

Nyhederne genstartet

- Hvordan nyheder udvælges og formidles
på de otte danske daglige nyhedspodcasts



"Det er de danske nyhedspodcasts i dag..."

Vi hedder:

Jeppe Ørregaard (63352)

Helena Vinther Nielsen (63540)

Stine Lindegaard Pedersen (63536)

Speciale i Journalistik

Roskilde Universitet

Juni 2023

Abstract

This study examines the eight daily Danish news podcasts focusing on their characteristics and journalistic practices. The paper uses a mixed methods design: A quantitative analysis of 195 podcast episodes with 427 stories, a qualitative analysis of eight selected podcast episodes and interviews with three podcast editors. Through the quantitative analysis the researchers identify four tendencies across the news podcasts:

1. Stories are often presented through a single interview-participant.
2. Journalists are the most commonly featured interview-participants.
3. Political and international stories dominate the content.
4. News topics are covered several days after their initial occurrence.

The results indicate that the Danish news podcast selection of news aligns with traditional news values such as being current and relevant. Political news holds significant prominence due to listeners interest and what the other media find significant. Furthermore journalists are frequently chosen as interviewees, as they are considered great storytellers who possess deep understanding of the subjects and they can see the different events from multiple perspectives. This approach contributes to the podcasts maintaining objectivity, despite the presence of only one interviewee per story. To ensure objectivity news podcasts employ various techniques, including incorporating quotes from other sources and posing critical questions to the interview participants. Additionally, the analysis shows that, on average, it takes 3.8 days from the initial media coverage of a news event until it is addressed in a Danish news podcast. Thus, news podcasts typically do not serve as breaking news source. The primary purpose of these podcasts is to provide perspective and background on a story.

The Danish news podcasts deliver news through a narrative with a single interviewee, yet selection of stories is based on traditional news criteria, employing measures to ensure a nuanced objectivity. This approach prioritizes background and in-depth analysis over immediate coverage of events.

Indholdsfortegnelse

Abstract	2
Indholdsfortegnelse	3
Bilagsoversigt	4
Formidlingsprodukt	5
1. Problemfelt	6
1.2 Problemformulering	8
2. Teori	9
2.1 Nyhedsjournalistik	9
2.2 Objektivitet til debat	10
2.2.1 Vinklet objektivitet	12
2.3 Nyhedsværdier og nyhedsudvælgelse	13
2.3.1 De fravalgte nyheder	15
2.4 Ingen kilder, ingen journalistik	15
2.4.1 Journalister der interviewer journalister	16
2.5 Forskellige genrer, forskellige idealer	18
2.5.1 Nye strømninger	20
2.6 Podcast hvad for noget?	21
2.6.1 Podcast vs. radio	22
2.6.2 Nyhedspodcast som genre	24
2.6.3 Fire forskellige slags daglige nyhedspodcasts	25
2.6.4 De danske nyhedspodcasts	27
3. Metode	29
3.1 Forskningsstrategi	29
3.1.1 En hermeneutisk undersøgelse	29
3.1.2 En metodisk tretrinraket	30
3.2 Forskningsdesign	31
3.3 Kvantitativ indholdsanalyse	32
3.3.1 Sample	32
3.3.2 Kodning	32
3.3.4 Behandling af kvantitativ data	35
3.4 Kvalitativ indholdsanalyse	35
3.4.1 Nærkodning 1: Inddragelse af andre kilder	36
3.4.2 Nærkodning 2: Journalister som interviewpersoner	37
3.4.3 Nærkodning 3: Tid efter breaking	38
3.5 Interviews	38
3.6 Forskningskriterier	41
4. Resultater	44
4.1 Kendetegn ved danske daglige nyhedspodcasts	49
4.3 Fire udvalgte tendenser	50

5. Analyse	52
5.1 Tendens 1: Udenlandske historier og politik fylder meget	52
5.1.3 Den gode nyhedshistorie på podcast	56
5.1.4 Går dybden ud over bredden?	58
5.2 Tendens 2: Der er typisk én interviewperson med per historie	58
5.2.1 Gæsten som hovedperson	59
5.2.2 Ikke blot mikrofonholderi	60
5.2.3 Er nyhedspodcasts ensidige?	63
5.3 Tendens 3: Journalister er den mest brugte kildetype som interviewperson	64
5.3.1 Journalister bruges til svære emner	64
5.3.2 Journalister har styr på fakta	66
5.3.3 Journalister fra egne og andre medier	66
5.3.4 Journalister som øjenvitner og insidere	68
5.3.5 Journalister henviser til andre kilder	69
5.4 Tendens 4: Nyhederne udkommer flere dage efter, det er sket	70
5.4.1 Et løst forhold til aktualitet	72
5.4.2 En ny og hurtigere fortællemodel	73
5.4.3 Til dem der læser overskrifter	74
5.4.4 Nyheder på bagkant men i dybden	75
5.5 Delkonklusion	77
6. Diskussion	78
6.1 Er nyhedspodcast en nyhedsgenre?	78
6.2 De danske nyhedspodcasts-genrer - behov for flere nuancer?	79
7. Konklusion	83
8. Litteraturliste	85
9. Podcast-transskribering	95

Bilagsoversigt

Bilag 1 - Kvantitativ Indholdsanalyse kodningsmanual
Bilag 2 - Nærkodningsguides
Bilag 3 - Resultater
Bilag 4 - Interviewguide
Bilag 5 - Dato interview
Bilag 6 - Genstart interview
Bilag 7 - Zetland interview
Bilag 8 - Samlet kodning
Bilag 9 - Nærkodning - inddragelse af andre kilder
Bilag 10 - Nærkodning - journalister som interviewpersoner

Formidlingsprodukt

Før du læser videre, anbefaler vi, at du først finder dine høretelefoner frem. For vi har nemlig produceret en podcast, der præsenterer specialets vigtigste pointer og dykker ned i et særligt udvalgt fokusområde. Podcasten er tilegnet Roskilde Universitets podcastkanal, RUC Lyd, hvor specialets podcast er en del af et nyt format, som vi vælger at kalde *Med speciale i*. Formatet er tiltænkt specialestuderende på RUC, der i fremtiden kan overtage mikrofonen i podcasten og præsentere lige netop det emne, de har speciale i. Målgruppen er andre studerende på RUC, der kan bruge podcasten som inspiration til egne projekter og speciale, men også familie og venner, som i et mere letforståeligt sprog kan få et indblik i, hvad ens speciale handler om.



Billedet til venstre er RUC Lyds logo. Billedet til højre er vores bud på et coverbillede til podcasten 'Med speciale i ...'

I dette tilfælde er vores speciale danske nyhedspodcasts, og du kan høre første afsnit om netop det i podcasten *Med speciale i nyhedspodcast* ved at trykke på nedenstående link.

Lyt her: <https://on.soundcloud.com/ayoX7>

Udskriften af podcasten kan også findes til slut i specialet efter litteraturlisten.

1. Problemfelt

Mens nyheder engang var noget, man kunne læse i avisen, så er der uendelige muligheder for at blive orienteret om verden og vores samfund i dag. Aviserne er der trods modgang endnu sammen med andre skrevne medier på print, men efterhånden mest på nettet. Tv og radio er i dag tilgængeligt for de fleste, omend det ikke altid er i form af et fysisk fjernsyn eller en radio. For det kan naturligvis også distribueres via nettet – på en computer, en tablet eller en telefon. Den digitale udvikling har også affødt et helt nyt produkt: podcast. Et nyere lydmedie som ikke er afhængig af en radiofrekvens, men som produceres målrettet mod digital lytning (Newman & Gallo 2019: 9). Det har åbnet op for lydmarkedet, som andre medier eller enkeltpersoner nu også kan træde ind på (Berry 2006: 155; Madsen 2009: 1193). Men også radiomedier, som eksempelvis DR, satser i stigende grad på podcast. Med god grund. For det er et medieprodukt, som har vundet indpas.

Hvis man ser på DR's medieforskning, står det klart, at antallet af minutter brugt på radiolytning har været stødt faldende i mange år. Denne tendens har faktisk gjort sig gældende siden 90'erne, hvor radioens retræte startede, og det samme billede tegner sig de seneste år. I 2015 brugte danskerne i gennemsnit 121 minutter på radiolytning om dagen, mens det tal faldt til 92 minutter i 2022 (DR Medieforskning 2022: 9). Mens radiolytningen i Danmark er dalende, så peger pilen den anden vej for podcasts. I 2017 var der 17 procent der lyttede til podcasts ugentligt, og det er steget til 32 % i 2022 (DR Medieforskning 2022: 10).

Blandt de mange populære podcasts er genren nyhedspodcast en stor del af markedet, og overalt skyder nye formater frem. De fleste nyhedsmedier med respekt for sig selv har i dag en nyhedspodcast – eller flere. Den første nyhedspodcast, som for alvor slog igennem herhjemme, var DR's *Genstart*, der begyndte den 2. marts 2020. Podcasten var stærkt inspireret af den amerikanske nyhedspodcast *The Daily* fra New York Times (Albrecht 2020). Med 711.800 downloads og ugentlige streams sidder *Genstart* her flere år efter solidt på tronen som den mest lyttede podcast i Danmark (DR Medieforskning 2022: 11). Den succes har DR selv fulgt op med de lignende formater *Tiden* og *Orientering Udsyn*, mens flere af de store danske dagblade har lavet deres bud på daglige nyhedspodcasts – som Politikens *Du lytter til Politiken* og Berlingskes *Pilestræde*.

I en tid hvor færre får avisen i postkassen og færre ser TV Avisen om aftenen, bliver podcast på mange måder set som fremtiden (Mikkelsen 2022). Derfor er det også noget, som mange medier investerer flere og flere penge i, og det er i nogle tilfælde også på bekostning af den traditionelle live-radio. Senest har DR valgt at omlægge live-radiofladen på P1 om eftermiddagen til at være en

blanding mellem to forproducerede podcasts og klassisk radio med værter, der laver live-interviews (Nielsen 2023). For at frigive midler til at producere podcast bliver det altså på bekostning af liveradioen. Men da podcastene bliver produceret på forhånd, kan noget af aktualiteten gå af i eftermiddagsfladen. Et eksempel er, at da man tændte for sin radio eller streamede P1 om eftermiddagen tirsdag den 31. januar 2023, hvor det var dagens store nyhed, at supermarkedskæden Irma skulle lukke, så var det i den forproducerede podcast *Orientering Udsyn* en helt anden supermarkedskæde, det handlede om – nemlig Aldi, der længe forinden havde annonceret sin lukning. På den ene side kan man sige, at det var ret heldigt ramt, at den forproducerede podcast handlede om butikslukninger lige netop den dag, selvom omdrejningspunktet var et andet. Dog kan det diskuteres, om det måske skabte forvirring hos lytterne, der tidligere på dagen havde læst, set eller hørt nyheden om Irma-lukningen. DR har da også fået kritik for at være mindre aktuel med det nye format fra flere sider. Herunder af Bodil Skovgaard Nielsen, der i Information skriver, at man har *”smidt aktualiteten ud med badevandet”* (Nielsen 2023; Strand 2023). Denne mangel på aktualitet er også noget af den kritik, der er blevet rejst angående nyhedspodcasts generelt – blandt andet i Politiken, der kalder DR’s nyhedspodcast *Tiden* for *”underligt uaktuel”* (Skarum 2022).

Den mere forproducerende tilgang, som medierne udøver med deres podcasts, står i kontrast til den digitalisering, der har fundet sted hos medierne de seneste årtier, hvor nyhederne er kommet hurtigere og hurtigere ud til modtagerne. Når der sker noget, kan man kort efter læse det på online nyhedsmedier eller se det på TV 2 News. Nogle får måske endda en push-besked direkte på telefonen. Også de sociale medier betyder, at politikere og journalister hurtigt kan melde noget ud – uden det behøver at blive journalistisk bearbejdet. Det står i kontrast til dengang, hvor man skulle vente på, at avisen var blevet trykt – her ville der altså ofte gå et halvt til et helt døgn før en nyhed kom ud til befolkningen. Men med nyhedspodcast ser vi, at udviklingen nu går den anden vej igen, hvor nyhederne ikke nødvendigvis skal udkomme hurtigst muligt.

Nyhedspodcasts er med til at understrege en anden medietendens, nemlig det mere personaliserede og segmenterede medieforbrug (Schultz 2007: 17). I stedet for at vi alle ser den samme tv-avis, der giver et bredt overblik over dagens nyheder, kan man vælge den podcast, der passer til lige netop ens behov. Måske er man særligt interesseret i udenlandske nyheder, måske er der en særlig vært, man godt kan lide. Måske er der nogle historier, som interesserer en mere end andre, og så kan man bare vælge de afsnit og springe resten over. Nyhedspodcasts viderefører altså eksisterende medietendenser, men gør også tingene på en ny måde. Samtidig er det et medieprodukt i rivende udvikling, og bare i Danmark findes der et hav af forskellige podcasts, med forskellige fokusområder. Derfor er det væsentligt, at blive klogere på, hvordan nyhedspodcastene formidler nyheder.

Det vil vi se nærmere på i dette speciale ved at undersøge nyhedspodcast som en ny genre, da det er et område, der ikke har været genstand for meget forskning i en dansk kontekst. Newman og Gallo (2019; 2020) har i deres forskning identificeret fire forskellige typer af nyhedspodcasts, hvilket også taler for, at der indenfor nyhedspodcast-genren kan ses variationer. Derfor er det interessant at se på, hvilke kendetegn der gør sig gældende for netop de danske nyhedspodcasts, og hvorvidt denne nye genre læner sig op af nyhedsjournalistikken, nu hvor ordet 'nyhed' indgår i definitionen af genren. Som nævnt er nyhedspodcasts eksempelvis blevet kritiseret for ikke at leve op til et meget klassisk journalistisk ideal om aktualitet, men er det noget, som vi kan se afbilledet i deres nyhedsdækning og er det problematisk, eller er det bare en del af formatet og produktionsmåden, når man formidler nyheder på denne måde?

Vi vil også undersøge, hvordan de danske nyhedspodcasts forholder sig til journalistiske idealer, såsom objektivitetskriterier, nyhedsværdier og kildetyper. Idealerne skal bruges til at forklare og give forståelse for de valg, som de forskellige nyhedspodcasts træffer, når de skal beslutte, hvordan de gerne vil formidle en nyhedshistorie. Vi anser dermed ikke journalistiske idealer som en facitliste, men nærmere som en række overvejelser, journalister og redaktører skal forholde sig til.

Vi vil dermed undersøge, hvordan de danske nyhedspodcasts formidler nyheder med udgangspunkt i følgende problemformulering:

1.2 Problemformulering

Hvad kendetegner danske daglige nyhedspodcasts, og hvordan bliver journalistiske idealer praktiseret i denne nye genre?

2. Teori

I følgende afsnit vil vi afdække eksisterende forskning inden for nyhedsjournalistik og podcast samt præsentere specialets teoretiske ståsted. Afsnittet er delt op i to forskellige søjler. Første del omhandler teori og litteratur om nyhedsjournalistik generelt, hvorefter vi vil dykke ned i journalistiske idealer om objektivitet, nyhedsværdier, nyhedsudvælgelse samt brug af kilder. Her beskrives også de forskellige journalistiske genrer. Omdrejningspunktet i vores anden del af teorien er podcast. Her dykker vi ned i forskning og litteratur om det relative nye format og dets udvikling. Her fremhæver vi den eksisterende viden om nyhedspodcasts, hvor vi til slut vil præsentere de danske daglige nyhedspodcasts.

2.1 Nyhedsjournalistik

Nyhedsjournalistik har altid været i udvikling, og de seneste årtier har især digitaliseringen været med til at ændre nyhedsjournalistikken. Ifølge Sjøvaag (2016) er der særligt tre forudsætninger, der er de vigtigste for nyhedsjournalistik: politik, økonomi og teknologi (Sjøvaag 2016: 20). Særligt økonomien og teknologien har ændret sig drastisk op gennem 00'erne og 10'erne med internettets fremkomst og den stigende digitalisering af aviserne, samt den teknologiske udvikling i forhold til streaming af både radio og tv. Sjøvaag fremhæver blandt andet, at digitaliseringen har givet nye rutiner på en redaktion, hvor nyheder og deadlines skal tilpasses nye formater, såsom til mobilen og sociale medier. Derudover har algoritmer også fået en meget større rolle i nyhedsjournalistikken, da det også har en indvirkning på mediets indtjening qua annoncer med videre. Sjøvaag pointerer dog, at ved at algoritmerne i højere grad fylder på nyhedsmediet – særligt online – så bliver brugerne i mindre grad præsenteret for en fælles dagsorden, men får et mere personligt og segmenteret nyhedsbillede (ibid.: 21). Digitaliseringen påvirker altså brugernes nyhedsforbrug meget, blandt andet ved en stor udvidelse af nyhedstilbud, der er mere tilgængelige på mange platforme, men også i højere grad er individualiserede og segmenterede. Det lyder jo meget positivt for forbrugeren, men for pressen, der traditionelt set har sat dagsordenen for den brede befolkning, kan de ses som en udfordring (ibid.: 23).

Som det næsten ligger i ordet, skal en nyhed berette om noget nyt. Det kan dog både være i form af nye begivenheder, informationer, nye tendenser eller lignende. Det skelner Iyengar mellem med begreberne *episodisk framing* og *tematisk framing* (Iyengar 1990:22.) Framing henviser i denne sammenhæng til den måde, som en nyhed bliver vinklet og fremstillet på. Ifølge Robert Entman vil det at frame sige, at man vælger nogle aspekter ud og gør dem mere fremtrædende i en kommunikationskontekst (Entman 1933: 52). *Episodisk framing* forstås som nyhedshistorier, der

fokuserer på enkeltstående begivenheder, ofte om enkeltpersoner. Det kan være i form af personlig historie, en case. Med en *tematisk framing* er der i stedet fokus på tendenser og en mere generel samfundskontekst (Iyengar 1990:22). Her er objektet for historien abstrakt og mere upersonligt og fortælles ofte ved hjælp af figurer og statistikker (ibid.). Et eksempel på en *tematisk frame* ses eksempelvis, når en artikel nøgternt beskriver, at inflationen stiger, mens der med en *episodisk frame* kunne tages udgangspunkt i en person, som er ramt af de stigende priser. De to ting kan dog også flyde sammen i nogle historier.

De to typer af frames kan altså opsummeres på følgende måde:

Tabel 1: Episodisk og tematisk framing

Episodisk frame	Tematisk frame
<ul style="list-style-type: none">• Tager udgangspunkt i en konkret begivenhed/person• Der er ofte en hovedperson i historien. Derfor er der ofte en case-kilde	<ul style="list-style-type: none">• Udgangspunkt i nye tal, ny viden, ny tendens• Er ikke knyttet til et bestemt begivenhed - har nærmere karakter af et emne eller en debat med afsæt i en generel samfundsmæssig kontekst

I de følgende afsnit vil med udgangspunkt i begreber om journalistiske idealer komme ind på, hvad der kendetegner en 'god' nyhed, og hvordan den bør bearbejdes og kan fortælles ud fra forskellige synspunkter.

2.2 Objektivitet til debat

Et af de stærkeste journalistiske idealer er, at journalistik skal være objektiv – eller tilstræbt objektiv, som Schudson (1978) beskriver det (Blach-Ørsten 2007: 12). I traditionel forstand har det i hvert fald været et ideal siden den amerikanske presses udvikling, der ifølge Schudson tog fart og blev udbredt i slut 1900-tallet – langt tidligere end i europæisk journalistik (Schudson 2001: 149). På samme tidspunkt var partipressen dominerende i de danske medier, hvor der var en klar forbindelse mellem journalistikken og partiinteresser, men med omnibuspressen og professionaliseringen af journalistik brød den objektive norm også frem i Danmark (Schultz 2007). Men hvordan man så er objektiv, er i konstant udvikling og til debat. Senest er en udtalelse af P3-chefen Isabella Hindkjær blevet diskuteret heftigt. Hun sagde i DR radioprogrammet *Akkurat*, at den tid, hvor medierne tilstræbte sig objektivitet, og hvor man hører modsatrettede synspunkter, var slut:

Vi kan ikke gemme os bag den opfattelse af objektivitet. Vi er nødt til at melde os ind, og vi er nødt til at sige, at der er nogle store sandheder, hvor vi som institutioner bærer ansvar for at ændre verden (Ulstrup 2023).

Med "den opfattelse af objektivitet" henviser Hindkjær altså til det, man kan kalde den klassiske opfattelse af objektivitet, som journalister har lært at påtage sig .

Den klassiske *objektivitet* bliver beskrevet af Gaye Tuchman (1972) som en strategisk norm inden for nyhedsjournalistikken, hvor hun fremhæver fire procedure, der går igen, når en journalist skal lave en nyhedshistorie, der forekommer objektiv. I det ligger der også en kritik, fordi Tuchman peger på, at det i højere grad handler om et ritual, der skal sikre journalisten/mediet mod kritik end egentlig objektivitet (Blach-Ørsten 2007: 14). De fire procedurer er:

- Præsentere de mulige konflikter og begge sider af sagen.
- Præsentere underbyggende beviser gennem fakta.
- Præsentere forskellige parters holdninger gennem citater.
- Præsentere det vigtigste først – nyhedstrekanten.

(Tuchman 1972: 665-670).

Westerståhl (1983) beskriver også den klassiske objektivitet-forståelse og beskriver objektivitet som en norm, der lidt i tråd med Tuchmans beskrivelse, kan deles op efter *fakta* og *upartiskhed* (Westerståhl 1983: 405). Ligesom Tuchman (1972) lægger Westerståhl også vægt på fakta og den neutrale præsentation. Dog understreger Westerståhl også, at objektivitet også kan opnås ved, at en journalist eksempelvis ikke vælger at dække et område, hvis vedkommende har en egeninteresse i emnet, og på den måde skærmer sig fra en kritik om at være biased (ibid.).

Dét, som P3-chefen Isabella Hindkjær stiller spørgsmålstejn ved i radioprogrammet, er, om man fortsat bør følge alle disse procedurer for at være objektiv. Skal man eksempelvis altid høre alle sider af en sag og alle parters holdning? Hvad med klimajournalistikken eksempelvis – skal man fortsat høre dem, der ikke tror på, at klimaforandringerne er menneskeskabte, selvom alt forskning peger derpå? Et norsk studie af klimajournalistikken viser, at det netop er en udfordring (Ytterstad 2011: 377). Baseret på interviews med klimajournalister er det især det at være tro mod sandhed og fakta, som disse journalister vurderer som værende vigtigt frem for eksempelvis balance (ibid.). Men det kan også blive opfattet som aktivistisk eller som en slags kampagnejournalistik, og det var også dét, som Hindkjær på baggrund af udtalelsen i radioprogrammet blev kritiseret for. Et af DR's

bestyrelsesmedlemmer, Katrine Winkel Holm, udtalte eksempelvis, at det var rystende, og at *“DR er forpligtet på at være alsidig og objektiv, og så vil hun være aktivistisk”* (Ulstrup 2023). Det viser, at objektivitet er oppe til debat – også hos medier og journalister.

2.2.1 Vinklet objektivitet

Selvom objektivitetsbegrebet altså bliver udfordret, står det dog stadig som et meget vigtigt ideal for de fleste journalister. Et studie i journalisters implementering af objektivitetsnormen i Danmark viser, at objektivitet stadigvæk er en hjørnesteen i den journalistiske profession – og at det også har en indvirkning på, hvordan journalister udvælger nyhedshistorier, og hvilken journalistisk rolle de indtager (Skovsgaard et al. 2013). Skovsgaard et al. har gennem et spørgeskema fået svar fra lidt over 2000 danske journalister, hvor størstedelen af dem i høj grad mener, *“at det er vigtigt for en journalist at være så objektiv som muligt”* (ibid.: 33). Dog viser deres resultater også, at objektivitetsnormen ikke er identisk for alle journalister, men ændrer sig fra journalist til journalist. Den kan ligeledes være forskellig fra medie til medie (ibid.: 36).

For mens pressen har udviklet sig først fra partipresse til omnibuspresse, så bliver medierne nu i højere grad kendetegnet som en segmenteret presse (Schultz 2007: 17). Med det forstås, at en avis (eller et andet medie) er til nogle og ikke for alle, fordi der er en større markedsorienteret tilgang (ibid.: 20). Det betyder eksempelvis, at medierne lægger vægt på forskellige stofområder og også har forskellige vinkler på fælleshistorier (ibid.). Forskningen viser også, at der i et vist omfang er overlap mellem mediernes holdning i lederspalterne, debatstoffet og den måde, som nyhederne dækkes på (Villadsen 2007; Schultz-Jørgensen 2006). Det gælder eksempelvis dækningen af Muhammedkrisen (Kunelius et. al. 2007) og Irakkrisen (Hjarvard et. al. 2004). Ligeledes viser en undersøgelse, der blev lavet inden Ruslands invasion af Ukraine, at danske medier dækker Rusland negativt, og i høj grad har fokus på Vladimir Putin som en autoritær statsleder, og at der er mange blinde vinkler i forhold til hele landet og dets store befolkning (Kabel 2016: 11). Ud fra Westerståhls objektivitetsbegreb kan det altså være et eksempel på, at journalisterne måske nok fortæller om fakta, men at der sjældent er en helt ligevægtig balance i brug af kilder og vinkler.

I den nutidige segmenterede presse kan man således sige at medierne kan have en *vinklet objektivitet* (Blach-Ørsten 2007: 20). Journalistikken skal stadig være sand og saglig, men vinklen og kildebruget kan afhænge af mediets læser/brugerprofil (Schultz 2007: 20). Heidi Jønch-Clausen og Lise Lyngbye peger ligeledes på, at objektivitetsbegrebet i praksis også er blevet erstattet med et nyt begreb i form af *fairness* (Jønch-Clausen & Lyngbye 2007). Hvad *fairness* så betyder, har de spurgt en

række chefredaktører om, og her er der enighed om, at især neutralitet og dét at høre alle relevante kilder i en sag er vigtige elementer i fair journalistik. Dog afviser de en millimeter balance, hvor alle parter eksempelvis får lige meget plads i en artikel (ibid.: 98). Ja, det kaldes faktisk gammeldags af redaktørerne, for journalistik er også at udlede essensen af en sag og dermed gøre folk klogere frem for bare at fremlægge to synspunkter (ibid.: 104). Når det er sagt, peger forskning også på, at det er vigtigt for de danske nyhedsbrugere. 73 procent svarer i en årlig undersøgelse af danskernes brug af nyhedsmedier, at de foretrækker nyhedsmedier, der lader forskellige holdninger komme til orde (Schrøder et. al. 2021: 19).

Objektivitetsbegrebet er til konstant debat, men de traditionelle journalistiske idealer, som balance, neutralitet og dét at komme så tæt på en sandhed som muligt, lever i bedste velgående. Dog vil der ofte blive lagt et særlig snit i en sag i form af en *vinklet objektivitet*, ligesom der også er emner, hvor det ikke altid giver mening at høre alle synspunkter – eksempelvis når det gælder klima. I følgende afsnit vil vi nu se nærmere på de journalistiske værktøjer og værdier, som bruges til at udvælge de historier, der ender med at blive nyheder.

2.3 Nyhedsværdier og nyhedsudvælgelse

Et begreb der går igen og igen i journalistikforskningen, når der tales om nyhedsværdier, er nyhedskriterierne. De nok mest kendte nyhedskriterier, som alle journalister har lært at sige i søvne, er AVISK eller VISAK-kriterierne: *aktualitet*, *væsentlighed*, *identifikation*, *sensation* og *konflikt* (Gravengaard 2010: 25-26). *Aktualitet* dækker over noget, som netop er sket, *væsentlighed* henviser til, at det betyder noget for borgere eller samfundet generelt, *identifikation* dækker over, at historien har elementer af nærhed, *sensation* at det er opsigtsvækkende eller usædvanligt, og *konflikt* at der er modsætninger eller strid mellem personer eller interesser (ibid.).

De fem kriterier har været omdrejningspunktet i danske journalistiske lærebøger siden 1977 med Kaj Asmussen og Mogens Meilbys bog *Ryd Forsiden*, og bliver beskrevet af Gravengaard (2010) som kriterier, der er stærkt indlejret i den journalistiske praksis: "*Der er altså i høj grad tale om, at nyhedskriterierne fungerer som vedtagne sandheder og selvfølgeligheder, der ligger dybt i den journalistiske selvforståelse*" (Gravengaard 2010: 27).

Hele idéen om at lave en række nyhedsværdier stammer fra Galtung og Ruge, der tilbage i 60'erne opstillede 12 nyhedskriterier. Deres tese var, at jo flere kriterier en historie opfylder, desto større chance er der for, at det bliver en nyhed (Gravengaard 2010: 27). Deres nyhedsværdier er sidenhen

blevet genbesøgt flere gange, blandt andet af Harcup og O'Neill, der har videreudviklet kriterierne via indholdsanalyser af diverse mediers historier. De finder her 15 nye nyhedskriterier, heriblandt *det visuelle, positive nyheder og kendisfaktor* (Harcup & O'Neill 2001; Harcup & O'Neill 2017). Nyhedskriterier har gennem flere år tillagt enorm stor forklaringskraft, når det drejer sig om nyhedsudvælgelsen – eksempelvis hvorfor medierne har et stort fokus på sensation, konflikter og personificering (Vestergaard 2021). De kan dog ikke ses som en facitliste, da det som beskrevet mere er institutionaliserede normer, som både er til stede implicit og eksplicit på redaktioner. Spørgsmålet er så i vores sammenhæng, hvilke pejlemærker der gør sig gældende for nyheder på podcasts.

Forskning i nyhedsudvælgelse tager ofte udgangspunkt i såkaldte 'newsroom-studies'. Willig (2011) har gennem et etnologisk feltstudie, på blandt andet DR, fulgt redaktørerne og journalisternes dagligdag i forhold til udarbejdelsen af TV Avisen. Her fandt hun frem til, at de fem nyhedskriterier i høj grad kan identificeres i arbejdsgangen. Dog pointerer hun, at det i særdeleshed sker implicit, og altså ikke italesættes direkte, medmindre det aktivt skal debatteres, hvorledes en historie skal prioriteres frem for en anden. Men på trods af, at kriterierne virker meget lige til, så fandt Willig frem til, at de i høj grad er flydende kriterier (Willig 2011: 59-61). Hun beskriver det blandt andet ved, at en historie eksempelvis kan karakteriseres som værende aktuel, når den første gang bliver bragt i en avis eller i en nyhedsudsendelse. Den kan dog også være aktuel, hvis historien bliver bragt med en ny vinkel – fx kan en ny rapport, der ikke er blevet brugt før, give anledningen til at genbesøge en historie, selvom rapporten måske har været offentliggjort i flere uger (ibid.: 60-61).

Willigs resultater viser også, at hvorvidt en historie er mediets egen, et konkurrerende medie eller en *fælleshistorie*, har stor betydning for nyhedsudvælgelsen. Derfor tilføjer hun *solohistorie* som nyhedskriterie, da de anses som væsentlige og prestigefyldte i det, som hun med afsæt i Bourdieus teori, beskriver som et internt felt. Hvis en redaktør har på fornemmelsen, at noget kan blive til en *solohistorie*, er det ikke lige så vigtigt, hvor væsentlig eller aktuel den er – den har alligevel rig mulighed for at blive bragt (Willig 2011: 171). Det handler om at være dagsordensættende, da *solohistorier* har høj symbolsk værdi og er en vigtig journalistisk målestok (ibid.: 184). *Solohistorierne* er afhængige af, at andre medier anerkender den og samler den op, hvorefter de bliver til *fælleshistorier*. Ellers kaldes det en *solo-nolo historie* (Willig 2011: 184). Willig beskriver ligeledes, at det inden for det journalistiske felt er vigtigt at holde øje med, hvad andre medier gør – hvilket kan medføre en ensartet selektion af nyheder hos de forskellige medier (ibid.: 115).

2.3.1 De fravalgte nyheder

For at forstå hvad der ligger til grund for at specifikke historier bliver udvalgt hos forskellige medier, er det ligeledes afgørende at forstå, hvilke historier der bliver valgt fra, og ikke mindst hvorfor de gør det. I Willigs undersøgelse af TV Avisen beskrives blandt andet en historie om nogle borgere, der har omgået vedtægter i en lokalplan, droppes, da ingen af dem vil stille op. Det lykkedes heller ikke journalisten at få nogle andre almindelige borgere til at forholde sig til sagen, og redaktøren vil ikke lave historien med blot en kommentar fra myndighederne. Eksemplet viser, hvordan cases er en væsentlig nyhedsværdi for TV Avisen, og hvordan fraværet af netop en hovedperson og case gør, at historien bliver valgt fra (Willig 2011: 140).

En der også har beskæftiget sig med fravalg er Gravengaard (2008). Dette er sket i kraft af fire ugers feltarbejde på en indlandsredaktion på et dansk dagblad. Gravengaard beskriver, hvordan der ikke er tale om, at journalister bevidst overvejer alle de handlemuligheder, de har, når de skal vælge en historie. De trækker i stedet på deres erfaring og viden, og vælger den mulighed, de finder bedst egnet (Dreyfus & Dreyfus 1986: 1991). Der er derfor en form for rutineret handlemønster, hvor journalisten på automatik træffer en afgørelse, om hvilke(n) historier vedkommende skal bruge krudt på (Gravengaard 2008: 50).

Og så handler det om prioritering. For på trods af der er adskillige nyhedsplatforme, avisspalter, tv-minutter og tid i radioen, så handler nyhedsudvælgelse også om, at prioritere nyheder overfor hinanden. Gravengaard (2010) beskriver det som *nyhedstærsklen*, der af Eide defineres som: "*den hindring en begivenhet må over for å bli en nyhed*" (Eide 1992: 71). En historie vurderes i sammenligning med andre historier ud fra redaktionens vurdering af, hvor 'gode' de er i forhold til de andre historier på den pågældende dag (Gravengaard 2010: 65). Dette er væsentligt at dykke ned i, da udgivelsesfrekvensen for nyhedspodcasts typisk er én gang om dagen og de ofte indeholder få historier (Newman & Gallo 2020).

2.4 Ingen kilder, ingen journalistik

En af de vigtigste ingredienser for nyhedsjournalistik er kilderne. Kilder bliver brugt på tværs af stort set alle nyhedsgenrer for at balancere indslag eller artikler. Kristensen (2004) beskriver kilderne som "*et vigtigt led i mediernes indsats for at legitimere deres formidling som afbalanceret og upartisk*" (Kristensen 2004: 129), hvilket også er i tråd med Tuchmans beskrivelse, om at brug af kilder gennem citater er med til at opbygge objektivitet (Tuchman 1972).

Bjerg (2005) kalder kilder for 'ekstern kompetence'. En kilde skal have forstand på det, de udtaler sig om, og de skal virke troværdige (Bjerg 2005: 1). Kilder opdeles typisk i tre klassiske idealtyper:

1. **Eksperten**

Har stor viden og overblik over et emne, uden at ville fremme sin egen eller sin arbejdsplads interesser. Fremstår neutral. Typisk universitetsprofessorer eller andre fagfolk.

2. **Parten**

En person der aktivt vil fremme bestemte interesser. Optræder ikke neutralt og har en klar interesse i emnet. Typisk en politiker eller en direktør i en virksomhed.

3. **Casen**

Taler kun ud fra sine egne oplevelser og erfaringer. Det er kildens liv, holdninger og oplevelser, der er i fokus. Har egne interesser, ligesom en partskilde, men optræder typisk mere som eksemplet på samfundsmæssige problemstillinger.

(Bjerg 2005; Schmidt & Mørk 2016).

Der er lavet meget forskning om danske mediers brug af kilder, og hvordan det kan diskuteres og kritiseres. I en omfattende kortlægning har Skovbjerg og Schultz Jørgensen (2006) undersøgt den danske dagspresses brug og forhold til kilder. Her fandt de frem til, at kildernes sociale og demografiske profil er elitær (Skovbjerg & Schultz Jørgensen 2006: 5). For eksempel udgør 55 procent af avisernes kilder personer med en akademisk uddannelse – i befolkningen udgjorde samme gruppe blot fem procent. Derudover fandt de frem til, at kun ti procent af kilderne er 'almindelige mennesker', hvor de resterende 90 procent var repræsentanter for en organisation, virksomhed, profession eller andet (ibid.). Adskillige undersøgelser af danske mediers brug af kilder viser også, at andelen af mandlige kilder er væsentlig større end andelen af kvindelige (Skovbjerg & Schultz Jørgensen 2006; Jørndrup 2021). En undersøgelse viser dog, at andelen af kvindelige kilder er vokset. Hvor andelen af kvindelige kilder i 2015 lå på 25 procent, så er den i 2020 steget til 35 procent (Jørndrup 2021: 11). Det tyder altså på, at der ikke er en ligelig fordeling mellem de forskellige kildetyper, og at andelen af de brugte kilder ikke stemmer overens med befolknings-sammensætningen.

2.4.1 Journalister der interviewer journalister

Udover de tre idealtypiske kildetyper er det en stigende tendens i nyhedsjournalistikken, at journalister interviewer journalister. Schrøder beskrev allerede tendensen i 2004: At der i stigende grad på TV og i radio blev bragt indslag, hvor TV-værter interviewer reportere – i både ind- og udland – om historier (Schrøder 2004). Schrøder begrunder fænomenet med, at det er en del af en ny

samtalegørelse. Begrebet er beskrevet af Fairclough og beskriver nyhedssprogets udvikling fra at være formelt og knudret til at blive mere mundret og letforståeligt (Schrøder 2004).

Schrøder beskriver desuden, hvordan den interviewede journalist kan have to forskellige roller. Enten som *øjenvidne* eller som *insider* (ibid.). *Øjenvidnet* er typisk en reporter, der er på lokationen for den respektive begivenhed. Opgaven for den udsendte reporter er her at formidle fakta, stemning og oplevelse. *Insideren* er en slags ekspert, der har et dybdegående kendskab til et bestemt område, for at kunne beskrive baggrunden for en begivenhed eller indhente vurderinger af en begivenheds konsekvenser. Det er typisk journalister, der har titlen 'analytiker' eller 'korrespondent' eller 'redaktør', der bistår den funktion (ibid.). Schrøder beskriver dem som 'eksperter', da de har en slags etnografisk indsigt i et givent felt – eksempelvis hvis en person har arbejdet på Christiansborg i mere end 15 år, så har vedkommende en unik indsigt i Christiansborgs procedurer, som andre ikke har (ibid.).

Tendensen, med at journalister i stigende grad interviewer journalister, kritiseres dog flittigt (Reseke 2019; Schrøder 2004; Schultz Jørgensen 2019)). Schrøder har i en undersøgelse sammen med Phillips interviewet borgere, der kom med udtalelser som følgende: "*Det er fandme let at være journalist i dag - man finder bare en anden journalist og interviewer ham!*" (Schrøder 2004). I 2019 skrev Schultz Jørgensen en kommentar i Politiken med titlen "*Almindelige mennesker er for besværlige: Efterhånden interviewer journalisterne i TV Avisen kun sig selv*" (Schultz Jørgensen 2019).

Her skriver han:

Uanset hvilket stofområde og hvilken sag der er tale om – erhverv, retssager, klima, sundhed, politik, kongehuset i – følger TV-Avisen samme stramme dramaturgi, med deres egne journalister som hovedpersoner i formidlingen (...). Reporter, korrespondent og ekspertkilde i én og samme person. Et journalistisk kinderæg. Helt hult i midten (Schultz Jørgensen 2019).

Schultz Jørgensen savner flere almindelige mennesker i TV Avisen og kritiserer sammensætningen af indslag og valg af kilder for at være den 'nemme' og forudsigelige løsning (ibid.). Schrøder (2004) mener dog, at det er vigtigt, at man i kritikken af det dobbelte journalist-interview tager in mente, om den dialogiske formidlingsform rent faktisk er den bedste til at formidle lettilgængeligt for brugerne (Schrøder 2004). Et greb han fremhæver, som kan komme kritikken i møde, er en god præsentation og disclaimer af sin journalistiske kilde – det som han kalder en koncentreret oplysningsindsats. Her fremhæver han den daværende studievært på DR2's Deadline, Kurt Strand, der præsenterer sin kilde sådan her: "*Olav Skåning Andersen, DR-sportschef og, ikke mindst, doping-ekspert, er nu med os fra Athen*" (ibid.).

2.5 Forskellige genrer, forskellige idealer

Vi har nu beskrevet flere forskellige journalistiske idealer inden for nyhedsjournalistikken. Særligt fremtrædende er objektivitetsbegrebet, der dog siden Tuchmans (1972) beskrivelse har udviklet sig, hvilket også er sket ved idealerne om nyhedskriterier, nyhedsudvælgelse samt brug af forskellige kildetyper. Det understreger igen, hvordan journalistiske idealer ikke skal forstås som værende facitlister, men i stedet er noget, journalister ofte forholder sig til og som er baseret på tidligere erfaring. Dermed kan idealerne variere fra historie til historie, mellem journalistisk genrer og mellem forskellige medier og journalister.

Ifølge Tuchman er der også forskel på graden af objektivitet i nyhedsjournalistik baseret på genren. Eksempelvis er en avis delt op i forskellige sektioner, hvor de første sider er generelle *'straight objective'* historier, hvor de mere specialiserede historier, som finansnyheder eller sport, har deres egen sektion. Historier, der ikke er objektive, bliver placeret på den redaktionelle side, eller ved siden af (Tuchman 1972: 671).

I en dansk kontekst har Grunwald (2004) undersøgt de journalistiske genrer baseret på de 32 aviser, der anno 2003 var i Danmark. Forskning viser, at flere af dem også går igen på andre medieplatforme – såsom radio, tv og nettet. Han understreger, at genrer dog kun er delvist synlige, da genrebestemmelserne er baseret på netop de bagvedliggende journalistiske idealer, i forhold til hvordan de bliver til, hvilket sprog der benyttes og opbygningen af artiklen. Det er normer og kvalifikationer, som journalisterne tillærer sig under uddannelsen og erfaring i faget (Grunwald 2004).

Grunwald opdeler avisens genrer i det han kalder funktionsniveauer: *avisens diskursfællesskab*, *undergenrer* og *den narrative variation*. Diskursfællesskab siger noget om det formidlingsmæssige mål. Variationen i diskursfællesskabet bestemmes af strategiske og redaktionelle overvejelser baseret på læserne (Grunwald 2004). Undergenrer beskriver noget om avisens egne 'formkategorier'. Det handler om den journalistiske tradition og professionalisering for, hvordan en artikel skal skrives og i hvilken form, den skal bringes. Narrative variationer bestemmes dels af genrer, undergenrer og det respektive stofområde – men bliver også påvirket af den enkelte journalists måde at sætte sit præg på historien, og dermed have en stilart (ibid.). Du kan se inddelingen i tabel 2.

Tabel 2: Avisernes genrer og undergenrer

Genrer	Undergenrer	Narrative variation
Nyhedsjournalistik	Artikler med byline Noter	Meddelte nyheder (Hard news) Fortalte nyheder (Soft news)
Baggrundsjournalistik	Reportage Interview Dokumentation Case Oversigt Analyse	Featuren: Fortælleren der deltager eller iagttager Gonzo New Journalism
Meningsjournalistik	Leder Kommentar Anmeldelse Klumme Kronik	Bagside journalistik (ATS) Underholdende journalistik (Rygter og anekdoter)
Portrætjournalistik	Profil Dagens portræt Nekrolog Personportræt Gruppeportræt Virksomhedsportræt Lokalitetsportræt Tidsportræt Selvportræt	Historisk portræt Erindringsportræt Rekonstruktionsportræt Feature: fortælleren der deltager eller iagttager
Servicejournalistik	Omtaler Foromtaler Produktanmeldelser Rejsereportager	Oplevelsesjournalistik
Annoncer	Rubriksannoncer	Meddelelser Fortællinger
Reklamer	Billede og tekstindsalg	Fortællinger

(Grunwald 2004).

En anden måde at opdele journalistiske genrer er ved at se på, hvad artiklen, radioindslaget eller tv-programmet *gør*. Det kan opdeles efter tre forskellige genrer: *Den informerende, den vurderende og den fortællende genre* (Thurah & Kristiansen 2013: 95). Se fordelingen i tabel 3.

Tabel 3: Opdeling af journalistiske genrer

Den informerende genre	Den vurderende genre	Den fortællende genre
Nyhed Referat Baggrund Interview Voxpop Portræt	Analyse Leder Kronik Anmeldelse Læserbrev Klumme	Feature Reportage Dramadokumentar

(Thurah & Kristiansen 2013: 95).

Modellen er god til bedre at kunne adskille og bestemme, hvilken type genrer der er tale om – men tager ikke højde for forskellige medieplatforme. Et nyhedsprogram som TV Avisen kan eksempelvis godt have elementer fra alle de tre forskellige genrer, ved eksempelvis at indebære både interview, analyse samt reportage (Thurah & Kristiansen 2013: 95). Genrerne kan altså godt sammensættes som forskellige elementer.

2.5.1 Nye strømninger

De ovenstående kategoriseringer af journalistiske genrer tager udgangspunkt i et meget klassisk nyhedsperspektiv – men som alt andet, så er det også et område, der er under udvikling. En journalistisk strømning, der har vundet indpas de seneste 15 år, og i høj grad adskiller sig fra en mere klassisk opfattelse af nyhedsjournalistik, er den *konstruktive journalistik*. Her anser man den kritiske vinkel, som en dårlig vane, der er svær at bryde for journalister, og at journalistikken kan være fordommende, og derfor ikke altid tjener samfundet (Haagerup 2012).

Pavel Bielik og Jan Visnovsky (2021) mener ligesom Ulrik Haagerup, at journalistikken skal være opmærksom på, hvad den er sat i verden for. De mener, at det er vigtigt at have for øje, at den offentlige samtale har brug for journalister. Ifølge dem har befolkningen brug for flere forskellige måder at få information end bare direkte faktuelle 'beskeder' (Bielik & Visnovsky 2021: 30-33). Journalisters primære ressourcer må altså gå til forklarende journalistik, der går i dybden med politiske historier, retssager, offentlige myndigheder og det demokratiske samfund og de problemer og bekymringer, der optager publikummet (ibid.) Flemming Svith (2010) har også undersøgt den *forklarende journalistik*, hvor han fremhæver, at forklarende journalistik både kan ske, ved at journalister forklarer en sag ved hjælp af kilder, eller at journalisten også kan bruge sig selv eksplicit og forklare sagens indhold (Svith 2010: 126-127).

De nyere journalistiske strømninger, som vi vælger at fremhæve her, giver et indtryk af, at der er forskellige opfattelser af, hvilken rolle journalistikken har i samfundet og over for dets borgere. Der tegner sig derfor nu et billede af, at der er forskellige journalistiske idealer på spil inden for forskellige genrer. Spørgsmålet er så, hvilken der gør sig gældende, når det kommer til nyhedspodcasts. Men først vil vi nu dykke ned i, hvad podcasts egentlig er, og hvilken forskning der er på området.

2.6 Podcast hvad for noget?

Podcast som begreb kan dateres tilbage til 2004, hvor journalist Ben Hammersley i en artikel i The Guardian beskrev, hvordan online radio blev mere og mere udbredt, takket være ipods, billig lydsoftware og weblogs (Hammersley 2004). Men hvad skulle man dog kalde dette fænomen? Audioblogging? Podcasting? GuerillaMedia? spurgte Hammersley (ibid.). Ordet 'pod' stammer fra Apple, selvom de ikke har noget at gøre med udviklingen af podcast, men på daværende tidspunkt var Apples iPod den mest udbredte bærbare mp3-afspiller. Apple har også haft en stor indflydelse på udbredelsen af podcast, da de har distribueret podcast via iTunes, og det har været en fast app i alle iPhones siden 2004. (Bottomley 2015: 164-166; Madsen 2009: 1195). I dag bruges Spotify dog i stigende grad til podcast-lytning, ligesom flere medier også har udviklet egne apps, hvor man kan lytte til deres podcast (Kalim 2021). En podcast kan defineres på følgende måde: *"A podcast is an episodic series of digital audio files, which you can download, subscribe to, or listen to via a range of technologies (RSS feed, podcasting apps)"* (Newman & Gallo 2019: 9). Der er dog diskussion om, hvorvidt serialiteten er afgørende. Derfor definerer Nielsen Saabye en podcast som en *"digital lydfil tilgængeliggjort på internettet"* (Nielsen Saabye 2019: 19). Derudover beskriver hun, at podcast ofte udgives i serier og at man ofte kan abonnere på dem (ibid.).

Særligt for podcast er, at det begyndte som et græsrodsmedie, som alle i princippet kunne producere uden at have et stort medie i ryggen. Det krævede bare en god idé, optageudstyr og adgang til internettet (Berry 2006: 155; Madsen 2009: 1193). Derfor var de første podcast heller ikke produceret af professionelle mediekyndige, men i høj grad af almindelige mennesker. Selvom podcast i dag også produceres hos de store medier, så er det i princippet stadig et åbent marked uden gatekeepers. I Danmark finder man fortsat også podcasts på hitlisterne, som er produceret af helt almindelige mennesker, der hverken er journalister eller ansat hos et medie. Eksempelvis *Mørkeland*, hvor to kvinder gennemgår danske mordsager (Podcastindex 2023). Flere forskere har derfor også dykket ned i, hvad motivationen er for disse uafhængige podcastere og hvilken betydning de har for deres lyttere (Berg 2021; Markman & Sawyer 2014; Symons 2016).

Også aviser og andre skrevne medier har efterhånden indtaget podcastmarkedet, hvilket giver dem helt nye muligheder. Ud fra et strategisk synspunkt kan podcast nemlig bruges til at udvide mediets brand og marked – både når det gælder lyttere og læsere samt annonceindtægter (Newman 2019). Blandt andet fordi det giver adgang til et nyere og yngre publikum, som mange af de traditionelle medier måske kan have svært ved at få fat i ellers. For eksempel er The Guardians podcastlyttere 15-20 år yngre end avisens læsere (Lindeberg 2019: 17). Ligeledes er det en måde at forlænge avisernes øvrige indhold på (Lindeberg 2019: 24). Det samme gør sig egentlig gældende for broadcasterne, der traditionelt har produceret radio. Også de har set, at der er behov for at komme ind på podcastmarkedet for at få fat i det yngre publikum og følge med udviklingen, hvor nyheder i stigende grad indtages digitalt (Lindeberg 2019: 16).

En af udfordringerne med podcast har imidlertid været at tjene penge på dem. På trods af den eksplosive vækst er det nemlig kun få podcastudbydere, som har skabt en bæredygtig forretning enten via produktion eller udgivelse (Kammer & Sejersen 2022: 6). Det er dog vigtigt at huske på, at lige netop podcast som nævnt ikke er født som en kommerciel medieplatform (ibid.: 23). En opgørelse over det danske podcast-marked viser, at der i 2022 var 2.529 aktive podcasts. Her er størstedelen enten lavet af uafhængige podcastere (26,2%) eller medievirksomheder (26,3%) (ibid.:21-22). Hvis man spørger de uafhængige podcastere, så svarer 45,3 procent, at de har forsøgt at tjene eller har tjent penge på deres podcast, hvor andelen hos medievirksomheder er væsentlig større. Her er det nemlig 75,7 procent, der har forsøgt eller har tjent penge på deres podcast (ibid.). Undersøgelsen viser også, at de største indtægtskilder - på tværs af de forskellige typer af podcast-udbydere - er løn/honorar og annoncering (ibid.: 25).

Selvom podcast er et nyere fænomen, er der flere forskere, som har dykket ned i fænomenet. Der findes blandt andet forskning om, hvordan podcast rent teknisk fungerer og hvordan det kan bruges til eksempelvis uddannelse og vidensformidling (Heilesen 2010; Llinares et al. 2018) Der findes desuden forskning om podcastlytterne. Noget tager udgangspunkt i, hvad de selv siger om deres lyttemåde og bevæggrunde for at forbruge podcast (Park 2017; McClung & Johnson 2010; Perks & Turner 2018), mens andet undersøger lytterenes handlinger – eksempelvis hvor meget de lytter og til hvilke podcast (DR Medieforskning 2022; Edison Research 2019). Vi vil i resten af afsnittet fokusere på, hvordan podcast adskiller sig fra radio og dykke ned i nyhedspodcast som genre.

2.6.1 Podcast vs. radio

Podcast blev i den etablerede medieverden i første omgang brugt til at forlænge radio-programmernes rækkevidde ved også at udgive programmerne til on-demand digital lytning. (Berry

2006: 148). I dag er det dog begyndt at gå den omvendte vej, så nogle programmer først og fremmest produceres som podcast og så efterfølgende sendes i radioen (Tøfting 2021a). Her kan der skelnes mellem begreberne *native podcast* og *catch up radio*, hvor *native podcast* er et program der er produceret og tilrettelagt som et on-demand program uden at være bundet af radio-skemalægning, mens *catch up radio* er radioprogrammer, der efterfølgende udgives som podcast, så man kan lytte til det, hvis man ikke hørte det live (Newman & Gallo 2019: 9).

Podcast har rod i radio-journalistikken, og mange programmer er både et radioprogram og en podcast. Især i podcastens første tid mindede det da også meget om radio (Lindeberg 2019: 12). Men forskningen viser også, at podcast er sin egen og på mange måder adskiller sig fra traditionel radio. Det skyldes blandt andet, at lyttekonteksten ofte er anderledes, da mange lytter alene og med høretelefoner. Nyre beskriver derfor podcast som et *selv-centrerede medie* (Nyre 2015: 294), mens Swiatek beskriver podcasten som et *intimt medie*, der skaber en bro mellem lytteren og de medvirkende i podcasten (Swiatek 2018: 173). Det betyder også, at podcast i høj grad bliver brugt til et andet formål end liveradio. Ifølge Barrios-Rubio kan man sige, at liveradio besvarer spørgsmålet "hvad sker der," mens radio on demand svarer på "hvad har jeg misset?" og podcast "hvad kan jeg lære?" (Barrios-Rubio 2021: 34).

Asier og Miguel (2022) påpeger, at nyhedspodcast adskiller sig fra nyheder på radio ved at kombinere to formater. Der er det klassiske nyhedsformat med interviews og lydbidder og så et mere narrativt format, som man kender fra reportager og dokumentarer, med direkte deltagelse fra historiefortælleren (Asier & Miguel 2022: 1). Ligeledes beskriver flere studier, hvordan podcastværten har en anderledes rolle end radioværten (Miller et al. 2022; Asier & Miguel 2022). Indenfor nyhedsgenren gør radioværter minimalt brug af følelser og på objektiv vis opsummerer info gennem soundbites med kilderne (Tuggle et al. 2014). Men i podcasts viser værterne i større grad empati og skaber et intimt rum (Miller et al. 2022). Derudover peger en del forskning på, at værten eller værterne har en stor betydning for lytterne (Boling & Hull 2018; Craig et al.: 2021). Forholdet til værten skaber nemlig en loyalitet, der får lytteren til at vende tilbage (ibid.). Også Berry (2016) argumenterer for, at podcasten forstærker den intimitet, der allerede findes ved at lytte til radio og refererer i til podcast-producent Helen Zaltman, der siger:

You're talking right into their ears. They feel physically close to you (...) They have to make several choices in order to be able to listen to it. You can't end up listening by accident and then you'll be listening on headphones on a portable device and carrying you around with them (Berry 2016: 6).

2.6.2 Nyhedspodcast som genre

Indenfor podcast findes der forskellige genrer, som både er påvirket af produktionsformen og det emne, der behandles. Der findes forskellig bud på, hvilke genrer der findes inden for podcasts. Hjortsø, Kirkvåg og Rud skelner mellem to grundgenrer i form af *talepodcast*, hvor en eller flere værter har en samtale, og *den historiefortællende podcast*, som er centreret om en fortælling, ofte et tidsligt forløb (Hjortsø et al. 2020: 35). Derudover påpeger de, at der også er stor forskel på, hvor tidskrævende de to genrer er, da den *historiefortællende podcast* ofte kræver mere redigering (ibid). Yderligere skelner de mellem forskellige undergenrer i form af *personlig livsstilsnak*, *den faglige dialog*, *nørdediskussionen*, *comedy*, *læring*, *true-crime*, *musikanalyse*, *dokumentar*, *historiefortælling*, *fiktionsdrama* og *nyhedspodcast* (ibid.: 39-44).

Martínez-Costa and Lus-Gárate daterer nyhedspodcast tilbage til 2006, hvor The Guardian lancerede *Newsdesk*, som senere blev til *Guardian daily* (Martínez-Costa & Lus-Gárate 2019). Det var dog da The New York Times lancerede *The Daily* i 2017, at genren for alvor vandt frem (Zumeta 2020). Om nyhedspodcasts viser forskningen, at de ofte bruger fortællende elementer som musik, arkivklip og forklarende speaks (Asier & Miguel 2022: 10-11; Andersen 2022: 44). Undersøgelser af de spanske nyhedspodcasts viser desuden, at national politik er det emne, som dominerer de daglige nyhedspodcasts (Asier & Miguel 2022: 9).

I lighed med podcast generelt er værten også central i nyhedspodcasts, da vedkommende er med til at opbygge intimitet, ligesom et førstepersons narrativ også ofte gør (Jorgensen 2021). Avisernes nyhedspodcasts bliver i mange tilfælde også koblet sammen med avisen. Det gøres ved, at avisernes journalister medvirker i podcastene og ved at henvise lytterne til avisens indhold på print og web (Asier & Miguel 2022: 11).

Nee og Santana (2022) har i et forskningsprojekt analyseret 40 forskellige nyhedspodcasts og finder, at der overordnet set sker et skifte fra en objektiv formidlende journalistisk til en mere fortolkende journalistisk.

Joining the list of relatively new technologies is the news podcasts, which, according to the preliminary finds of this research, have the potential to do the same by moving away from a strict objectivity model in the presentation of the news and toward a more personal, colloquial one (Nee & Santana 2022: 1571).

Det ses blandt andet ved, at værterne – der typisk er journalister – ofte fremtræder som både en karakter, der er med i fortællingen, men også som en ekspert på området. Til slut vurderer de, at storytelling i flere tilfælde fylder mere end det journalistiske indhold (Nee & Santana 2022: 1559).

Forskning peger dog også på, at selvom nyhedspodcasts er fortællende, så har de stadig stærke journalistiske normer, såsom nøjagtighed og verifikation (Miller et al. 2022: 145) Overordnet set så fremhæver de, at et helt unikt karaktertræk ved netop nyhedspodcasts er, at de også er med til at genopfinde det, de kalder *late breaking news* efter Clark og McLean (2020). At nyhedspodcasts altså ikke i samme grad abonnere på at skulle 'breake' nyheder, men i stedet skal kunne stå alene.

2.6.3 Fire forskellige slags daglige nyhedspodcasts

Der er flere forskellige beskrivelser af, hvad nyhedspodcast er for en størrelse. Lindeberg kalder dem *news explainer*, da langt de fleste nyhedspodcasts fokuserer på at forklare en eller flere nyheder i dybden. Ofte på 20-30 minutter (Lindeberg 2019: 19). En lignende beskrivelse giver Martínez-Costa & Lus-Gárate, der ser daglige nyhedspodcasts som serielt lydindhold, der giver et kurateret udvalg af aktuelle nyheder på op til 25 minutter gennem narrativ og informativ journalistik, der er tæt knyttet til værtens stemme (Martínez-Costa & Lus-Gárate 2019). Newman giver dog et lidt mere nuanceret billede og identificerer fem typer af nyhedspodcast (Newman 2019):

1. Daglige nyheder/aktualitet.
2. Snak og interview uden manuskript - fx debat.
3. Narrative podcast med fokus på én historie eller ét emne, fx i form af en serie.
4. Andre dokumentarer, der dækker flere emner og udkommer fast.
5. Long reads på lyd - fx oplæste artikler .

Newman og Gallo (2020) præsenterer imidlertid også en anden inddeling i form af fire genrer. Her har de zoomet ind på de daglige nyhedspodcasts som et fænomen. Dem inddeler de i *deep dive*, *news round-ups* og *microbulletins* og senere tilføjer de også *extended chat* (Newman & Gallo 2020: 13). Dette er blandt andet baseret på en kortlægning af nyhedspodcast i seks lande (heriblandt Danmark). Kendetegnene for de fire nyhedspodcasts-genrer kan ses i tabel 4.

Tabel 4: De fire forskellige nyhedspodcasts-genrer

	Microbulletins	News round-ups	Deep dive	Extended chat
Beskrivelse	En ultrakort podcast der giver et resume af dagens nyheder.	Podcast der beskriver en vifte af nyheds-historier og giver et overblik.	Der bliver gået i dybden med ofte én enkelt historie. Kan være 2-3. Fortællende og ofte med lyddesign.	En uformel diskussion i et fleksibelt format, hvor et eller flere emner behandles.
Typisk længde	1-5 minutter.	6-15 minutter.	20+ minutter.	-
Eksempler	BBC Minute (BBC) Ekot (Swedish Radio)	OmniPod (Omni, Sverige) BBC Global Podcast	Genstart (DR) The Daily (New York Times)	Newscast (BBC)

(Newman & Gallo 2019; Newman & Gallo 2020)

Baseret på Newman og Gallos undersøgelse er det *deep dive-genren*, som udgør den største andel af nyhedspodcastene. Ifølge deres undersøgelse af seks lande udgør *deep dive* podcasts 43 procent af de daglige nyhedspodcasts. Efterfulgt af *news round-ups* (23%), *microbulletins* (20%) og *extended chat* (14%) (Newman & Gallo 2020: 13). De peger blandt andet på, at *deep dive-genren* er noget, som aviserne har kastet sig over, fordi det ligger godt i tråd med den fortællende og dybdeborende genre og faglige ekspertise, som ofte er til stede her. Mens broadcastere har fokuseret på *microbulletins* og redistribuering af eksisterende radioprogrammer, som man så kan høre som podcast efter, de er blevet sendt i radioen (Newman & Gallo 2019: 6). Dog kan udviklingen i DR dog ses som et eksempel på, at det er ved at ændre sig. At man med afsæt i den nye strategi om at være digitale først, producerer podcast, som så efterfølgende bliver sendt i radioen (Tøfting 2021a; Nielsen 2023).

At *deep dive-genren* udgør så stor en del af nyhedspodcastene kan også ses som et udtryk for, at det er den slags podcast, som bliver efterspurgt af lytterne. I en dansk kontekst er det også den genre, hvor der stadig kommer nye podcasts til, senest TV 2's *Dato*, mens podcast inden for nogle af de andre genrer er blevet lukket. Eksempelvis Berlingskes *Morgenposten*, der var en *news round up-podcast*, som blev udgivet sidste gang i december 2021 (Berlingske 2023). Eller Ritzaus *microbulletin-podcast Nyhedsoverblikket*, som lukkede ned i april 2020 efter få måneder (Ritzau 2023).

2.6.4 De danske nyhedspodcasts

Mens Newman og Gallo har undersøgt nyhedspodcast på globalt niveau, ønsker vi at dykke ned i det danske marked. Som Newman og Gallo også beskriver med afsæt i covid-19-tiden, så kan nyhedspodcast også udgives som særepisoder, der dækker enkelthistorier eller emner, som er relevante i en afgrænset periode. Eksempelvis så man flere podcasts om covid-19 (Newman & Gallo 2020: 28). I Danmark udgav DR *Stikket dybere* (Hansen 2021), mens 24Syv lavede *Mink-Pod* (24Syv 2023). Det er samtidig også et eksempel på, at der findes fagspecifikke podcast indenfor nyhedspodcast-genren. Der findes især en del podcast herhjemme, som udelukkende handler om politik. Her kan nævnes *Slotsholmen* (DR), *Altinget Ajour* (Altinget), *Borgen Unplugged* (selvstændig) og *Under gulvtæppet* (Jyllands-Posten). Nogle af disse bliver udgivet på daglig basis, mens andre udgives sjældnere, ofte ugentligt. Derudover har Dagbladet Børsen også podcasten *Børsens Morgenbreifing*, hvis formål er at give dagens vigtigste erhvevsnyheder, hvorfor vi også kategoriserer den som værende fagspecifik.

I dette speciale vil vi afgrænse os til at undersøge de nyhedspodcasts, som lever op til følgende kriterier, og dermed kan siges at være en dansk, daglig nyhedspodcast:

- Podcasten bliver udgivet dagligt (hverdage).
- Podcasten er ikke fagspecifik.
- Podcasten udgivet først som podcast - en *native podcast*.

Derfor er det disse danske nyhedspodcasts, der er genstandsfeltet for vores undersøgelse:

Tabel 5: De danske daglige nyhedspodcasts

Podcast	Medie
Genstart	DR
Tiden	DR
Orientering Udsyn	DR
Pilestræde	Berlingske
Du lytter til Politiken	Politiken
Helikopter	Zetland
Morgenoverblik	Zetland
Dato	TV 2

Her skal det dog nævnes, at Berlingskes nyhedspodcast *Pilestræde* for tiden kun udkommer fire dage om ugen fra mandag til torsdag. Men da den blev lanceret i marts 2021, udkom den alle hverdage, og blev også beskrevet som en “*daglig nyhedspodcast*” (Tøfting 2021b). Derfor har vi alligevel valgt at inkludere *Pilestræde* i vores undersøgelse.

Nu har vi fremlagt den teori og litteratur, der danner baggrunden for specialets teoretiske ståsted, der bygger på to søjler i form af nyhedsjournalistik og podcast. I forlængelse af det har vi udvalgt otte danske daglige nyhedspodcasts, som danner basen for specialets genstandsfelt.

3. Metode

Her i metodeafsnittet vil vi beskrive vores fremgangsmåde for undersøgelsen af de danske daglige nyhedspodcasts. Først vil vi fremlægge projektets forskningsstrategi, dernæst forskningsdesignet og til slut vil vi dykke ned i de enkelte metoder.

3.1 Forskningsstrategi

For at synliggøre, hvordan vi i dette projekt ønsker at skabe ny viden indenfor vores problemstilling, vil vi i dette afsnit beskrive, hvilken videnskabsteoretisk tilgang vi arbejder med, projektets relation mellem teori og research samt om vi arbejder overvejende kvalitativt eller kvantitativt. Formålet med at have en klar forskningsstrategi er blandt andet at skabe gennemsigtighed mellem relationen for vores baggrund og forforståelser som forskere i forhold til vores undersøgelse (Bryman 2016a: 16).

3.1.1 En hermeneutisk undersøgelse

I dette speciale tillægger vi os den hermeneutiske tilgang, da den overordnet handler om at skabe en fortolkende forståelse af et fænomen i stedet for at skulle afsøge og afgøre faste lovmæssigheder. Her er ingen viden sikker eller objektiv, men alt skal fortolkes i relation til verden omkring og forskerens perspektiv samt forforståelser (Juul 2012: 109-110, 145). Vi arbejder inden for den hermeneutiske tilgang, da formålet med dette projekt er at undersøge de danske nyhedspodcasts som et fænomen og efterfølgende få en dybere forståelse for deres indhold og praksis. Vi søger eksempelvis ikke at finde frem til kausale sammenhænge, som man blandt andet vil gøre inden for kritisk rationalisme og kritisk realisme (Koch 2013; Jespersen 2013).

Vi vil fortolke de danske nyhedspodcasts som fænomen gennem den hermeneutiske cirkel, der som begreb beskriver vekselvirkningen mellem del og helhed i forskningen. Det vil sige, at en del af undersøgelsen kun giver mening, hvis helheden inddrages, og omvendt (Højberg 2013: 292). Vi kan således kun forstå fænomenet bag de danske nyhedspodcasts ved at undersøge forskellige dele, det kunne være enkelte afsnit, men samtidigt også se det større perspektiv på tværs af det danske udbud. Den hermeneutiske cirkel og vekselvirkningen kan også bruges til at beskrive relationen mellem forskerens forforståelse for det udvalgte fænomen og selve undersøgelsen. Hermeneutikken opfatter ontologien, den sociale virkelighed, som forskellig og uafhængig og epistemologien, grundlaget for viden, som usikker og åben for diskussion (Juul 2012: 110). I hermeneutikken anses forskere derfor som en vigtig del af forskningens validitetskriterium, da det ikke er muligt helt at fjerne subjektiviteten i undersøgelsen, da den for eksempel er til stede, da vi udvælger at undersøge

nyhedspodcasts frem for et helt andet emne, ligesom vi har forforståelser, som også spiller ind på vores undersøgelse (Juul 2012: 128).

Vi er selv journaliststuderende, og i først vores praktiktid og nu arbejde som freelancere i DR har vi en bred erfaring med selv at producere nyheder på lyd. *Radioavisen*, *P1 Morgen* og *Genstart* er nogle af de lydmedier, som vi i specialegruppen har direkte erfaring med. Vi er derfor en del af det genstandsfelt, som vi ønsker at undersøge. Det er refleksioner, erfaringer og viden, som vi aktivt drager ind i vores forskning for på den måde bedst at kunne undersøge det fænomen, som danske nyhedspodcasts er. Dog er det vigtigt, at vi på trods af vores forforståelse er åbne overfor nye erfaringer, der dukker op undervejs i vores undersøgelse, så projektet ikke bliver låst af vores egne fordomme og hypoteser. Her er vekselvirkningen igen vigtig, således at vi selv som forskere også rykker os i takt med, at vores viden om emnet bliver større og større (Juul 2012: 125).

Et eksempel på, hvor vi har taget hensyn til vores egen forforståelse, er, da vi skulle interviewe redaktøren på *Genstart*. For netop på denne redaktion har to ud af tre medlemmer været i praktik, hvorfor vi var opmærksomme på, at vores forforståelser ikke fik for stor indvirkning på vores resultater. Gruppemedlemmet, der endte med at interviewe redaktøren, har været i praktik på redaktionen, men har ikke selv arbejdet med redaktøren.

3.1.2 En metodisk tretrinsraket

Det er ikke kun på et videnskabsteoretisk plan, at vi i projektet arbejder med vekselvirkning – det gør vi også på et metodisk plan. Vores undersøgelse tager nemlig både udgangspunkt i empirien og vores teoretiske værktøjer for at få en forståelse for de danske nyhedspodcasts praksis. Dermed arbejder vi i projektet abduktivt (Pedersen 2009: 151). Vi trækker både på en deduktiv forskningsstrategi, hvor vi søger efter at sammenholde vores valgte teori på vores indsamlede data, men samtidigt også på en induktiv strategi, hvor vi ud fra vores resultater generaliserer (Bryman 2016a: 21-22).

Overordnet tilrettelægger vi vores projekt som et mixed methods-design, hvor vi trækker både på kvantitative og kvalitative metoder for at besvare vores problemformulering (Bryman 2016b: 238). Vi har valgt at arbejde med et 'explanatory sequential design', som vi fremadrettet kalder et forklarende sekventielt design. Her kan den kvantitative eller kvalitative metode gå ind og forklare og give en dybere eller bredere indsigt i nogle resultater, som den anden metode ikke har vist (ibid.: 639-640). Vores mixed methods-design kommer derfor til at se sådan ud:

Figur 1: Metodedesign



Designet er opbygget af metoder ligesom en tretrinsraket. Først vil vi lave en kvantitativ indholdsanalyse af vores udvalgte nyhedspodcasts, der giver os en bred og omfangsrig viden på området. Baseret på de resultater udvælges så en række tendenser, som vi ønsker at undersøge nærmere. Udvælgelsen beskrives i afsnit 4.3. Den del udføres ved en kvalitativ indholdsanalyse, der skal give os en mere uddybende og specifik viden. Dernæst vil vi benytte os af kvalitative interviews for at blive klogere på vores resultater fra begge indholdsanalyser og supplere disse resultater. På den måde får vi belyst de danske nyhedspodcasts fra flere forskellige perspektiver, der både supplerer, udfordrer og bygger videre på de tendenser, som hver enkelt delelement af undersøgelsen bidrager med. Vi vil uddybe de konkrete metoder og valg i vores forklarende sekventielle mixed methods-design i afsnit 3.3, 3.4 og 3.5.

3.2 Forskningsdesign

I dette afsnit vil vi nærmere beskrive, hvordan vi har undersøgt danske nyhedspodcasts. Vi har valgt at lave et tværsnitstudie, hvor vi undersøger otte forskellige nyhedspodcasts i én bestemt periode – fra den 9. januar 2023 til den 10. februar 2023. Her er det vigtigt at have en systematisk og standardiseret metode til at indsamle data, således at der altid er et fast benchmark, når variationer i data skal identificeres (Bryman 2016c: 52-53). Det vil vi sikre ved at lave faste kodningskategorier i vores kvantitative indholdsanalyse, som vi beskriver i afsnit 3.3.2.

Grunden til vi vælger lige netop dette forskningsdesign er, at det er et forholdsvis nyt marked i rivende udvikling, og et tværsnitstudie giver anledning til at dykke ned i et fænomen nu og her. Selve valget af perioden uddyber vi i afsnit 3.3.1. Vi kunne også have valgt at lave et casestudie og undersøge én specifik nyhedspodcast eller udvælge to eller tre og dermed lave et komparativt studie. Begge designs vil også give os et indblik i den praksis, der er forbundet med produktionen af nyhedspodcast. Men da vi gerne vil undersøge det danske nyhedspodcastmarked som helhed, vurderer vi, at et tværsnitstudie er det mest passende forskningsdesign for denne undersøgelse. I de følgende afsnit vil vi beskrive vores valgte metoder.

3.3 Kvantitativ indholdsanalyse

I dette speciale hviler vores analysestrategi blandt andet på en kvantitativ indholdsanalyse. Det giver os mulighed for at frembringe håndgribelige data på tværs af de forskellige podcasts (Eskjær & Helles 2015: 9-11). Vi bruger den kvantitative indholdsanalyse til at finde frem til kendetegn ved podcastene.

I følgende afsnit vil vi komme nærmere ind på vores kodning, principperne for kodningen, vores udvalgte samples samt deres relation til vores teoretiske grundlag og generelle undersøgelse.

3.3.1 Sample

I vores kvantitative indholdsanalyse har vi udvalgt perioden fra den 9. januar 2023 til den 10. februar 2023. Det har vi gjort, da podcasten *Orientering Udsyn* først begyndte at sende den 2. januar 2023. Så for at få samtlige daglige og aktive nyhedspodcasts i Danmark med, valgte vi denne periode. Vores sample består af 195 afsnit, hvor vi har kodet 427 historier. Vi ville gerne undersøge en god rum tid, for at datamaterialet kunne pege på nogle tendenser, i tråd med de kvantitative metoders strategier om at undersøge begrænset antal variabler men med et stort antal observationer (Jensen & Kvist 2016: 45). Med vores tidsramme in mente faldt valget derfor på fem uger. Det giver os derudover mulighed for at sammenligne podcastene på tværs, da en historie godt kan komme i en podcast i en uge og så først i en anden podcast ugen efter. Det er også argumentet for, at vi ikke har valgt at lave en stratificeret udvælgelse, som en tilfældig sammensat måned, i relation til samplingsstrategien sammensatte uger (Eskjær & Helles 2015: 64). Derudover kunne en stratificeret udvælgelse maksimalt have foregået henover tre måneder (januar, februar og marts), hvis vi ønskede at have alle nyhedspodcastene med. Som beskrevet i afsnit 2.6.4 har vi valgt at undersøge de otte danske daglige nyhedspodcasts, der udkommer alle hverdage og dækker nyheder generelt.

3.3.2 Kodning

Inden vi begyndte vores kodningsarbejde, foretog vi en pilotkodning (Eskjær & Helles 2015: 48). Pilotkodningen havde til formål at sikre, at vores kategorier blev udtømmende, og at vi kom frem til de resultater, som vi ønskede at nå med kodningen. Vi kodede de otte forskellige podcasts multilateralt (uddelt på de tre gruppemedlemmer) hen over en uge ud fra podcastenes afsnitsbeskrivelser. Herefter kodede et andet gruppemedlem samme podcast, så vi på den måde kunne øge reliabiliteten. Var der uenighed, drøftede vi det og fandt frem til fælles kodningsprincipper.

På baggrund af pilotkodningen stod det klart for os, at vi ikke kun kunne basere kodningen alene på podcastenes afsnitsbeskrivelser, men også blev nødt til at lytte til den første del af de respektive historier for at høre, hvem der er vært, hvordan interviewpersonen bliver præsenteret og hvordan historien er vinklet og framet. Der er nemlig forskel på hvor uddybende en beskrivelse, de forskellige podcast giver af det enkelte afsnit. Derfor er den endelige kodning dels baseret på de informationer, som fremgår af afsnitsbeskrivelserne, og en lytning af de første fem minutter af hver historie i podcasten.

I det følgende afsnit beskriver vi de kodningskategorier, som vi har valgt at kode ud fra og vores overvejelser om disse.

Kodningsmanual

Vi har udformet en kodningsmanual til vores kvantitative indholdsanalyse, som er med til at øge reliabiliteten i den forstand, at gennemsigtigheden gør, at andre forskere vil kunne opnå de samme resultater (Eskjær & Helles 2015: 68). Kodningsmanualen kan ses i Bilag 1. De kategorier, der kræver uddybelse, bliver netop det, herunder.

Antal historier

I de podcasts, der har haft mere end en historie med, har vi kodet de nedenstående kategorier for hver historie. Her har vi derfor lavet overskriften 'Historie 1', kodet for alle kategorierne og efterfølgende gjort det samme for 'Historie 2' og så fremdeles. Se Bilag 1 for visualisering.

Emne

Der er mange måder at lave emneinddeling for nyhedshistorier på. Vi har derfor søgt inspiration i andre forskningsprojekter og rettet til efter vores pilotkodning (Andersen 2022: 48). Vi har valgt at have relativt mange forskellige inddelinger (10) for at lave inddelingen så præcis som muligt, og på den måde bedre kunne nuancere vores resultater. Denne kodningskategori er en form for underkategori til vores inddeling i lokal/national/europa/international. Vi koder emnerne i podcastene ud fra følgende inddeling: *Politik, sundhed, klima/miljø, krimi/retsstof, krig/konflikt/forsvar, erhverv/økonomi, tech, kultur, sport og andet.*

Nogle historier kan have elementer af flere emner, især politik kan siges at være til stede i en vis grad i mange af historierne. I nyhedspodcastene deltager politikere i historier om alt fra sundhed til forsvar. I de historier, som har et klart emnemæssigt fokus, har vi kodet det som dét emne frem for *politik*. Et eksempel kan være historien om organdonation fra Zetlands *Helikopter* den 30. januar

2023, som tager udgangspunkt i, at sundhedsminister Sophie Løhde har indkaldt til forhandlinger om organdonation. Historier som denne, koder vi altså som *sundhed*. De historier, der er kodet som *politik*, er i stedet renere Christiansborg-historier, der handler om det politiske liv, partier og strategi. Det er desuden historier, der ikke kan lægges over i et bestemt ministerie eller underemne. Eksempler på politiske historier er *Pilestrædes* afsnit den 11. januar 2023, hvor Dansk Folkepartis formand Morten Messerschmidt bliver interviewet om blå bloks fremtid, eller Zetlands *Morgenoverblik*s historie den 18. januar 2023 om at folketingspolitikeren Lars Boje Mathiesen er blevet ny formand i Nye Borgerlige.

Selvom en række afsnit på tværs af de otte undersøgte podcast har omhandlet den samme sag – eksempelvis afskaffelsen af store bededag som en helligdag – så har vi ikke nødvendigvis kodet de respektive afsnit under samme emnekategori. Det skyldes, at flere afsnit har haft forskellige indgangsvinkler til sagen. Eksempelvis har *Tiden* et afsnit den 17. januar 2023, hvor de har inviteret Morten Dahlin ind, der er politisk ordfører for Venstre, til at snakke om, hvordan han ønsker, at andre partier skal sige ja til at afskaffe helligdagen, for at blive en del af det kommende forsvarsforlig. Det har vi kodet som *politik*, da det handler om strategi og politiske forhandlinger. *Pilestræde* har den 18. januar 2023 et afsnit, hvor de har inviteret en biskop ind for at tale om sagen. Det afsnit har vi kodet som *kultur*, da det handler om lovforslagets konsekvenser i andre dele af samfundet – her kulturen i kirken.

Tid efter breaking (dage)

Ved hver historie har vi undersøgt, om historien kan siges at være 'breaket' en bestemt dag, og hvor mange dage efter podcasten i så fald bringer historien. Dette har vi gjort via en grundig Google- og Infomedia-søgning, hvor vi har undersøgt, hvornår historien første gang er blevet omtalt i et medie. Er der tale om en bogudgivelse eller filmpremiere, tager vi udgangspunkt i udgivelsesdatoen. For at skabe gennemsigtighed om dette, har vi linket til den artikel, vi har valgt som referencepunkt i kodningen.

Der har været nogle historier, hvor vi ikke kunne finde frem til, hvornår historien breakede, og disse er derfor ikke medregnet. Det kan eksempelvis være, hvis afsnittet handler om flere begivenheder, eller ikke direkte handler om én bestemt begivenhed. Ud af de 427 historier vi har kodet, er der 355, hvor det har været muligt at finde frem til, hvornår historien breakede i medierne første gang, og 72 hvor det ikke har været muligt.

Tematisk/episodisk framing

Vi har kodet om historien bruger en *episodisk* eller *tematisk frame* som indgangsvinkel. Dette gøres på baggrund af vores teori om selvsamme. Hvis historien præsenteres med afsæt i en konkret begivenhed eller person kodes det som *episodisk framing*, og hvis den tager udgangspunkt i nye tal, ny viden eller en ny tendens og ikke er knyttet til en bestemt begivenhed, kodes det som *tematisk frame*. Vi tager udgangspunkt i indgangsvinklen til historien, når vi koder, da vi ikke lytter til hele afsnittet, hvor historien undervejs sagtens kan bredes ud og eksempelvis inddrage både *tematiske* og *episodiske* elementer.

3.3.4 Behandling af kvantitativ data

På baggrund af vores datamateriale på 195 podcastafsnit med samlet 427 historier har vi lavet forskellige beregninger. Den deskriptive statistik kan i udgangspunkt kun bruges til at beskrive forhold i vores sample, men da datamaterialet er af et vist omfang, benytter vi det også til at pege på, hvordan det siger noget om særtegn for de danske nyhedspodcasts generelt. Det er dog værd at huske på, at resultaterne for en anden måned ikke ville være én til én det samme, men at det kan pege på nogle tendenser (Stamp & Mikkelsen 2008: 10).

Den statistiske analyse behandles i Excel, hvor vi også har udarbejdet en række grafer og modeller til at illustrere resultaterne. Derudover har vi lavet en række bivariate analyser, hvor vi kan se sammenhængen mellem to variable. Det siger ikke noget om kausaliteten mellem de to variable, da vi ikke vælger at undersøge, hvilken variabel der påvirker den anden eller om der er en tredje variabel, der påvirker sammenhængen (Aarhus Universitet 2023). Gennem vores interviews forsøger vi dog at få en forklaring på disse sammenhænge.

I andre bivariate analyser har vi i Excel oprettet et filter, således at vi har kunne se, hvor mange af historierne, der indeholdt samme to variable. Eksempelvis: Hvor mange historier er *kultur* og benytter en ekspertkilde. Eller hvor mange af *politik*-historierne er udlandshistorier. Disse kryds har vi kun lavet med de historier, hvor der indgår en interviewperson. Det vil sige at disse resultater ikke indeholder data fra Zetlands *Morgenoverblik* og fra de korte historier uden kilde, som er med i Zetlands *Helikopter*.

3.4 Kvalitativ indholdsanalyse

For at få en større forståelse for vores resultater fra vores kvantitative indholdsanalyse laver vi også en kvalitativ indholdsanalyse, hvor vi dykker ned i nogle specifikke podcastafsnit, ud fra de tendenser vi kan se, og som vores teori beskriver (Mayring 2014: 29). Vores kvalitative indholdsanalyse vil vi

mere mundret fremover kalde en 'nærkodning.' Ligesom i den kvantitative kodning opsætter vi en række kategorier, definitioner og kodningsregler, der sikrer, at vi koder kontrolleret og ens, på trods af at der er tale om indsamling af kvalitative data (Mayring 2014: 29).

Vi har valgt at undersøge tre af fire udvalgte tendenser gennem en nærkodning. Læs mere om selve udvælgelsen af tendenserne i afsnit 4.3, og se hvordan vi undersøger hver enkelt tendens i tabel 14. I følgende afsnit vil vi beskrive, hvordan vi har udført de forskellige nærkodninger.

3.4.1 Nærkodning 1: Inddragelse af andre kilder

For at blive klogere på hvordan de danske nyhedspodcasts formidler nyheder ved typisk at have én interviewperson med per historie, har vi lavet en nærkodning af, om der i afsnittet bliver inddraget andre kilder udover interviewpersonen. Ud fra vores kvantitative data ved vi, at det er et fællestræk hos alle de undersøgte podcasts, at der typisk er én interviewperson per historie. Derfor vælger vi, at lave en nærkodning af én udvalgt podcast, der skal fungere som en *typisk case*, så vi på trods af kun at undersøge én podcast kan perspektivere resultaterne til de danske *deep dive*-podcasts generelt (Bryman 2016c: 62). Vi bruger TV 2's *Dato* som case, da vi ud fra vores kvantitative indholdsanalyse kan se, at den udelukkende har én interviewperson per historie. Nedenfor ses et eksempel på en kategori fra vores nærkodningsguide – resten kan ses i Bilag 2:

Tabel 6: Eksempel på nærkodning 1 kodningsguide

Kategori	Definition	Kodningsregel
Inddrager lydclip med citater fra kilder	Der afspilles lydclip med andre kilder end interviewpersonen.	Kilden skal præsenteres med navn/titel før det tæller. Nyhedsklip fra fx TV Avisen gælder dermed ikke. Nedskriv tidskode, citat, kilde og kildetype for hver gang.

Vi laver en nærkodning af fire afsnit fra *Dato*. Ét afsnit for hver kildetype for at få et mere nuanceret blik på, hvordan der inddrages flere citater fra andre kilder. Her skelner vi ikke mellem, om afsnittet har en journalist fra eget eller andet medie med, men samler det i en betegnelse. De udvalgte afsnit er:

1. **Journalist**

TV 2 Dato: *En prins til overs* fra den 10/01/23.

2. **Ekspert**

TV 2 Dato: *En prins af Danmark er død* fra den 13/01/23.

3. **Case**

TV 2 Dato: *Min veninde Ritt Bjerregaard* fra den 25/01/23.

4. **Part**

TV 2 Dato: *Løkke: Bededag er et lille offer* sendt første gang den 27/01/23.

De enkelte afsnit fra hver kategori er udvalgt efter, at de er de første, der optræder i den undersøgte periode.

3.4.2 Nærkodning 2: Journalister som interviewpersoner

For at undersøge tendensen med, at mange interviewpersoner i nyhedspodcasts er journalister, vil vi se nærmere på, hvordan journalister rent faktisk bliver brugt som interviewpersoner i enkelte afsnit. Vi kan se, at *Du lytter til Politiken* og *Genstart* er to af de podcasts, der i det højeste omfang benytter journalister som interviewpersoner. *Politiken* benytter dog væsentligt flere journalister fra deres eget medie, hvor *Genstart* bruger flere journalister fra andre medier (se afsnit 4). På den måde kan *Genstart* og *Du Lytter til Politiken* anses som værende to *mest ekstreme cases*, men også *mest forskellige cases* baseret på deres brug af journalister som gæster i podcasten (Bryman 2016c: 62). Med udgangspunkt i vores teori om brug af journalistkilder, som enten *øjenvidner* eller *insidere* (se afsnit 2.4.1.), vil vi nærkode to afsnit fra henholdsvis *Genstart* og *Du lytter til Politiken* – ét hvor de har en journalist fra eget medie med, og ét afsnit hvor de bruger en af mediets egne journalister. De udvalgte episoder er:

Fra *Genstart*:

1. Journalist fra andet medie

Harrys hævn, fra den 10/01 2023.

2. Journalist fra eget medie

Bolsonaros hooligans, fra den 12/01 2013.

Fra *Du lytter til Politiken*:

1. Journalist fra eget medie

Døden på plejehjemmet: hvorfor var de gamle fulde af medicin?, fra den 09/01/23.

2. Journalist fra andet medie

Hvad har afghanske piger og kvinder tilbage?, fra den 07/02/23.

De enkelte afsnit fra hver kategori er udvalgt efter, at de er de første, der optræder i den undersøgte periode. Herunder ses et eksempel fra vores kodningskategori. Den resterende del kan ses i Bilag 2.

Tabel 7: Eksempel på nærkodning 2 kodningsguide

Kategori	Definition	Kodningsregel
Journalisten videreformidler fakta, evt. stemning og oplevelse.	Journalisten videreformidler fakta, stemning og oplevelser. Holder sig til at beskrive det, der er sket, og kommer ikke nærmere ind på betydningen af en hændelse for andre parter eller lignende. Tegn på 'øjenvidne'.	Nedskriv tidskode og citat første gang det sker og suppler eventuelt med flere eksempler.

3.4.3 Nærkodning 3: Tid efter breaking

Til slut vil vi gennem vores nærkodning også blive klogere på, hvordan forskellige podcast håndterer, at der i gennemsnit går over tre dage, fra en nyhed udkommer, til den optræder i en nyhedspodcast, som vores kvantitative data viser (se Bilag 3). Vi vil derfor kode efter nedenstående i de i alt otte afsnit, som vi allerede undersøger for at se, om det er noget podcastene aktivt forholder sig til.

Tabel 8: Eksempel på nærkodning 3 kodningsguide

Kategori	Definition	Kodningsregel
Værten bruger tidsbegreber om historiens aktualitet	Værten italesætter eksplicit, hvornår nyheden udkom i præsentationen af emnet. Fx ved at sige 'i går', 'de seneste uger' eller lign.	Nedskriv tidskode og citat første gang det sker.

3.5 Interviews

Med afsæt i vores kvantitative og kvalitative undersøgelser ønsker vi at få uddybet redaktionelle overvejelser gennem interviews. Mens vores kvantitative og kvalitative indholdsanalyser kan sige noget om indholdet i nyhedspodcasts, kan vores interviews bruges til at forklare, hvorfor det så forholder sig sådan. Til strukturering af vores interviews benytter vi Kvale og Brinkmanns syv faser for forskningsinterviewet (Kvale & Brinkmann 2015: 41).

Fase 1 og 2: Tematisering og design

Med udgangspunkt i vores teoriafsnit og resultater fra vores kodning har vi udformet en interviewguide med tre søjler: emne, forskningsspørgsmål og interviewspørgsmål. Vores forskningsspørgsmål er formuleret ud fra vores teoretiske ståsted men også fra vores indsamlede kvantitative og kvalitative data. De er mere abstrakte og akademiske end vores interviewspørgsmål, der har til opgave at gøre spørgsmålet mere konkret og håndgribeligt for interviewpersonen. Derudover kan interviewspørgsmål også benyttes til at gribe et forskningsspørgsmål an fra forskellige vinkler (Kvale & Brinkmann 2015: 187).

Ud fra vores interviewguide laver vi et semistrukturerede interview, så der er plads til opfølgende spørgsmål, så vi kan dykke ned i de spændende nuancer og informationer, som interviewet bringer undervejs (Kvale 1997: 129). Nedenfor ses et uddrag af vores interviewguide.

Tabel 9: Eksempel fra interviewguide - Se Bilag 4

Emne	Forskningsspørgsmål	Interviewspørgsmål
Nyhedsgenrer	Hvad er særligt ved nyhedspodcast som genre? Episodisk vs. tematisk framing.	Adskiller jeres måde at fortælle nyheder på sig fra andre platforme/formater? Hvordan? Har i en opskrift på, hvordan et afsnit skal opbygges?

Valg af interviewpersoner

Vi har valgt at udføre interviews med tre respondenter:

- Astrid Louise Jensen, redaktør *Dato*, TV 2
- Lise Karlshøj Ipsen, redaktør for *Helikopter*, Zetland
- Line Fabricius, redaktør *Genstart*, DR

Disse interviewrespondenter har vi valgt af flere årsager. For det første er det redaktørerne, der kan sige noget de til- og fravalg, der bliver lavet og hvorfor. En journalist på podcasten vil måske ikke have samme overblik og bevidsthed om de større linjer, mens en chef højere oppe i systemet er for langt væk fra den daglige produktion. *Genstart* og *Dato* kan siges at være *en typisk case*, idet deres koncept er en *deep dive-podcast* med typisk én daglig gæst, som er dem, der er flest af. Her skiller Zetland sig også en smule ud, da deres *deep dive-podcast Helikopter* også er kombineret med et *microbulletin-koncept*.

Derudover repræsenterer de hver især nogle af de tendenser, vi har valgt at dykke ned i. I forhold til hvor hurtige podcastene er til at bringe en nyhed, repræsenterer *Helikopter* og *Genstart de mest forskellige cases*, da de er henholdsvis hurtigst og langsomst (Jensen & Kvist 2016: 49). *Dato* har derudover en stor brug af egne journalister, hvilket også er en af de tendenser, vi ønsker at undersøge nærmere – her er de altså *den mest ekstreme case* (Jensen & Kvist 2016: 49). De bruger især deres egne journalister, hvilket de til gengæld i lavere grad gør på Zetlands *Helikopter* og *Genstart*. Vi ville oprindeligt gerne have interviewet redaktøren fra *Du lytter til Politiken*, da de er den podcast med den højeste andel af egne journalister, men de vendte aldrig tilbage på vores henvendelser, hvorfor vi gik med *Dato*.

Fase 3: Udførelsen af interviews

Vi har udført interviewene med én interviewer. Det vil sige, at vi har fordelt de tre interviews mellem de tre specialeskrivere. Disse er blevet foretaget enten fysisk på det givende medie eller via telefon. Vi havde sat cirka 30 minutter af til hvert interview og brugte den beskrevne interviewguide.

Fase 4: Transskribering

Vi har transskriberet interviewene for at skabe gennemsigtighed. Det har vi gjort med brug af følgende tegn:

- () Betyder, at der er indsat en handling eller følelse. Eksempelvis (griner) eller (græder)
- (...) Betyder pause i tale
- [] Betyder, at der er sat et eller flere ord ind for at klargøre meningen.
Eksempelvis "den [bolden] er blå"
- /.../ Betyder, at dele af sætningen ikke kunne tydes
(Poulsen 2016: 89).

Fase 5: Analyse

Citaterne fra transskriberingen har vi inddraget løbende i analysen i samspil med vores øvrige resultater. Interviewene bliver dels brugt til at be- eller afkræfte de tendenser, vores undersøgelser peger på og til at nuancere og forklare, hvorfor det forholder sig sådan.

Fase 6 og 7: Verifikation og rapportering

I afsnit 3.6 fremgår en samlet vurdering af den videnskabelige kvalitet i undersøgelsens metodadesign. Rapporteringen af de resultater, vi har fået ud af vores interviews, kan læses i analysen (afsnit 5).

3.6 Forskningskriterier

I dette afsnit diskuteres undersøgelsens gentagelighed, målingsvaliditet og reliabilitet, herunder metodedesignets styrker og svagheder.

Vi har netop præsenteret specialets forskningsstrategi, -design samt metoder. Denne gennemsigthed i vores valg og overvejelser er med til at vise, hvordan vi systematisk frembringer vores viden, og dermed sikrer, at gentagelighed er mulig (Bøgh Andersen 2012: 98-102). Vi har lavet en udførlig beskrivelse af vores kodningsprincipper, som er med til at sandsynliggøre, at andre forskere vil komme frem til de samme resultater. Som beskrevet i afsnit 3.3.2 om kodningskategorier er der dog nogle af kategorierne, som kræver en del vurdering, og derfor kan variere alt efter hvem, der foretager denne. Vores kvalitative kodning bærer i endnu højere grad præg af arbitrære kategorier, der ligger op til forskerens fortolkning. Igen har vi dog gennem en kodningsmanual forsøgt at operationalisere vores kategorier, så det fremstår tydeligt, og kan udføres af flere personer, der uafhængigt af hinanden gerne skulle opnå samme resultat.

Vores kvantitative kodning er foretaget af en udvalgt periode på fem uger. Her får vi en dybdegående viden om, hvad der kendetegner de danske nyhedspodcasts, som netop er det, vi ønsker at undersøge. Samtidig har vi lavet en præcis afgrænsning ved at undersøge de danske daglige nyhedspodcasts. Det er altså med til at øge validiteten. Vi har også operationaliseret vores teori og skitseret, hvad vi har kodet efter, for at sikre en høj målingsvaliditet (Bøgh Andersen 2012: 100). Dog kan der være upræciseder i forhold til, hvis det var fem andre uger, vi havde undersøgt. Og det kan give reliabilitetsproblemer. Blandt andet hævder redaktør Astrid Louise Jensen fra TV 2's podcast *Dato*, at de efter de undersøgte fem uger udkommer hurtigere med historierne, fordi de har indført en ny fortælleskabelon (Bilag 5: 2). Ligeledes fylder *krig/konflikt/forsvar* måske mere vores undersøgte periode, end det ville have gjort for to år siden eller i fremtiden, på grund af Ruslands invasion af Ukraine. Vi har dog forsøgt at udvælge fem uger til vores samling, hvor der ikke er andre særlige begivenheder eller specielle datoer, for eksempel i form af ferie. Nogle podcast laver eksempelvis genudsendelser i den første uge i det nye år. Ligeledes er vi gået uden om vinterferie-ugerne, hvor der også kan være genudsendelser eller en form for agurketid, som kan påvirke hvilke emner, der bliver taget op.

Dog kan vi se, at afskaffelsen af store bededag fylder meget i vores udvalgte periode. Den bliver dækket i de fleste podcast med flere forskellige vinkler. Men netop de forskellige vinkler betyder også, at der ikke udelukkende er tale om *politik*-historier. Der er også *erhverv* og *økonomi*-historier

og *kultur*-historier i relation til emnet, beskrevet ud fra vores emnekategorier. Derfor har vi ikke vurderet, at det er noget, som skævvrider resultaterne fuldstændig. Vores undersøgelse tegner et billede af, hvad der kendetegner de danske nyhedspodcasts netop nu, da vi har valgt en så ny periode som muligt. Men da flere af nyhedspodcastene stadig prøver nye ting af, skal man altså være opmærksom på, at resultaterne også kan ændre sig. Det vil være interessant til videre forskning, hvordan nyhedspodcastene har ændret sig, og om de stadig tilpasser deres formater.

I vores kvalitative kodning har vi ligeledes synliggjort, hvad vi vil kode efter og tilføjet en definition samt en konkret kodningsregel for, hvad og hvor meget vi i praksis skal kode efter. Dette gøres både for at højne reliabiliteten og validiteten. Da vi har udvalgt 2 x 4 afsnit som cases, er der her en større risiko for, at resultaterne ville være anderledes, hvis man undersøgte andre afsnit, end ved den kvantitative kodning. Dog har vi en informeret caseudvælgelse netop for at sikre, at vi kan udlede mest muligt ud fra vores resultater. Når vi har undersøgt fire afsnit med hver deres type interviewperson, får vi derfor eksemplificeret, hvordan der på forskellig vis bliver inddraget andre kilder, men vi kan ikke konkludere, at der nødvendigvis er en sammenhæng mellem kildetype, og hvordan der inddrages andre kilder. Det ville have krævet, at vi havde undersøgt en del flere afsnit. Ligeledes har vi taget udgangspunkt i én podcast, TV 2's *Dato*, hvorfor der kan være usikkerhed omkring, hvorvidt de andre podcast gør det på samme måde. Dog har vi valgt *Dato* som en *typisk case* på en *deep dive-podcast*, hvorfor resultaterne i et vist omfang kan udbredes til de øvrige *deep dive-podcasts* (Bryman 2016c: 62). Det samme kan siges med vores anden nærkodning om brugen af journalister, hvor vi har valgt de to *ekstreme cases* i form af *Genstart* og *Du lytter til Politiken*. Dog er disse, når det kommer til, om de benytter sig af egne eller andre mediers journalister, de to *mest forskellige cases*. De øvrige podcast kan anvende journalister på andre måder, men med vores design kan vi sige noget om, hvilke forskellige måder det kan gøres på, og om det tyder på en forskel mellem brugen af egne og andre mediers journalister.

For at styrke vores resultater fra både den kvantitative kodning og den kvalitative nærkodning har vi desuden foretaget interviews. Det er med til at styrke validiteten, at respondenterne kan be- eller afkræfte de tendenser, som vores undersøgelser peger på. Desuden er interviewene med til at forklare og nuancere de fundne tendenser. Ved vores interviews har vi, som beskrevet, udformet en interviewguide, som er med til at sikre en gentagelighed og styrke reliabiliteten. Vi har foretaget tre interviews, og selvom det selvfølgelig ville have givet os en endnu bredere og større forståelse, hvis vi havde interviewet én fra alle nyhedspodcastene, så har vi, som beskrevet i afsnit 3.5, udvalgt disse tre respondenter af særlige årsager, som er relevante for vores udvalgte tendenser. Ligeledes er stort

set alle de danske nyhedspodcasts indenfor *deep dive-genren*, hvorfor de i overvejende grad minder om hinanden, og derfor vurderer vi altså, at vi godt kan bruge interviewene til at sige noget generelt om nyhedspodcast-genren og dens produktionsforhold. Med denne gennemgang af vores metodiske overvejelser vil vi nu gå videre til specialets resultater og analyse.

4. Resultater

Vi vil her præsentere de resultater, vi har fået på baggrund af vores kvantitative indholdsanalyse, hvor vi har kodet 195 podcastafsnit med samlet 427 historier.

Tabel 10: Gennemsnitlig længde for danske nyhedspodcasts

	Orientering Udsyn	Tiden	Genstart	Dato	Helikopter	Morgen-overblik	Du lytter til Politiken	Pilestræde	Alle
Gns. tid	25 min	24 min	25 min	22 min	20 min	5 min	24 min	23 min	21 min

Tabel 11: Antal historier i danske nyhedspodcasts

	Orientering Udsyn	Tiden	Genstart	Dato	Helikopter	Morgen-overblik	Du lytter til Politiken	Pilestræde	Alle
Antal historier	50	75	25	25	100	107	25	20	427
Gns pr. afsnit	2	3	1	1	4	4.28	1	1	2.2

Som det ses herover viser vores data, at de danske, daglige nyhedspodcasts typisk er 20-25 minutter lange og i gennemsnit 21 minutter. De fortæller i gennemsnit 2,2 historier. *Genstart*, *Dato*, *Du Lytter til Politiken* og *Pilestræde* indeholder altid én historie, mens *Orientering Udsyn* indeholder to og *Tiden* tre. De to podcasts fra Zetland varierer i længde. *Helikopter* har én hovedhistorie og derudover en række korte historier uden interviewpersoner. Som det ses herunder, har Zetlands *Morgenoverblik* ikke interviewpersoner med i nogle af deres afsnit.

Tabel 12: Antal medvirkende i danske nyhedspodcast

	Orientering Udsyn	Tiden	Genstart	Dato	Helikopter	Morgen-overblik	Du lytter til Politiken	Pilestræde	Alle
Antal værter i perioden	1	2	2	1	3	3	2	1	15
Antal interviewpersoner i alt	50	81	26	25	25	0	27	21	255
Antal interviewpersoner gns pr. historie	1.00	1.08	1.04	1	0.25 (1)	0	1.12	1.05	0.6 (0,8)

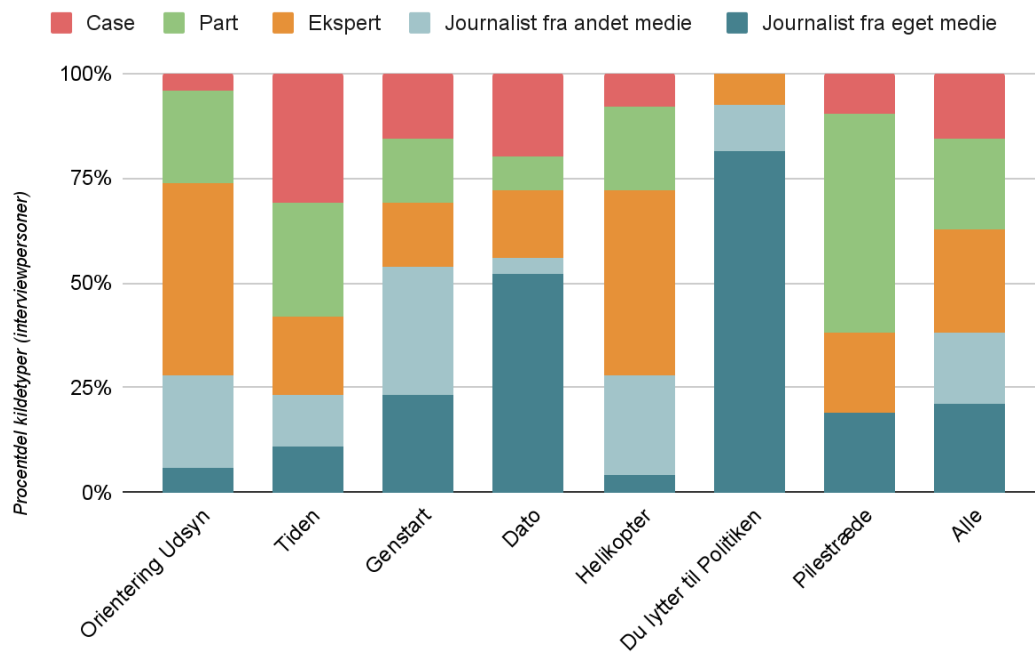
Note: Zetlands Helikopter har én daglig hovedhistorie med én interviewperson. Derudover fortæller de efterfølgende om andre historier. Derfor er der 0,25 interviewpersoner i gns. pr. historie, hvis man regner disse med.

Orientering Udsyn, *Dato* og *Pilestræde* har den samme vært i alle programmer, vi har undersøgt. Det har *Tiden* og *Genstart* som udgangspunkt også, men der er enkelte afsnit med en vikarvært.

Derudover har de fleste podcasts interviewpersoner med. Oftest kun én per historie, men i enkelte tilfælde to eller tre interviewpersoner til samme historie.

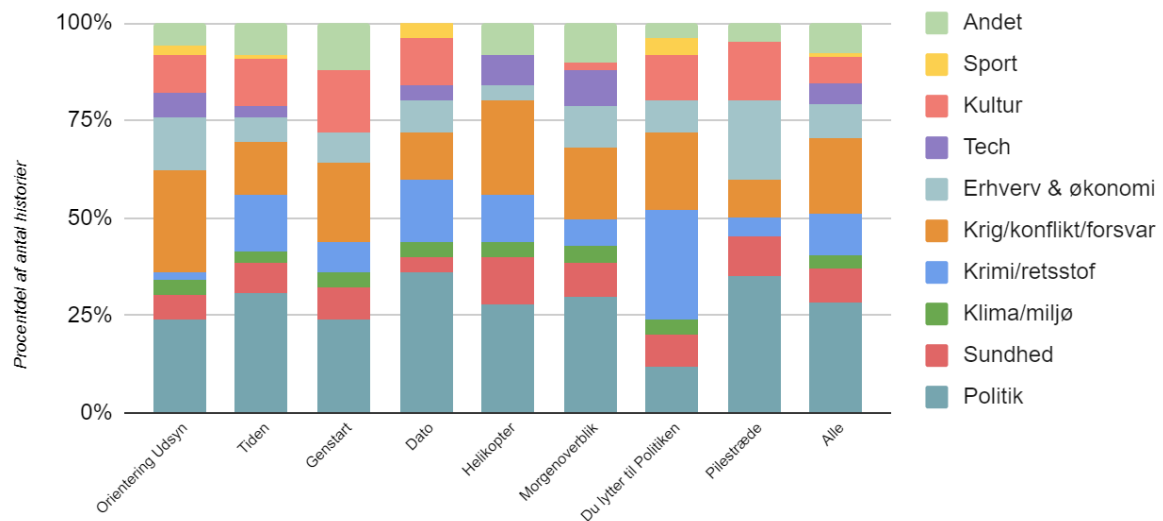
De næste figurer viser, hvilke emner de undersøgte podcast dækker, og om det er indlands- eller udlandsstof.

Figur 2: Interviewpersoner i nyhedspodcast (N: 427)



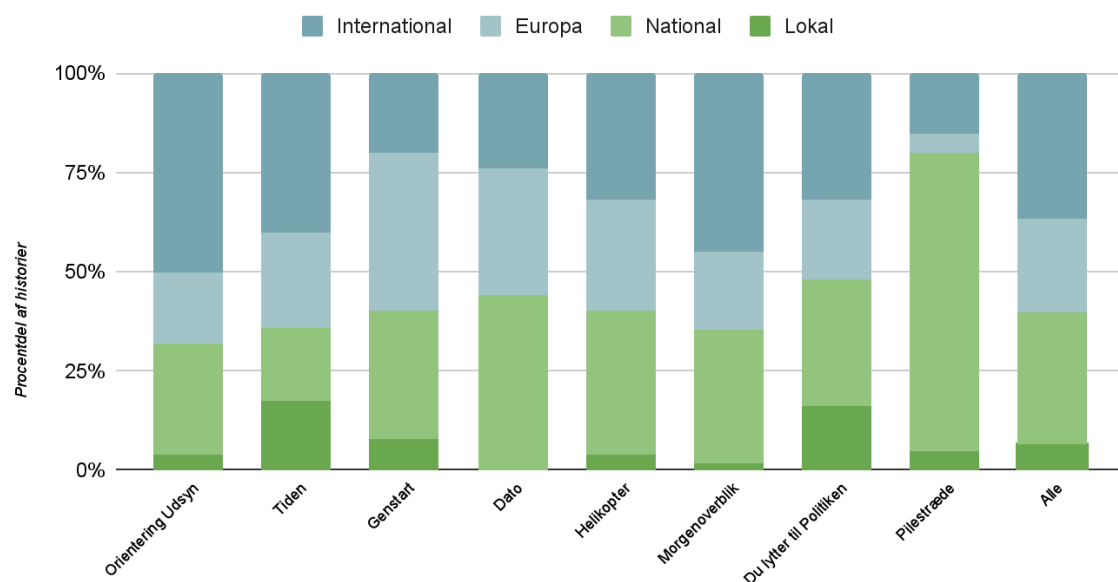
Herover kan det ses, andelen af de respektive kildetyper, der er med i de forskellige podcast som interviewpersoner. Sammenlægger man de to forskellige typer af journalister, udgør de den største andel af interviewpersonerne på tværs af de undersøgte podcast (38%). Der bliver generelt brugt færrest cases, men eksempelvis *Tiden* har en stor andel cases i deres historier. *Du lytter til Politiken* har nærmest kun journalister med som interviewpersoner – og primært deres egne. Politikens journalister udgør 81,5 procent af deres interviewpersoner. *Orientering Udsyn* og *Zetlands Helikopter* gør stor brug af ekspertkilder som interviewpersoner.

Figur 3. Emner i nyhedspodcast (N: 427)



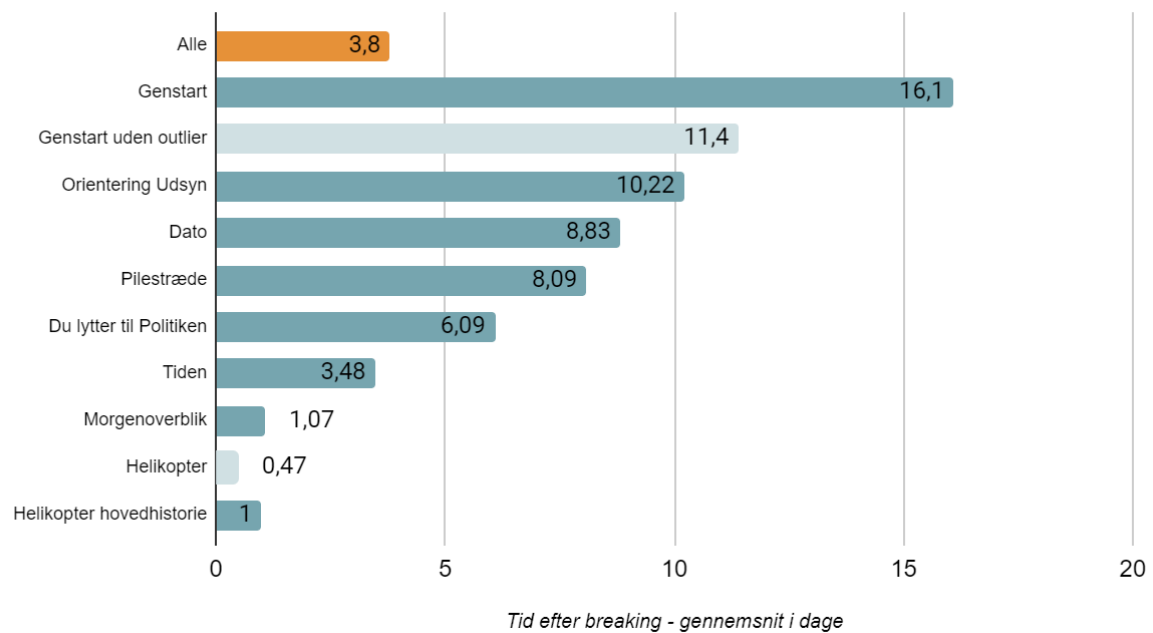
Som det fremgår af figur 3, så omhandler de fleste historier *politik* efterfulgt af *krig/konflikt/forsvar*. *Sport* og *klima* er noget af det, der fylder mindst. Der er også forskel på hvilke emner, de forskellige podcasts dækker. *Pilestræde* og *Dato* har eksempelvis mere *politik* end de øvrige, mens *krig/konflikt/forsvar* især fylder meget i *Orientering Udsyn*. *Erhverv og økonomi* udgør også en større andel af *Pilestrædes* historier end hos de øvrige. I figur 4 fremgår det, om de forskellige podcast har flest indlands- (lokal og national) eller udlandshistorier (international og Europa).

Figur 4. Indland/udland historier (N: 427)



Her kan det aflæses, at der generelt er flest udlandshistorier på tværs af de forskellige podcast (60,2 %). Hos *Pilestræde* er 80 procent af historierne til gengæld indlandshistorier.

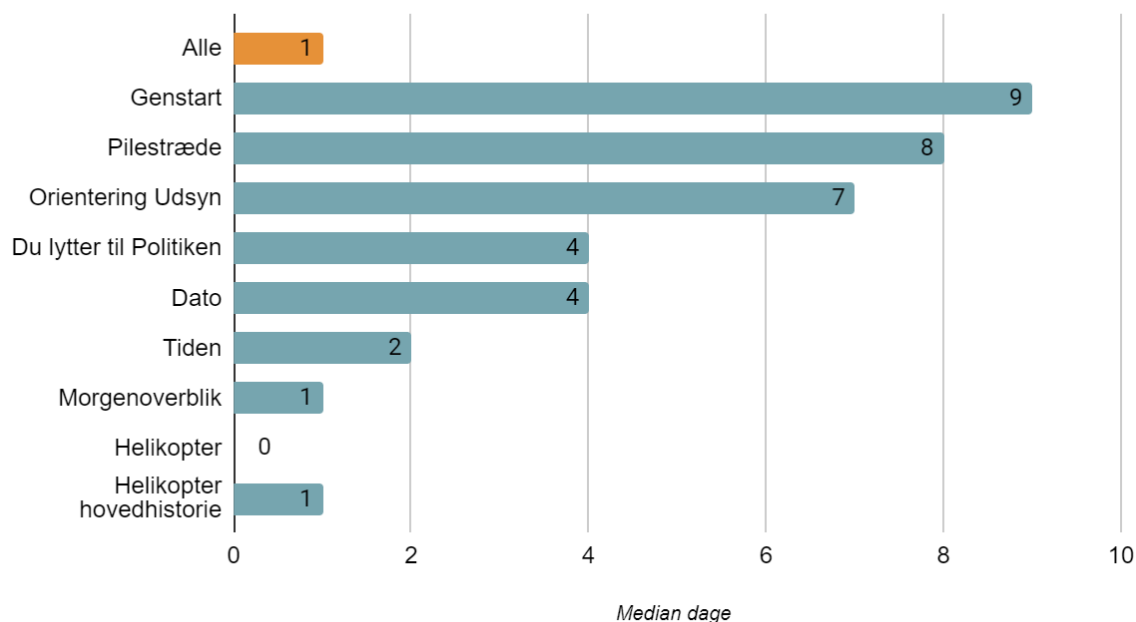
Figur 5. Tid efter breaking (N: 355)



Som det fremgår af figuren, går der i gennemsnit 3,8 dage fra en nyhed er kommet frem, til den kommer med i de undersøgte podcasts. *Genstart* har med et gennemsnit på 16,1 dag den længste produktionstid, mens *Helikopter* med 0,47 er den hurtigste. Her er det dog værd at bemærke, at *Helikopter* har én daglig hovedhistorie og derudover nogle korte nyheder uden interviewpersoner efterfølgende. Ser man udelukkende på breakingtid i forhold til deres hovedhistorie, så er deres tid efter breaking lidt langsommere. Dog er de stadig væsentlig hurtigere end de øvrige podcasts, som har én eller flere daglige gæster. For *Genstart* er der desuden et afsnit, hvor forfatteren Glenn Bech er interviewperson og fortæller om sin nye bog. Afsnittet udkom hele 105 dage efter hans bogudgivelse. Det afsnit kan anses som værende en outlier, der trækker *Genstarts* gennemsnit op. Hvis man fjerner denne outlier er *Genstart* lidt hurtigere til at udkomme (11,4 dage). De er dog stadig den podcast, hvor der går længst tid.

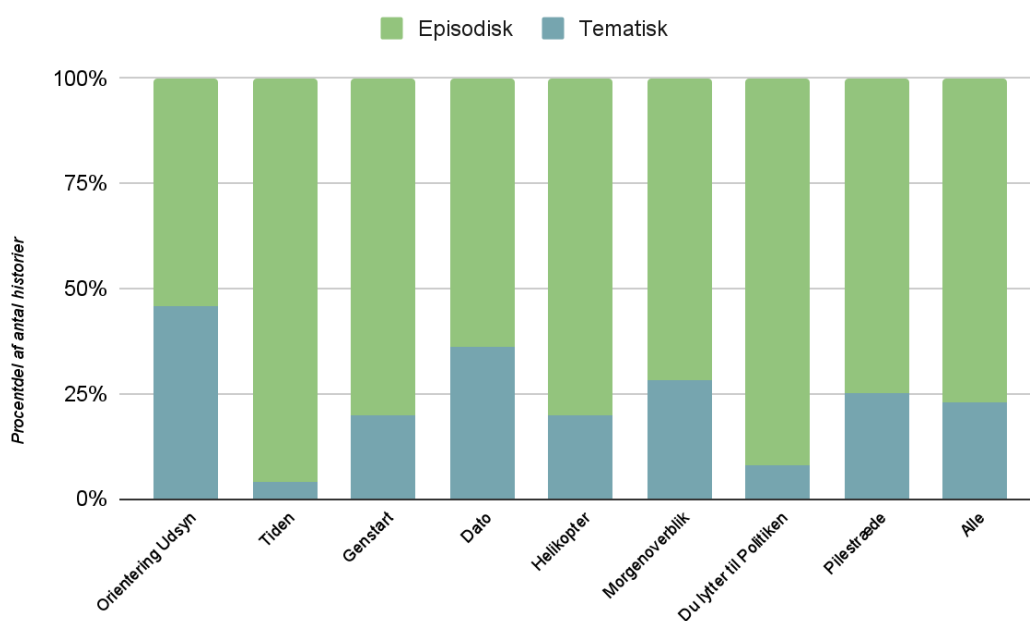
Selvom det kun er *Genstart*, der har en så ekstrem outlier, så varierer det generelt ret meget, hvor hurtige eller langsomme podcastene er, hvis man ser på de enkelte afsnit. Derfor har vi også udregnet medianen for deres hurtighed. På den måde får man et billede af, hvor hurtigt det typisk går, da det kan siges at være middeltendensen.

Figur 6: Tid efter breaking, Median (N: 355)



Ved at se på middeltendensen får vi nogenlunde samme billede som ved gennemsnittet, dog er podcastene alle en smule hurtigere, hvis man ser på middeltendensen. Eksempelvis er der stor forskel på *Datos* gennemsnit, der lyder på 8,83 og middeltendensen på fire. Medianen viser her, at der hyppigst går fire dage, hvor gennemsnittet indikerer, at der så nogle gange også går længere tid, hvilket trækker gennemsnittet op. Vi har også undersøgt, hvilken framing der bliver brugt som indgangsvinkel til den historie, der fortælles i podcastene.

Figur 7. Fordeling af tematisk og episodisk framing (N: 427)



Størstedelen af de undersøgte podcast har en *episodisk* indgangs-frame. *Orientering Udsyn* har med 46 procent dog en del *tematiske* i forhold til de øvrige podcast. *Tiden* og *Du Lytter til Politiken* har omvendt hovedsageligt en *episodisk* indgangsvinkel til deres historier.

4.1 Kendetegn ved danske daglige nyhedspodcasts

På baggrund af vores kodning og bearbejdning af datamaterialet kan vi altså udlede, at det danske daglige nyhedspodcastmarked på baggrund af perioden 9. januar 2023 til 10. februar 2023 er kendetegnet ved følgende punkter:

- De er i gennemsnit 21 minutter lange. De fleste har en længde på 20-25 minutter, mens Zetlands *Morgenoverblik* blot varer fem minutter i gennemsnit.
- Flest podcast indeholder én daglig hovedhistorie, mens andre indeholder to, tre eller flere.
- Der medvirker hovedsageligt én interviewperson per historie.
- Podcastene har især en *episodisk* framing som indgangsvinkel.
- Journalister bliver oftest brugt som interviewperson.
- Der bliver dækket en bred vifte af emner, dog bliver nogle emner dækket mere end andre. Især politik fylder meget.
- Overordnet set er der flere udlands- end indlandshistorier.
- I gennemsnit går der 3,8 dage fra en nyhed breaker til den lander i nyhedspodcastene.

På trods af de mange kendetegn, så kan vi også se en række forskelle, der blandt andet kan tilskrives, at de undersøgte podcast har forskellige koncepter. Disse er opsummeret i nedenstående skema, hvor vi også har tilføjet information om udgivelsestidspunkt og forretningsmodel. Med afsæt i Newman og Gallos (2020) genrekriterier for nyhedspodcast ud fra tid og antal historier har vi dertil også kategoriseret, hvilken genre den enkelte podcast repræsenterer. Se tabel 13.

Tabel 13: Kendetegn ved danske daglige podcast

	Orientering Udsyn	Tiden	Genstart	Dato	Helikopter	Morgen-overblik	Du lytter til Politiken	Pilestræde
Længde i gennemsnit	25 min	24 min	25 min	22 min	20 min	5 min	24 min	23 min
Tidspunkt for udgivelse	Kl. 15.00	Kl. 03.00	Kl. 03.00	Kl. 04.45	Kl. 15.30	Kl. 07.00	Kl. 04.30	Kl. 05.00
Antal historier pr. afsnit i gennemsnit	2	3	1	1	4 (1)	4.28	1	1
Vært	Én fast vært	Én fast vært	Én fast vært	Én fast vært	Skifter mellem 3 værter	Skifter mellem 3 værter	Skifter mellem 2 værter	Én fast vært
Antal kilder pr. historie i gennemsnit	1.00	1.08	1.04	1	0.25 (1)	0	1.12	1.05
Forretningsmodel	Gratis	Gratis	Gratis	Reklamer	Kræver medlemskab	Kræver medlemskab	Reklamer	Gratis
Særtegn	Fokus på udland	Sigter efter én lokal, én national, og én international historie	Bruger mange journalister fra andre medier	Har mange politiske historie	Hovedhistorie + korte historier	Ingen kilder. Mange historier på kort tid	Mange egne journalister	Stor andel indlands-historier. Mange part-interview-personer
Nyheds-podcasts-genre	Deep dive	Deep dive	Deep dive	Deep dive	Kombi af Deep dive og micro-bulletin	Micro-bulletin	Deep dive	Deep dive

Som det kan udledes af tabellen, så er langt de fleste danske nyhedspodcasts altså den genre, som Newmann og Gallo kalder *deep dive*, men som skemaet viser, så ses der også variationer blandt dem.

4.3 Fire udvalgte tendenser

På baggrund af vores resultater fra den kvantitative kodning har vi udvalgt fire tendenser, der gør sig gældende for de danske daglige nyhedspodcasts, som vi nu vil dykke yderligere ned i. Tendenserne er samtidig udvalgt med afsæt i vores teori om journalistisk praksis og idealer, da vi ønsker at undersøge, om denne nye genre har nogle udfordringer i forhold til disse.

1. Udenlandske historier og politik fylder meget

Der er stor adspredelse i hvilke historier, der bliver dækket på tværs af danske nyhedspodcasts, men der er en overvægt af politiske nyheder og udenlandske nyheder. Hvad er den gode historie i en nyhedspodcast? Og er der nogle nyheder, der ikke egner sig til nyhedspodcast, og derfor ikke bliver fortalt?

2. Der er typisk én interviewperson med per historie

Når stort set alle danske daglige nyhedspodcasts har én interviewperson per historie, inddrager de så andre kilder, eller hvordan forholder og arbejder nyhedspodcastene med objektivitet?

3. Journalister er den mest brugte kildetype som interviewperson

Knap fire ud af ti interviewpersoner på tværs af danske daglige nyhedspodcasts er journalister. Hvorfor er de så populære, og hvordan bliver de brugt som kilder? Bliver de brugt som *øjenvidne* eller *insider*?

4. Nyhederne udkommer flere dage efter, det er sket

Der går som oftest flere dage fra en nyhed udkommer til den optræder i en af de undersøgte nyhedspodcasts. Er det en udfordring, når de laver nyheder? Eller er der blot tale om en anden nyhedsgenre, end den man kender fra eksempelvis de daglige tv- og radioaviser?

Disse fire ovenstående tendenser vil vi undersøge og diskutere ved at dykke yderligere ned i vores datamateriale fra den kvantitative kodning. Derudover vil vi supplere med en kvalitativ indholdsanalyse (se afsnit 3.4) samt interviews (se afsnit 3.5). Herunder ses en oversigt over, hvilke metoder vi bruger til at undersøge hver enkelt tendens.

Tabel 14: Brug af metoder i analysen

Udenlandske historier og politik fylder meget	Der er typisk én interviewperson med per historie	Journalister er den mest brugte kildetype som interviewperson	Nyhederne udkommer flere dage efter, det er sket
Kvantitativ indholdsanalyse	Kvantitativ indholdsanalyse	Kvantitativ indholdsanalyse	Kvantitativ indholdsanalyse
-	Kvalitativ indholdsanalyse	Kvalitativ indholdsanalyse	Kvalitativ indholdsanalyse
Interviews	Interviews	Interviews	Interviews

5. Analyse

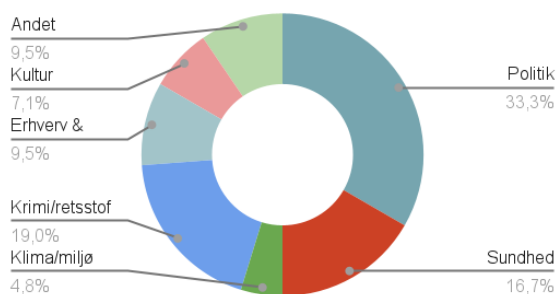
Specialets analyse er bygget op i fire dele ud fra de fremhævede tendenser, hvori de danske nyhedspodcasts kendetegn, og hvordan de praktiserer journalistiske idealer, analyseres og diskuteres. Analysen afsluttes med en samlet delkonklusion om resultaterne fra de fire tendenser.

5.1 Tendens 1: Udenlandske historier og politik fylder meget

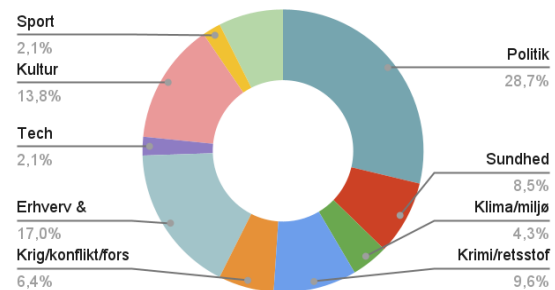
Som det fremgår af afsnit 4 er der stor forskel på, hvor meget forskellige emner bliver dækket i nyhedspodcasts. Den helt store topscorer er historier om politik. Hvis man så kigger på, hvilket afsæt disse historier har, så er den største andel nationale historier (37%). Herefter følger internationale historier om politik (32,9%), lokale historier om politik (19,2%) og til sidst historier om europæisk politik (11%).

Ser man i stedet på, hvordan emnerne fordeler sig indenfor de henholdsvis lokale, nationale, europæiske og internationale historier, fremgår det ligeledes, at en stor andel af de lokale og nationale historier handler om politik.

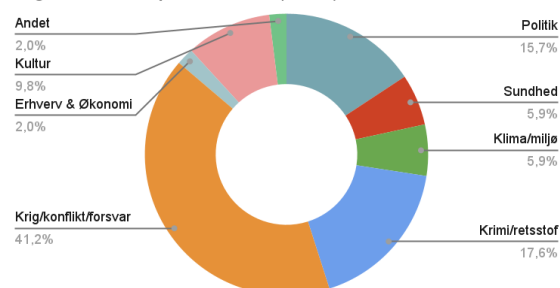
Figur 8. Lokale historier (N:42)



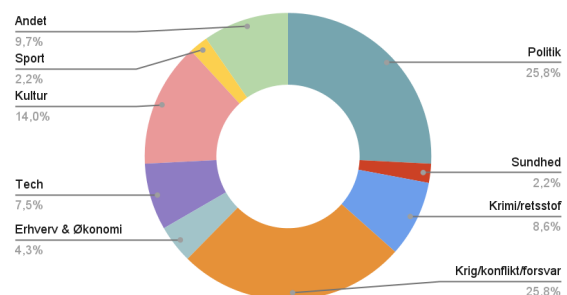
Figur 9. Nationale historier (N:94)



Figur 10. Europa historier (N:51)



Figur 11. Internationale historier (N:93)



At netop dansk politik fylder så meget, kan skyldes, at det er noget, som optager danskerne meget, og som også er vigtigt i den generelle nyhedsdagsorden, vurderer de redaktører, vi har talt med. *“Det er jo de ting, som er vigtige for vores hverdag og som konkret udmønter sig i konsekvenser”*, siger Astrid Louise Jensen, redaktør på *Dato* (Bilag 5: 4).

Og fra redaktøren på *Genstart* lyder det også, at dansk politik er særligt vigtigt at dække: *“Det er nok fordi, det er en nyhedspodcast også. Politik er jo et emne, der fylder meget. Det vil jeg påstå, at i nyhedsbilledet, der fylder politik meget. Så derfor dækker vi det også* (Bilag 6: 5). Og på *Zetland* ser de politik som noget, der i særlig grad optager deres brugere:

Vi ved, at vores medlemmer synes, det er mega fedt, når vi laver historier om dansk politik. Det er jo nogle af de historier, som naturligt ofte bliver store. Og det er nogle af dem, som ofte bryder igennem nyhedsdagsordenen (Bilag 7: 5).

Politik, og særligt dansk politik, er altså helt bevidst noget, som fylder meget i nyhedspodcasts, ifølge de tre redaktører. Vores resultater viser også, at kigger man udelukkende på dansk politik, altså lokale og nationale historier om politik, så udgør de 15,7 procent af alle historier. Dansk politik er i sig selv dermed det, der fylder næstmest efter *krig/konflikt/forsvar*, som udgør 19,2 procent. Her kan der dog, som nævnt, være tale om en særlig situation netop nu, fordi Ruslands invasion af Ukraine fylder meget i nyhedsbilledet. At politik fra indland fylder så meget er heller ikke overraskende set ud fra *Asier & Miguels* forskning (2022), der viser at samme tendens gør sig gældende i Spanien.

Vi kan overordnet se, at udenlandske nyheder fylder mere end indland på tværs af alle de undersøgte podcast. Men modsat politik, virker det ud fra vores interview ikke til, at det er særlig bevidst. Sådan her lyder det blandt andet fra redaktøren på *Genstart*, Line Fabricius:

Ja, det er vel dels, at vi gerne vil afspejle, at vi er et globalt samfund. Og den globalitet, det er vi selvfølgelig også nødt til at vise. Men om det lige skal være 60%, det ved jeg ikke nødvendigvis. Men nogle gange er det svært at finde en indenrigshistorie (Bilag 6: 6).

TV 2's *Dato* er opmærksomme på, at udenlandske historier ikke kommer til at fylde for meget, for ifølge redaktør Astrid Louise Jensen kan det hurtigt ske i en nyhedspodcast. Og det er da også en af de podcasts, hvor udland fylder mindst (Bilag 3). Hun mener nemlig, at en udlandshistorie ofte er lettere for nyhedspodcastene at fortælle, så det lyder nyt: *“Du kan nemmere komme til at virke aktuel på en udlandshistorie, som måske er lidt underfortalt i Danmark”* (Bilag 5: 5). Det kan ellers være en udfordring for podcastene at lyde aktuelle, da de kan have en lang produktionstid. Mere om det i afsnit 5.4.

5.1.1 Nyhedspodcastene skal med på fælleshistorierne

Vores interviews viser desuden, at det er vigtigt for nyhedspodcastene at være med på *fælleshistorierne*, eller "de store historier," som redaktør fra *Dato*, Astrid Louise Jensen kalder dem. Dem, hvor det er det, alle taler om (Bilag 5: 6). Det betyder samtidig også, at den såkaldte nyhedstærskel, er meget snæver (Eide 1992: 71). Der er altså mange historier, som fravælges, fordi nogle andre anses som værende mere vigtige. Og denne selektion er hårdere på en nyhedspodcast, der ofte kun udgiver én eller få historier om dagen i forhold til en tv- eller radioavis, der hver dag kan have mange forskellige historier med i deres udsendelser.

Lise Karlshøj Ipsen fra Zetland beskriver også, at de på deres podcast har et særligt ansvar for at formidle de store, aktuelle nyhedshistorier, da de er mediets nyhedsmotor, hvilket står i modsætning til de længere, mere tematiske artikler, som Zetland skriver:

Vores løfte til medlemmerne er jo en helikopter, der giver medlemmerne dagens store historie. Så det er det, der er meget ledestjernen for, hvad vi udvælger. Der skal være noget nyhedsværdi (Bilag 7: 3).

Altså hvis du sidder og laver en podcast ude på DR, så vil du vide, at du kan gå på dr.dk, og så kan du læse alt, hvad der er sket i løbet af dagen, minut for minut nærmest. Så det er for at give Zetland-medlemmerne en mulighed, eller det er et forsøg på at stille det der nyhedsbehov, som der jo også er (Bilag 7: 2).

Dette illustrerer ligeledes, at de forskellige nyhedspodcasts kan have forskellige formål hos deres medie. Hos Zetland er de podcasts nyhedsmotoren og skal give noget andet end mediets øvrige indhold. På TV 2 ser redaktør Astrid Louise Jensen i højere grad deres nyhedspodcast som en forlængelse af TV 2's eksisterende brand. Det er både vigtigt for dem at dække de historier, TV 2 i øvrigt laver (Bilag 5: 2) og at dække de emner, som man typisk forbinder med TV 2, eksempelvis politik:

TV 2 er generelt stærke på politik, så der vil vi også gerne læne os op ad den virksomhed, vi er en del af. Christiansborgredaktionen er godt bemanded og vi har mange solohistorier på politik, vi har mange analytikere og kommentatorer og så videre (Bilag 5: 4).

Her fremgår det altså, at TV 2 benytter sig af muligheden for at forlænge mediets øvrige indhold (Lindeberg 2019: 24). Det kan ligeledes ses som et udtryk for, at også nyhedspodcasts kan siges at være segmenterede (Blach-Ørsten 2007: 20). Nogle medier har altså et særligt fokus på bestemte emner eller har en særlig vinkel på en sag – det der kan kaldes *vinklet objektivitet* (ibid.). Dog er det i den sammenhæng måske overraskende, at der faktisk ikke er større forskel på, hvilke emner nyhedspodcastene dækker, som det kan ses på figur 3 i afsnit 4. Politiken dækker eksempelvis mindre *politik* end de øvrige, mens Berlingske dækker lidt mere *erhverv og økonomi*. Deres emnefordeling

lægger sig dog generelt ret tæt op ad hinanden. Det kan muligvis skyldes, at de netop gerne vil dække *fælleshistorierne*, og når man dækker det, de andre gør, medfører det naturligvis en ensartet selektion af nyheder hos de forskellige medier og i dette tilfælde podcast (Willig 2011: 115).

I de undersøgte fem uger er nedenstående nogle af de historier, som mange af nyhedspodcastene dækker:

- Afskaffelsen af Store bededag (dækkes af 8 ud af 8)
 - Stormen på kongressen i Brasilien (dækkes af 7 ud af 8)
 - Erdogans Nato-blokade pga. Paludan (dækkes af 7 ud af 8)
- (Bilag 8).

Disse eksempler viser igen, at politiske historier ofte ser ud til at være dem, der vokser sig store, ligesom de store udenlandske begivenheder også er noget, nyhedspodcastene ofte dækker. Selvom de dækker flere af de samme emner, gør de det dog på forskellige måder og med forskellige vinkler. Til at dække stormløbet på Kongressen bruger flere podcasts en korrespondent eller journalist med kendskab til Brasilien til at fortælle om begivenheden, mens *Orientering Udsyn* laver et afsnit med fokus på Twitter og techgiganternes ansvar for at bremse opfordringer til optøjer og misinformation. Her har *Orientering Udsyn* en anden type interviewperson med i form af eksperten Astrid Haug, der er rådgiver i sociale medier (Bilag 8).

Når redaktørerne peger på, at det er vigtigt at dække de store fælleshistorier og herunder i særlig grad dansk politik, så skyldes det også, at det skal være tydeligt, at historierne lever op til nyhedskriteriet om *væsentlighed* (Gravngaard 2010: 25-26). "*Det er åbenlyst dér mange af de mest væsentlige historier ligger,*" siger Astrid Louise Jensen fra *Dato* om de mange politiske historier (Bilag 5: 5). Og væsentligheden er vigtig, fordi der kun udkommer én historie om dagen, siger hun ydermere: "*En god historie skal have en del væsentlighed. Det skal være tydeligt, hvorfor man skal høre den. Især fordi vi har jo kun fem historier om ugen, så der skal være en meget tydelig grund*" (Bilag 5: 2).

Netop fordi der typisk kun er én hovedhistorie om dagen i de fleste danske nyhedspodcasts, så kan hensynet til en blanding af emner over en uge også have en betydning for om en historie bliver lavet. For både når det kommer til emner og fordelingen af indland/udland er det vigtigt at have et mix henover en uge, fortæller redaktørerne (Bilag 5: 2; Bilag 6: 3). Derfor skal man helst ikke have fem udlandshistorier eller flere portrætafsnit i én uge. Det kan udfordre *væsentlighedskriteriet*, for selvom en udlandshistorie måske vurderes som den mest væsentlige lige nu, kan den blive valgt fra, hvis der allerede har været for mange udlandshistorier i den givne uge.

5.1.2 Det vigtige narrativ

Som beskrevet i afsnit 2.3, så kan der være forskellige nyhedsværdier, som er afgørende for at lave nyheder på forskellige medier og platforme. Eksempelvis kan en case og mulighed for gode billeder være afgørende for, om en historie kan laves til TV (Willig 2011: 140). På baggrund af interviewene med de tre redaktører er et narrativ en vigtig nyhedsværdi i nyhedspodcasts. *“Vi skal jo have en relativ skarp vinkel, men også et narrativ”*, siger Astrid Louise Jensen fra *Dato* (Bilag 5: 4). Og også på Zetlands *Helikopter* og på *Genstart*, skal der som udgangspunkt være et narrativ i historien (Bilag 7: 7; Bilag 6: 4). Mere uddybende fortæller Line Fabricius fra *Genstart*, at en god historie skal *“indeholde scener”* og *“den skal rigtig gerne indeholde en hovedperson.”* (Bilag 6: 4).

Og konceptet med at have et narrativ er netop noget, som adskiller nyhedspodcast fra nyheder på eksempelvis radio (Asier & Miguel 2022: 1). Det er altså kombinationen af det klassiske nyhedsformat med interviews og lydbidder og så et narrativ, hvor historiefortælleren deltager direkte. Derfor er interviewpersonen også særlig vigtig i nyhedspodcast, og det bliver nævnt i alle tre interviews, at det er helt afgørende at kunne finde en god fortæller til afsnittet, og det kan både være afgørende for om en historie bliver valgt til eller fra (Bilag 7: 7; Bilag 5: 7; Bilag 6: 3). Vi skriver mere om interviewpersonerne i afsnittet om vores anden tendens i afsnit 5.2.

Hvordan narrativet så forløses i praksis varierer meget. Udover at alle tre podcasts arbejder med fortællemodeller, beskriver Astrid Louise Jensen også, hvordan de på *Dato* har eksperimenteret med, at en hovedperson også kan være en by (Bilag 5: 2). Det samme har de også eksperimenteret med på *Genstart* (Bilag 6: 4). Men narrativet beskrives også som et ideal. Nogen gange giver det ikke mening, og så kan man godt afvige fra det (Bilag 6: 4; Bilag 5: 7).

5.1.3 Den gode nyhedshistorie på podcast

En høj grad af *væsentlighed*, en nyhedskrog og et godt narrativ er altså noget af det, der skal til for at en historie kan forløses på podcast. Og netop manglen på det, bliver også brugt som argument for, hvorfor der er nogle historier, som nyhedspodcastene i mindre grad dækker. Eksempelvis emner som klima og kultur (Figur 3, afsnit 4). Hos Zetland vil de gerne lave flere kultur-historier, men *“det er lidt svært for os med kulturhistorier, på grund af der er det der løfte om, at det skal være dagens store nyhedshistorie,”* siger redaktør Lise Karlshøj Ipsen (Bilag G: 6). Og hos *Dato* fortæller redaktør Astrid Louise Jensen også, at klima kan være svært at forløse, fordi den helt skarpe nyhedskrog, kan være svært at finde: *“og jeg ved godt, så kommer der OECD-rapporter og sådan noget, det kunne vi også*

sagtens være hoppet med på /.../ men der bliver nødt til at være en eller anden form for aktualitet, for at vi hopper på det” (Bilag 5: 4).

Hvis historier er for tekniske og svære at forløse med et narrativ, kan de også blive valgt fra, ligesom debatstof også bliver nævnt som et emne, der er svært at forløse, fordi der typisk kun er én interviewperson med i nyhedspodcastene (Bilag 6: 4, Bilag 5: 3).

Som vist i afsnit 4 har størstedelen af de undersøgte afsnit en *episodisk* framet indgangsvinkel. Det vil altså sige, at historierne typisk tager afsæt i en særlig begivenhed eller hovedperson frem for en ny tendens, tal eller viden (Iyengar 1990). Det kan altså være med til at forklare, som *Datos* redaktør Astrid Louise Jensen også er inde på, at man godt kan bruge nye tal fra en ny rapport som nyhedskrog, men det måske kan være svært at forløse i nyhedspodcastens format. Her er det måske sværere at finde et narrativ og en hovedperson, hvor det er lettere, hvis nyheden allerede har udgangspunkt i en konkret begivenhed eller person. Ligeledes kan det ses som et udtryk for, at man i nyhedspodcastene også forsøger at opnå en nærhed. Man skal tæt på historien, og det gør man i højere grad med en *episodisk* framing, hvor man måske starter med et konkret eksempel eller en øjenvidneberetning. Selv ved en mere overordnet historie kan det altså være et greb, som nyhedspodcastene bruger. *Genstart* har eksempelvis et afsnit, der tager afsæt i debatten om, hvorvidt man skal være automatisk organdonor. I deres afsnit har de så den Konservative borgmester Michael Ziegler med, der selv har ventet på et afgørende opkald om donation af stamceller (Bilag 8). Det er altså en mere personlig og *episodisk* indgang til den overordnede debat, som kører.

Nogle emner er altså sværere at få til at passe ind i formatet med fortællemodeller og et stærkt narrativ, samtidig med at der skal være en vis aktualitet. Men her kan dog siges, at der også på andre platforme, kan være mange særlige forhold og historie-stoppere. For eksempel TV, hvor gode billeder og cases som nævnt er afgørende. Til gengæld udkommer de fleste nyhedspodcasts også kun med én daglig hovedhistorie, og derfor er der ikke så mange historier over en uge, som eksempelvis i en avis, eller i tv- og radionyheder. Det giver selvfølgelig også en risiko for et mere ensidigt billede. Historien skal kunne bære 20-30 minutter, og der skal være en interviewperson, som kan formidle historien.

Dog bliver historierne til nyhedspodcast stadig udvalgt med afsæt i klassiske nyhedsværdier, viser vores interviews, selvom den altså også bruger elementer fra den *fortællende genre* (Thurah & Kristiansen 2013). En stærk nyhedskrog, altså *aktualitet*, er fortsat vigtigt, ligesom *væsentlighed* også nævnes som et vigtigt parameter. Historierne bliver altså fortsat udvalgt med afsæt i klassiske

nyhedsværdier og ikke kun på baggrund af, om der er en god fortæller og et godt narrativ. Historierne på nyhedspodcasts udvælges dermed som nyheder, men fortælles gennem narrativer, scener og andre fortællende elementer. Det kan derfor være med til at forklare, hvorfor danske nyhedspodcasts ofte vælger at fortælle politiske nyheder, da de typisk lever op til klassiske nyhedskriterier som *aktualitet og væsentlighed*.

5.1.4 Går dybden ud over bredden?

Tager man udgangspunkt i de genrekategorier, vi med afsæt i Grunwald (2004) har beskrevet, kan det altså siges, at historierne i nyhedspodcastene ofte vil være indenfor den overgenre, som kaldes *baggrundsjournalistik*. Her er der altså tale om interviews, casehistorier og oversigtshistorier. Vi forstår her Grunwalds begreb om *baggrundsjournalistik*, som journalistik, hvor der i højere grad end ved daglige nyheder bliver gået i dybden med en historie, og hvor der i højere grad er plads til at udfolde synspunkterne fra en case, en interviewperson eller journalisten selv end hvis de optrådte med et enkelt citat i en klassisk hård nyhedsartikel. Omvendt fylder andre genrer mindre i nyhedspodcastene, eksempelvis meningsjournalistik, servicejournalistik og nyhedsjournalistik i form af hard news, fordi det ikke passer ind i formatet. Dette gælder for *deep dive*-podcastene, som udgør størstedelen af de danske nyhedspodcasts, og som er den genre, redaktørerne primært fortæller om i vores interviews.

Men som vi har beskrevet i dette afsnit betyder formatet og genren altså, at nogle emner egner sig bedre til at blive fortalt i en nyhedspodcast end andre. Men skal lytterne så bare vænne sig til, at man ikke kan blive klogere på klima, kultur og sport, hvis man lytter til nyhedspodcast? Eller bør nyhedspodcastene i højere grad tilpasse deres format eller finde nye måder, som man kan dække denne slags historier på? Hvis nyhedspodcasts kommer til at fylde mere og også overtager plads i radioen og kræfter fra journalisterne på medierne – vil det i hvert fald være relevant at diskutere, hvor stort et ansvar nyhedspodcastene har for at dække forskellige emner. Lige nu er nyhedspodcastene måske i højere grad et supplement til den øvrige nyhedsdækning – i hvert fald peger redaktørerne i interviewene på, at deres rolle især er at forklare nyhederne og give et overblik. Dette skriver vi mere om i afsnit 5.4.

5.2 Tendens 2: Der er typisk én interviewperson med per historie

En gennemgående tendens for danske daglige nyhedspodcasts er, at de som regel har én interviewperson med per historie, der fortælles. Det kan vi afkode i vores kvantitative indholdsanalyse, hvor det forekommer mere undtagelsesvis, at en nyhedspodcast interviewer mere

end én kilde til én historie. Opgørelsen kan ses i tabel 13 i afsnit 4.1. Der er få eksempler på podcastafsnit i vores undersøgte periode, hvor der er to eller flere interviewpersoner med til at fortælle samme historie. Et eksempel på det kan findes hos Politiken, der den 27. januar 2023 udsendte afsnittet *Det gådefulde maleri på ekskonge Konstantins forladte slot*. Her er både Politikens egen journalist, Camilla Stockmann, og seniorforsker ved Statens Museum for Kunst, Peter Nørgaard Larsen, med som gæster (Bilag 8). Men det er et fåtal af gange, at det er sket i vores undersøgelsesperiode. Det er dog ikke alle vores undersøgte podcasts, der benytter sig af interviewpersoner, som beskrevet i afsnit 4. Men hvis man udelukkende ser nærmere på de podcasts, der benytter sig af interviewpersoner, står det klart, at det sker hos *deep dive-podcast*. Men at have én interviewperson per historie er ikke et særtegn ved *deep dive-genren* ud fra Newman og Gallos (2020) definition – men ud fra vores resultater fra vores kvantitative indholdsanalyse kan vi udlede, at i størstedelen af afsnittene er det tilfældet.

5.2.1 Gæsten som hovedperson

At de danske nyhedspodcasts typisk har én interviewperson med per historie, er også noget vi får bekræftet gennem vores interviews med de tre redaktører. Her fremgår det, at det i høj grad er et bevidst valg, at der typisk er én interviewperson per afsnit for alle de tre podcast. Astrid Louise Jensen fra *Dato* forklarer det blandt andet med, at det passer godt til fortælleformen: *“Jeg tror det passer godt til formatet, fordi podcast er meget nærværende. Du har det helt inde i øret”* (Bilag 5: 7). Netop den måde at beskrive podcast-formatet på stemmer overens med Swiatek (2018) og Barrios-Rubios (2021) beskrivelse af podcast overfor live-radio. Det er et intimt format, der laver en forbindelse mellem lytteren og de medvirkende i podcasten, der har til formål i højere grad at besvare spørgsmålet “hvad kan jeg lære” i stedet for blot at berette om det, der er sket. Dette bliver også bakket op af Zetland-redaktøren, Lise Karlshøj Ipsen. Hun beskriver, at særligt *Helikopter* har til formål at fortælle én historie, og at der er noget stærkt ved, at tale med én person, der har forstand på emnet:

Så kan det godt være, at vi taler med en eller anden ekspert i kinesisk ude fra KU [Københavns Universitet]. Men vi gør meget for, at de får taget slipset af. Hvem er du? Hvorfor interesserer du dig for det her? For det er også med til at skabe en forståelse for, hvorfor de siger det, de siger. Og få folk til at lytte efter, når man får en relation til det menneske, som fortæller en historie. Og det tror jeg bare, at man nemmere får en fornemmelse af, når du sidder og skal lytte til ét menneske, end hvis vi ringede til fire-fem kilder (Bilag 7: 7).

Det kan altså dermed siges, at det er et bevidst kendetegn for de danske *deep dive*-nyhedspodcasts, at de holder sig til at fortælle nyheder gennem én interviewperson, der med *Genstarts* redaktør Line Fabricius' ord bliver *“historiens hovedperson”* (Bilag 6: 7). Fælles for de tre podcasts er også, at

redaktørerne alle beskriver, at de opbygger hvert et afsnit efter enten berettermodellen eller en tre-akts model med én gennemgående hovedperson. Det kan tyde på, at der er tale om, at nyhedspodcasts læner sig mere mod den fortællende genre ud fra Thurah og Kristiansens (2013) inddeling af genre efter, hvad de *gør*, hvor man typisk featureartikler, reportager og dokumentarer, mens man i den informerende genre i stedet finder nyhedsartikler og referater (Thurah & Kristiansen 2013).

Hos *Genstart* bekræfter redaktøren, at deres formidling læner sig op af featureartikler, og hos Zetland er det også særligt muligheden for at fortælle en historie gennem et narrativ, der er styrende for, at der i langt de fleste tilfælde er én interviewperson (Bilag 6: 1; Bilag 7: 7). Og netop narrativet og intimiteten kan skabes, når podcasten bliver en samtale mellem to mennesker i stedet for flere personer, understreger *Datos* redaktør, Astrid Louise Jensen:

Du får ikke det der nærvær, du får ikke den der intime samtale mellem to mennesker, hvis du hele tiden flyver rundt imellem alt muligt. Men altså (...) alle regler er med undtagelser, vi har haft afsnit hvor vi har haft en ekstra kilde på, men det [at have én interviewperson] fungerer bare godt, når du skal skabe et intimt rum, som du skal, når det er podcast (Bilag 5: 7).

Vores interviews viser dermed, at der fra redaktørernes side er stor bevidsthed om, hvordan interviewpersoner skal bruges og sættes i scene som fortællingens hovedperson, da det passer godt til formatet og giver den intimitet, som passer godt til podcasts.

5.2.2 Ikke blot mikrofonholderi

Nu hvor vi har beskrevet, hvordan der typisk optræder én interviewperson per historie, så åbner det for spørgsmålet om, hvorvidt der fremgår modsatrettede holdninger i deres nyhedsformidling. For hvis man tager udgangspunkt i Tuchmans (1972) klassiske procedure for at sikre sig objektivitet i sin journalistiske formidling, så lyder det blandt andet, at man A) skal præsentere de mulige konflikter og begge sider af en sag, B) præsentere underbyggende beviser gennem fakta og C) præsentere forskellige parter holdninger gennem citater. Typisk vil en nyhedsartikel, der hører under den informerende genre, interviewe flere relevante parter om den gældende sag for på den måde at tilstræbe sig objektivitet (Thurah & Kristiansen 2013). Men hvordan *gør* nyhedspodcasts, der som udgangspunkt altid har én interviewperson med, det?

I vores nærkodning kan vi se eksempler på, at der i alle de undersøgte afsnit bliver inddraget både lydclip med citater fra andre kilder end interviewpersonen, eller at værten henviser til andre citater eller skriftlige kilder. Det indikerer, at der bliver taget højde for at inddrage andre kilder end

interviewpersonen og er dermed i tråd med en af Tuchmans klassiske procedure for at tilstræbe sig objektivitet. Et eksempel er, når værten stiller følgende spørgsmål til Lars Løkke Rasmussen i afsnittet *Løkke: Bededag er et lille offer*:

Nationalbanken lavede et kasseftersyn, et årsregnskab så at sige, for staten og de offentlige finanser her for 2022, hvor de så finder 62 milliarder kroner ekstra i overskud for 2022. Dem kunne man vel også bruge? (Bilag 9: 5).

Her ses det, hvordan værten henviser til fakta for at kunne stille et kritisk spørgsmål til interviewpersonen, hvilket samtidigt også er at præsentere andre synspunkter gennem citater.

Dog viser vores resultater, at der er forskel på, i hvor høj grad der inddrages andre citater eller holdninger, afhængigt af hvilken kildetype der er interviewperson. Fælles for de fire afsnit er, at der er en meget klar hovedperson i hvert afsnit. De omhandler den afdøde Ritt Bjerregaard, den bogaktuelle prins Harry, den tidligere og nu afdøde prins Konstantin og udenrigsminister Lars Løkke Rasmussen. Forskellen er dog, at de af gode grunde ikke har kunne invitere alle hovedpersonerne ind som interviewperson – enten fordi de er afdøde ved døden, eller fordi der er tale om en udenlandsk prins. Det eneste afsnit hvor hovedpersonen optræder, er afsnittet med Lars Løkke Rasmussen, hvor han er med som partskilde, der fortæller om regeringens politik i forbindelse med afskaffelsen af store bededag og det kommende forsvarsforlig. Derudover optræder tidligere minister og folketingsmedlem Christine Antorini som case ved at være veninde til Ritt Bjerregaard, TV 2 korrespondent Ulla Terkelsen som journalist til at fortælle om prins Harrys nye bog, og historiker Emma Paaske som ekspert, til at fortælle om den tidligere prins Konstantin.

Vores nærkodning viser, at der bliver inddraget flest citater fra andre end interviewpersonen i partskilde-afsnittet med Lars Løkke Rasmussen. Her bliver der inddraget enten lydclip, eller værten refererer til citater fra andre kilder 15 gange. Til sammenligning sker det otte gange i afsnittet om den tidligere prins Konstantin. En væsentlig forskel er dog også, at der i Lars Løkke Rasmussens afsnit typisk bliver inddraget andre kilder for at præsentere mulige konflikter eller andre parters synspunkter, som ved følgende eksempel, som værten selv henviser til:

Fagforeningerne, for alle de mennesker i forsvaret, de siger, at de føler, at de risikerer at blive syndebug for beslutningen. Altså at afskaffelsen af store bededag kædes direkte sammen med de øgede forsvarsudgifter. Hvad vil du [Lars Løkke Rasmussen] sige til de 18.000 mennesker, der er ansat i forsvaret? (Bilag 9: 5).

I afsnittet om den tidligere prins Konstantin eller om prins Harrys bogudgivelse, er størstedelen af de klip eller citater, der inddrages, nemlig fra den hovedperson, som ikke selv kunne optræde. Et

eksempel er, at afsnittet om prins Harry er fyldt med små lydclip af ham, der læser passager op fra bogen (Bilag 9: 7-8). Det samme gør sig gældende i afsnittet om Ritt Bjerregaard, hvor de fleste andre kilder, der bliver inddraget, netop er lydclip eller henvisninger til citater, som Bjerregaard tidligere har sagt. Denne forskel, som vi har fundet i vores nærkodning, tyder på, at der er en større bevidsthed om at inddrage flere parters holdninger, hvis interviewpersonen er en partskilde, end hvis det er en af de øvrige kildetyper, der er gæst. Derudover eksemplificerer det, at nyhedspodcasts i højere grad inddrager lydclip og citater fra historiens hovedperson, hvis hovedpersonen ikke er interviewpersonen selv, som eksemplet med prins Harry viser. Det indikerer, at der er et ønske om, at på trods af at man ikke kan få hovedpersonen direkte med i afsnittet, forsøger man stadig at fortælle historien så nært som muligt.

Inddragelse af andre parters holdninger eller anden fakta, er noget, som de tre redaktører er opmærksomme på, fortæller de i vores interviews. Redaktør for *Genstart*, Line Fabricius, beskriver, hvordan de tænker over, hvilke lydclip og arkivclip, der kommer med i afsnittet, for at sikre balance (Bilag 6: 8). Der er dog én ting, som hun fremhæver i forhold til balancen: *“Det, der er så super vigtigt, det er modspørgsmålene. At vi husker at få dem med, så man ikke bliver mikrofonholder for gæsten”* (Bilag 6: 8). Og netop at få det kritiske spørgsmål og modargumenter med i afsnittet, er noget som de to andre redaktører også fremhæver (Bilag 7: 8; Bilag 6: 7). Dertil nævner Dato redaktør, Astrid Louise Jensen, at de også nogle gange har et genmæle fra den modsatte part:

Vi tænker meget over at vores vært er klædt på til at kunne indtage det andet standpunkt og stille de kritiske spørgsmål. Det er jo ekstremt vigtigt (...). Men vi kan jo stadig godt have et genmæle (Bilag 5: 7).

Genmæle er dog ikke noget, som vi har set eksempler på, i vores nærkodning – til gengæld er der flere kritiske spørgsmål til Lars Løkke Rasmussen fra værten undervejs i afsnittet, som følgende:

Fagbevægelsen har I ikke med, men I har sådan set heller ikke hele arbejdsgiversiden med (...) de siger, at måden at gøre det på er forkert. Er I igang med at ødelægge den danske model? (Bilag 9: 6).

Modsat har vi bemærket i vores nærkodning af afsnittet om Ritt Bjerregaard, at interviewpersonen Christine Antorini får lov til at tale uafbrudt, altså uden indvendinger fra værten, i knap tre minutter (Bilag 9: 2), og her er der ikke på samme måde kritiske spørgsmål. Dog er der en klar præsentation af Christine Antorini som værende en god og nær ven til Ritt Bjerregaard, hvorfor der ikke kan siges at være et skjult bias. Men igen tyder det på, at der er en større bevidsthed om at inddrage flere holdninger end interviewpersonens i nyhedsformidlingen på nyhedspodcasts, når gæsten er en part, end hvis det er en ekspert, case eller journalist.

5.2.3 Er nyhedspodcasts ensidige?

Det kan umiddelbart lyde ubalanceret, at et nyhedsformat som regel altid tager udgangspunkt i én interviewperson. Særligt ud fra de klassiske objektivitetskriterier og proceduren om altid at høre flere parter i en sag (Tuchman 1972; Westerståhl 1983). Dog viser vores resultater fra vores nærkodning og interviews, at de forskellige podcasts er opmærksomme på netop at inddrage fakta, modspørgsmål og andres holdninger – og at valget om at have én interviewperson særligt handler om formatet. Derfor oplever redaktørerne heller ikke, at der er et problem med, at de enkelte afsnit ikke kommer til at være afbalancerede. For fælles for de tre podcasts er også, at de gør en dyd ud af deklarerer deres interviewgæsters eventuelle bias, hvilket er med til at understøtte den tilstræbte objektivitet. Redaktøren på *Genstart* siger eksempelvis, at når de har chefredaktør og politisk analytiker Kristian Madsen fra A4 medier med, så gør de altid opmærksom på, at han har en fortid i Socialdemokratiet (Bilag 6: 7-8).

Dog angriber *Genstarts* redaktør Line Fabricius også lidt præmissen om tilstræbelsen mod *objektivitet* i den klassiske forstand, som Tuchman (1972) beskriver det. Hun fremhæver nemlig, at der i al journalistik er en række til- og fravalg, hvorfor der altid er en vinkel på formidlingen: "*Der er jo altid en vinkling på det, man laver. Så derfor synes jeg, det er sådan lidt noget pjat nogle gange, med de objektivitetskriterier*" (Bilag 6: 9). Citatet her er nærmest direkte i tråd med Blach-Ørstens (2007) beskrivelse af den segmenterede presse, der arbejder med en *vinklet objektivitet*, der betyder, at journalistikken stadig skal tage udgangspunkt i det saglige, men at vinkel og kildebrug afhænger af mediets profil (Schultz 2007). Og ud fra *Genstart*-redaktørens beskrivelser, tyder det på, at det i høj grad også er sådan, de praktiserer objektivitet.

Vores kodning og interviews viser desuden også, at nyhedspodcasts understøtter objektiviteten ved at klæde værten på, så vedkommende kan stille modspørgsmål ligesom andre synspunkter også kan komme til udtryk gennem lydclip. Det er med til at skabe en tilstræbt objektivitet, hvorfor vi ikke kan konkludere, at nyhedspodcast generelt set fremstår ensidige. Dog kan man sige, at disse tiltag ikke sikrer en helt lige balance, da interviewpersonen stadig fylder hovedparten i et afsnit, da de er afsnittets hovedperson, hvorfor der aldrig bliver en lige balance mellem de interesser, der er på området. Men igen peger det tilbage på formen og genren, hvorfor det tyder på, at de danske nyhedspodcasts genremæssigt læner sig mere op af den *fortællende genre* (Thurah & Kristiansen 2013) og *baggrundsjournalistikken* (Grunwald 2004), der er funderet i enkeltstående historier og featureartikler, end de hårde nyheder, hvor man måske er mere opmærksom på en lige fordeling mellem forskellige parter og holdninger. Der er dog anden forskning der beskriver, at på trods af, at

nyhedspodcasts er fortællende, så er der stadigvæk stærke journalistiske normer at spore, såsom nøjagtighed og verifikation, hvilket vores interviews også indikerer (Miller et al. 2022). Nyhedspodcastene gør dermed flere ting for at sikre en objektiv formidling, selvom de typisk kun har én kilde med.

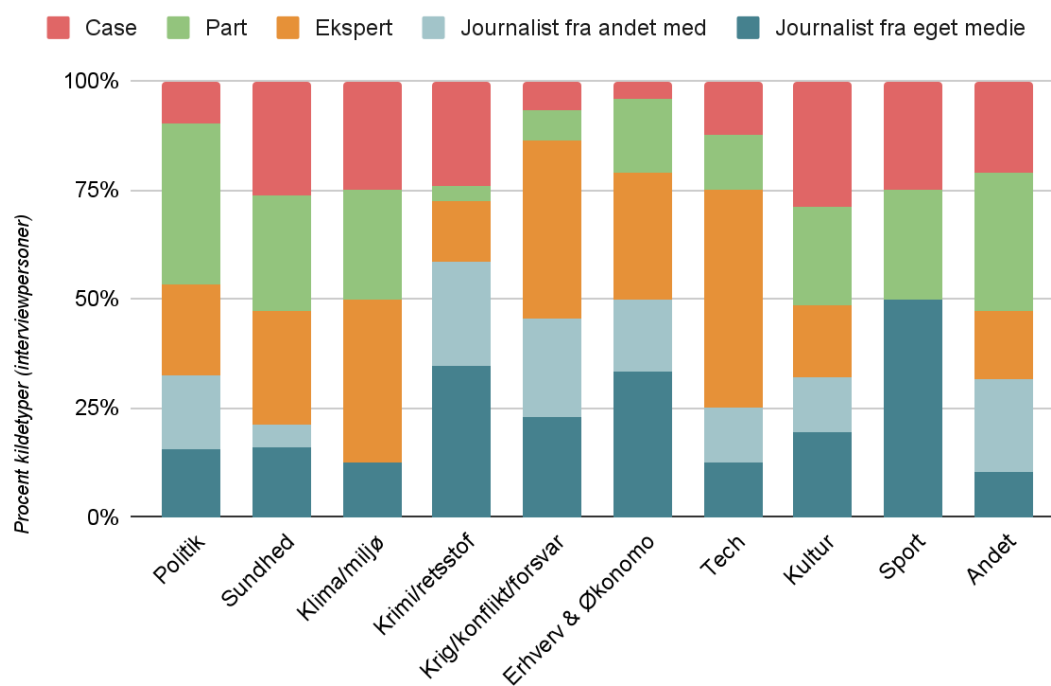
5.3 Tendens 3: Journalister er den mest brugte kildetype som interviewperson

En anden tendens, vi kan se i vores kvantitative indholdsanalyse, er, at journalister ofte bliver brugt som interviewpersoner i de daglige danske nyhedspodcasts. Knap fire ud af ti interviewpersoner er nemlig journalister (Bilag 3). Politiken er højdespringeren – her benyttes journalister i 92 procent af de undersøgte podcasts, mens Zetland bruger færrest (28%). Zetlands redaktør Lise Karlshøj Ipsen forklarer, at de ikke vil benytte journalister bare for at gøre det, men at det virkelig skal være fordi, de har siddet og studeret området i mange år, eller fordi de har dækket en bestemt historie (Bilag 7: 9). Der er derfor forskel på de danske daglige nyhedspodcasts villighed til at benytte journalister som interviewpersoner.

5.3.1 Journalister bruges til svære emner

Når vi kan se, at journalister er den kildetype, som oftest bliver brugt på tværs af nyhedspodcasts, så er det interessant at se på, hvilke emner de så dækker.

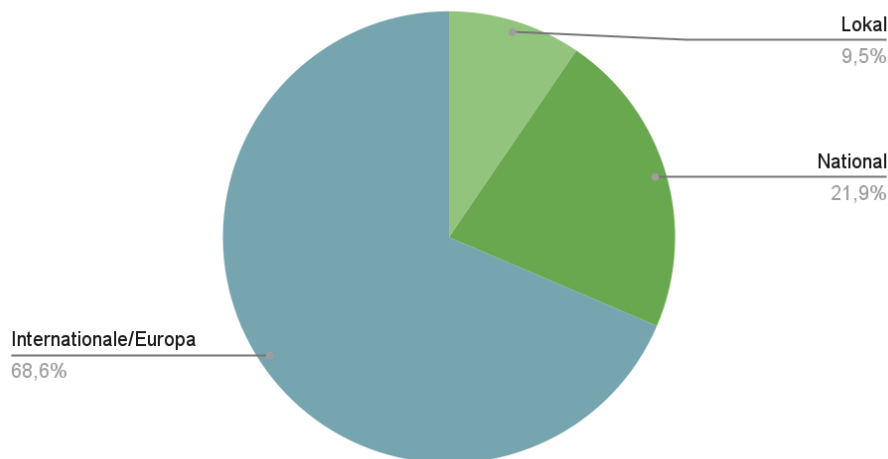
Figur 12. Hvilke kilder bliver brugt på emnet? (N: 427)



Vi kan se at journalister ofte bliver brugt på emner som *krimi/retsstof, erhverv og økonomi* samt *krig/konflikt/forsvar*. Det forklarer *Genstarts* redaktør Line Fabricius med, at det er teknisk svære emner: *“Erhverv og økonomi er noget af det sværeste for os at dække, fordi det er så sindssygt svært at formidle i en fortællende form”* (Bilag 6: 4). Fra vores interviews med både *Genstart* og *Dato* fremhæver begge redaktører ligeledes journalisters evne til at formidle (Bilag 6: 8; Bilag 5: 8). Det kan derfor også være en del af forklaringen på, hvorfor journalister bliver brugt på emner, der kan være svære at fortælle om på den måde, podcastene ønsker.

Når man ser på, om journalister oftest bliver brugt på indland- eller udlandshistorier, er der en klar overvægt i udlandshistorier. 68 procent af de historier, journalister bliver benyttet til, er udlandshistorier (Figur 13, afsnit 5.3.1).

Figur 13. Hvad bliver journalisterne brugt til? (N: 427)



En del af forklaringen på, at det ser sådan ud, kan være at podcastene har sværere ved at få udenlandske interviewpersoner med. De tre redaktører beskriver i vores interviews, at de rigtig gerne vil have en hovedperson i deres podcasts (Bilag 6: 3; Bilag 5: 2; Bilag 7: 7). Naturligt nok er det sværere for podcastene at få selve hovedpersonen på på udlandshistorier, hvis det handler om Joe Biden, Volodymyr Zelenskyj eller Elon Musk, og det kan være en forklaring på, hvorfor de i så i stedet vælger at tage en journalist med som interviewperson på udlandshistorier, der kan fortælle om sagens forløb.

5.3.2 Journalister har styr på fakta

En af de podcasts, der bruger flest journalister som interviewpersoner, er *Genstart*, der har journalister med i 23 procent af deres historier. Redaktør på *Genstart* Line Fabricius forklarer, at journalister er særligt gode til at udlægge historierne nøgternt og objektivt:

De er jo inde i stoffet, de har styr på facts som regel. Selvfølgelig skal man jo stadigvæk researche op på historien og lige dobbeltchecke det, de siger, men der er ikke lige så stor risiko for, at de siger et eller andet faktisk forkert (Bilag 6: 9).

Line Fabricius beskriver brugen af journalister som interviewpersoner som en måde at sikre sig, at der er styr på det faktuelle aspekt, og ifølge Tuchmann er det en af de procedurer journalister benytter for at fremstå objektive (Tuchman 1972: 665-670). Når journalisterne optræder som interviewpersoner, så kan de også udlægge flere sider af en sag, hvilket også fremhæves af *Genstarts* redaktør Line Fabricius (Bilag 6: 9). Denne egenskab, altså at præsentere de mulige konflikter og begge sider af sagen, er endnu en af Tuchmans fire procedurer (ibid.).

Denne procedure ses blandt andet i vores nærkodning af *Genstart*-afsnittet *Bolsonaros hooligans*, hvor Sydamerika-korrespondent Kristian Alnblad både fremlægger, at Jair Bolsonaro før valget siger: *"I skal ikke stole på resultatet, hvis jeg ikke vinder"*, men også hvordan den anden præsidentkandidat Luiz Inácio Lula da Silva giver Bolsonaro skylden for hans håndtering af coronakrisen: *"Det som blev nævnt i valgkampen fra Lulas side. Der snakker han om Bolsonaros håndtering, eller mangel på samme af coronapandemien"* (Bilag 10: 14). Her udlægger interviewpersonen begge sider af sagen og tager ikke parti men præsenterer fakta. Dette er ligeledes i tråd med Tuchmans forståelse af objektivitet, da en af de fire procedurer, som journalister benytter for at holde sig objektive, er at præsentere fakta, og det er dét, Kristian Alnblad bidrager med i eksemplet.

5.3.3 Journalister fra egne og andre medier

I vores kvantitative indholdsanalyse kan vi se, at der er stor forskel på om podcastene har benyttet journalister fra eget hus eller fra andre medier. Zetlands *Helikopter* benytter kun én af deres egne journalister i fire procent af afsnittene, mens Politiken er dem der har den absolutte største andel af egne journalister som interviewpersoner, nemlig 81 procent (Bilag 3). Det virker derfor til at være en del af deres koncept, at podcasten bliver en forlængelse af avisen, og at journalisterne inviteres ind til at tale om en historie eller et emne, de har dækket. Et eksempel er afsnittet om mafiabossen Matteo Messina, som Politikens Europa-korrespondent skriver en artikel om den 17. januar 2023, hvorefter han medvirker i *Du Lytter til Politiken* dagen efter (Bjørck 2023; Bilag 8). At en avis' øvrige

indhold typisk kobles sammen med podcasten, beskrives også i tidligere forskning (Asier & Miguel 2022: 11).

Dato er den podcast, som bruger næstflest af deres egne journalister, da 51 procent af deres afsnit har en journalist med fra TV 2. Og det er et helt bevidst valg, beskriver redaktør Astrid Louise Jensen: "Som udgangspunkt bruger vi vores egne folk (...) vi kan ligeså godt fremhæve vores kollegaer og de historier og henvise til andre platforme" (Bilag 5: 8). Astrid Louise Jensen nævner ligeledes en dokumentar om Saxobank, som TV 2 har lavet, og som de derfor lavede et afsnit om: "Den skal vi have ejerskab over i huset. Det vil vi gerne være med til at rulle ud" (Bilag 5: 2). Dette viser, at man fra TV 2's side gerne vil fremme mediets egne historier – såkaldte *solohistorier* – som ifølge Willig er prestigefyldte og væsentlige (Willig 2011: 184). Solohistorier har symbolsk værdi og dette kan være en årsag til, at man på *Dato* prioriterer at benytte egne journalister på historier, der laves andre steder i huset. Det tyder derfor på, at hvorvidt historien er TV 2's egen kan have indflydelse på nyhedsudvælgelsen hos *Dato*.

Når det kommer til *Zetland Helikopter*, fortæller redaktør Lise Karlshøj Ipsen, at det hos dem ikke er så vigtigt, hvor journalisten er fra – bare journalisten er dygtig (Bilag 7: 9). Det samme gør sig gældende hos *Genstart*, fortæller deres redaktør Line Fabricius. De lægger vægt på, at de gerne vil bruge de journalister, der er allertættest på historien – også selvom det er fra et andet medie:

Hellere det end en intern, der så skal fortælle det vedkommende så har læst i Berlingske. Som ikke har siddet nede i researchen, som ikke har snakket med de der personer. Vi vil selvfølgelig gerne snakke med dem, som er aller tættest på den historie, som vi gerne vil fortælle (Bilag 6: 10).

Det viser, at det er et vigtigt kriterie for *Genstart*, at den journalist, de har med, er den, der er nede i stoffet og har gravet historien frem. På den måde får de til tider journalister med, der har lavet *solohistorier*. *Genstart* samler historien op, og det virker til at være mindre vigtigt, om det er DR's egenhistorie eller egen journalist. Der er dermed en villighed hos *Genstart* til at dække andre mediers *solohistorier* (Willig 2011: 183-184).

Vi kan dermed se, at der er stor forskel på, hvordan podcastene forvalter brugen af journalister som interviewpersoner. For nogen betyder det meget, at det er deres egne journalister, der medvirker, så podcasten bliver en forlængelse af mediet, mens andre i højere grad har fokus på at finde den bedst egnede kilde, der eventuelt har gravet sig ned i sagen og breaket historien.

5.3.4 Journalister som øjenvidner og insidere

I dette afsnit beskrives hvordan journalisterne optræder som interviewpersoner i de danske daglige nyhedspodcasts. Der er nemlig forskel på, hvilken rolle journalisterne indtager, når de benyttes som interviewpersoner i podcastene. Det gøres med afsæt i vores nærkodning af fire udvalgte afsnit (Bilag 10). Her kan vi se, hvorvidt journalisterne bliver brugt som et *øjensvidne*, der har været på lokationen og formidler fakta, eller som en *insider* med dybdegående kendskab til området og som til tider formidler analytisk (Schrøder 2004). I Du Lytter til Politikens afsnit *Døden på plejehjemmet: hvorfor var de gamle fulde af medicin?* benytter de deres egen journalist Kristian Corfixen til at beskrive en retssag, der kørte ugen før. I afsnittet analyserer Corfixen ikke på noget tidspunkt, men beskriver stemninger og fakta fra retssalen:

Da vi kommer ind retten i Randers, der sidder hun på anklagebænken, og hun ryster. Man kan se det, når hun.. hun har fået sådan en papkop, og når hun skal drikke af den, så bruger hun begge hænder, fordi hun ryster så meget (Bilag 10: 3).

Corfixen har afdækket sagen og fungerer mere som *øjensvidne* end *insider* i netop denne podcast, da han ikke fortæller om informationer om sagen, som andre til stede i retslokalet ikke også har. Dog nævnes det senere i programmet, at han har skrevet en bog om en lignende sag, så hans erfaringer med at dække fagområdet fremhæves. Der gøres dog ikke meget ud af at fremhæve hans erfaringer, da han blot præsenteres som værtens kollega i starten af podcasten. Dette kunne tyde på, at behovet i netop denne sag er en journalist, der kan beskrive begivenhedernes gang som *øjensvidne* snarere end en journalist, der går analytisk til værks.

Anderledes ser det ud i *Genstarts* afsnit *Harrys hævn* om den britiske prins Harrys bog *The Spare*, hvor B.T.s royale korrespondent Jakob Heinel er gæst. Her fremhæves hans ekspertise i høj grad i præsentationen af ham som interviewperson: *“Jakob Heinel er B.T.s royale korrespondent og vært på B.T.-podcasten ‘Kongehuset bag kulissen’*. Herefter siger han selv: *“Jeg følger både det danske og det britiske og de fleste andre kongehuse i verden”*. En fyldig præsentation og disclaimer af den journalistiske interviewperson beskriver Schrøder som en metode til at komme kritikken angående journalister, der interviewer journalister i møde (Schrøder 2004). Dermed virker ovenstående præsentation som en legitimering af, at interviewpersonen er den rette til at medvirke i podcasten eller i hvert fald er ekspert på området. Heinel analyserer ofte i løbet af podcasten i en grad, så man skulle tro, han faktisk havde været til stede i rummet, når situationerne mellem prins Harry og resten af kongehuset udspiller sig eller har direkte adgang til hovedpersonens tanker: *“Han føler sig som en ekstra nyre for sin bror. En der kan træde i funktion, hvis den anden ikke virker”* (Bilag 10: 9). Her analyserer og vurderer Heinel og trækker dermed de store linjer. Han kommer ikke med

øjensvidneberetninger i løbet af podcasten, derfor tyder det på, at hans rolle i podcasten er som *insider*-journalist.

Genstarts redaktør, Line Fabricius beskriver i vores interview, at netop journalisters evne til at kunne analysere vægtes højt på deres redaktion. Det er dermed en del af forklaringen på, hvorfor det så ofte bliver en journalist, der medvirker i *Genstart*, siger hun:

De [journalister], de kan analysere og har arbejdet med stoffet gennem mange, mange år, kan trække tråde tilbage til tidligere, det er jo selvfølgelig en gave. Det har jeg tænkt på i forhold til, hvis en politiker er med, for eksempel. Så der er jo sådan en tydelig bias, hvor en journalist måske mere kan på den ene side og på den anden side (Bilag 6: 9).

Her beskriver Line Fabricius både journalisters evne til at analysere, og at de kan se begge sider af en sag. Dette er i tråd med en anden af Tuchmans fire procedurer, at præsentere mulige konflikter og begge sider af sagen, som journalister benytter for at holde sig objektive (Tuchman 1972: 665-670). Det tyder derfor på, at *Genstart* på den måde kan beskytte sig mod kritik ved at benytte journalister som interviewpersoner, der i højere grad kan sikre at begge sider af en sag er repræsenteret på trods af, at de blot har én interviewperson med i podcasten (Bjerg 2005; Schmidt & Mørk 2016).

Vi kan derfor se, at journalister udfylder forskellige roller, når de er interviewpersoner i de danske daglige nyhedspodcasts. Det tyder på, at det er forskelligt fra historie til historie, om der er brug for et *øjensvidne* der beskriver begivenhedernes gang eller en *insider*, der kan komme med et analytisk perspektiv på verserende sager. Når sidstnævnte er omdrejningspunktet kan man også sige, at nyhedspodcastene bærer præg af den vurderende genre (Thurah & Kristiansen 2013). Vi kan med denne undersøgelse dog ikke sige noget om, hvorvidt den ene slags journalist bliver brugt mere end den anden, da det vil kræve et større undersøgelsesgrundlag for at kunne sige noget om omfanget. Fælles for begge roller er dog, at de anses som nogen, der kan være med til at sikre objektivitet af de adspurgte redaktører.

5.3.5 Journalister henviser til andre kilder

Når journalister optræder som interviewpersoner i de danske, daglige nyhedspodcasts trækker de ikke kun på egne erfaringer. De henviser også til andre kilder. Som beskrevet er det netop en af fordelene ved at bruge journalister som kilder, da de præsenterer andre kilders udsagn, som de har talt med gennem deres arbejde. Denne pointe bakkes op af redaktør på *Dato* Astrid Louise Jensen: *“Det er det der med, journalisterne, de har været tæt på det ved enten at være på stedet eller have mødt nogle mennesker.”* (Bilag 5: 9).

Vi kan dog se i vores nærkodning, at der er forskel på, hvor meget journalisterne henviser til andre kilder. Det sker ikke ofte i de fire undersøgte afsnit, at journalisterne inddrager skriftlige kilder. Der er dog eksempler som i *Genstarts* afsnit *Bolsonaros Hooligans*, hvor Sydamerika-korrespondent i DR Kristian Alnblad henviser til et tweet af den brasilianske politiker Jair Bolsonaro, eller da Kristian Corfixen henviser til skriftlige beviser i afsnittet *Døden på plejehjemmet: hvorfor var de gamle fulde af medicin?* (Bilag 10: 4). Vi kan se, at journalisterne også fortæller om andre kilder, de har talt med. Et eksempel er journalist Nanna Muus den 7. februar 2023 i *Du Lytter til Politikens* afsnit *Hvad har afghanske piger og kvinder tilbage?: "Jeg husker det selv i Kabul, som om der var meget stille i gaderne... Jeg rejste ned i Helman og besøgte Sara der"* (Bilag 10: 17). Ved at journalister inddrager andre kilder, kan de præsentere mulige konflikter og begge sider af sagen, som Tuchman (1972) beskriver som en af de fire metoder journalister benytter for at sikre sig objektivitet.

Vi kan ikke konkludere i hvor høj grad journalister inddrager andre kilder, når de er med i de danske daglige nyhedspodcasts som interviewpersoner, men vi kan se, at det er et greb, de benytter. På den måde bliver andre kilder repræsenteret gennem journalisterne, selvom de er den eneste interviewperson i podcasten.

Vi kan altså se, at journalister i høj grad bliver brugt som interviewpersoner i de danske daglige nyhedspodcasts, men at det sker forskelligt. Det bliver fremhævet af redaktørerne, at journalister generelt er gode formidlere og kan udlægge flere sider af en sag og dermed sikre objektivitet.

5.4 Tendens 4: Nyhederne udkommer flere dage efter, det er sket

Når en begivenhed sker, så kan man typisk læse om det kort tid efter på diverse netmedier, høre om det i *Radioavisen* eller tænde for TV 2 News, og på den måde blive opdateret. Men hvis man ønsker at blive klogere ved hjælp af nyhedspodcasts, så skal man typisk vente et par dage, før man kan høre om nyheden. Det kan vi i hvert fald se i vores kvantitative kodning, som vi har beskrevet yderligere i afsnit 4. Her fremgår det, at der i gennemsnit går 3,8 dage fra en nyhed bryder, til den optræder i en af de danske daglige nyhedspodcasts – men også at der er en væsentlig forskel på, hvor lang tid der går mellem de forskellige podcasts. Som fremhævet tidligere er *Genstart* den nyhedspodcast, der er langsomst til at udkomme med en nyhed, hvor Zetlands *Morgenoverblik* og *Helikopter* er de hurtigste. Den forskel mellem de to podcasts bliver også bekræftet i vores interviews med deres redaktører. Her stiller *Genstarts* redaktør selv spørgsmålstejn ved, hvorvidt *Genstart* faktisk er en nyhedspodcast:

Altså man kan jo sige, at selvom vi er en nyhedspodcast, så er vi jo lidt mere en aktualitetspodcast. Altså vi kommer jo ikke med breaking-historie. Det kan vi jo under ingen omstændigheder på den måde, som vi producerer programmer på (Bilag 6: 1).

Genstart arbejder typisk med en produktionstid på fem dage fra idé til, afsnittet udkommer. Dog vælger de også nogle gange at rykke hurtigere på en historie, og derfor kan udkomme med en historie på tre dage, fortæller Line Fabricius, der dog samtidigt understreger, at det er en "super hård proces" (Bilag 6: 3). Vores kvantitative indholdsanalyse viser dog, at hvis man ser på middeltendensen for, hvor mange dage der typisk går fra en nyhed breaker til, *Genstart* tager den op, så går der ni dage. Der er altså typisk ikke overensstemmelse mellem deres produktionstid og deres tid efter breaking. Line Fabricius fortæller dog, at det heller ikke er hovedformålet med *Genstart* at skulle lave breaking news, og at hun ikke ser det som et problem, at der typisk går flere dage fra *Genstart* tager en historie op end andre podcasts. De vil i højere grad leve op til deres fortælleform med et stærkt narrativ med en hovedperson (Bilag 6: 6). Det indikerer, at *Genstart* ikke sætter det som en høj prioritering at være først på en nyhed og have en høj *aktualitet* ud fra de fem nyhedsværdier (Gravengaard 2010). I stedet er det fortællemåden, der er i centrum, hvilket peger i retning af, at *Genstart* i højere grad læner sig mod *baggrundsjournalistik* og *den fortællende genre* end *hård nyhedsjournalistik* (Grunwald 2004; Thurah & Kristiansen 2013).

Helt modsat beskriver Zetlands redaktør Lise Karlshøj Ipsen, at *Helikopter* er en 'meget newsy nyhedspodcast': "Vi er lidt Zetlands nyhedsmotor. Fordi på Zetland sidder vi ikke og skriver hurtige nyheder i løbet af dagen" (Bilag 7: 2). Ipsens forklaring indikerer, at der på Zetland er en helt anden opfattelse af, hvad formålet med mediets nyhedspodcast er, hvilket i højere grad læner sig op af den informerende genre end den fortællende (Thurah & Kristiansen 2013). Det samme billede ser vi også i vores kvantitative indholdsanalyse, hvor *Zetland Helikopter* er den hurtigste *deep dive*-podcast til at udkomme med nyhedshistorier (Bilag 3). Her adskiller *Helikopter* sig fra de øvrige podcasts, vi har undersøgt, da de har et højt fokus på at dække dagsaktuelle nyheder, nu hvor Zetland i øvrigt ikke griber dagens nyheder.

Produktionstiden hos Zetland er fra dag til dag, således at de udvælger emne, interviewer og klipper afsnittet og udkommer om eftermiddagen. Det er også et mere atypisk udkommetidspunkt for en nyhedspodcast i Danmark, da langt størstedelen udkommer om morgenen. Kun *Orientering Udsyn* udkommer også om eftermiddagen, men her er deres tid efter breaking dog væsentligt langsommere end Zetlands *Helikopter*, da den i gennemsnit er på 10,22 dage med en middeltendens på syv. Dermed kan vi ikke konkludere, at nyhedspodcasts, der har udgivelsestidspunkt om eftermiddagen,

er hurtigere til at behandle nyheder på dagen end dem, der sender afsnit ud om morgenen. Men på baggrund af vores interview med Zetlands redaktør, kan vi fastslå, at det er en faktor, der er meget afgørende for, hvor hurtigt de kan udkomme med en historie: "*Vi kan jo på Helikopter sige: den her nyhed skete kl. 9 formiddag, vi laver den til i dag, eller: shit, nu fremlægger de regeringsgrundlag (...) det bliver fremlagt kl. 12, det kan vi faktisk godt nå at gribe*" (Bilag 7: 10).

Det er svært ud fra vores analysedesign at kunne besvare, hvor aktuelle nyhedspodcastene ønsker at være, da vi som beskrevet kun har interviewet tre redaktører, og dermed ikke har spurgt ind til de øvrige nyhedspodcasts tanker herom. Et eksempel der dog kan fremhæves er, at da DR præsenterede *Tiden* som deres nye nyhedspodcast, så lagde de vægt på, at den skulle være 'mere højaktuel' end eksempelvis *Genstart*. Her forklaret af DRs redaktionschef for podcasts Sofie Tholl:

Vores erfaring med 'Genstart' er, at når man gør sig umage med at fortælle levende og vedkommende, så er der stor interesse for at lytte til nyheder på podcast. Derfor udvider vi nu vores digitale tilbud af nyhedspodcasts, hvor 'Tiden' skiller sig ud ved at være endnu mere aktuel, så brugerne er klædt på til den dag, de står op til. Den er fortalt med samme omtanke som 'Genstart' og med perspektiverende vinklinger, så man opnår en bedre forståelse af tiden, vi lever i (Clausen 2022).

Men efter *Tiden* blev lanceret, så har ikke alle modtagelserne af den såkaldte højaktuelle podcast været positive. Den er eksempelvis blevet kaldt for 'underligt uaktuel', og at det ikke var klart, hvorfor podcasten netop tog de udvalgte historier op (Skarum 2022). Hvis vi ser på vores kvantitative indholdsanalyse, så er *Tiden* i gennemsnit knap 3,5 dage om at udkomme med en nyhed efter, den er breaket. Middelværdien er to dage. Det betyder, at *Tiden* rent faktisk er den nyhedspodcast, der udover Zetlands *Morgenoverblik* og *Helikopter*, er den hurtigste på det danske marked. Dermed lever den egentligt ret godt op til at skulle være mere aktuel end *Genstart*, der som beskrevet er udvalgets langsomste.

5.4.1 Et løst forhold til aktualitet

For at blive klogere på hvordan nyhedspodcasts forholder sig til aktualiteten, har vi undersøgt, hvordan værten italesætter tidsperspektivet omkring den historie, som podcasten behandler i vores nærkodning af otte afsnit. De resultater viser, at det langt fra er kutymen, at værten eksplicit fortæller præcist hvornår, en begivenhed er sket. Et eksempel, hvor det slet ikke bliver nævnt, er i *Datos* afsnit om Ritt Bjerregaard. Her nøjes værten blot med at konstatere, som det første i afsnittet: "*Ritt Bjerregaard er død. Behøver jeg at sige mere?*" (Bilag 9: 2). Afsnittet udkommer fire dage efter Bjerregaards død, men alligevel bliver den eksakte dato ikke nævnt. Det kan tolkes som et udtryk for, at podcasten forventer, at lytteren godt ved, hvornår Ritt Bjerregaard er død, og dermed ikke først

bliver bekendt med nyheden via podcasten. Dermed er formålet med afsnittet ikke at fortælle nyheden om en tidligere toppolitikers død, men i stedet udfolde en fortælling om hende som person. Det stemmer ret godt overens med Barrios-Rubios (2021) beskrivelse af podcastmediets rolle som nogen, der lærer fra sig i stedet for blot at udlægge nyhederne, når de sker.

Vores nærkodning viser også eksempler på, hvordan der flere gange henvises til mere bløde vendinger af, hvornår et forløb startede. I afsnittet om den tidligere prins Konstantins død, bliver der blot nævnt: *“Forleden døde en pris af Danmark”* (Bilag 9: 12). Igen er datoen ikke specificeret – og lytteren antages at vide, at det er sket, for hvad der må forventes at være et par dage siden. Et eksempel hvor der er en mere direkte beskrivelse af tidsperspektivet er i *Genstarts* afsnit om prins Harrys bogudgivelse. Her bliver det fastslået, at bogen *“udkommer i dag”* (Bilag 10: 12). Her er det interessant at fremhæve, at der er tale om et afsnit, hvor podcasten rent faktisk er meget aktuel, da afsnittet udkommer samme dag som den bog, der behandles. Det tyder på, at når aktualiteten er høj, så bliver det eksplicit italesat, men hvis det ikke er tilfældet, så bliver der anvendt blødere vendinger - måske for ikke at lyde uaktuelle. Det vil dog kræve yderligere nærkodninger af flere afsnit for at kunne underbygge ovenstående tese, hvorfor det her skal tolkes som et eksempel frem for et resultat, som vi kan generalisere bredt ud over genren.

5.4.2 En ny og hurtigere fortællemodel

Dato har et ønske om, at være mere aktuelle i deres nyhedsdækning, hvilket har været udfordret af deres andet ønske om at have et narrativ som fortællemodel. Det fortæller redaktør Astrid Louise Jensen:

Det der med, at der altid skulle være en hovedperson, og der skulle knytte sig en scene til hvert enkelt vendepunkt. Det lagde vi ligesom ud med, men den model er bare lidt begrænsende, hvis man gerne vil være superaktuelle, for der er sgu mange historier, der er svære at pakke ind i den model (Bilag 5: 2).

Og det kan vi også se i vores resultater fra den kvantitative kodning. Her har vi fundet frem til, at der i gennemsnit går 8,8 dage fra en historie bryder, til at *Dato* fortæller om den, men at middeltendensen er fire. Især middeltendensen stemmer godt overens med deres produktionstid, der lyder på fire dage fra idé til udgivelse (Bilag 5: 3). Tallene viser, at *Dato* typisk udgiver en historie fire dage efter breaking, men samtidigt også tager ‘ældre’ historier op. Dog fortæller Astrid Louise Jensen i interviewet, at de på *Dato* har udviklet en ny model for opbygningen af deres afsnit for at blive mere aktuelle end tidligere, der trådte i kraft efter vores undersøgelsesperiode.

Nu har vi en anden skabelon, som vi kalder den korte, som er en lidt mere klassisk nyhedshistorie, hvor der ikke behøver være det store narrativ. Det er meget mere at præsentere nyheden, komme med en intro der lige forklarer, hvorfor er det vigtigt, vi hører denne her historie, og så folder vi historien ud (...) Så lidt mere, som man måske ville bygge et indslag op. På en eller anden måde prøve at merge den klassiske oplining med den der fortællemodel (Bilag 5: 2).

Hendes påstand er, at hvis vores undersøgelse havde været foretaget i de fem uger før interviewet, der blev lavet den 1. maj 2023, så havde vi også fået et resultat, der viste, at de var hurtigere i deres dækning, end i januar og februar (Bilag 5: 5). Den påstand kan vi dog ikke påvise, da det vil kræve en ny kodning af fem ugers udsendelser. Men hele idéen om, at *Dato* ønsker at blive mere aktuelle er interessant, da de går ind og udfordrer idéen om et fast narrativ, som vi tidligere har beskrevet som en vigtig ingrediens, når nyhedspodcastene skal formidle nyheder (afsnit 5.1). Astrid Louise Jensen beskriver deres nye model således: "at merge den klassiske oplining med den der fortællemodel" (Bilag 5: 2). Det indikerer, at de tillægger *aktualitet* værdi i forhold til deres nyhedskriterier, og at der er et fokus på at bevæge sig lidt væk fra den baggrundsjournalistiske genre og mere hen mod den mere klassiske nyhedsjournalistiske genre (Grunwald 2004).

5.4.3 Til dem der læser overskrifter

En forklaring på hvorfor de fleste nyhedspodcasts vælger at udkomme med deres historier flere dage efter en historie er breaket, kan også være ønsket om uddybelse og perspektivering i nyhedsformidlingen. Den prioritering taler også ind i Bielik & Visnovskys (2021) beskrivelse af, at befolkningen har behov for forskellige måder at få præsenteret information og nyheder på. Ifølge dem skal journalistikken have et øget fokus på den forklarende journalistik. Redaktør for *Dato*, Astrid Louise Jensen, beskriver også i vores interview, at det fokus også skyldes nyhedspodcastens målgruppe:

Der er rigtig mange brugere, som har set nogle overskrifter med Jon Stephensen. De har set hans navn, og 'årh der er noget med en eller anden kulturordfører fra Moderaterne, hvad fanden er det lige det er', (...) man har måske ikke fået det der samlet overblik over, hvad er det egentlig historien er, hvorfor er den startet og hvad er det så, der er sket (Bilag 5: 6).

Hvis du har [TV 2] News kørende hele tiden, tjekker Twitter (...) så er det måske bare ikke det segment /.../ der er førsteprioritet. [Det er i stedet] dem der opsnapper og som er nyhedsinteresserede, ser at der sker noget, men har måske ikke lige tid til at sætte sig ned og læse de ti artikler (Bilag 5: 6).

Astrid Louise Jensen beskriver her, hvordan nyhedspodcasts i højere grad henvender sig til forbrugere, der orienterer sig i nyhedsbilledet, men som ikke selv opsøger og dykker ned i selve nyhedshistorierne. Nyhedspodcasten får en opsamlende og forklarende funktion, som dermed kan siges at være af en del af den *forklarende journalistik* (Svith 2010), der også kan ses som en del af baggrundsjournalistikken, hvor der er mulighed for at gå i dybden med en sag. Samtidigt er det også med til at vise, hvordan de enkelte nyhedspodcastafsnit kan fungere som enkeltstående historier, der

skal kunne stå alene. Det er det, som Clark og McLean (2020) kalder for 'late-breaking news', hvor der ikke er det samme fokus på hurtigt at fortælle en nyhed, når den sker, men i stedet samle op på begivenhederne.

5.4.4 Nyheder på bagkant men i dybden

Der er altså tale om, at de danske nyhedspodcasts over en bred kam oftest udkommer med nyheder på bagkant. I praksis skyldes det særligt produktionstid og fortællemanieren, der fokuserer på at have et stærkt narrativ med en hovedperson, fortæller vores interviewpersoner. Samtidigt fremgår det dog, at der er en intern forskel blandt medierne på, hvor hurtige de ønsker at være i forhold til podcastens rolle på det pågældende medie. Alligevel tegner vores resultater et billede af, at de danske nyhedspodcasts sjældent er en genre hvori nyheder rent faktisk bliver breaket, som *solohistorier*, der sætter nyhedsdagsordenen (Willig 2011). Vi har ikke direkte i vores undersøgelse ledt efter, om de respektive podcasts har haft solohistorier, hvorfor det ikke kan afvises, at det sker, men i vores interviews er det ikke en nyhedsværdi, som nogen af de adspurgte redaktører fremhæver. Zetland nævner, at deres formål er at dække dagens store historie, hvilket peger i retning af, at de har et ønske om at springe med på de store nyhedsdagsordener. Dog fortæller deres redaktør Lise Karlshøj Ipsen også, at de på mindre store nyhedsdage vælger, hvilken historie de vil tage op "*Der er mange 'dagens store historier' hver dag, og nogle dage kan det være, at det er helt åbenlyst, hvad dagens store historie er, og andre dage er det fordi, vi vælger, at okay, nu er det i dag, det er den*" (Bilag 7: 3).

Fælles for de tre adspurgte podcast er, at de i stedet for at have fokus på, at deres redaktion selv graver nyhedshistorier frem, så lægger de vægt på, at deres podcast i højere grad skal kunne give perspektiv på en nyhedshistorie. *Genstarts* redaktør Line Fabricius forklarer det således:

Så på den måde er vi jo ikke et klassisk nyhedsformat, hvor vi kommer med en breaking-historie, eller vi siger, at det hele hænger sammen på den eller den måde, hvor man kommer med en nyhedstrekant og kalder en konklusion først (...) Vinklen kan godt være rettet mod en eller anden aktuel nyhed, men så kommer vi lidt mere med noget baggrund i nyhedspodcasten (Bilag 6: 1).

Ovenstående er med til at forklare, hvilken rolle nyhedspodcasts som genre har i forhold til nyhedsdækningen generelt. Her fremhæves *baggrundsjournalistikken* igen som genre i kontrast til *nyhedsjournalistikken*, da der samtidigt tages direkte afstand fra nyhedstrekanten. Nyhedstrekanten er ellers også en del af Tuchmans (1972) ritualer for at tilstræbe sig objektivitet og er også kendetegnet for den informerende genre og klassisk nyhedsjournalistik (Thurah & Kristiansen 2013; Grunwald 2004). Nyhedstrekanten som fortællemaniere står i kontrast til en narrativ fortælling, som vi tidligere har beskrevet er den dominerende metode, nyhedspodcasts formidler nyheder på. Det

tegner et billede af, at nyhedspodcasts i højere grad abonnerer på en mere *vinklet objektivitet*, da fokus er at forklare essensen af en sag, og gøre lytterne klogere, frem for at fremlægge de respektive synspunkter i en sag, der typisk hører til en mere klassisk nyhedsformidling (Blach Ørsten 2007; Jønch-Clausen & Lyngbye 2007).

Redaktør for *Dato*, Astrid Louise Jensen, uddyber også, at på trods af, at de har en ambition om at kunne udkomme med nyhedshistorier hurtigere end nu med deres nye fotælleskabelon, så må hastigheden ikke gå ud over indholdet:

Nu har vi så lært modellen for det hurtige aftræk, men jeg føler ikke, vi så igen giver den der brede [fortælling], som vores format også kan, netop at give perspektivet og dybden. Hvis man hele tiden laver det hurtige aftræk, så får vi jo heller ikke altid det der store perspektiv med (Bilag 5: 6).

Igen tyder det på, at nyhedspodcasts som genre indebærer mange elementer fra den fortællende genre (Thurah & Kristiansen 2013). Ønsket om at kunne fortælle nyheden i dybden kan altså trumfe ønsket om at være hurtige.

5.5 Delkonklusion

Med vores analyse har vi fået en dybere forståelse af de fire tendenser. Blandt andet kan vi konkludere, at de mange politiske historier skyldes, at de af redaktørerne ofte vurderes som meget væsentlige, og som noget der fylder i nyhedsdagsordenen og derfor skal afspejles i podcastene. Udenlandske nyheder fylder også meget, men der er ikke en lige så entydig forklaring på hvorfor. En forklaring kan dog være, at det er en måde, hvor podcastene kan virke mere aktuelle. Historier fravælges blandt andet fordi de ikke passer ind i formatet, og der ofte er et fravær af en hovedperson eller et oplagt narrativ. Podcastens format er dermed afgørende for nyhedsudvælgelsen.

Vi kan derudover udlede, at når nyhedspodcasts i høj grad kun benytter én interviewperson per historie, så bliver det værtens rolle at præsentere fakta, andre parterers holdninger og have forberedt modspørgsmål, så det ikke bliver 'mikrofonholderi' og for at skabe balance i dækningen. I forhold til klassiske journalistiske idealer forsøger de på denne måde at tilstræbe sig objektivitet – eller i hvert fald en *vinklet objektivitet*. Ligeledes kan vi se, at inddragelsen af fakta og andre parterers synspunkter er særligt fremtrædende i afsnittet, hvor interviewpersonen er en partskilde, hvor ved de andre kildetyper kan inddragelsen af andres citater bruges til at komme tæt på en hovedperson, som ikke er tilgængelig.

Dertil kan vi udlede, at journalister ofte bruges som interviewpersoner, da de kan se tingene fra flere sider, fremlægge fakta og kan bruges til at analysere og perspektivere en sag, som *insidere* eller *øjenvidner*. Dette er igen en måde for nyhedspodcastene at tilstræbe sig objektivitet og beskytte sig mod kritik, selv om de kun har én interviewperson med. Der er dog forskel på, om nyhedspodcastene benytter deres egne journalister eller journalister udefra, men der tegner sig ikke et klart mønster af, hvornår en podcast gør det ene eller det andet. Ydermere er der forskel på, om podcasten ser sig selv som en forlængelse af deres medie eller som en mere selvstændig redaktion, hvilket også kan påvirke nogle af de redaktionelle valg herunder valg af interviewpersoner.

Det kan derudover siges, at i forhold til det klassiske journalistiske ideal om *aktualitet*, så kan forklaringen på, hvorfor podcastene udkommer med nyheder på bagkant skyldes produktionstiden, men også fortællemåden, samt at de ofte indtager rollen som dem, der samler op på historier, der udvikler sig over tid. Aktualitet er stadig vigtigt, men forstås bredt, hvorfor der ikke ses et stort behov for at være dagsaktuelle for alle de undersøgte podcasts.

6. Diskussion

Nu har vi præsenteret og analyseret vores samlede resultater ud fra vores valgte teori, litteratur, forskningsstrategier, -designs og -metoder. I følgende afsnit vil vi med afsæt i denne nye viden diskutere, hvorvidt nyhedspodcasts rent faktisk formidler nyheder, og om der er behov for flere nuancer, når nyhedspodcasts kategoriseres som en genre.

6.1 Er nyhedspodcast en nyhedsgenre?

Selvom det ligger i ordet, er det interessant at dykke ned i om danske nyhedspodcasts egentligt kan kategoriseres som værende nyheder. Vores resultater viser blandt andet, at de fleste af de undersøgte podcasts udkommer med nyheder flere dage efter de er sket, hvilket også taler ind i den kritik, der eksempelvis har været af DRs nyhedspodcast *Tiden*, og efter DR har oprustet på forproducerede podcasts fremfor liveradio (Skarum 2022; Nielsen 2023; Strand 2023). Det giver anledning til at sætte spørgsmålstegn ved, om nyhedspodcastene så reelt set beretter om noget nyt, ud fra Iyengars (1990) definition af nyheder, der tilsiger, at der formidles om nye begivenheder, informationer og viden, hvis det allerede er blevet dækket ved en anden platform. Derudover bliver der i de danske nyhedspodcasts ofte taget udgangspunkt i én side af en given sag med afsæt i den inviterede gæst. Det kan være i strid med, at forskning viser, at 73 procent af danske nyhedsforbrugere foretrækker nyhedsmedier, der præsenterer forskellige holdninger (Schrøder et. al. 2021: 19), og med Tuchmans (1972) beskrivelser af procedure for at tilstræbe objektivitet ved nyhedsformidling. Der er altså en række punkter ved de danske nyhedspodcasts praksis, der står i modsætning til flere opfattelser af nyhedsbegrebet.

En grund til hvorfor man så alligevel kan beskrive nyhedspodcasts som en del af nyhedsgenren, er at de formidler nyheder udvalgt ud fra klassiske nyhedsidealiser, det sker bare på bagkant. Vores interviews med de tre redaktører viser dog, at deres formål med nyhedsformidlingen i højere grad er at give brugeren baggrunden for og om en historie frem for blot at berette om nyheden. Det er med til at beskrive, at der er et særligt formidlingsmæssigt mål for netop nyhedspodcasts, der minder mere om baggrundsjournalistik frem for hård nyhedsjournalistik i forhold til Grunwalds (2004) genreinddelinger. Dog viser vores resultater også, at der er en variation i de strategiske og redaktionelle overvejelser hos de undersøgte podcast, hvilket gør at man ikke nødvendigvis kan samle dem alle under samme 'diskursfællesskab', som genren indbyder til (Grunwald 2004). Det skyldes blandt andet at Zetland i højere grad ønsker at være deres medies 'nyhedsmotor' gennem deres to podcasts, da deres medie ellers ikke dækker daglige nyheder, hvorimod det ikke er et

hensyn, som hverken *Dato* eller *Genstart* har. Derudover kan vi også se, at der er variationer i det, som Grunwald (2004) kalder 'formkategorier', altså den journalistiske professionalisering for, hvilken måde en historie skal formidles på. Her kan vi også se, at der langt hen ad vejen er enighed blandt de adspurgte podcasts i, at de bygger deres afsnit op ved hjælp af berettermodellen og/eller en tre aktsmodel. Dog viser vores interview med *Dato*, at de arbejder med netop at ændre den metode. Samtidigt kan vi i vores kvantitative kodning se, at flere af de undersøgte podcasts vælger at formidle mere end én historie per afsnit. Det peger på, at der også er undergenrer blandt de undersøgte nyhedspodcasts, hvor størstedelen er af genren *deep dive*.

På trods af vi kan se, at der er variationer på tværs af de danske nyhedspodcasts, så giver det alligevel mening at definere dem samlet set som nyheder, som en slags afart indenfor *baggrundsjournalistikken* (Grunwald 2004) eller som en slags kombination af *den informerende* og *fortællende* genre (Thurah & Kristiansen 2013). For der er som sagt tale om nyhedshistorier udvalgt med afsæt i nyhedskriterier, men de bliver formidlet med fortællende elementer. Men de danske daglige nyhedspodcast kan ikke i lige så høj grad kategoriseres som klassisk nyhedsjournalistik med hårde nyheder, som vi blandt andet kender det fra *Radioavisen*. Derfor kan det diskuteres, hvorvidt det er retvisende, at nyhedspodcasts generelt set bør have nyhedsbegrebet indlejret i sit navn, da det kan skabe forvirring for brugeren og skabe en falsk forventning af, at genren behandler nyheder på samme måde, som en nyhedsartikel gør, når den i højere grad fortæller om baggrunden. Det vil dog kræve en mere brugerorienteret indgangsvinkel til emnet for at undersøge det. Men ud fra vores forskellige genreinddelinger, så kan vi dog alligevel fastslå, at selvom nyhedspodcastenes omdrejningspunkt i højere grad er baggrund end den rene nyhedsformidling, så beskæftiger de sig stadigvæk med nyhedshistorier, der dog bliver fortalt på bagkant.

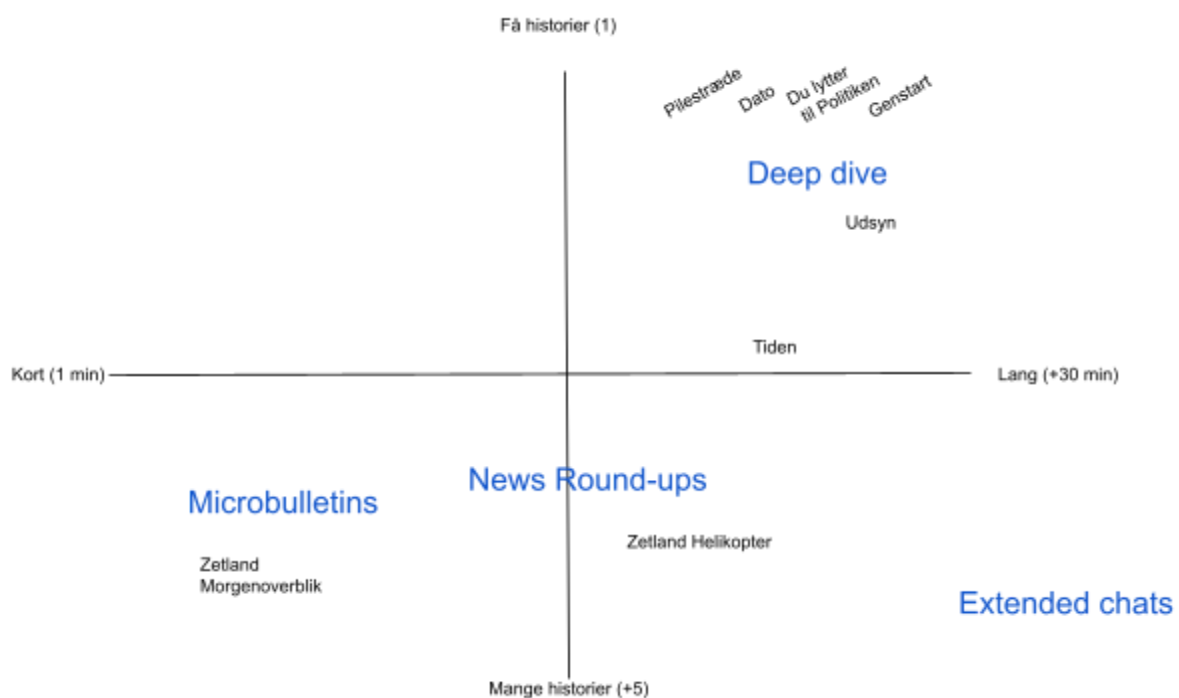
6.2 De danske nyhedspodcasts-genrer - behov for flere nuancer?

Ud fra Newman og Gallos genreopdeling har vi med vores undersøgelse underbygget, at det især er genren *deep dive*, som er dominerende (Newman & Gallo 2019; 2020). På baggrund af seks lande, heriblandt Danmark, har Newman og Gallo selv konkluderet at *deep dive-genren* med 43 procent udgør den største andel af daglige nyhedspodcast. Med vores undersøgelse kan vi dog konkludere, at det tal er langt højere i Danmark - idet der kun er én podcast, som er en *microbulletin* (Zetlands *Morgenoverblik*), og én podcast som kan siges at være en blanding af en *deep dive* og *microbulletin* (*Helikopter*), mens seks er rene *deep dive-podcast*. Vi har med afsæt i Newman og Gallos genreinddeling også udvalgt cases til vores nærkodning med det rationale, at én podcast kan siges at være en typisk case på en *deep dive-podcast*. Heri ligger altså en antagelse om, at podcastene

indenfor genren minder om hinanden. Dog har analysen af vores data også vist, at de danske podcast også har forskelle, både når det kommer til produktionsmåde, formål og indhold. Derfor finder vi det relevant at diskutere om *deep dive-genren* i en dansk kontekst er for bred. Når 75 procent af de daglige nyhedspodcast ligger indenfor denne genre, kan man så skære dem over én kam? Eller er der behov for at undersøge, om der er yderligere undergenrer indenfor *deep dive-genren*?

To af de parametre, som er afgørende for Newman og Gallos genreinddeling, er tid og antal historier i podcasten. Hvis man med afsæt i de to parametre plotter de danske nyhedspodcasts ind i et diagram ud fra vores kvantitative kodning, kan man se, at selvom de fleste podcast ligger oppe i det hjørne, som kan siges at være *deep dive*, så placerer de sig også forskellige steder.

Figur 14: Danske daglige nyhedspodcasts fordelt på genrer

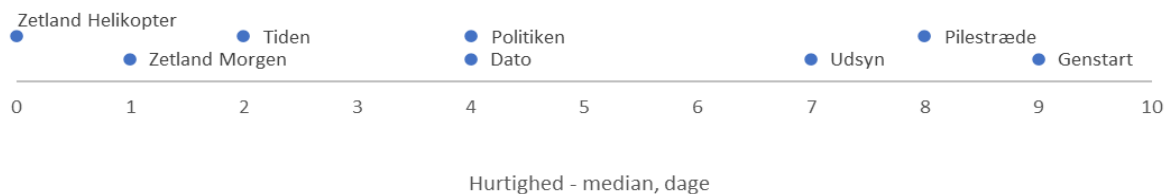


Især er der forskel på, hvor mange historier de dækker, og om de dækker én, to eller tre historier på cirka samme mængde tid, hvilket har en betydning for, hvor dybdegående man kan behandle de enkelte historier. Samtidig må tre daglige historier give et større overblik end én daglig historie. Newman og Gallos inddeling tager desuden ikke højde for, at der kan være blandingsgenrer, hvorfor Zetlands *Helikopter* er svær at placere. Her er én daglig historie, som bliver fortalt i dybden og herefter et par korte historier fortalt som en *microbulletin*. Ligeledes kan man sige, at *Tiden*, der

fortæller tre historier om dagen, i en vis grad også har nogle kendetegn fra *news round up*. Det taler altså for, at der findes forskellige versioner af *deep dive-genren* i forhold til, hvor godt et overblik den giver, og hvor meget den går i dybden med de enkelte historier.

I den forbindelse kan det også inddrages, at vi ser en stor forskel på, hvor hurtige nyhedspodcastene er til at udkomme med en historie, efter den har optrådt i medierne første gang. Der er altså forskel på, hvor 'newsy' de forskellige podcast er, sagt med Zetlands redaktør Lise Karlshøj Ipsen ord. Her kunne man altså også inddele podcastene på en akse med yderpolen dagsaktuel til *late breaking news*, hvor man ser, hvor hurtige de typisk er på en skala fra 0 dage til 10 dage ud fra medianen.

Figur 15: Typisk hastighed fra breaking til udgivelse



Her kan der også tydeligt ses en forskel mellem de forskellige danske nyhedspodcasts, hvilket også har en stor betydning for det produkt, lytterne får i ørene. For er det en podcast, der giver dig dagens store nyhed eller en opsamling, på det der har været den store nyhed de seneste dage? Giver den det seneste nye eller giver den overblik over hele sagen? Netop denne forskel har vi undervejs beskrevet, ligesom vi også har peget på, at nogle podcast skiller sig særligt ud - eksempelvis *Du lytter til Politiken*, der primært benytter egne journalister, hvilket kan ses som en forlængelse af deres avis (Bilag 3).

Vores undersøgelse viser dog også, at der er mange fællestræk ved de danske *deep dive-podcast*. Eksempelvis er de typisk 20-25 minutter lange og har som udgangspunkt én interviewperson med. Vi ser også, at de i høj grad dækker de samme emner lige meget og at der typisk bliver arbejdet med fortælleskabeloner (Bilag 3). Men som beskrevet kan det ske på forskellige måder - *Dato* har eksempelvis tilføjet en ny fortælleskabelon i led med deres ambition om at være mere aktuelle. Selvom vi kan konkludere, at narrativet og den gode fortæller er vigtige kriterier for de danske *deep dive*-nyhedspodcasts, kan det altså også være noget, som de gør på forskellig vis.

Newman og Gallo har udviklet deres genreinddeling i 2019 og 2020, og som vi har været inde på, er nyhedsgenren i hastig vækst, og der kommer hele tiden flere til. Derfor kan der på de få år altså være sket ændringer. Ligeledes er det ikke sikkert, at markedet ser ens ud i de forskellige lande. I en dansk kontekst kan det med Newman og Gallos opdeling være svært at vise, hvilke forskelle der er mellem podcastene på markedet, fordi størstedelen af dem kan siges at høre under *deep dive-kategorien*. Der mangler altså nuancer ved modellen til at forstå, hvordan nyhederne udfoldes på forskellig vis og med forskellig vægt på forskellige journalistiske nyhedsidealere. Det kan ligeledes blive et problem, hvis man i for høj grad udleder resultater til hele genren på baggrund af resultater ud fra én podcast.

Med vores undersøgelse kan vi ikke give en nøjagtig beskrivelse af, hvilke undergenrer, der kan være indenfor *deep dive*. Men vi har fået en forståelse af, at selvom de danske podcast i et vist omfang minder om hinanden, så er der også forskelle, der betyder, at produktet som lytteren får i ørene, ikke er det samme hos hvert medie. Skal man nuancere denne genre, vurderer vi, at følgende parametre vil være relevante ud fra vores undersøgelse:

- Hvor mange historier er med i podcasten og hvor lang tid bruges der på hver historie?
- Er der tale om en dagsaktuel podcast eller er det *late breaking news*?
- Hvilke interviewpersoner bruger podcasten typisk? Er det eksempelvis mediets egne journalister, hvor podcasten bliver en forlængelse af mediets eksisterende indhold?
- Hvordan udfoldes nyhederne? Hvilke fortællegrøb- og fortælleskabeloner anvendes?

7. Konklusion

Der er flere kendetegn at fremhæve ved de i alt otte danske daglige nyhedspodcasts. De er i gennemsnit 21 minutter lange, hvor der typisk bliver dykket ned i én hovedhistorie. Det er også medvirkende til, at det, ud fra Newman og Gallos genreinddeling, er *deep dive-genren*, som er den mest udbredte i Danmark. Vi ser dog, at de varierer i eksempelvis antal historier, tid der bruges på hver historie og interviewpersoner, hvorfor en yderligere genreinddeling vil give mening for fremtidige undersøgelser. Ud fra vores kvantitative kodning af 195 podcastafsnit har vi valgt at fremhæve fire tendenser, som går igen på tværs af nyhedspodcastene: Udenlandske historier og politik fylder meget, der er typisk én interviewperson med per historie, journalister er den mest brugte kildetype som interviewperson, og nyhederne udkommer flere dage efter, det er sket.

Disse tendenser har vi undersøgt med henblik på at få en forståelse af, hvordan podcastene praktiserer journalistiske idealer. Her kan vi konkludere, at nyhedsudvælgelsen for nyhedspodcasts typisk tager afsæt i nyhedskriterier såsom *aktualitet* og *væsentlighed*, på trods af podcastenes formål i højere grad er at give perspektiv og baggrund på en historie end kun at berette om selve nyheden. Det er med til at forklare, hvorfor politiske nyheder fylder meget i de danske daglige nyhedspodcasts, da det blandt podcastene opleves som et emne, der fylder meget hos lytterne og i nyhedsbilledet. Vores resultater viser også, at det er afgørende for nyhedspodcastene at formidle nyheder gennem et narrativ med en god fortæller. Det kan både være med til at forklare, hvorfor journalister i høj grad bliver anvendt som interviewpersoner, da de antages som gode fortællere, der er godt inde i sagen. Ligeledes kan journalisterne beskrive en sag for flere sider, og dermed være med til at skabe en objektivitet på trods af, at der ofte er én interviewperson med per historie. Fraværet af et oplagt narrativ kan også betyde, at nogle historier og emner ikke bliver dækket, fordi det kan være svært for podcastene at få det til at passe ind i deres format.

I forhold til objektivitet benytter de danske daglige nyhedspodcasts sig af forskellige redskaber til at sikre denne, selvom der som nævnt er én interviewperson med per historie. Det kan være ved at inddrage citater fra andre kilder, eller ved at værten stiller modspørgsmål. Vores undersøgelse peger dog også på, at dette bliver gjort på forskellig vis og i forskellig grad afhængigt af, hvilken kildetype interviewgæsten er. Især ved partskilden lader der til at være en opmærksomhed på at inddrage andre synspunkter. Derudover kan vi se, at der i gennemsnit går 3,8 dage fra en nyhed første gang bliver beskrevet i medierne til, at den bliver taget op i en dansk nyhedspodcast. Det viser, at det altså typisk ikke er via en nyhedspodcast, at en nyhed bryder første gang.

Dermed kan vi konkludere, at de danske nyhedspodcasts, beskæftiger sig med nyhedshistorier, men ikke formidler dem som udelukkende hårde nyheder, men er en form for *baggrundsjournalistik*, der går i dybden med historierne og laver opsamlinger. Historierne på nyhedspodcast bliver fortalt med greb fra den *fortællende genre* gennem et narrativ med typisk én interviewperson og ved hjælp af fortælleskabeloner. De bærer dog også præg af den *informerende genre*, og historierne udvælges med afsæt i klassiske nyhedskriterier og gør brug af tiltag, der sikrer en i hvert fald *vinklet objektivitet*.

8. Litteraturliste

24Syv (2023). Minkpod, 24Syv, <https://24syv.dk/podcast/mink-pod> [28-05-2023]

Albrecht, J. (2020). Nyhedspodcasts buldrer frem – sådan rammer Knud Brix 'Genstarts' lyttere, Journalisten, <https://journalisten.dk/nyhedspodcasts-buldrer-frem-saadan-rammer-knud-brix-fra-genstart-lytterne> [28-05-2023]

Andersen, A. (2022). En nyhed eller en fortælling - Et genre og produktionsstudie om nyhedspodcast, og hvordan de formidler journalistik, Danmarks medie- og journalisthøjskole

Asier, L. A. & Miguel, P. E. L. (2022). Audio Storytelling Innovation in a Digital Age: The Case of Daily News Podcasts in Spain. *Information*, 13, 204.

Barrios-Rubio, A. (2021). Radio, music and podcast in the consumption agenda of adolescents and youth in the digital sonosphere, *Commun. Soc.* 2021, 34

Berg, F. (2021). Independent podcasts on the Apple Podcasts platform in the streaming era, *MedieKultur* 2021, 70, pp. 110-131

Berlingske (2023). Morgenposten, <https://www.berlingske.dk/podcast-morgenposten> [28-05-2023]

Berry, R. (2006). Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. *Convergence*, 12(2), pp. 143–162.

Berry, R. (2016). Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium" i: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* I-II.

Bielik, P. & Višňovský, J. (2021). Explanatory Journalism – A New Way How To Communicate In Digital Era. *Media Literacy and Academic Research*

Bjerg, L. (2005). Den gode journalist : etik, værdier og kvalitet i journalistik, *Ajour*

Bjørck, M. (2023). Da det gik op for patienterne og forbipasserende, hvem der var blevet arresteret, begyndte de at sende klapsalver mod politiet, *Politiken*

<https://politiken.dk/udland/art9170385/Da-det-gik-op-for-patienterne-og-forbipasserende-hvem-der-var-blevet-arresteret-begyndte-de-at-sende-klapsalver-mod-politiet> [28-05-2023]

Blach-Ørsten, M. (2007). Journalistikkens rolle i netværkssamfundet, *JOURNALISTICA* · 4 · 2007

Boling, K.S. & Hull, K. (2018). Undisclosed Information – Serial is my Favorite Murder: Examining Motivations in the True Crime Podcast Audience, *Journal of Radio & Audio Media*, 25:1, pp. 92-108.

Borah, P. (2011). Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature, *Journal of Communication* vol. 61

Bottomley, A. (2015). Podcasting: A Decade in the Life of a "New" Audio Medium: Introduction. *Journal of Radio and Audio Media*, 22(2)

Bryman, A. (2016a). Social research strategies: quantitative research and qualitative research i *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press

Bryman, A. (2016b). Mixed Methods Research i *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press

Bryman, A. (2016c). Research Design i *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press

Bøgh Andersen, L. (2012). Forskningskriterier, i Andersen, L. B., Hansen, K. M. & Klemmensen, R. (red.) *Metoder i statskundskab*, Hans Reitzels Forlag, København pp. 97-113

Clark, B. & McLean, A. (2020). Revenge of the Nerds – How Public Radio Dominated Podcasting and Transformed Listening to Audio. J.A. Hendricks (ed.), *Radio's Secon Century: Past, Present, and Future Perspectives*. Rutgers University Press. pp. 207-230.

Clausen, J. (2022). 'Tiden' er DR's nye højaktuelle nyhedspodcasts.

<https://www.dr.dk/om-dr/programmer-og-koncerter/tiden-er-drs-nye-hoejaktuelle-nyhedspodcast>
[13-05-23]

Craig, C. & Brooks, M. & Bichard, S. (2021). PODCASTING ON PURPOSE: EXPLORING MOTIVATIONS FOR PODCAST USE AMONG YOUNG ADULTS. *International Journal of Listening*. 37. pp. 1-10.

Dreyfus, H. & Dreyfus, S. (1986). *Mind over machine. The power of human intuition and expertise in the era of the computer*. Basil Blackwell

DR Medieforskning (2022). *Medieudviklingen 2022 - DR Medieforsknings årlige rapport om udviklingen i danskernes brug af elektroniske medier*

Edison Research (2019). *Edison Research Podcast Consumer 2019*, Edison Research

Eide, M. (1992). *Nyhetens interesse. Nyhetsjournalistikk mellom tekst og kontekst*. Oslo: Universitetsforlaget

Entman, R. (1993). Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4, pp. 51-58

Eskjær, M. og Helles, R. (2015). *Kvantitativ Indholdsanalyse*. 1. udg. Samfundslitteratur

Gravengaard, G. (2008). *En nyhed er en nyhed: et studium i journalistisk praksis og selvforståelse med fokus på fravalg*. Museum Tusulanum

Gravengaard, G. (2010). *Journalistik i Praksis - valg og fravalg af nyhedsidéer*. Samfundslitteratur

Grunwald, E. (2004). *De journalistiske avisgenre*. I Teilmann, Katja (red.). *Genrer på kryds og tværs*. Syddansk Universitetsforlag

Haagerup, U. (2012). *En konstruktiv nyhed - Et opgør med pressens negative verdenssyn*. Forlaget A'jour

Hammersley, B. (2004). *Audible Revolution*. The Guardian.

<http://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> [28-05-2023]

Hansen, L. (2021). *Marcel går stikket dybere i DR's vaccinepodcast*, DR

<https://www.dr.dk/om-dr/nyheder/marcel-gaar-stikket-dybere-i-drs-vaccinepodcast> [28-05-2023]

Harcup, T. & O'Neill, D. (2017). What is News? News values revisited (again), *Journalism Studies*, 2017 Vol. 18, No. 12, pp. 1470–1488

Harcup, T. & O'Neill, D. (2001). "What is News? Galtung and Ruge Revisited" in *Journalism Studies*, 2(2), pp. 261-280

Heilesen, S. (2010). What is the academic efficacy of podcasting?. *Computers & Education*. 55. pp. 1063-1068. 10.1016/j.compedu.2010.05.002.

Hjarvard, S. Nørgaard Kristensen, N., Ørsten, M. (2004). *Mediernes dækning af invasionen af Irak 2003*. Working Paper no. 13, Københavns Universitet: Modinet

Hjortsø, A. Kirkvåg, N. & Rud, M. (2020). *Podcasterens håndbog*, Samfundslitteratur

Højberg, H. (2013). *Hermeneutik i Fuglsang, Lars, Poul Bitsch Olsen & Klaus Rasborg (red.) Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne - På tværs af fagkulturer og paradigmer*. 3. udgave, 1. oplag. Samfundslitteratur

Iyengar, S. (1990). *Framing Responsibility for political issues: The Case of Poverty*, *Political Behavior*, Vol 12 nr. 1, 1990

Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political*, Chicago: Univ. of Chicago Press

Jensen, M. & Kvist, J. (2016). *Hvordan laver man en stærk analysestrategi i Kristensen & Hussain (red.) Metoder i Samfundsvidenskaberne*, Samfundslitteratur

Jespersen, J. (2013). *Kritisk realisme - teori og praksis i Fuglsang, Lars, Poul Bitsch Olsen & Klaus Rasborg (red.) Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne - På tværs af fagkulturer og paradigmer*. 3. udgave, 1. oplag. Samfundslitteratur

Jorgensen, B. (2021). *Playing with perspective: Narrative voice and trust in Australian independent podcasts*

Juul, S.(2012). Hermeneutik i Juul, Søren & Kirsten Bransholm Pedersen (Red.) (2012).

Samfundsvidenskabernes videnskabsteori - En indføring. 1. udgave, 1. oplag. Hans Reitzels Forlag

Jønch-Clausen, H. & Lyngbye, L. (2007). Hvad er fairness?, Journalistica

Jørndrup, H. (2021). Ligestilling i nyhedsmedierne : Den danske del af undersøgelsen: WHO MAKES THE NEWS? 2020. World Association for Christian Communication

Kabel, L. (2016). Danske mediers dækning af Rusland, NJC, Nordisk Journalistcenter

Kalim, F. (2021). Publishers are building their own podcasting apps to capture the “next frontier of media”, Whats new in publishing,

<https://whatsnewinpublishing.com/publishers-are-building-their-own-podcasting-apps-to-capture-the-next-frontier-of-media/> [28-05-2023]

Kammer, A. & Sejersen, T. (2022). Forretningsmodeller og fremtidsudsigter for det danske podcast-marked. Danmarks Medie- og Journalisthøjskole

Koch, C. (2013). Kritisk rationalisme i Fuglsang, Lars, Poul Bitsch Olsen & Klaus Rasborg (red.) Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne - På tværs af fagkulturer og paradigmer. 3. udgave, 1. oplag. Samfundslitteratur

Kristensen, N. N. (2004). Journalister og kilder – slinger i valsen? Århus: Forlaget Ajour

Kunelius, Risto, Elisabeth Eide , Oliver Hahn & Roland Schroeder (2007). Reading the Mohammed Cartoons Controversy: An International Analysis of Press Discourses on Free Speech and Political Spin. International Journalism

Kvale, S. (1997). InterView. Introduktion til det kvalitative forskningsinterview. København: Hans Reitzels Forlag

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). Interview, Hans Reitzels forlag

Lindeberg, A. (2019). So you have a podcast?, Reuters Institute Fellowship Paper,

University of Oxford

Llinares, D., Fox, N., and Berry, R (2018). *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media*. Palgrave

Madsen, V. (2009). *Voices Cast: A report on the new audiosphere of podcasting with specific insights for public broadcasting*

Markman, K. M. Sawyer, C. E. (2014). *Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting*, *Journal of Radio & Audio Media* 21(1) pp. 20-35

Martínez-Costa, M. & Lus-Gárate, E. (2019). *El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital*, *Miguel Hernández communication journal*, v. 10, pp. 317-334.

Mayring, P. (2014). *Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution*. Klagenfurt. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173>
[28-05-2023]

McClung, S. & Johnson, K. (2010). *Examining the Motives of Podcast Users*, *Journal of Radio & Audio Media*, 17:1, pp. 82-95

Mikkelsen, M. (2022). *Engang samlede TV-Avisen danskerne. Nu er seertallene historisk lave*, *Kristeligt Dagblad*,
<https://www.kristeligt-dagblad.dk/kultur/engang-samlede-tv-avisen-danskerne-nu-er-seertallene-historisk-lave> [28-05-2023]

Miller, K., Fox, K & O. Dowling, D. (2022). *From Black Lives Matter to COVID-19: Daily news podcasts and the reinvention of audio reporting*. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media* (20) 2.

Nee, R. & Santana, A. (2022). *Podcasting the Pandemic: Exploring Storytelling Formats and Shifting Journalistic Norms in News Podcasts Related to the Coronavirus*. *Journalism Practice*. Vol. 18, No. 8. pp. 1559-1577.

Neman, N. & Gallo, N. (2019). News Podcasts and the Opportunities for Publishers, Reuters Institute for the Study of Journalism

Newman, N. & Gallo, N. (2020). Daily News Podcasts: Building New Habits in the Shadow of Coronavirus, Reuters Institute for the Study of Journalism

Newman, N. (2019). Inspired by The Daily, dozens of daily news podcasts are punching above their weight worldwide, NiemanLab

Nielsen, B. S. (2023). Desorientering, Information.
<https://www.information.dk/kultur/anmeldelse/2023/01/des-orientering> [28-05-2023]

Nyre, Lars (2015). Urban Headphone Listening and the Situational Fit of Music, Radio and Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 22:2, pp. 279-298.

Park, C. (2017). Citizen News Podcasts and Journalistic Role Conceptions in the United States and South Korea, *Journalism Practice*, 11:9, pp. 1158-1177

Pedersen, K. (2009). Videnskabsteori i projektarbejde og -rapport i Olsen, Poul Bitsch og Kaare Pedersen (red.) *Problemorienteret projektarbejde: en værktøjsbog*, Roskilde Universitetsforlag, Frederiksberg

Perks, L. & Turner, J. (2019). Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study, *Mass Communication and Society*, 22:1, pp. 96-116

Podcastindex (2023). Podcastlisten, <https://podcastindex.dk/>

Poulsen, B. (2016). Semistrukturerede interviews i Juul, Søren & Kirsten Bransholm Pedersen (Red.) (2012). *Samfundsvidenskabernes videnskabsteori*

Reseke, Louise (2019). Lektor: Problematisk når journalister interviewer journalister i nyhederne. <https://mediawatch.dk/Medienyt/TV/article11614633.ece> [28-05-2023]

Ritzau (2023). Nyhedsoverblikket, Radioplay

Schmidt, S., & Mørk, M. (2016). *Journalistikkens grundtrin: roller - krav - metoder*. Ajour

Schrøder, Kim (2004). Den interviewede journalist - Et bidrag til belysningen af en udskældt journalistrolle. https://rucforsk.ruc.dk/ws/portalfiles/portal/57417020/interv_journ.html
[28-05-2023]

Schrøder, K., Blach-Ørsten, M. & Eberholst, M. (2021). *Danskernes brug af nyhedsmedier*, Roskilde Universitet

Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. In *Journalism*, (2) 2.

Schultz, I. (2007). Fra Partipresse over Omnibuspresse til Segmentpresse. *Journalistica* (5).

Schultz Jørgensen, Søren (2019). Almindelige mennesker er for besværlige: Efterhånden interviewer journalisterne i TV-avisen kun sig selv. <https://politiken.dk/kultur/art7380558/Efterh%C3%A5nden-interviewer-journalisterne-i-TV-avisen-kun-sig-selv> [28-05-2023]

Sjøvvaag, H. (2016). Politikk, økonomi og teknologi - Journalistikkens endrede rammebetingelser. I Wadbring, Ingela & Ragnhild Mølster, *Journalistikens ekonomiska utmaningar*. Nordicom-Information 1 (38). Göteborgs Universitet

Skarum, S. (2022). DR's nye nyhedspodcast er underligt uaktuel, Politiken.dk, https://politiken.dk/kultur/set_og_hoert/art8930315/DR%E2%80%99s-nye-nyhedspodcast-er-underligt-uaktuel [28-05-2023]

Skovberg, A. & Schultz Jørgensen, S. (2006). *Dagpressens kilder - Danske aviskilders syn på journalisters arbejde*. Center for Journalistik & efteruddannelse

Skovsgaard, M., Albæk, E., Bro, P., & de Vreese, C. (2013). A reality check: How journalists' role perceptions impact their implementation of the objectivity norm, *Journalism*, 14(1). pp. 22-42

Stamp, E. & Mikkelsen, A. (2008). *Notat om metodiske overvejelser ved kvantitative analyser*, Aarhus Universitet

Strand, K. (2023). 'DR's nye "Orientering" er en rodebutik', Kristeligt Dagblad,
<https://www.kristeligt-dagblad.dk/debat/drs-nye-orientering-er-en-rodebutik> [28-05-2023]

Svith, F. (2010). Forklarende journalistik – afløst eller oplyst. *Journalistica*, 4(1).

Swiatek, L. (2018). The Podcast as an Intimate Bridging Medium. In: Llinares, D., Fox, N., Berry, R. (eds) *Podcasting*. Palgrave Macmillan, Cham

Symons, A. (2016). Podcast comedy and 'Authentic Outsiders': how new media is challenging the owners of industry, *Celebrity Studies*, 8:1, pp. 104-118

Saabye, S. N. (2020). *Podcastlytteren som hverdagskurator – En undersøgelse af podcastlytning som praksisfænomen i hverdagen*, Institut for Kommunikation og Kultur, Afdeling for Medievidenskab og Journalistik, Arts, Aarhus Universitet

Thurah, T. & Kristiansen, M. (2013). *Sproget i de elektroniske medier*. 1. udgave. Hans Reitzels Forlag

Tuchman, G. (1972). Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *American Journal of Sociology* (77) 4. The University of Chicago Press [28-05-2023]

Tuggle, C. A., Carr, F. & Huffman, S. (2014). *Broadcast news handbook: writing, reporting & producing in a converging media world* (Fifth edition.). McGraw-Hill

Tøfting, N. (2021a). Populær nyhedspodcast flytter ind på P1: DR pønser på mere lyd i aktualitetsgenren, *MediaWatch*, <https://mediawatch.dk/Medienyt/Radio/article12795314.ece> [28-05-2023]

Tøfting, N. (2021b). Berlingske kaster sig ind i nyhedspodcast-kampen: "Der er et stort behov". <https://mediawatch.dk/Medienyt/Radio/article12834150.ece> [28-05-2023]

Ulstrup, R. (2023). Ny feministisk P3-redaktør vil ændre verden – bestyrelsesmedlem i DR tager nu sagen op, *Konstrast*,
<https://konstrast.dk/sektioner/artikel/artikel/ny-feministisk-p3-redaktoer-vil-aendre-verden-bestyrelsesmedlem-i-dr-tager-nu-sagen-op> [28-05-2023]

Vestergaard, M. (2021). Nyhedskriterierne skulle sikre bedre journalistik – sådan blev de til.
<https://medium.com/mediajournal/nyhedskriterierne-skulle-sikre-bedre-journalistik-s%C3%A5dan-blev-de-til-119fbd564f45> [21-03-23]

Westerståhl, J. (1983). OBJECTIVE NEWS REPORTING: General Premises. Communication Research (10) 3. Sage Publications

Willig, I. (2011). Bag nyhederne. Værdier, idealer og praksis. Samfundslitteratur

Ytterstad, A. (2011), Klimakrisen udfordrer objektivitetsidealet i norsk journalistikk, Norsk medietidsskrift, 2011, Vol.18 (4), pp. 323-343

Zumeta, G. (2020). Gorka Zumeta disecciona el formato «Daily» en TEA FM.
<https://www.gorkazumeta.com/2020/02/la-disrupcion-digital-en-los.htm> [28-05-2023]

Aarhus Universitet (2023). Analyse af to variabler, Metodeguiden, Aarhus Universitet,
<https://metodeguiden.au.dk/bivariat-analyse> [28-05-2023]

Aarøe, L. (2011). Investigating Frame Strength: The Case of Episodic and Thematic Frames. Political Communication, pp. 207–226

9. Podcast-transskribering

Nedenfor finder du transskriptionen af vores podcast, Med speciale i nyhedspodcasts, der er vores valgte formidlingsprodukt:

Måske er du en af de mange danskerne, der hver dag tager høretelefonerne i ørene og trykker play på en af de otte daglige danske nyhedspodcasts.

Lydklip: Det her er Tiden, I Udsyn i dag, Du lytter til Politiken, Velkommen i Pilestræde, Det spørger Genstart om i dag, Dato i dag er den virkelige historie, Det her er Zetlands Morgenoverblik, Det her er Zetland Helikopter.

I vores speciale har vi - Jeppe, Stine og Helena - undersøgt det danske nyhedspodcastmarked. Her har vi fundet frem til, hvad der kendetegner den her nye genre i en dansk kontekst, og hvordan nyhedshistorier bliver formidlet på podcast.

Det har vi undersøgt ved at gennemgå alle afsnit i fem uger hos de otte daglige danske nyhedspodcast, som findes. Her har vi blandt andet noteret, hvor lange de er, hvor mange historier de har med, om de har en gæst med i studiet, og hvem det så er.

Og her kan vi se fire tendenser på tværs af alle de danske nyhedspodcasts:

- Stort set alle danske nyhedspodcasts har kun én gæst med per historie.
- Knap fire ud af ti af dem er journalister - og det er faktisk størstedelen.
- De fortæller mange udenlandske historier og generelt fylder politiske historier mest
- Og til slut så fortæller nyhedspodcastene om en nyhed flere dage efter, det er sket

For at forstå, hvorfor podcastene gør det sådan her, har vi set nærmere på, hvordan de forholder sig til de mere klassiske nyhedsidealiser. Hvordan arbejder de med objektivitet? Altså får alle parter lige meget taletid, selvom de kun har én gæst med i studiet? Og hvordan dvælgler de deres historier? Er det ud fra klassiske nyhedsværdier, som *aktualitet* og *væsentlighed*, eller er der andre faktorer på spil?

Alle de her spørgsmål har vi fået besvaret ved at dykke ned i nogle enkelte udvalgte podcastafsnit, og ved at interviewe tre podcastredaktører. Dem kommer du til at høre mere om...

I den her podcast vil vi fokusere på at gøre dig klogere på den sidste tendens: Nemlig den der handler om, at der går flere dage fra nyhederne sker til podcastene tager dem op. For når der, som vores resultater viser, går i gennemsnit 3,8 dage, fra en nyhed første gang bliver fortalt hos et medie, til den er med i et podcastafsnit, kan man så egentlig kalde det en Nyhedspodcast?

Netop den her langsommelighed, er noget af det som nyhedspodcast jævnligt bliver kritiseret for. I Politiken er DR's nyhedspodcast *Tiden* blevet kaldt for 'underligt uaktuel'. Og i dagbladet Information er det blevet skrevet, at man har "smidt aktualiteten ud med badevandet" da man erstattede noget af live-programmet Orientering på P1 med en forproduceret podcast.

Nu fortalte vi, at der i gennemsnit går 3,8 dage, før en nyhed bliver fortalt i en podcast, men vores resultater viser også, at der er stor forskel på, HVOR hurtige de forskellige nyhedspodcast er.

Genstart fra DR er den podcast, hvor der går længst tid. Cirka 16 dage går der i gennemsnit

Bevæger vi os ned i midten af listen finder vi *Du Lytter til Politiken*, hvor der i gennemsnit går cirka 6 dage

Som de hurtigste har vi *Zetland Helikopter* der i gennemsnit er en halv dag om det - og ret ofte udkommer de med historien på dagen, hvor det sker.

Her kan vi måske indskyde at *Zetland Helikopter* adskiller sig lidt fra de andre podcast, da deres podcast udkommer om eftermiddagen, mens de fleste andre lander i podcastappen fra morgenstunden.

Derudover har de også elementer fra en anden nyhedspodcast-genre. Langt størstedelen af de danske nyhedspodcast er nemlig af den genre, som forskerne Newman og Gallo kalder *deep dive*, Her går man i dyben med en historie. Det gør de også i *Zetland Helikopter*, men til sidst i podcasten fortæller de også lige om nogle få andre historier helt kort.

Lydclip: *Og sådan nåede vi til det vi ellers synes, du skal vide i dag.*

Det er en genre, som man kalder *microbulletin*, hvor man hører flere historier helt kort - altså fortalt på 1-3 minutter. *Zetland* blander altså de her to genrer - *deep dive* og *microbulletin*. Men selv ved

deres hovedhistorie, hvor de har en interviewgæst med er de stadig hurtige til at udgive den - i gennemsnit én dag.

At lige netop Zetland er så hurtige - altså den hurtigste på markedet - kan skyldes at deres podcast har et helt andet formål end nyhedspodcastene har på de andre medier. Vi har talt med podcastredaktøren på Zetland, hun hedder Lise Karlshøj Ipsen og prøv lige at hør, hvordan hun beskriver deres podcast:

Lydklip fra interview: *Vi er lidt Zetlands, hvad skal man kalde det, nyhedsmotor. Fordi vi på Zetland, der sidder vi ikke og skriver hurtige nyheder i løbet af dagen. Altså hvis du sidder og laver en podcast ude på DR, så vil du vide, at du kan gå på dr.dk, og så kan du læse alt, hvad der er sket i løbet af dagen.*

Nyhedspodcast på Zetland bliver altså brugt til at fortælle lytterne om dagens store historie, og give et dagligt overblik over dagens nyheder - hvor en podcast som *Genstart*, der er del af et større mediehus - der er behovet et andet.

Men fælles for alle de undersøgte podcasts er, at det er vigtigt for dem, at dække de store fælleshistorier – dem som alle taler om. Det kunne for eksempel være afskaffelsen af store bededag, som vi kan se at alle podcastene mindst har lavet ét afsnit om.

Lydklip: *Men vil fagbevægelsen virkelig trække landet ud i en storkonflikt, der sætter store dele af samfundet i stå pga. en helligdag i maj? Mona Strib er min gæst i dag - velkommen i Pilestræde.*

Redaktørerne fortæller desuden, at deres nyhedspodcast henvender sig til dem, der måske har læst en overskrift her og der, men som ikke selv har samlet delene endnu. Det bliver dermed podcastens opgave, fortæller redaktøren på TV 2s podcast *Dato* – og det samme gør sig gældende hos *Genstart* siger deres redaktør Line Fabricius,

Lydklip fra interview: *Uanset hvor hurtige vi er, så er vi altid på bagkant. Sådan er det. Det er også det - vores opgave er heller ikke at være der helt lige fremme. Det er jo også, at vi kan nå at få nogle analyser eller nogle perspektiver eller nogle refleksioner ind. Som man ikke ellers finder, i dem, der kan være de hurtigere.*

Vores undersøgelse peger også på, at det er vigtigt for podcastene at have et narrativ og en god fortæller til hvert afsnit. Netop fordi de fleste danske podcast er af den her genre, der hedder deep dive, bruger de tid på historiefortællingen og det indebærer ofte at der laves lyddesign. Altså det her fede underlægningsmusik og effekter. Det tager alt sammen tid - at finde den rigtige interviewperson og klippe afsnittet. Ud fra vores interviews ved vi at Zetland kan udkomme på én dag, hos TV2s *Dato* tager det omkring 4 dage at lave et afsnit fra idé til udgivelse, mens det hos *Genstart* tager 5 dage.

Et af de klassiske nyhedsideal er lyder, at historien skal være aktuel, og overordnet set kan man jo ikke ligefrem sige at nyhedspodcastene er dagsaktuelle. Men i stedet kan man sige, at de laver det man kalder *baggrundsjournalistik*. En genre, hvor man ikke bare videreformidler hårde nyheder, som man eksempelvis kender det fra Radioavisen,

Lydklip: Regeringen vil afsætte 5 milliarder kroner om året til et løft af sundhedsområdet - det har tre ministre netop fortalt på et pressemøde

men hvor man går i dybden med historierne og samler op. I de udvalgte afsnit, vi har dykket ned i, kan vi også høre, at det langt fra er hver gang, at man får præciseret, hvornår nyheden er sket - sådan her lyder det eksempelvis i *Dato*-afsnittet om politikeren Ritt Bjerregaards død

Lydklip: Ritt Bjerregaard er død, behøver, jeg sige mere?

Her bliver det altså antaget, at vi som lyttere allerede har hørt hvornår Ritt Bjerregaard er død - i stedet giver afsnittet en dybegående indblik i, hvem hun var, ved at tegne et portræt af hende med hjælp fra hendes veninde Christine Antorini.

De danske nyhedspodcasts leverer især det, man også kan kalde *late breaking news*, der står i kontrast til gule bjælker og push-beskeder på telefonen. Podcastene har ikke på samme måde travlt med at breake en nyhed, da de i højere grad har fokus på den gode fortælling, med den gode fortæller og at lytteren bliver klogere og forstår historien. De fortæller i højere grad historien på bagkant – men de udvælger historierne ud fra mange af de samme journalistiske idealer, med fokus på objektivitet, væsentlighed og fakta, som man typisk vil gøre på eksempelvis Radioavisen.

Det var lidt om hvor aktuelle de danske nyhedspodcasts er. Men som sagt så har vi også undersøgt tre andre tendenser.

Blandt andet har vi fundet ud af, at journalister ofte bliver brugt som interviewpersoner, fordi de anses som gode formidlere, der er godt inde i stoffet og kan levere begge sider af en sag. Derudover bliver de brugt på forskellig vis - det kan både være som et øjenvidne eller som en slags ekspert.

Vores undersøgelse har også vist, at selvom der altså som regel kun er én interviewperson med, så bliver der gjort andre ting i podcastene for at sikre balancen og dermed objektiviteten. Eksempelvis inddrager podcastene lydklip eller skriftlige citater fra andre kilder, og værten stiller kritiske modspørgsmål, så den inviterede parts holdninger ikke står alene.

Og så er vi blevet klogere på, at der er mange politiske historier, fordi podcastene opfatter det som nogle af de historier, der optager lytterne og som fylder meget i nyhedsbilledet - For de vil gerne dække de store fælleshistorier. For nyhederne på podcast skal være væsentlige - især fordi der kun udgives ét afsnit om dagen.

Men hvis du vil blive endnu klogere på de her ting, så må du altså læse vores speciale. Find linket i beskrivelsen.

Tak fordi du lyttede med.

Vi har vi brugt lyd fra vores interviews, Radioavisen, og podcastene *Du lytter til Politiken*, *Pilestræde*, *Orienteing Udsyn*, *Tiden*, *Genstart*, *Dato*, *Zetland Helikopter* og *Zetland Morgenoverblik*. Musikken er fra Upright.