pdf> [lokaliseret 23. december 2020].

Elmelund-Præstekær, C. & Svensson, H. M., 2013. Negativ og personfokuseret kampagneretorik. Partiernes kommunikation og mediernes dækning ved folketingsvalg 1994-2011. *Politica*, 45(4), s. 480-501.

Eskjær, M. F. & Helles, R., 2015. *Kvantitativ indholdsanalyse*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Gilje, N., 2012. Positivism og kritisk rationalisme. I: Juul, S. & Pedersen, K. B. (Red.), *Samfundsvidenskaberne Videnskabsteori*. København: Hans Reitzels Forlag. s. 23-63.

Globalis, 2020. *Pressefrihed*. [online] Tilgængelig fra: <https://www.globalis.dk/Statistik/pressefrihed> [lokaliseret 28. december 2020].

Gyldensted, C., 2015. *From Mirrors to Movers: Five Elements of Constructive Journalism*. Wroclaw: GGroup Publishing.

Haagerup, U., 2017. *Constructive news*. Aarhus: Aarhus University Press.

Hansen, E. J. & Andersen, B. H., 2009. *Et sociologisk værktøj: Introduktion til den kvantitative metode*. 2. udgave. København: Hans Reitzels Forlag.

Hearken, n.d. *What We Do*. [online] Tilgængelig fra: <https://wearehearken.com/what-we-do/> [lokaliseret 23. december 2020].

Hermans, L. & Drok, N., 2018. Placing Constructive Journalism in Context. *Journalism Practice*, 12(6), s. 679-694.

Hermans, L. & Gyldensted, C., 2018. Elements of constructive journalism: Characteristics, practical application and audience valuation. *Journalism*, 20(4), s. 535-551.

Hugger, S. E., 2020. To år efter redaktionen rykkede: 10 ting, der har gjort din avis mere konstruktiv. *Fyens Stiftstidende*, [online] 23. september 2020. Tilgængelig fra: <https://fyens.dk/artikel/to-%C3%A5r-efter-redaktionen-rykkede-10-ting-der-har-gjort-din-avis-mere-konstruktiv> [lokaliseret 28. december 2020].

Journalisten, n.d. *Om os*. [online] Tilgængelig fra: <https://journalisten.dk/om-os/> [lokaliseret 28. december 2020].

Kabel, L., 2005. *Verden langt herfra: En analyse af nyheder og faktaprogrammer i dansk tv*. [online] Århus: Center for Journalistik & Efteruddannelse. Tilgængelig fra: [http://notessrv01.update.dk/cfje/kildebase.nsf/60a3310e7d8e0718c1256a9b00479430/b318fae7982cbacec1257005002e4bd1/\\$FILE/Verden%20langt%20herfra.pdf](http://notessrv01.update.dk/cfje/kildebase.nsf/60a3310e7d8e0718c1256a9b00479430/b318fae7982cbacec1257005002e4bd1/$FILE/Verden%20langt%20herfra.pdf) [lokaliseret 28. december 2020].

Korsgaard, L., 2019. Journalistik, der giver håb, er ikke naiv. Den er nødvendig. *Zetland*, [online] 25. november 2019. Tilgængelig fra: <https://www.zetland.dk/historie/sejvw0J7-a8DEYXaM-03c83> [lokaliseret den 28. december 2020].

Krippendorff, K., 2004. *Content analysis: an introduction to its methodology*. 2nd edition. Thousand Oaks: Sage Publications.

Krippendorff, K., 2013. *Content analysis: an introduction to its methodology*. 3rd edition. Thousand Oaks: Sage Publications.

Mast, J., Coesemans, R. & Temmerman, M., 2018. Constructive journalism: Concepts, practices, and discourses. *Journalism*, 20(4), s. 492-503.

McIntyre, K., 2020. "Tell Me Something Good": Testing the Longitudinal Effects of Constructive News Using the Google Assistant. *Electronic News*, 14(1), s. 37-54.

McIntyre, K. & Gyldensted, C., 2017. Constructive Journalism: An Introduction and Practical Guide for Applying Positive Psychology Techniques to News Production. *The Journal of Media Innovations*, 4(2), s. 20-34.

McIntyre, K. & Sobel, M., 2017. Motivating news audience: Shock them or provide them with solutions? *Communication & Society*, 30(1), s. 39-56.

Meier, K., 2018. How Does the Audience Respond to Constructive Journalism? Two experiments with multifaceted results. *Journalism Practice*, 12(6), s. 764-780.

Newman, N., Fletcher, R., Schultz, A., Andi, S. & Nielsen, R. K., 2020. *Reuters Institute Digital News Report 2020*. [online] The Reuters Institute. Tilgængelig fra:

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf

[lokaliseret 23. december 2020].

Obitsø, O., 2019a. TV 2 Fyn udnævner konstruktiv redaktør - vil være Danmarks mest konstruktive mediehus. *Journalisten* [online], 20. maj 2019. Tilgængelig fra:

<https://journalisten.dk/tv2-fyn-udnaevner-konstruktiv-redaktoer-vil-vaere-danmarks-mest-konstruktive-medie/> [lokaliseret 23. december 2020].

Obitsø, O., 2019b. TV 2 Nyhederne gør perspektiv til et nyhedskriterie. *Journalisten* [online], 28.

januar 2019. Tilgængelig fra: <https://journalisten.dk/tv-2-nyhederne-gor-perspektiv-til-et-nyhedskriterie/> [lokaliseret 28. december 2020].

Poepsel, M. & Cox, J., 2019. Bringing the Community to journalism: A Comparative Analysis of Harken-driven and Traditional News at Four NPR Stations. *Community Journalism*, 7(1), s. 38-53.

Poort, M., 2018. *Constructive journalism: An answer to the negativity of the news?*. Speciale.

Södertörns University. Tilgængelig fra: [http://www.diva-](http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1215584/FULLTEXT01.pdf)

[portal.org/smash/get/diva2:1215584/FULLTEXT01.pdf](http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1215584/FULLTEXT01.pdf) [lokaliseret 23. december 2020].

Skovsgaard, M. & Søberg, P. F., 2016. Nedtrykt af negative nyheder: Effekten af positive og negative tv-nyheder på seernes humør, hukommelse og lyst til at se nyheder, *Journalistica*, 10(1), s. 29-51.

Slots- og Kulturstyrelsen, 2020. *Mediernes udvikling i Danmark*. [online] Slots- og Kulturstyrelsen.

Tilgængelig fra:

https://mediernesudvikling.slks.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/Mediernes_udvikling/2020/Overblik_og_perspektivering/Overblik_og_perspektivering_2020_ny.pdf?fbclid=IwAR3SUHsyF8EnfCMINmibh4UrN3eMs-QOOHJuszEYekZcFCFRN-93KMmwW58

[lokaliseret 27. december 2020]

Solutions Journalism Network, 2020. *Who We Are*. [online] Tilgængelig fra:

<https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are/mission> [lokaliseret 23. december 2020]

TV 2 Fyn, 2018. *Public service-redegørelse 2018*. [online] TV 2 Fyn. Tilgængelig fra: https://www.tv2fyn.dk/files/media/2019/15/final-public_service-redegoerelse_2018.pdf [lokaliseret 23. december 2020].

Uhre, C., 2019. TV 2 / Fyn vil styrke seernes tillid med journalistik, der har fokus på løsninger. *Journalisten*, [online] 17. oktober 2019. Tilgængelig fra: <https://journalisten.dk/tv-2-fyn-soeger-loesninger-paa-problemerne-for-at-opbygge-tillid-til-deres-seere/> [lokaliseret 28. december 2020].

Verdens Bedste Nyheder, n.d. *Konstruktiv journalistik*. [online] Tilgængelig fra: <https://verdensbedstenyheder.dk/om-verdens-bedste-nyheder/konstruktiv-journalistik/> [lokaliseret 30. december].

Watson, D. & Clark, A. L., 1988. Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), s. 1063-1070.

Weldingh, L., 2018. *Nyhedskriterier i Konstruktiv Journalistik*. Speciale. Syddansk Universitet.

10.1 Empiri

Nedenstående referencer er de fremhævede eksempler i specialets analyse og diskussion.

Baisgaard, J., 2020. Jonas må undvære Tinderbox i år: Nu genopfører han festivalen i sommerhuset. *TV 2 Fyn*, [online] 25. juni 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/jonas-maa-undvaere-tinderbox-i-aar-nu-genopfoerer-han-festivalen-i-sommerhuset> [lokaliseret 23. december 2020].

Bergman, P., 2020a. Mulig brandstifter anholdt på gerningsstedet. *TV 2 Fyn*, [online] 6. april 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/nyborg/mulig-brandstifter-anholdt-paa-gerningsstedet> [lokaliseret 23. december 2020].

- Bergman, P., 2020b. OB's 2-0-sejr over Sønderjyske - minut for minut. *TV 2 Fyn*, [online] 18. juni 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/odense/ob-soenderjyske-foelg-kampen-live-her> [lokaliseret 23. december 2020].
- Bergman, P., 2020c. Lun lørdag bliver højdepunktet i ustabil weekendvejr. *TV 2 Fyn*, [online] 24. juli 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/lun-loerdag-bliver-hoejdepunktet-i-ustabil-weekendvejr> [lokaliseret 23. december 2020].
- Jakobsen, M. B., 2020. Baråbning kan blive udskudt: - Det er umuligt at åbne. *TV 2 Fyn*, [online] 4. august 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/baraabning-kan-blive-udskudt-det-er-umuligt-aabne> [lokaliseret 29. december 2020]
- Jørgensen, S., 2020. Sådan påvirker pinsen trafikken på Fyn. *TV 2 Fyn*, [online] 24. juli 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/saadan-paavirker-pinsen-trafikken-paa-fyn> [lokaliseret 23. december 2020].
- Kjemtrup, M., 2020. Minimumsnormeringer: 17,6 millioner kroner på vej til pædagoger. *TV 2 Fyn*, [online] 12. maj 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/odense/minimumsnormeringer-42-nye-paedagogstillinger-paa-vej-i-odense> [lokaliseret 23. december 2020].
- Koustrup, L., 2020a. Chefanalytikerens svar: Det vil fynboerne vide om økonomi under krisen. *TV 2 Fyn*, [online] 26. marts 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/chefanalytikerens-svar-det-vil-fynboerne-vide-om-coronakrisens-oekonomiske-konsekvenser> [lokaliseret 23. december 2020].
- Koustrup, L., 2020b. Sofaskolen: Emneuger om fortællinger rundes af. *TV 2 Fyn*, [online] 24. april 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/sofaskolen-emneuge-om-fortaellinger-rundes-af> [lokaliseret 23. december 2020].
- Koustrup, L. & Jørgensen, K. L., 2020. Coronaudbrud: Det vil fynboerne vide. *TV 2 Fyn*, [online] 16. marts 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/corona-udbrud-det-vil-fynboerne-vide-0> [lokaliseret 23. december 2020].

Rasmussen, S. D., 2020. Fynboer får svar: Hvad med bus og færger under corona? *TV 2 Fyn*, [online] 13. marts 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/coronavirus-paa-fyn/fynboere-faar-svar-hvad-med-bus-og-faerger-under-corona> [lokaliseret 23. december 2020].

Ritzau, 2020a: Kommuner dropper søgsmål mod staten for fejl i udligning. *TV 2 Fyn*, [online] 17. maj 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/kommuner-dropper-soegsmaal-mod-staten-fejl-i-udligning> [lokaliseret 23. december 2020].

Ritzau, 2020b: Tiger fra Odense Zoo dræber dyrepasser. *TV 2 Fyn*, [online] 4. juli 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/odense/tiger-fra-odense-zoo-draeber-dyrepasser> [lokaliseret 23. december 2020].

Ritzau & Bergman, P., 2020. Corona medfører betragteligt fald i dødsulykker i trafikken. *TV 2 Fyn*, [online] 30. juli 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/corona-medfoerer-betragteligt-fald-i-doedsulykker-i-trafikken> [lokaliseret 23. december 2020].

Sepstrup, L., 2020. Corona på femte uge: Henrik har stadig symptomer. *TV 2 Fyn*, [online] 14. april 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/corona-paa-femte-uge-henrik-har-stadig-symptomer> [lokaliseret 23. december 2020].

Skov, M. U., 2020. Simon og Monika spiller Kim Larsen og Mads Langer for isolerede ældre. *TV 2 Fyn*, [online] 10. april 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/middelfart/simon-og-monika-spiller-kim-larsen-og-mads-langer-isolerede-aeldre> [lokaliseret 23. december 2020].

Weirsøe, F., 2020. Tatovører på Fyn donerer sprit og handsker til OUH. *TV 2 Fyn*, [online] 23. marts 2020. Tilgængelig fra: <https://www.tv2fyn.dk/fyn/tatovoerer-paa-fyn-donerer-sprit-og-handsker-til-ouh> [lokaliseret 23. december 2020].

11. OVERSIGT OVER FIGURER OG TABELLER

Figur 1. Specialets opbygning	11
Figur 2. Fordelingen af konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler i samplen.	42
Figur 3. Nyhedsartikler fordelt i sektioner på tværs af kategorierne.....	43
Figur 4. Den procentvise fordeling af konstruktive og ikke-konstruktive nyhedsartikler ud fra sektioner.	44
Figur 5. Antallet af konstruktive nyhedsartikler fordelt ud fra konstruktive elementer. Flere elementer kan optræde i samme nyhedsartikel.	45
Figur 6. Antallet og procentvis fordeling af nyhedsartikler ud fra anvendelsen af konstruktive elementer.	46
Figur 7. Gennemsnit af antal ord i kategorierne fordelt i sektioner.	48
Figur 8. Fordelingen af den gennemsnitlige læsetid for nyhedsartikler.....	49
Figur 9. Kategoriernes gennemsnitlige læsetid fordelt i sektioner.....	51
Figur 10. Konstruktive nyhedsartiklers gennemsnitlige læsetid fordelt på konstruktive elementer. Flere elementer kan optræde i den samme artikel.	52
Figur 11. Gennemsnittet af gengangere angivet i procent.	53
Figur 12. Procentvis fordeling af gengangere i sektioner. Den procentvise fordeling er baseret på det gennemsnitlige antal gengangere.	54
Figur 13. Nyhedsartiklernes gennemsnitlige antal klik. Medianen viser middelværdien for alle nyhedsartikler, konstruktive nyhedsartikler og ikke-konstruktive nyhedsartikler.	55
Figur 14. Det gennemsnitlige antal klik fordelt i sektioner.....	56
Figur 15. Den procentvise fordeling af klik i sektioner.	56

Tabel 1. Variablerne i de grønne felter repræsenterer manifest indhold, hvorimod variablerne, som er placeret i de hvide felter, repræsenterer latent indhold. Variablen i det grå felt skaber et overblik over tilstedeværelsen af det latente indhold.	32
Tabel 2. Interkoderreliabilitetstest af variabler. Variablerne ‘Koder’, ‘Kodningsdato’, ‘URL’, ‘Udgivelsesdato’, ‘Rubrik’ og ‘Konstruktiv’ er undtaget.	39

12. BILAGSLISTE

Bilag 1: Interview med Mads Boel

Bilag 2: TV 2 Fyns konstruktive kompas - LINK

Bilag 3: Interview med Kristina Lund Jørgensen

Bilag 4: Målepunkter hos TV 2 Fyn

Bilag 5: Kodningsmanual

Bilag 6: Kodningsskema

Bilag 7: Artikeludvælgelse

7.1 Talgenerator

7.2 Alle udgivne artikler fra den 11. marts til 11. august 2020

Bilag 8: Pilottest

Bilag 9: Koderkonsensus

9.1 Koderkonsensus – resultater

Bilag 10: Interkoderreliabilitetstest

10.1 Interkoderreliabilitetstest - resultater

Bilag 11: Signifikanstest

11.1 Signifikanstest på ord versus konstruktiv/ikke-konstruktiv

11.2 Signifikanstest på læsetid versus konstruktiv/ikke-konstruktiv

11.3 Signifikanstest på gengangere versus konstruktiv/ikke-konstruktiv

11.4 Signifikanstest på klik versus konstruktiv/ikke-konstruktiv

Bilag 12: Udregninger og grafer i Excel

12.1 Konstruktive versus ikke-konstruktive nyhedsartikler

12.2 Konstruktive elementer

12.2.1 Tabeloversigt

12.3 Ord

12.4 Læsetid

12.4.1 Tabeloversigt

12.5 Gengangere

12.6 Klik