

HYLLET etter «vielse»

En studie av homofile i

POPULÆRJOURNALISTIKKEN

Masteroppgave i medievitenskap



Av Jørgen Thune Johnsen

Våren 2011



Institutt for informasjons-
og medievitenskap

Sammendrag

Siden siste verdenskrig har det vokst frem en stor norsk populærjournalistisk presse i Norge. Innenfor henholdsvis uke- og dagspressen er det Se & Hør og VG som er de fremste representantene for denne retningen. I samme periode har norske homofile ”kommet ut av skapet”. Fra å være totalt fraværene i pressebildet, blir denne gruppen i dag stadig omtalt.

Denne masteroppgaven undersøker hvordan homofile har blitt fremstilt i VG og Se & Hør siden midt på 1980-tallet og frem til i dag. Oppgaven er med å gi et mer utfyllende bilde av VG og Se & Hørs journalistikk, i tillegg til å diskutere funksjonene populære medier kan ha i et demokrati. Samtidig er den et lite bidrag til historien om de homofiles kamp, sett fra et medievitenskapelig perspektiv.

Abstract

Since the World War II, a popular press has increased in scope in Norway. Among the weekly and daily press, the magazine Se & hør and the newspaper VG are the leading representatives. Within the same period, the Norwegian gay community has ”come out of the closet”. Whereas they before were totally absent from the media, they are being regularly featured in contemporary (popular) media.

This study explores how this gay community, more particular certain gay individuals, have been portrayed in Se & Hør and VG from the mid 1980s and until today. The thesis additionally contributes towards the research on Se & Hør’s and VG’s journalism and discusse which functions popular press can have in a modern democracy. At the same time, this study provides a small contribution towards understanding the gay movement from a media scientific point of view.

Takk til

min elskede Mia, for å få meg opp om morgenen og god støtte gjennom hele skriveprosessen.

mamma for iherdig korrekturlesning.

lesesalen, ved Espen, Ingrid, Jade, Jan-Ingar og Magnus, for å være den mest vellykkede sammensetning av studenter innen academia, og ikke minst for ekstravagante bursdagsfeiringer.

Paul McCartney for fabelaktig arbeidsmusikk.

Leif Ove Larsen for en oppriktig interesse for oppgaven, grundige veiledninger, oppmuntrende ord og et engasjement ut over det vanlige.

Innhold

1	INNLEDNING	1
2	TEORETISKE PERSPEKTIV	4
2.1	OFFENTLIGHETSTEORI	4
2.2	POPULÆRJOURNALISTIKK	7
2.2.1	ESTETIKK	7
2.2.2	POLITIKK	9
2.3	HOMOFILE OG MEDIA	10
2.3.1	IKONOGRAFI	14
3	METODE	16
3.1	SE OG HØR	18
3.1.1	POLITISK STÅSTED	19
3.2	VERDENS GANG	21
3.2.1	POLITISK STÅSTED	22
4	ANALYSE 1: AIDSSJOKKET	23
4.1	ROCK HUDSON – SYKDOMMENS URPREMIERE	24
4.1.1	MED DØDEN I HÆLENE	24
4.1.2	SCHIZOFRENE VG	26
4.2	FREDDIE MERCURY: EDDERKOPP OG LEGENDE	29
4.2.1	SE & HØR KONSTRUERER ET FORHOLD	29
4.2.2	VG HYLLER EN LEGENDE	33
4.3	OPPSUMMERING	34
5	ANALYSE 2: FRA "VIELSER" TIL BRYLLUP	37
5.1	PARTNERSKAPSLOVEN I TABLOID	37
5.1.1	KIM OG WENCHE I VG	37
5.1.2	MED EKSMANNEN SOM FORLOVER	40
5.2	KJØNNENØYTRALE LEDERARTIKLER	42
5.2.1	SE & HØRS KVARME-KAKTUS	43
5.2.2	VGs DRØFTENDE LEDER	44

5.3	OPPSUMMERING	46
6	<u>ANALYSE 3: DET POLITISKE HOMOSLIPPET</u>	48
6.1	NYHETEN ALLE VENTER PÅ: FOSS STÅR FREM	48
6.2	TINE ER ANNE KJÆR!	51
6.3	OPPSUMMERING	53
7	<u>ANALYSE 4: BJARTEMÅTEN</u>	55
7.1	I PARADIS	56
7.2	I HUNDRE	58
7.3	OPPSUMMERING	60
8	<u>KONKLUSJON: DET PRIVATE I DET OFFENTLIGE</u>	62
8.1	POPULÆRE MEDIER: ET GODE FOR HOMOKAMPEN?	65
8.2	AVRUNDING	68
	<u>REFERANSELISTE</u>	69

1 Innledning

1985: Wenche Lowzow er en 59 år gammel høyrepolitiker. Hun har tidligere vært både bystyremedlem i Oslo og har sittet i byens formannskap. Lowzow har vært medlem i Høyres sentralstyre og arbeidsutvalg, vært leder av en av partiets kvinnegrupper, og ikke minst: hatt fire perioder som vararepresentant og fast representant i Norges lovgivende forsamling, Stortinget. Som tidligere rektor har hun bekjempet ML-ernes påvirkning på skolesystemet, blant annet ved å være formann for Osloavdelingen av Norsk Lærerlag. Lowzow er tilsynelatende en respektert politiker. Men så, mot slutten av 1970-tallet møter hun sin livs store kjærlighet. Kjærligheten heter Kim, og er en kvinne. Hennes fulle navn er Karen Cecilie Friele, og er formann i Det Norske Forbundet av 1948, en interesseorganisasjon for homofile. Lowzow og Friele utvikler et forhold, som de etter hvert går offentlig ut med. Med det blir hun Norges første offentlig homofile stortingsrepresentant. Tilbake i 1985: Det er på ny stortingsvalg. Wenche Lowzow gir nominasjonskomiteen i Oslo Høyre beskjed om at hun ønsker gjenvalg. Men så, som den eneste av toppkandidatene blir hun vraket av partiet. Det blir stille rundt henne. Hun føler seg frosset ut og isolert. Dette er det siste Norge ser av politikeren Wenche Lowzow.

Oslo 25. januar 2002: Det er fredag og på slottet i Oslo skal det holdes statsråd. Både Statsminister Kjell Magne Bondevik og Utenriksminister Jan Petersen er forhindret i å delta på grunn av utenlandsreiser. Nummer tre i regjeringens maktrekke er finansministeren. Norges finansminister er en middelaldrende mann, talefører og med en lang politisk karriere. Han er cand. mag, har vært stortingsrepresentant i over 20 år, og er nå nestleder i partiet. Han heter Per-Kristian Foss og møter Kong Harald som Norges fungerende statsminister. Per Kristian Foss er en tilsynelatende vanlig norsk politiker. Likevel er det noe med dette statsrådet som gjør det historisk, noe som gjør pressen interessert, noe som skaper verdenshistorie. Norges fungerende statsminister er gift med en mann.

Historiene om Lowzow og Foss er på mange måter like. De er begge politikere i 50-årene, de representerer samme parti, samme by, og de er begge homofile. Forskjellen er at legning på 16 år går fra å være den enes hinder til den andres lykke (selv om det spekuleres i at en

heterofil Foss ville nådd helt til topps i Høyre). En del av æren for at Foss fikk det lettere som homofil, er det faktisk Lowzow som skal ha. Hun slo følge med sin kjæreste, og ble med i kampen for homofiles rettigheter. I 1980 gikk hun inn i styret til Det Norske Forbundet av 1948. Forbundet har vært med å kjempe fram den mest åpenbare endringen som har skjedd på disse årene: den juridiske. I 1972 blir for eksempel forbudet mot homoseksuelle forbindelser mellom menn opphevet, og ni år senere blir det forbudt å diskriminere på grunn av seksuell legning. Den foreløpige juridiske kroningen av de homofiles kamp kommer i 1993 med partnerskapsloven, en lov som gir homofile rett til å gifte seg. Om kroningen skjedde i 1993, ble kampen signet i 2009, da homofile også får anledning til å gifte seg i kirken.

Wenche Lowzow utfører ingen ulovlig handling da hun i 1979 står fram som homofil. Hun blir bare sett på som unormal. Det blir ikke Per-Kristian Foss 23 år senere, da han opptrer som Norges mektigste mann. Lovene er endret, men det er også folkemeningen. En undersøkelse gjengitt i VG i 1978¹ sammenligner nordmenns holdninger til ulike kriminelle handlinger i 1947 og 1977. Like etter andre verdenskrig ble homoseksualitet rangert som den tredje mest alvorlige forbrytelsen, bare slått av mord og voldtekt. 30 år senere er handlingen rangert sist av totalt syv forbrytelser. I 1991, to år før innføringen av partnerskapsloven er 30 % for lovendringen, mens 44 % er mot. 26 % svarer at de ikke vet². Endelig, i 2005, har opinionen snudd. Nå er mer enn seks av ti for en kjønnsnøytral ekteskapslov.³ Denne oppgaven vil fokusere på sammenhengen mellom det politiske og folkemeningen, med særlig henblikk på medias rolle. Media *kan* fungere som et speil på folkemeningen i den betydningen at det aviser skriver, er det folk mener. Men media kan også fungere som en katalysator, en pådriver til forandring av folkets holdninger – en pådriver for opinionsendring. Det er nettopp medias rolle i forandringen av folks mening om, og holdning til homofile, denne oppgaven skal undersøke.

Mennesker påvirkes av utallige kilder hver eneste dag. Det være seg i samtale med en god venn, ved lesing av en nettavis, under en tur i kirken eller på besøk i teateret. Jeg skal drøfte

¹ Undersøkelse for VG, gjengitt 1. februar 1978

² Undersøkelse for KrF-avisen Folkets Framtid, gjengitt i Aftenposten Morgen 20. januar 1991

³ Se http://www.klassekampen.no/8090/mod_article/item, artikkel fra 3. september 2005.

hvordan populærkultur, kjendiser og tabloid journalistikk *kan* ha påvirkning på politiske beslutninger. Jeg skal se nærmere på den norske populærjournalistikken, og undersøke den største avisen og det største ukebladet innenfor denne retningen. De når ut til omtrent to millioner nordmenn hver eneste uke (Mediebedriftene.no 2010). Jeg skal undersøke hvilken fremstilling VG og Se & Hør gir av homofile, fra 1980-tallet og fram til 2009, i lys av perspektiver på populærjournalistikk og homofili.⁴

Det er mer eller mindre tilfeldig at nettopp jeg skriver en oppgave om homofili og populærjournalistikk. Jeg er fascinert over hvordan den utskjelte tabloidjournalistikken kan fungere som en bidragsyter til det politiske. Personlig foretrekker jeg medier av mer fullformats karakter, men ser på tabloid journalistikk som viktig i kraft av sin utbredelse og samfunnsbetydning. I motsetning til forfatterne av nær all akademisk litteratur jeg har lest om homofili er jeg ikke homofil selv. Jeg har imidlertid stor sympati for denne gruppens kamp for aksept og bedre rettigheter. At jeg har lite personlig engasjement og erfaring med fenomenene jeg studerer gir forhåpentligvis en faglig distanse.

Jeg er likevel ikke uten fordommer om norsk presse. Før jeg startet arbeidet var mitt inntrykk at særlig Se & Hør, men også VG, fungerer som partipresse for høyresiden i norsk politikk, og da særlig Framskrittspartiet. Dette partiet er kulturelt konservativt, og ønsker å ta vare på kristne verdier og verne om for eksempel kjernefamilien. Min tanke var derfor at denne delen av pressen er skeptisk til normaliseringen av homofile og vil være i mot for eksempel partnerskapsloven og ekteskapsloven. På den andre siden tenkte jeg at de populærjournalistiske mediene søker sensasjon, sjokk og det pikante. Det er utvilsomt at reportasjer om homofile på mange måter kan fremprovosere slike følelser hos leserne. Derfor vil de populære mediene bli satt i en skvis mellom sine ideologiske verdier og ønsket om sjokk.

Med dette som utgangspunkt gikk jeg i gang med mine undersøkelser av VG og Se & Hør. Mine fordommer ble satt på prøve.

⁴ I ordet homofil har jeg valgt å inkludere flere legninger, de såkalte, HLBT, eller lesbiske, homofile, bifile og transpersoner, der ikke annet er spesifikt nevnt.

2 Teoretiske perspektiv

Oppgaven har to hovedtema: Homofiles rettighetskamp og populærjournalistikk. I det følgende skal jeg gå grundigere inn i disse temaene, både historisk og teoretisk.

En sentral teoretisk retning i denne oppgaven er offentlighetsteorien. Med denne søker jeg å gi et perspektiv på hvilken rolle ukepressen, den populære journalistikken og kulturlivet har i det moderne samfunnet. Slik ønsker jeg å sette materialet inn i en større sammenheng. Teorien vil også kaste lys over populærjournalistikkens rolle i meningsdanning og politikk. På den måten vil denne teorien også kunne antyde hvilken betydning populærjournalistikken har og har hatt på de homofiles rettighetskamp.

2.1 Offentlighetsteori

Den tyske filosofen og sosiologen Jürgen Habermas gjør i boken *Borgerlig Offentlighet* ([1962] 1971) en historisk fremstilling av fremveksten av den borgerlige offentligheten i Europa på 1800-tallet. Den borgerlige offentligheten var et rom mellom det private og staten, hvor deltakerne diskuterte offentlig anliggende. Både økonomiske og andre private hensyn ble lagt til side, slik at alle deltok på likt grunnlag. På den måten kunne allmenne tema diskuteres, uten at private interesser spilte noen rolle. Den beste løsningen skulle velges, og ikke den som tjente privatpersoners interesser. "Medienes oppgave i den borgerlige offentligheten var å formidle argumentasjon, informasjon og stoff til ettertanke (bøker, tidsskrifter, dagpresse m.m.), altså å være fora for den offentlige samtalen (særlig pressen)" (Gripsrud 2002:235).

Den borgerlige offentligheten skulle ha som mål å komme frem til en allmennvilje. Den demokratiforståelsen som ligger nærmest er det deliberative demokratiet.

Offentligheten er den sfæren hvor enhver i utgangspunktet taler med like stor rett, der argumenter snarere enn sosiale posisjoner og ressurser ellers er avgjørende, der uholdbare argumenter og posisjoner og ressurser ellers er avgjørende, der uholdbare argumenter og posisjoner oppgis til fordel for de den offentlige fornuften peker ut. Politiske retningslinjer og tiltak springer her ideelt sett ut av en oppnådd *konsensus* (enighet); de kommer ikke som et resultat av tautrekking mellom forhåndsgitte, ikke-offentlig baserte interesser og nød-tvunget kompromiss mellom disse. (Gripsrud 2002:236-237)

Journalistikken som omtales i denne oppgaven handler ikke først og fremst om politikk. Den befinner seg i stor grad innenfor den kulturelle offentligheten. ”Den kulturelle offentligheten er, når vi snakker om volum, den helt dominerende delen av offentligheten sett som helhet, og den står i dag sentralt i identitetsdannende prosesser og i folks opplevelse av å leve i et demokrati” (Larsen og Knapskog 2008:14). Jostein Gripsrud ser også på populærkulturen som en viktig bidragsyter til demokratiet.

[D]emocratic deliberation must be seen as a constantly ongoing, dynamic process involving multitudes of unjustified statements, badly justified statements and a wide variety of other sorts of inputs. Popular songs and Nobel Prize winning literature, Hollywood movies and contemporary visual art – all of this and much more can and should be thought of in this way. (Gripsrud 2008:203)

Historisk var den kulturelle offentligheten først ute. Den politiske offentligheten var et utspring av den kulturelle. Skillet mellom de to i media var nesten ikke-eksisterende (Gripsrud 2002:233-234). Habermas så først og fremst ser på den kulturelle offentligheten som en treningsarena for den politiske offentligheten. Borgerne så å si kopierte organiseringen og argumentasjonsformene fra den kulturelle til den politiske offentligheten. Dette synet er endret på. I dag anses også innholdet i den kulturelle offentlighetens som viktig. Mennesket er nemlig ikke formet i den intime, private sfæren alene. Menneskets personlighet formes i stor grad i nettopp den kulturelle offentligheten (Gripsrud 2002:205; Larsen og Knapskog 2008:24). Jostein Gripsrud skriver:

Public reflection on what it entails to be a woman or an immigrant and how new laws could improve their situation might well be inspired for instance by the experience of a Bollywood movie or a rap concert [...]. (Gripsrud 2008:204)

Gripsrud kunne like godt brukt homofile som eksempel. En artikkel i et ukeblad om en homofil mann, en film om temaet, eller synet av en lesbisk fotballspiller som skårer mål for landslaget, kan like gjerne skape bevegelser i folket, som en fjernsynsdebatt om homofiles rettigheter.

Den borgerlige offentligheten sees ofte på som en ideell verden. Siden 1800-tallet har offentligheten forandret seg (ofte kalt offentlighetens forfall). Forandringen av offentligheten skyldes først og fremst klassekampen: samfunnet ble delt, og borgerne begynte å representere andre enn seg selv. Istedenfor å argumentere for den beste løsningen, ble det vanlig å kjempe for en gruppes løsninger. Arbeiderbevegelsen er et

eksempel på en slik gruppe. Dette førte igjen til en mer aktiv stat: velferdsstaten blir innført, og blander seg inn i menneskers privatliv, noe som gjør at staten nå gjør inngripen i menneskers privatliv (Fraser 1992:113; Gripsrud 2002:239-240). I tillegg har kommersialiseringen av media vært med å forandre offentligheten (Gripsrud 2002:240). Før var mediene mer interessert i å opplyse, enn å tjene penger. Med kommersialiserte medier har eierne blitt mer interessert i å tjene penger, noe som har gitt utslag i journalistikken som produseres – den blir med tabloid. Med tabloidisering menes et større fokus på enkelthendelser og individers privatliv. Mediene er ikke lenger først og fremst opptatt av tradisjonelle samfunnsmessige anliggende og debatter, men av å selge flest mulig eksemplarer.

Denne forandringen har ofte blitt tolket som et forfall. Den oppfatningen deles ikke av alle, som den amerikanske sosiologen Nancy Fraser. Med sin artikkel "Rethinking the public sphere" (1992), bidrar hun med en revurdering av offentlighetsteorien. Hennes bidrag vil bli diskutert i konklusjonen av denne oppgaven. En av temaene Fraser tar opp er antagelsen om at det er til det beste om private forhold blir lagt igjen hjemme. Tanken er at alle på denne måten kan delta som likeverdige, uavhengig av foreksempel sosial status. Jostein Gripsrud følger Frasers skepsis og bruker ukepressen som eksempel på at dette ikke nødvendigvis er tilfelle:

I den grad personkunnskap om politikere, næringslivsledere og andre offentlige personer kan tilkjenne politisk relevans i dagens intimifiserte offentlighet, så er ukebladenes personfokuserende journalistikk ikke uten politisk verdi. Den omfattende lesingen av lederartiklene i Se og Hør er et mulig eksempel på at ukebladene også kan ha direkte politiske funksjoner. (1999:54-55).

Fraser gjør også et skille mellom svake og sterke offentligheter. De sterke offentlighetene er formelle parlamentariske og diskursive organer, mens de svake finnes utenfor det politiske systemet. De svake offentlighetene er "et sentralt område for identifisering og fortolking, en «oppdagelseskontekst» for tematisering av forhold som krever offentlig oppmerksomhet." (Larsen og Knapskog 2008:25) De svake offentlighetene fungerer altså som en slags håv, som kan løfte problemstillinger inn i den sterke, beslutningstakende offentligheten. Homokampen kan være et godt eksempel på akkurat dette.

Offentlighetsteorien er et nyttig verktøy for å forstå verden. I denne oppgaven gir den god støtte til å forstå sammenhengen mellom den kulturelle offentligheten, populærjournalistikken, og den politiske offentligheten.

2.2 Populærjournalistikk

Hva er egentlig populærjournalistikk? Hvordan skal det defineres? Hva skiller denne type journalistikk fra annen? Er det nok å si at det populære selger mye at VG er populærjournalistisk fordi avisen selger mer enn Morgenbladet? Er Lady Gagas låter regnet som popmusikk (populærmusikk) ganske enkelt fordi hun er mer nedlastet enn Ole Edvard Antonsen? Både ja og nei. Det kvantitative aspektet er bare en av betydningene som ligger i ordet *populær*. De to andre betydningene er politiske og estetiske (Sparks 1992:24-25). Disse to aspektene av det populære vil bli gjennomgått i det følgende.

2.2.1 Estetikk

Det er ikke uten grunn at populær journalistikk selger mer enn annen journalistikk. Behovet for å nå store salgstall, legger føringer for journalistikken som produseres. Estetisk kjennetegnes populær- og tabloidjournalistikken først og fremst av et fokus på person og sensasjon (Gripsrud 1992:85). Personifiseringen understrekes i en kvantitativ undersøkelse fra 1998. Den viser at VG og Se & Hør i langt større grad personifiserer sine artikler enn mer "fullformats" Aftenposten. Faktisk viser undersøkelsen at *alle* artiklene i Se & Hør er personifisert, og nær halvparten av VGs innhold er det (Roppen 1998). Til tross for at ønsket om sjokk står sterkt, kan det komme i konflikt med ønsket om å selge mest mulig. Dette ønsket kan gjøre disse mediene mer forsiktig, fordi slik dekning kan frastøte enkelte lesere. Derfor må mediene finne en balansegang mellom pirrende sjokk, og frastøtende sjokk.

At innholdet er relevant for leseren er et annet kriterium som står sterkt i populærjournalistikken. Lesere vil ikke bli tiltrukket av innhold som virker irrelevant for dem. John Fiske skriver at "[r]elevance requires connections between the text and social experience of the reader that precedes it" (1991:186). Han skriver også at lesere ikke vil finne motivasjon og glede av å lese en tekst de ikke finner relevant i forhold til eget hverdagsliv. Derfor kan sjokkerende nyheter som leseren ikke har et forhold til gi lavere lesertall. I en verden der homofili er lite synlig kan det gi mindre innhold om dette temaet.

På den andre siden er det på at på de områdene der publikum selv har liten erfaring, medias budskap vil kunne påvirke sterkest (Moritz 1992:157).

Et nyere perspektiv på journalistikken er at den deler trekk med melodramaet. Melodrama er en gammel genre, benyttet først i teater, senere i film. Genren har et fokus på overdrevet skuespill, enkle karaktertegninger, dramatiske sluttscener og følelsesappell. I melodramaet representerer enkeltindivider kamper som utkjempes for oss alle. Sterke følelser og moral er viktige ingredienser. Moralen skal være den samme for alle, uansett sosial posisjon (Gripsrud 1992:87-88). Forenklingen av verden fører i mange tilfeller til svart-hvitteging av rollene. "Melodramatic good and evil are highly personalized, they inhabit person who indeed have no psychological complexity but who are strongly characterized" (Brooks ifølge Gripsrud 1992:87)

Melodramaet er også en måte å se og forstå den moderne verden på (Gripsrud 2002:152-153). Det "bygger på et skille mellom en manifest overflate og noe (viktigere) som er latent, underliggende"(Gripsrud 2002:151). Gripsrud fokuserer også på den forenkling av verden melodramaet fremstiller. "The melodramatic is [...] an expressionist aesthetic, striving to externalize what is underneath the chaotic and uncertain surface of modern existence" (1992). Det er særlig dette som knytter genren mot populærjournalistikken.

Journalistikken er svært ofte opptatt av å gi en konkret framstilling av egentlig abstrakte samfunnsmessige forhold og krefter. Enklest er det da gjerne å legge stor vekt på å personalisere dem, knytte dem til enkeltpersoners handlinger og framtoning. Dermed blir det også mulig å bedømme de personene det gjelder moralsk; de kan deles i onde og gode. (Gripsrud 2002:154)

Det er altså grunnleggende populærjournalistiske trekk som forenkling, personifisering og konfliktbygging som er hentet fra melodramaet. Populærjournalistikk kan derfor være et melodrama, bygget på virkelige hendelser.

Et melodramaet kan oppsummeres med

[...] fokusering på sterkt følelseladete situasjoner, bruk av gester og språk som ut fra en realistisk norm synes overdrevne, samt en sterkt forenklet karakterteging. Det melodramatiske sies å være preget av sterke følelser og mangel på nyanser og måtehold. (Kolbjørnsen 1999:172-173)

2.2.2 Politikk

Tilslutt skal den kanskje mest kompliserte betydningen av det populære gjennomgås; det politiske aspektet. Det kan være nyttig å gjøre en kjapp historisk reise. Ordet populær kommer fra latin og betyr *folket*. Allerede i renesansen ble *populær* sett på som det motsatte av *eliten*. Under den franske revolusjonen blir ordet assosiert med venstresiden, som knytter det til demokrati. Venstresiden hadde derfor et positivt forhold til det populære. Høyresiden derimot, så på det populære som negativt, og knytter det til kongemord, demokrati, og folkemassene som en trussel mot sivilisasjonen (Sparks 1992:25). Senere endres dette. Partier som tilsynelatende var for folket (populære), kunne nå like gjerne være anti-sosialistiske. Et eksempel er det naziinspirerte tyske partiet Deutschnationale Volkspartei (Det tysknasjonale folkepartiet) eller det konservative norske Kristelig Folkeparti. Etter andre verdenskrig dukker ordet igjen opp i navnene på mange av de nye sosialistiske statsdannelsene: folkerepublikkene. Det populære har med andre ord svingt mellom den politiske høyre- og venstresiden. Populistiske partier finnes på begge sider av skalaen. I Norge er de først og fremst representert ved Sosialistisk Venstreparti og Fremskrittspartiet. Begge disse partiene har de siste 30 årene hatt til tider svært høy oppslutning, på tross av at pressen nærmest kan sies å være fiendtlig innstilt, særlig til Frp. Faktisk viser en undersøkelse lagt fram i 2001, hvor 500 journalister tilkjennega sin politiske tilhørighet, at *ingen* stemte Fremskrittspartiet (Johansen 2001:167). Samtidig er det medias oppgave å være kritisk til makten. FrP har aldri sittet i regjering, og kan ha nytt godt av det.

Anders Johansen skriver at årsaken til at for eksempel FrP kan gjøre det godt, på tross av lite sympati fra journalistene, ligger i populærjournalistikkens form.

Populistisk journalistikk består i å redusere kompliserte samfunnsforhold til enkle og direkte personforhold – slik at de kan fattes ut fra den enkeltes umiddelbare reaksjoner og konkrete, personlige erfaring [...] I den grad nyhetsmediene bidrar til å redusere dem (samfunnsspørsmålene) til personspørsmål, legger de til rette for Fremskrittspartiets retorikk. [...] Populistisk journalistikk går ut på å bruke et språk 'som folk flest (uten videre) forstår'. Dette er samme slags språk som den populistiske politikken gjør bruk av (Johansen 2001:168-169).

Med dette mener Johansen at en journalistikk som er preget av enkeltpersoner, og som søker å gi et enkelt, lettlest bilde av virkeligheten, støtter opp under en politikk som argumenterer for at enkeltpersoners frihet skal komme foran hva som er det beste for

samfunnet og som har enkle løsninger på kompliserte spørsmål. Populærjournalistikken er demokratisk i den forstand at den bringer nyheter ut til alle, fordi den er lettlest og forståelig. Men dette fører samtidig til en undergraving av større sakskomplekser, kompliserte saker, og vanskelige argumenter – noe som igjen tilrettelegger for det som ofte er Framskrittspartiets politikk. Johansen mener dette fører til at et mediums uttrykk utad ikke nødvendigvis er det samme som hva som er intendert. Mediet kan legge til rette for en politikk det selv ikke ønsker. Formen er ikke politisk nøytral (Johansen 2001:169).

VG og Se & Hørs politiske ståsted, da først og fremst innholdsmessig og blir drøftet nærmere i kapittel 3.

2.3 Homofile og media

Det siste perspektivet som skal gjennomgås, før jeg starter selve drøftingen, er også den mest åpenbare: homofile i media. Fordi homofile fram til nyere tid har vært ignorert av media, er feltet rimelig nytt. Det finnes imidlertid en del god litteratur om feltet på engelsk, men likevel lite av ren akademisk art. Etter hva jeg erfarer er dette den første norske akademiske teksten som ene og alene tar opp homofile i norske medier. Dette kapitlet vil derfor først og fremst basere seg på internasjonal litteratur. I stor grad vil gjennomgangen fremstå som et historisk riss. Avslutningsvis vil jeg lage en slags teoretisk faseinndeling av den homofile mediehistorien.

Historien om homofile i media er to-delt. Den ene delen handler om homofiles egne utgivelser, blader og magasiner av og for homofile, som har eksistert stort sett uavhengig av øvrig media, og uten å nå ut til majoriteten av folk. Et norsk eksempel på et slikt magasin er Blikk, en månedsavis utgitt fra 1990. Disse utgivelsene har gått fra å være undergrunnsaktige, nær illegale aviser, til å stige status, og etter hvert få "glossy" innbinding. Stikkordet for denne siden av den homofile mediehistorien er penger. I nyere tid har magasinbransjen regnet ut at homofile samboerpar ofte har gode jobber, få barn, og derfor meget god råd. Grupper med god råd blir interessante for reklamebransjen og pengesterke firma. Derfor har blader beregnet på en homofil målgruppe i dag høye reklamepriser, med eksklusive firma som annonsører, og fancy innpakning (Fejes 2003).

I denne oppgaven er det imidlertid opinionspåvirkning som er vesentlig. Derfor er det ikke særlig interessant å undersøke bladene som bare når ut til den homofile delen av befolkningen. Den andre delen av den homofile mediehistorien, den som skal omtales her, er den som handler om vanlige media og deres forhold til den homofile minoriteten. Som i fortellingen om homofiles egne tidskrift er også her penger viktig. Men før det blir penger i å omtale homofili, må en meningsendring til. De vanlige mediene våget nemlig ikke røre homofile, før de visste at de ikke kom til å tape store penger på det (Streitmatter 2009:183-184).

For å sette ting i perspektiv går vi tilbake til USA på 1950-tallet. Homofil legning er for den vanlige amerikaner mer eller mindre ukjent. Media gir minoriteten lite omtale. En av de første sakene om homofile som dukker opp i media, er det faktisk kommunistjegeren Joseph McCarthy, som setter i gang. Foruten å jage venstreorienterte amerikanere, setter han også i gang en jakt på homofile, ansatt i den staten. Saken får oppmerksomhet i flere aviser, og homofile statsansatte blir omtalt som "Perverts on the Potomac".⁵

Omtrent i den samme tidsperioden har interesseorganisasjonen for lesbiske kvinner, The Daughters of Bilitis, i lang tid har de forsøkt å få sin sak tatt opp i media. De vil informere det amerikanske folket om deres eksistens. Med leserinnlegg og forsøk på saklige diskusjoner har de prøvd å nå fram. De vil aksepteres som fullverdige samfunnsborgere, ikke som pervers og kriminell. Problemet deres er ikke at folk ikke aksepterte deres argumenter og er uenig med dem. Problemet er at deres argumenter aldri ble publisert. De blir sensurert av media. Dette kaller de for "the conspiracy of silence" (Alwood 1996:38). Etter mange år, så sent som i 1964, får de nok av sensureringen. De finner ut at sivil ulydighet er det eneste som kan hjelpe. Flere aksjoner blir satt i gang. Blant annet kupper de en nyhetssender og inntar flere mediehus. Dette fører til negative nyheter, men i denne situasjonen blir all PR sett på som god PR.

På denne måten ble homofil frigjøring til slutt satt på dagsorden i amerikanske medier. Et første steg på veien til normalisering er tatt, selv om det på mange måter blir enda

⁵ Potomac er en elv som renner gjennom den amerikanske hovedstaden Washington D.C.

vanskeligere. Negativ omtale, kombinert med lavt kunnskapsnivå i befolkningen gjør at det blir bygget opp stereotyper. I 1970 kommer foreksempel William Fredkins film *The Boys in The Band* på markedet. Rodger Streitmatter regner filmen som den første til å ta opp homofili. Den handler om en gjeng homofile menn, som feirer en bursdag. Streitmatter mener de homofile i denne filmen blir beskrevet som narsissistisk, følelsesmessig ustabile, selvhatende, tragiske, promiskuøse og feminine (2009:26-36). Han sammenligner så hvilket inntrykk den populære amerikanske situasjonskomedien *Will & Grace*, sendt mellom 1998 og 2006, gir homofile. Nå er stereotypifiseringen forsvunnet, og de homofile blir på 2000-tallet fremstilt som stabile i parforhold, produktive samfunnsborgere, lykkelige, gode foreldre og trofaste (Streitmatter 2009:149-158).

Streitmatter referer i sin bok til kvinnerettsforkjemperen Lucretia Mott, som på 1800-tallet sa at pressen vanligvis gjennomgår tre steg når det gjelder reformeringer: "they first ridicule them, then report them with comment, and at last openly advocate them"(2009:179). Inspirert av blant annet denne modellen, har jeg laget en oversikt over hvilke faser minoriteter generelt og homofile spesielt går igjennom fram mot full normalisering (inspirert blant annet av Streitmatter 2009:16, 179; Alwood 1996:7-9, 55; Butenschøn 2005).

1. Tabu

Lenge ble homofile nektet omtale i avisene og i media for øvrig. Homofili er ikke på dagsorden, det er et ikke-tema. Homofili kan forekomme i media, men da skjult, og bare forståelig for det homofile miljøet. Denne tidsepoken anslås til omtrent før 1950.

2. Synlighet

De homofile dannet etter hvert organisasjoner, som *Daughters of Bilises* og Det norske forbundet av 1948. Organisasjonene jobber for avkriminalisering og for å få fjernet legningen som sykdom. Dessuten jobber de inn mot media, men ofte uten hell. De får en del omtale i media. Denne er preget av frykt og avsky. En del omtale bidrar imidlertid til å gjøre befolkningen bevisst på deres eksistens, noe som legitimerer en "all PR er god PR-strategi". Det er fortsatt få som står frem offentlig som homofil, og i et tilfelle fra en amerikansk dokumentar om temaet,

blir det homofile intervjuobjektet sensurert ved å få en potteplante plassert foran ansiktet.⁶ Denne perioden kan anslås å vare fra ca 1950-1970.

3. Normalisering

De homofile opplever et paradigmeskifte. Det begynner å bli vanlig å stå fram som homofil. Noen få kjendiser går ut med sin legning. Omtalen blir mer positiv, og folk holdninger i ferd med å snu. Dette gir utslag i at legningen blir avkriminalisert og ikke lenger betegnet som en sykdom. Denne perioden kan anslås å være på 1970 og 1980-tallet.

4. Maktfaktor

Flere kamper vinnes, blant annet retten til å inngå ekteskap. Dette gjøres blant annet med støtte i homofile politikere. Maktposisjoner kan nås som åpent homofil. Homofile blir mer og mer synlig i og begynner å spille på lag. Markedet blir dessuten bevisst homofiles kjøpekraft. Anslagsvis kan denne perioden tidfestes til 1990- og 2000-tallet.

5. Legningsnøytralitet

Homofili blir nå sett på som så vanlig, at det ikke lenger trengs å bli omtalt. Legning er ikke relevant for media eller samfunnet for øvrig. Det er imidlertid ikke usynlighet som menes her, men det at legning er irrelevant. På samme måte som det skal være irrelevant om en er kvinne eller mann, skal det være irrelevant om en er homofil, bifil eller heterofil. Det kan godt være tydelig at en person er homofil, men det er ikke noe poeng. Tidsmessig er vi nå på vei inn i denne fasen.

På bakgrunn av denne inndelingen kan jeg, for det første gi et bilde av hvilken utvikling VG og Se og Hør har gjennomgått siden 80-tallet, og for det andre gi et bilde av hvor de står i dag. Den antyder fem tidsepoker og fem måter symbiosen mellom homofile og media kan

⁶ I CBS-dokumentaren "The homosexuals" ble homofile sensurert på flere kreative måter, for eksempel med mørke skygger eller med en potteplante. Se http://en.wikipedia.org/wiki/CBS_Reports:_The_Homosexuals.

fungere. Den er ikke nødvendigvis kronologisk, og det er heller ikke slik at alle norske medier befinner seg på et og samme nivå på et bestemt tidspunkt. Selv ikke et enkelt medium vil gjøre det. Ofte kan til og med en enkelt medietekst befinne seg på flere nivå. Fasene kan derimot antyde noen tendenser i mediedekningen. Derfor vil denne faseinndelingen bli brukt gjennom hele analysen.

Faseinndelingen har også et slags politisk preg over seg, all den tid den tolkes som at hvert steg er et fremskritt for samfunnet. Den poengterer også hvor viktig kontekst og tiden innholdet er skrevet i er. For eksempel vil det fremme den homofile rettighetskampen om VG under fase tre skriver at homofile er normale mennesker, fordi fordommer og stereotyper om denne gruppen var sterkt gjeldene på den tiden. Samme tekst vil imidlertid være krenkende i fase fem, fordi den gjør forskjell på homofile og det øvrige samfunnet. I avsnittet om populærjournalistikk nevnes for øvrig publikasjonenes balansegang mellom sjokk og frastøtning. Denne problemstillingen gjør seg først gjeldene på fase to, og forsvinner igjen i fase fire, fordi homofile ikke ble omtalt i fase én, mens det ikke lenger er sjokkerende med homofili fra fase fire.

2.3.1 Ikonografi

Ingen har beviselig sett engler. Likevel er alle enige om hvordan en engel ser ut. De har vinger på ryggen, hvit nattkjole og lyst hår. Over hodet hviler vanligvis en glorie og i hånden har de en harpe. Vi har alle et bilde av hvordan disse religiøse figurene ser ut, fordi vi gjennom generasjoner har utviklet en felles forestilling av deres utseende – de er blitt ikoner. Ikonografi er

regler som sier hvordan bilder skal se ut når de skal brukes til å fortelle noe bestemt i visse situasjoner, regler som gjør den forutsatte bruken og funksjonen synlig på selve billedflaten ved hjelp av faste elementer, faste komposisjonsmønstre, faste symboler, gester mm. Ut fra disse konvensjonene kan bildene selv fortelle hva de avbilder, hvem personene er, hvilken konkret historisk eller typisk situasjon det dreier seg om. Konvensjonene kan ha et grunnlag i konkrete forhold, men like ofte hviler de på forestillinger som er fastholdt i tekster av ulike slag. (Larsen 1999:106)

Som definisjonen over antyder kan ikonografien fremstille *forestillinger* om hvordan noe ser ut. Slik er det også med homofile. Det er i utgangspunktet umulig å se på en person om han eller hun er homofil. Likevel finnes det tegn som kan antyde en persons legning, som for eksempel gester, uttrykk, klær og omgivelser. Det er imidlertid kun snakk om kulturelle tegn,

som den homofile personen har tillagt seg, for å vise frem sin egen legning (Dyer 1993:19). Det er med andre ord tegn både verden utenfor har tillagt de homofile, men som også homofile selv har vært med å utvikle, blant annet for å skape en gruppeidentitet. Den engelske filmviteren Richard Dyer mener å ha peilet ut fire måter homofile fremstilles på i film (Dyer 1993:29-50). De fire måtene antyder en del trekk fotografier kan ha for å antyde at den poserende personen er homofil. De fire hovedtypene av homofil-ikonografiske koder er:

1. Mellomkjønnet (In-betweenism)

Dette er den vanligste fremstillingen av homofile. Biologisk tilhører de homofile gruppen mann eller kvinne. Sosialt, derimot, passer de ikke inn noe sted, og befinner seg et sted mellom kjønnene. På den måten vil menn bli fremstilt feminint, og kvinner maskulint. De er dermed ikke det ene, eller det andre, verken ordentlige menn eller ordentlige kvinner. Det er gjerne forstått som en mislykket og tragisk seksualitet. Her passer for eksempel den såkalte "panserlesben" inn, en kraftig bygget mannlig kvinne med kort hår. På motsatt side er den motebeviste, sminkede og feminine mannen et godt eksempel.

2. Macho

Den homofile mannen blir fremstilt som overdrevet maskulin, gjerne med klassiske arbeiderklasseklær, og et bevisst erotisk utseende.

3. Den triste, unge mannen

Denne figuren er ung, glattbarbert, myk og melankolisk. Han kan minne om en martyrfigur. Også denne i denne fremstillingen er vanskelig å plassere i forhold til kjønn.

4. Lesbisk feminisme

Mens mannlig homofil kultur ofte blir fremstilt som søkende mot kunsten, søker lesbisk kultur mot det naturlige. De lesbiske kvinnene foretrekker for eksempel folkemusikk og unngår å bruke sminke.

3 Metode

I denne oppgaven vil jeg benytte meg av kvalitativ innholdsanalyse. Jeg skal utføre en rekke case-studier av Se & Hør- og VG-tekster fra de siste 20-30-årene. Denne metoden mener jeg er best egnet til å svare på mine spørsmål. Opprinnelig begynte jeg med en rimelig lang liste over vesentlige hendelser hvor jeg regnet det som sannsynlig at homofile er blitt omtalt.⁷ Listen ble i stor grad skrevet etter innfallsmetoden, og er derfor sterkt påvirket av min egen viten. Utvalget av artikler i den endelige analysen dekker imidlertid flere av nivåene i faseinndelingen over, har noenlunde jevne tidsintervaller, dekker begge kjønn og flere genre.

Hver av de siste tre fasene er representert i analysen. De skal derfor kvalifisere som gode eksempler på mediets journalistikk i den bestemte epoken. Jeg har valgt fire overordnede analysetema. Innenfor hvert tema blir en eller to hendelser analysert, hver med en VG- og Se & Hør-artikkel. Bortsett fra i analyse tre, er dekning av samme hendelse i begge mediene undersøkt. Analyse fire skiller seg også litt fra de andre kapitlene. Istedenfor å analysere en bestemt hendelse, undersøkes det hvordan homofile Bjarte Hjelmeland omtales i portrettintervju. Fase én, Usynlighet, er selvsagt ikke undersøkt her, da homofile i denne perioden ikke ble omtalt. Årsaken til at heller ikke fase to er med, er at Se og Hør først ble stiftet i 1979, og det derfor ikke vil være artikler fra denne epoken. Dette gir samtidig en naturlig avgrensning av oppgaven. De tidligste tekstene jeg vil analysere er derfor fra midt på 1980-tallet.

Jeg brukte søketjenesten Retriever (tidligere a-tekst) for å søke opp VGs eventuelle dekning av hendelsene. Retriever er en database som inneholder store deler av norsk aviser fra andre verdenskrig og frem til i dag. Databasen blir oppdatert daglig og en god søkemotor gjør denne tjenesten velegnet til å finne frem til de aktuelle artiklene. Mange aviser er kun representert med nyere utgaver. Alle VGs utgaver er imidlertid tilgjengelig, noe som gjør det mulig å søke på stikkord eller dato. Jeg føler meg derfor rimelig trygg på at de relevante

⁷ Med hendelser menes handlinger med nyhetsverdi, utført av eller med homofile, som har ført til omtale over et kortere tidsrom.

artiklene innenfor hver kategori er funnet. For VG sin del er også avbildninger av avissider tilgjengelig. Det gjør det mulig å også analysere layout og bilder for eldre artikler. Alle nyere aviser er i tillegg komplett tilgjengelig i PDF-format. Et problem er imidlertid at skanningen av tidligere VG-utgaver noen ganger er så dårlig at ordene blir mistolket av databasen. For eksempel blir VGs artikkel om Freddie Mercurys bortgang ikke fanget opp ved å søke på *Mercury*. Ved søk på *HIV* og valg av riktig tidsperiode dukker imidlertid artikkelen opp. Derfor er det viktig å dobbeltsjekke ved å søke på flere tilgjengelige stikkord. Dessuten finner ikke en databasen riktig artikkel om den opererer med skrivefeil, som for eksempel *Freddy Mercury* istedenfor *Freddie Mercury*. Til tross for at digital databasesøking er et flott hjelpemiddel, er det likevel en møysommelig og tidkrevende prosess.

Retrievers database begrenser seg stort sett til norske dagsaviser. Derfor er ikke Se & Hørs arkiv å finne digitalt. Min strategi har derfor vært å begynne letingen i VG, for deretter å sette i gang med manuelt søk i Se & Hørs arkiv. Dette er tilgjengelig på det Samfunnsvitenskaplige bibliotek ved Universitetet i Bergen. Med grunnlag i funnene fra VGs arkiv bestilte jeg blader til gjennomgang. For å være sikker på at eventuelle funn ble gjort, bestilte jeg utgivelsene for omtrent en måned fra hendelsen inntraff og framover. Dette gjorde jeg med bakgrunn i Se & Hørs ukentlige utgivelsesfrekvens, som gjør at bladet ikke nødvendigvis trykker ferske nyheter. Artikler om hendelsene kan derfor like gjerne komme i senere blad. I tillegg førte bibliotekets arkivsystem til at jeg ofte fikk utdelt blader over en enda større tidsperiode. Gitt at det ikke mangler eksemplarer i arkivet, kan jeg derfor føle meg sikker på at jeg har gått gjennom det som er verdt å få med seg av nyheter rundt de forskjellige hendelsene. Det jeg kan være like sikker på er at det finnes materiale som ville vært av stor interesse, som jeg ikke har funnet. Uansett har det store materialet som ble gjennomgått gjort at nytt potensielt analysemateriale dukket opp flere ganger. Listen med potensielle hendelser forandret seg derfor, noe som førte til at jeg flere ganger måtte gjøre nye dykk i Se & Hør-arkivet.

Noen ganger dukket det opp tilfeller hvor bare et av mediene dekket hendelsen. Slike funn har selvsagt en verdi i seg selv, fordi de kan spille tilbake på redaksjonelle vurderinger i den ene eller andre retningen. I første drøftingskapittel er også et slikt tilfelle analysert. Uansett, for å kartlegge denne type strukturer ville en kvantitativ tilnærming vært mer fruktbar.

Artiklene er forsøkt undersøkt systematisk, fra et overordnet nivå, ned til et mer detaljert. I første omgang ser jeg på størrelse, om det er representert på forsiden, og hvor i bladet eller avisen det er plassert og hvilken genre artikkelen kan sies å tilhøre. Deretter ser jeg på layoutet, før vinklingen blir undersøkt nærmere. Med vinkling mener jeg hva som legges vekt på i artikkel, og da særlig i overskrift og ingress. Videre undersøkes språket, før kildebruken gjennomgås. I tillegg vil jeg undersøke hvordan artiklene spiller på melodramatiske virkemidler. I populærjournalistiske publikasjoner spiller bildene ofte en framtrædende rolle. I innledningen vil derfor alle bilder bli beskrevet som en del av layoutet. I selve analysen vil bilder bli trukket frem, og vurdert på lik linje med annen tekst, og noen med spesielt henblikk på ikonografi.

Se & Hør var lenge kun merket med nummer, og ikke med dato. Det har gjort arbeidet vanskeligere i forhold til å tidsfeste når numrene er fra. Foruten resonering med utgangspunkt i holdepunkter i artiklene, har jeg antatt at utgivelsesnummer er noenlunde likt med ukenummer, da Se & Hør frem til 2003 kun hadde en ukentlig utgivelse. Derfor opererer jeg med en sannsynlig utgivelsesdato.

Artiklenes nære kontekst er publikasjonene. Her skal det gis en karakteristikk av to av de største suksessene i nyere norsk presse.

3.1 Se og Hør

Eventyret om Se & Hør begynner i 1978. Aller Forlag har allerede stor suksess med sin danske versjon av bladet, og ønsker å overføre konseptet til Norge. Tidligere VG-medarbeider Knut Haavik blir rekruttert til jobben som ansvarlig redaktør. Med seg på laget får han en flere tidligere VG-journalister. Haavik har fra starten av ambisjoner om å gjøre bladet til et nyhetsmagasin (Haavik 2002:207). Det skal basere seg på gode bilder, og tiltrekke seg kjøpere som ikke liker å lese. Opplagstall og inntjening er imidlertid det viktigste for en slik publikasjon, og redaktøren finner fort ut at det er kjendiser, og ikke tradisjonelle nyhetssaker som selger best. Derfor blir denne formelen utarbeidet og presenter på lederplass:

- Vi skal bare ha kjente personer på forsiden
- Enhver artikkel i Se & Hør skal være like interessant for en mann som for en kvinne
- Enhver historie skal være like spennende for leseren, enten han eller hun bor i Halden eller Hammerfest. (Haavik 2002:234)

Senere undersøkelser av den geografiske spredningen av Se & Hørs innhold viser at det grovt sett er delt i tre, hvorav en tredjedel har Oslo-oppav, en tredjedel stammer fra resten av landet, mens den siste tredelen kan kategoriseres som utenriks (Roppen 1998).

Tilsvarende bekreftes det første punktet av både Jostein Gripsrud og journalist Arne O. Holm. De skriver at kjente mennesker fronter bladet. Det er likevel i stor grad er vanlige mennesker det handler om. Inne i bladet er det som regel flere skjebnehistorier (Gripsrud 1999:34; Holm 2007). For Se & Hør er viktigheten av forsiden så stor at en god og en dårlig front kan utgjøre titusener i opplagsendring, og enda mer i kroner. Kontroversielle saker kan forårsake en tilsvarende opplagssvikt. Det betyr ikke nødvendigvis at Se & Hør dropper kontroversielt innhold. Det blir istedenfor plassert lengre bak i bladet. Haavik mener bladet på 70- og 80-tallet var med å bane vei, og sette nye områder på dagsorden (2002:255). Spesifikt, nevner Haavik homofili som et slik område:

I januar 1981 sprengte vi en enda en ny grense. Den gang var det fremdeles mange tabuområder innen norsk presse: skilsmisser, kreft, selvmord – samt homoseksuell og lesbisk kjærlighet.

Da Kim Friele og Wenche Lowsow stilte opp på forsiden av Se & Hør og snakket åpent om sitt lesbiske samliv, "KJÆRLIGHET VED FØRSTE BLIKK", var det nok enkelte som fikk kaffen i vrangstrupen. Noen opplagsrekord ble det da heller ikke. Mange potensielle kjøpere vendte seg bort fra bladet. Dette var så nytt og vemmelig at de ikke ville lese om det. (Haavik 2002:255)

Med blandingen av kjendiser og vanlige folk har Haavik og teamet bak Se & Hør forsøkt å balansere sjokk og avsky, slik at sluttsummen blir Norges største ukeblad, og i forhold til folketall en av verdens største opplagssuksesser. Han har funnet en formel andre har tatt etter, og som har fått hundretusener til å kjøpe Se & Hør hver eneste uke.

3.1.1 Politisk ståsted

Det er tre måter Se & Hør kan uttrykke sitt politiske ståsted på. Den første, og mest tydelige er gjennom lederartiklene, inkludert "Ukens kaktus" og "Ukens Champis". De to sistnevnte er notisaktige ytringer hvor Se & Hør skryter av eller kritiserer fremtredende personers

aktuelle handlinger. Se & Hørs lederartikler er kanskje "de mest direkte, utvetydige politiske ytringene i norsk ukepresse" (Gripsrud 1999:34). Den andre måten er mer indirekte. Gjennom vanlig redaksjonelt innhold uttrykkes en implisitt politisk mening. Denne meningen kan ikke hentes fra en enkelt artikkel eller et enkelt blad, men gjennom hele serier av utgivelser. Å finne bladets mening på dette området krever derfor grundige og systematiske tekstanalyser. Den tredje måten har allerede vært nevnt, og handler om *form*. Denne er riktignok ikke-intendert, og gjelder for så vidt for alle typer publikasjoner. I populærjournalistikkens tilfelle blir det lagt til rette for en populistisk retorikk. Derfor er det rimelig å anta at Se & Hør potensielt gavner populistiske partier, som venstrepopulistiske Sosialistisk Venstreparti og høyrepopulistiske Fremskrittspartiet.

Går en så dypere inn i Se & Hørs natur går det an å finne sterke bånd til et av partiene. På generelt grunnlag går det an å si at "[u]kepressen har med sine gjennomgående konservative verdier og holdninger bidratt til samfunnsmessig stabilitet (Gripsrud 1999:54). Dessuten støtter ukepressen opp om "tradisjonelle ideologiske kjerneverdier og institusjoner" som for eksempel kjernefamilien (Gripsrud 1999:53). Før Knut Haavik tiltrådte som redaktør, var han uttalt høyremann. I programerklæringen, trykket i det første Se & Hør står det imidlertid at "Se og Hør verken er borgerlig eller sosialistisk. Se og Hør er bare journalistisk" (Haavik 2002:218).

At Se & Hør har bånd til Fremskrittspartiet bekreftes av tidligere Se & Hør-journalist Håvard Mælnes i boken *En helt vanlig dag på jobben* (2007). Mælnes skriver "Se og Hør elsker Fremskrittspartiet, og Fremskrittspartiet elsker se og Hør. Landets største ukeblad og landets største parti deler mer enn gjerne på godene – seg imellom." (Mælnes 2007:102) Oppfatningen underbygges i tillegg av Se & Hørs sammenblanding med tidligere formann i FrP, Carl I. Hagen, deres felles kamp for momsfristak for bladet og det faktum at FrP sørget for at Haavik fikk plass som medlem i Norsk Kulturråd i 2004. Ut fra empirisk materiale er det imidlertid lite som tyder på at innholdet i bladet underbygger FrP-sympatiet. Undersøkelser viser at det faktisk er Arbeiderpartipolitikere som er mest representert. På den andre siden tyder mye på at FrP-politikere er mer villig til å samarbeide med bladet enn øvrige politikere (Wåhlberg 2010; Mælnes 2007:102).

3.2 Verdens Gang

I 1945 blir avisen Verdens Gang stiftet i Oslo. Den har som mål å jobbe for "den gamle liberalismens hovedprinsipper om åndsfrihet og rettssikkerhet". Salget går tregt i mange år, og det er først på 1960-tallet avisen finner sin form og begynte veksten mot det som skal bli Nordens største avis (Eide 1995:15).

Foruten et godt salgsapparat og pågangsmot, er det et journalistisk konseptet som i sin tid gjør VG til en opplagsvinner. Ingrediensene består blant annet i store og gode bilder, uformell stil og kjapp og konsis story. VG oppretter den såkalte desken, en overordnet korrigerer av stoffet for å få det til å passe inn i helheten. VG finner en balanse mellom såkalte harde, slagkraftige nyheter, og lette gladsaker (Eide 1995). Det er denne blandingen av innhold som gjør at VG kalles schizofren. Den undersøkende journalistikken står sterkt, men avisen gir likevel rom til den populære kulturjournalistikken, institusjonalisert i Rampelyssidene.

[S]eriøsiteten i tradisjonell forstand dekkes særlig gjennom lederne, det politiske stoffet og utenriksdekningen. I avisens senere historie har også undersøkende journalistikk og moderne presentasjonsjournalistikk befestet kvalitetssiden av VG-schizofrenien. (Eide 1995:341)

VG er en løssalgsavis og det medfører en del konsekvenser for utformingen av avisen. Forsiden må fungere som en salgsplakat, fordi avisen hver eneste dag må overbevise potensielle lesere om at den er verdt investeringen. Salg er imidlertid bare en av tre hovedinntekstskilder for en avis. Foruten salgsinntektene mottar en del medier pressestøtte. Et slikt direkte statstilskudd mottar ikke VG (Medietilsynet [2011]). Likevel nyter avisen godt av at norske aviser ikke betaler merverdiavgift. Den tredje hovedinntekstskilden for en avis er annonseinntekter. VG bestemmer seg tidlig for at annonser ikke skal utgjøre hovedinntekstskilden. På den måten vil nedgangstider få mindre innvirkning på VG. En annonsenøkkel ble derfor innført. Den sier det aldri skal være mer enn 25 % reklame i avisen og at enkelte avissider skal være annonsefrie, som foreksempel forsiden (Eide 1995:270). Annonsenøkkel gir dessuten et bedre sidedesign. I USA har mediene, og særlig fjernsynet, historisk sett vegret seg for å utgi innhold som omhandler homofile (Streitmatter 2009). Selv om publikum gjerne ser på programmene, viser det seg gang på gang at annonsørene velger å trekke seg. I USA er inntjening og reklame altoverskyggende for media, og det kan derfor

være av vesentlig betydning for de homofile, at hensynet til publikum blir sett på som viktigere enn hensynet til annonsørene. En variant av VGs annonsenøkkel blir senere også tatt i bruk av Se & Hør (Haavik 2002:228).

3.2.1 Politisk ståsted

Verdens Gang er en avis som leses i alle samfunnslag og overalt i landet. Den har per 2010 et hverdagsopplag på over 230 000 og opp i mot én million lesere hver eneste dag (Mediebedriftene.no 2010). Dette gjør VG til Norges fremste dagsordensetter. På 1960-tallet begynte avisen med en mer aktiv politisk journalistikk, som ble sett på som uavhengig, men ikke upolitisk (Eide 1995:389). Martin Eide mener på sin side avisen til en viss grad fremstår som borgerlig (1995:389). Han mener samtidig dette ikke er lett å få øye på, da avisen ikke ønsker å frastøte seg lesere, og derfor ikke uttrykker kontroversielle standpunkt. På den måten plasserer den seg i en politisk hovedstrøm.

En rød tråd er forsvaret for Stortinget. En annen er plederingen av egen uavhengighet, påminnelsen om at VG er en uavhengig, men ikke upolitisk avis. En tredje er advarslene mot ethvert ytterliggående standpunkt. Et fjerde er appellen til økonomisk ansvarlighet – Til det som utlegges som en nøktern økonomisk politikk. Avisen har også vært tilbøyelig til å mene at de er usunt om et parti sitter med makten for lenge. (Eide 1995:289)

Avisen er, som Se og Hør, offisielt partinøytral, men blir både beskyldt for å ha venstrevridd og populistisk journalistikk. Venstrevridningen kan kanskje forklares med undersøkelsene som viser at journalister stemmer rødt, mens beskyldningene om populisme kan forklares med avisens form (se kapittel 2.2.2). Eide skriver også at på ”reportasjeplass kan den underliggende men likevel bramfrie appellen til såkalt sunn fornuft ha klarere populistiske innslag” (Eide 1995:389)

Informasjon om det politiske uttrykket kan studeres gjennom dypere analyser av redaksjonelt innhold og lederartikler, hvor sistnevnte er av en mer eksplisitt karakter. I VG forekommer også kommentarer, hvor journalister og redaktører kan redegjøre for mer personlige standpunkt. Inkluderes VG Nett fremkommer i tillegg blogger i regi av avisen. For å få med de mer eksplisitte meningene, vil jeg også gjøre analyse av en lederartikkel.

4 Analyse 1: Aidssjokket

Aids har på flere måter vært tragisk for den homofile befolkningen. Ikke bare har Aids tatt livet av mange mennesker, men aids har også forårsaket en frykt for, og trakasering av homofile. Sykdommen ble første gang omtalt i *New England Journal of Medicine* i 1981. Først fire år senere, i 1985, når sykdommen for alvor mediene. Rodger Streitmatter mener årsaken til dette er at sykdommen i stor grad rammet homofile. Derfor ble den ikke regnet som verdt å skrive om (2009:57-58). På denne måten opplever homofile nok en gang "the conspariacy of silence". I 1985 nådde sykdommen Hollywood, og først når kjendiser blir rammet fatter amerikanske medier interesse for sykdommen. Disse første kjendisartiklene er viktig å undersøke, fordi disse artiklene for mange kan ha vært det første møte med denne nye, dødelige sykdommen.

Som følge av kjendis dødsfallene, blir AIDS-hysteriet et faktum. Hysteriet fører til en redsel for, og en trakassering av homofile. Det er viktig å se materialet som presenteres i fortsettelsen i lys av tiden det ble gitt ut i. Kunnskap om HIV og AIDS er liten, og myter omkring sykdommen har derfor lett for å oppstå. Et godt eksempel på frykten media kan spre, og mangelen på kunnskap, er hysteriet rundt Rock Hudsons såkalte "dødskys". Skuespilleren spilte i 1984 og 85 i TV-serien *Dynastiet*. I en episode kysser han en kvinne. Når det senere blir kjent at Hudson er AIDS-syk, blir det slått opp som en nyhet at Hudson med dette kysset kan ha smittet sin kollega (Eide 1989:8). I dag vet vi at AIDS kun smitter ved blodkontakt. På samme måte vet vi at viruset ikke har noe med seksuell legning å gjøre, selv om statistikken viser at homofile menn oftere er smittet enn heterofile. Det har heller ingenting med antall sexpartnere, fysikk eller mentalitet å gjøre, men heller med den seksuelle praksisen. HIV-viruset smitter lettest i kontakt med blod, og det er derfor mer sannsynlig med sykdomsoverføring med homofiles sex-vaner. Hysteriet er derfor ubegrunnet.

I det første kapitelet vil jeg undersøke hvordan VG og Se & Hør dekker to av de første og mest kjente HIV og AIDS-relaterte dødsfallene: Rock Hudson og Freddie Mercury.

4.1 Rock Hudson – sykdommens urpremiere

Rock Hudson er en superstjerne. Skuespilleren, kjent fra Hollywood-filmer fra 1950- og 60-tallet, er en høy, kjekk, rik og middelaldrende mann. Han har spilt i over 70 filmer gjennom fire tiår. Men på 80-tallet tyder mye på at noe er i veien. Han begynner å se svekket ut. Apparatet rundt Hudson forteller at han har kreft i leveren. Først ett år senere, under behandling i Paris, gjør skuespilleren det kjent at han har AIDS. Med Rock Hudsons innrømmelse har AIDS-sykdommen fått et ansikt. Når han i oktober 1985 dør som følger av AIDS, gjør han det som den første store Hollywoodkjendisen.

4.1.1 Med døden i hælene

Med forventninger om stor omtale av hendelsen er samtlige Se & Hørs artikler fra oktober 1985 gjennomgått. Resultatet viser at Rock Hudson i denne perioden bare blir nevnt en gang, i en notis kalt "MED DØDEN I HÆLENE" (Illustrasjon 1). Denne utgaven kommer antageligvis ut 1. oktober, dagen før han går bort.

Notisen er trykket på en hvit bakgrunn, og består foruten overskriften av ti tekstlinjer. Det fokuseres på en bok Hudson ønsker å skrive ferdig før han dør. Stykket er illustrert med et svart-hvittbilde av Hudson, som ser inn i kamera, i en halvtotal innramming. Hudson er kledd i en mørk dress, med en rutete skjorte under, som er kneppet opp i halsen. Han har bart, og håret kammet bakover. Dette utseende er for øvrig ikke ulikt det Freddie Mercury hadde på samme tid. Det er sannsynligvis tatt i en offisiell sammenheng⁸. Dermed er bildet tatt med tillatelse fra Rock Hudson. Notisen er plassert øverst til venstre på en side kalt "SETT OG HØRT VERDEN RUNDT". Omtrent midt på siden er et sirkelformet verdenskart plassert. Over kartet er sidens overskrift skrevet. Sammen danner disse logoen for Se & Hørs dobbeltsidige utenriksseksjon. Siden er fylt med åtte notiser om kjendisnyheter fra utlandet. Alle notisene er illustrert med bilder i svart-hvitt. Alt fra skilsmisser til dristig påkledning akkompagnerer meldingen om Rock Hudsons nært forestående død. Alle notisene er hentet inn fra

⁸ Antakelsen er basert på et tilsvarende bilde trykket i VG 24. juli 1985, hvor VG i bildeteksten skriver at fotografiet er tatt nylig i forbindelse med lanseringen av en ny TV-serie, hvor Hudson har samme klær på, og ligner.

telegrambyråer og bildebyråer. Meldingene er tydelig skilt fra hverandre med linjer og streker. Noen av rutene er svarte, andre grå, mens noen hvite – som Hudson-meldingen.

At Se & Hør bare trykker en liten notis om Hudsons sykdom og død kan selvsagt tolkes som en bevist nedprioritering av en homofil og AIDS-syk manns tragiske død. Det er imidlertid formidlende omstendigheter inne i bildet. Det kan ikke forventes at en publikasjon som utkommer én gang i uken skal oppdatere publikum på siste nytt på samme måte som en dagsavis bør. Tross alt ville Se & Hørs potensielle artikkel om Hudsons dødsfall først kunne kommet på trykk nesten en uke etter døden inntraff. Av en dagsavis forventes en mer systematisk dekning av nyhetsbildet både på grunn av samfunnsoppdrag og utgivelsesfrekvens. Det er derfor ikke oppsiktsvekkende at Se & Hør ikke melder om Hudsons død. Om VG ikke hadde meldt denne nyheten hadde det imidlertid vært oppsiktsvekkende, og sannsynligvis uttrykk for et redaksjonelt standpunkt. Uansett, historien i seg selv er såpass kontroversiell at det også kan være grunnlag for å tro at dette kan være årsaken til den nesten-fraværende oppmerksomheten. Den labre dekningen av Hudsons sykdom og død kan nødvendigvis ikke sees på som en ignorering på grunn av sykdom og legning, men mer en redaksjonell vurdering på grunnlag av timing.

Hudsons homofile legning er ikke tema. På den måten legger ikke teksten opp til koblingen mellom homofili og AIDS. Se & Hør skriver om Hudsons sykdom samtidig som detaljer rundt hans helsetilstand blir utgitt. Det står at blant annet at "[h]an er klar og våken bare tre timer i døgnet, og da forteller han til sin venninne, journalisten Sara Davidson". Dette er å regne som intimdetaljer. Se & Hør velger dermed å gå dypt inn i det private, et sted fremmede mennesker ikke vanligvis har tilgang. Dette er et sted media ifølge tradisjonen ikke skal være, og heller ikke trenger å være. Se & Hør skiller seg dermed fra den såkalte seriøse pressen. Foruten å appellere til folks kikkermentalitet, og gi svar på hva som skjer bak elitens lukkede dører, kan intimdetaljene gi leserne en følelse av sympati med offeret og sykdommen. Mennesket bak AIDS-sykdommen blir vist fram, og et mer realistisk bilde av hvor grusom sykdommen er, blir gitt.

På tross av en eventuelt sympatifølelse på grunn av intimdetaljer, vil språket kunne gi den motsatte følelsen. Det står at Hudson skriver bok "bokstavelig talt med døden i hælene".

”MED DØDEN I HÆLENE” er også artikkelens overskrift. Uttrykket ”med døden i hælene” gir et lekent og fargerikt bilde på døden, og er ikke en respektfull måte å omtale et tragisk dødsleie på. Uttrykket undergraver alvorret i situasjonen.

Bildet viser Rock Hudson med et noe bedrøvet uttrykk i ansiktet. Det viser en Hudson som tydelig er merket av sykdommen. Han ser tynn og svekket ut. Lyset er ganske flatt, og nær utbrent, noe som gjør at han også ser bleik ut. Dette bidrar til å viske ut ansiktstrekk. Bildet bygger under påstanden om at Hudson er alvorlig syk.

Se & Hør viser til en viss grad en holdning som er nedverdiggende ovenfor Rock Hudson. Dette baserer seg i første rekke på innhold og språkbruk men også, til en viss grad, bildet. Dessuten kan Se & Hørs manglende interesse for hele hendelsen tyde på at dødsfallet og sykdommen ikke blir tatt seriøst. På den andre siden bidrar ikke bladet til å koble homofil legning til HIV og AIDS.

4.1.2 Schizofrene VG

VG går grundigere til verks. I forbindelse med Hudsons død har avisen to helsides artikler, med to dagers mellomrom. Den første, utgitt dagen etter hans død, beskriver sykdomsforløp og utsagn fra nære venner. En egen seksjon er viet nyere forskning om spredningen av AIDS. Den andre artikkelen, utgitt noen dager etter hans død, bruker Hudsons bortgang som vinkling på å skrive en noe mer inngående artikkel om temaet AIDS. I tillegg trykker VG også en rekke artikler gjennom sommeren og høsten 1985 om Hudsons sykdomsforløp. Jeg vil benytte meg av den første artikkelen, fra 3. oktober, i analysen (Illustrasjon 2).

Artikkelen fremstår som en nyhet. Overskriftens fokus er også nyhetspreget: ”ROCK HUDSON DØD AV AIDS”. VG tar i bruk hele sidebredden til overskriften og bruker i tillegg underoverskriftene *Hilsen*, *Kollapset*, *Ledende stjerne* og *Homofil*. Ingressen er lang, og går over to spalter. Selve brødteksten er imidlertid ganske kort. I tillegg til selve hovedartikkelen trykker VG fire mindre artikler om samme tema; en om Hudsons forhold til skuespilleren og programlederen Doris Day, en om AIDS-spredningen, en om AIDS-vaksine og en om en dansk fange som er satt fri på grunn av AIDS-frykt. Ser en bort i fra bildene fyller disse artiklene store deler av avissiden. De forskjellige artiklene er skilt fra hverandre med linjer – fylte og

stiplete. De to legerelaterte artiklene er satt i samme rute. Avissiden fremstår på den måten som en tema-side om AIDS, med to personorienterte artikler, en fagorientert del, i tillegg til mininotisen fra Danmark. I tillegg illustrerer tre bilder innholdet. På det største bildet figurerer Rock Hudson. Bildet er nært, og i svart-hvitt. Det er skutt med en telefotolinse, noe som gjør at bakgrunnen blir uklar, og ansiktet kommer tydeligere frem. Også de to andre bildene er i svart-hvitt. Det ene er plassert på høyre side, og viser en smilende Doris Day, også dette i nært utsnitt. Et tilsvarende fotografi følger den delen av avissiden som handler om AIDS. Her trykker VG et bilde av en av legene som uttaler seg, Georg Petersen.

Anslagsvis en fjerdedel av siden er dekket av et stort nærbilde av Rock Hudson. Hovedpersonen har en bekymret mine, og et intenst blikk, som forsterkes av telefotolinsen. Bakgrunnen er uklar, noe som gjør at det eneste fokuspunktet er Rock Hudsons ansikt. Alt annet blir lukket ute, og bildet sier dermed: Rock Hudson er i sin egen verden. Det er for øvrig ingenting som tyder på at det er et såkalt paparazzibilde, men stammer fra samme offentlige opptreden som Se & Hørs bilde av samme mann. I alle bildene benytter avisen seg av nærbilder. Fra filmens verden brukes nærbilder for å få frem følelser. Bildebruken forsterker derfor det triste innholdet.

VG gjør et stort nummer av at AIDS er dødsårsaken. Det er også naturlig, fordi det forklarer hvordan døden inntraff. Rock Hudson var dessuten åpen om sin sykdom, noe som gjør den naturlig å nevne. På den andre siden er det ikke relevant for nyheten at Rock Hudson er homofil. Han er ikke åpen om sin legning. VG skriver at det "[i] alle år har det vært en godt kjent hemmelighet at Rock Hudson var homofil". Dette legger opp til en kobling mellom homofili og HIV og AIDS. VG skriver riktignok ikke eksplisitt at det er hans homofile legning som har ført til AIDS-sykdommen. Likevel levnes det ingen tvil om at en leser vil koble legning og sykdom. Artikkelen underbygger på den måten koblingen mellom AIDS og homofili, og styrker stereotypen om at homofile kan være en fare for samfunnet. Inntrykket leseren dermed kan sitte igjen med er at Rock Hudson er død av AIDS fordi han er homofil.

Slike oppfatninger oppstår på grunn av mangel på kunnskap. Paradoksalts viser VG seg også som en kunnskapsformidler. Avisen bruker Hudsons dødsfall som døråpner for å skrive mer om temaet AIDS. Den ene underartikkelen handler om hvordan det går med AIDS-

spredningen og AIDS-forskningen. I den andre artikkelen blir det gjort opp status for en eventuell AIDS-kur. VG refererer til både en overlege, Helsedirektoratet og Verdens Helseorganisasjon (WHO). Underartiklene er skrevet fordomsfritt og fremstår som seriøse. Homofil legning er ikke tema, noe som er bra – så lenge alternativet ikke er å avvise koblingen mellom homofili og AIDS. Dette er folkeopplysning og illustrerer VGs to sider. På den ene siden er avisen tabloid, personlig, og sensasjonspreget, med store bilder og enkelt språk. På den andre siden opptrer den som en solid kunnskapsformidler. Selv om dette opplysningsbidraget i den store sammenhengen er beskjedent, er det med på å avmytifisere sykdommen.

Få år etter Hudsons død, skriver Martin Eide et innlegg i tidsskriftet *Samtiden*, med tittelen "Dødskysset" (1989). Det handler om hvordan norske medier har dekket AIDS-saken. Han skriver:

I et forsøk på å etablere mening i en forvirrende og truende virkelighet, synes det som om pressen tilstreber en forankring av det ukjente i det som er kjent og samtidig pirrende. Nye farer knyttes til kjente roller – modellene hentes fra fiksjon og virkelighet – som her griper over hverandre. Filmstjerner funkler, prostitusjon pirrer og fangeliv fanger oppmerksomhet. Og alt kan knyttes til et av de mest arketypiske av alle dramatiske tema: Kjærlighet og død som syndens sold. (Eide 1989:8)

VG har med disse elementene i sitt oppslag. En stor, tidligere så skinnende filmstjerne går bort. En dame står etterlatt igjen. VG har lagt inn en liten spalte, hvor en av Rock Hudsons venner, Doris Day, uttaler seg. Avisen skriver at hun både *brøt sammen* og *gråt*. Det er tragisk, men ikke helt uten håp. Tilslutt avsluttes spalten med en optimistisk vending: "Jeg er så fortvilet – alt jeg kan gjøre er å tro på at vi har evig liv – og håpe at vi en gang skal møtes igjen [...]. Verden er i forandring. AIDS truer. Temaet er vanskelig å skrive om. Det er mye følelser inne i bildet, det er tragiske skjebner, og tilsynelatende et bunnløst offersluk. VG løser den store usikkerheten med å sette historien inn i kjente rammer, og på den måten gi hovedpersonen en klar rolle. En kjendis langt vekke gjør det enklere å skrive om, og enklere for leserne å lese om. Med den store filmstjernen Rock Hudson skjebne, har media funnet et offer som vekker sympati. Hudson er den gode, protagonisten, Doris Day og andre venner er hjelperne. Det er imidlertid ingen personifisert antagonist i denne fortellingen. På en mer diffus måte kan AIDS også tolkes som innehaver av denne rollen. Vi er med andre ord vitne til at VG har satt AIDS inn i en mer klassisk fortellerform, som gjør den AIDS-syke, homofile mannen til "good guy".

4.2 Freddie Mercury: Edderkopp og legende

Noen måneder før Rock Hudson dør, blir rockekonserten Live Aid arrangert i London og Philadelphia. Queen står på scenen, og holder et forrykende show. En Freddie Mercury i storform presenterer låter som Radio Gaga, We Will Rock You og ikke minst Bohemian Rhapsody for publikum. Et år senere opptreer Queen live for siste gang. Queens vokalist er kjent som fargerik, ekstravagant og bifil, til tross for at sistnevnte aldri er bekreftet. Mercury er også kjent som mediesky. Han viser seg sjelden offentlig, og gir svært få intervju. Nå viser han seg enda sjeldnere. Ryktene begynner å gå om at han er alvorlig syk. Noen vil ha det til at det er snakk om HIV og AIDS. Mannen blir jaget av de britiske tabloidene. I 1989 gir Queen ut et nytt album, *The Miracle*, som blant annet inneholder låten "Scandal". Den handler om media og deres behandling av gitarist Brian Mays kjærlighetsliv og Mercurys helse. Mercury synger: "Scandal - they're gonna turn our lives into a freak show, they'll see the heart ache, they'll see the love break". Av musikkvideoer og bilder er det mulig å se en sykere og sykere Mercury. Media vil vite hva som feiler rockestjernen. Omsider, 23. november 1991, blir denne pressemeldingen sirkulert:

Following the enormous conjecture in the press over the last two weeks, I wish to confirm that I have been tested HIV positive and have AIDS. I felt it correct to keep this information private to date to protect the privacy of those around me. However, the time has come now for my friends and fans around the world to know the truth and I hope that everyone will join with me, my doctors, and all those worldwide in the fight against this terrible disease. My privacy has always been very special to me and I am famous for my lack of interviews. Please understand this policy will continue.⁹

Dagen etter går han bort.

4.2.1 Se & Hør konstruerer et forhold

Se og Hør trykker en to-siders reportasje om Mercurys dødsfall. Reportasjen kommer etter alt å dømme ut i overkant av en uke etter at musikeren gikk bort, og er knyttet opp mot bisettelsen (Illustrasjon 3). Saken er ikke representert på forsiden. Det er utformet i det som er blitt Se & Hør-stilen, og minner som minner ganske mye om Se & Hør i 2011. Mercury-sidene er illustrert med mange fargebilder og fem spalter med tekst. Det er to hovedbilder;

⁹ Hentet fra wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/Freddie_Mercury#Illness_and_death

et av Mercury og et av hans venn Elton John. Bildet av Mercury viser ham sittende i en bil, i en lyseblå dress. Mye på at dette fotografiet er tatt i 1990, i forbindelse med BRIT awards-utdelingen, hvor Queen mottok en pris. Seremonien var siste gang Mercury deltok på et offisielt program, men det er på ingen måte det siste bildet tatt av vokalisten slik bildeteksten slår fast. For øvrig levner bildet ingen tvil om at han er syk, noe som forsterkes av en grimase og et sløvt blikk. Det fremstår som et paparazzibilde, fordi gjenskinn fra gaten tyder på at det er tatt gjennom vinduet på en bil. Bildet av Elton John er i total innramming, og viser den vanligvis så ekstravagant kledde Elton John stående alene i enkle svarte klær. Øynene er røde, sannsynligvis av gråt. I tillegg har Se & Hør trykket et mindre bilde av Mercury sammen med hans tidligere kjæreste, Mary Austin. Det er plassert nede i venstre hjørne. Omtrent midt i reportasjen er det plassert et tilsvarende bilde av Mercury i favnen på en. På høyre side er tre bilder plassert på rekke nedover. Øverst et nærbilde av en rose blomsterbukett og et kort med påskriften "Thank you for being my friend. I will love you always. Elton." Under følger et bilde i totalutsnitt av en svartkledd Brian May sammen med kjæresten Anita Dobson. Nederst til høyre er et bilde av Mercurys kiste i det fire menn bærer en kiste i kirken. Overskriften er trykket i gul og svart, mens lyseblå og rødt ellers preger oppsettet. Ingressen er skrevet på svart bakgrunn, brødteksten på lyseblå. Den lyseblåfargen går også igjen i Freddie Mercurys dress på det største bildet, noe som gir reportasjen et helhetlig uttrykk.

Teksten består i hovedsak av to parallellhistorier. Den ene handler om musikeren Elton Johns sorg, og den andre om Mercurys sex-liv. På 1950-tallet ga media den oppfatningen at homofile mennesker var sexfikserte. Dette ble bygget opp under så sent som i den tidlige AIDS-perioden, da undersøkelser viste at gjennomsnittlig antall sexpartnere for AIDS-syke mennesker var 1160 (Streitmatter 2009:187). Se & Hørs Mercury-artikkel svekker ikke denne oppfatningen. Artikkelen poengterer at Mercury har hatt så mange sexpartnere at han kan ha blitt "edderkoppen i et det dødlig nettverk av AIDS" og at "[I]eger frykter at minst 1000 mennesker er blitt smittet av Queen-lederen". Se & Hør presenterer også påstander som at han "kan ha dømt hundrevis av andre til en sakte, smertefull død", og at hans "hemningsløse sexliv vil ta livet av mange av hans elskere". Som en "punchline" understrekes homofilifrykten i siste setning: "Han har sannsynligvis også etterlatt seg en tidsinnstilt AIDS-bombe som kan ramme hundrevis i kretsen rundt ham." Artikkelen spiller på de gamle

stereotypene rundt homofile, som sier at de er sexfikserte og farlige. Påstandene er fri for kilder, og består stort sett i spekuleringer.

Overskriften bygger under samme stereotypi: "Den homofile rockekongen Freddie Mercury døde av AIDS: KAN HA SMITTET HUNDREVIS!". Den påpeker spesifikt Mercurys legning, til tross for at han aldri selv sto frem som homofil. Samtidig gjøres det et poeng av at han er *bifil*. Det er også gjennomgående i resten av artikkelen, selv om bladet stadig blander begrepene homofil og bifil. Freddie Mercurys legning knyttes derfor til sykdommen AIDS, og det på en sterkere måte enn i VGs artikkel om Hudson. VG trakk inn Hudsons legning i et eget avsnitt. Se & Hør blander i dette tilfellet legning, sykdom og sex gjennom hele artikkelen. Når homofile samtidig beskrives som svært avhengig av sex og uten seksualmoral, får det denne gruppen mennesker til å fremstå som en fare for samfunnet.

Den endimensjonale personkildringen – Mercury er kun opptatt av sex – er et grep som også identifiseres i melodramatradisjonen. Også avsnittet om Mercurys forhold til foreldrene, og deres forsoning på dødsleie, passer fint inn i denne tradisjonen, og da særlig i familiemelodramaet, et melodrama hvor familiære relasjoner står i fokus, og forholdet mellom foreldre og barn gjerne er tema (Gripsrud 2002:153). Det er en følelseslandt situasjon, i likhet med selve settingen for reportasjen, Mercurys begravelse. Artikkelen mangler både nyanser og måtehold. Mercury blir beskrevet som sexfiksert, og det i en overdrevet grad. I bunn ligger en moral, som sier at et uagerende homofilt sexliv ikke er bra. I motsetning til VGs fremstilling av Rock Hudson som "good guy", er Mercury selve inkarnasjonen på "bad guy" i denne reportasjen. Fortellingen om Freddie Mercury og Mary Austin, hans mangeårige kvinnelige kjæreste, gir historien en snert: Austin er damen Mercury brukte som skalkeskjul for sin homoseksuelle legning. Det åpner opp for spørsmål fra leseren. Hva tenker hun nå? Er hun sinna? Kan også hun være syk? Se & Hør forsøker å svare på disse spørsmålene, og gi leserne på den måten en tilfredsstillende: Alt står bra til med offeret Mary.

For øvrig er Mercury og Austin avbildet sammen på et av bildene. Dette bilder illustrerer Mercurys heterofile legning og står i kontrast til bildet midt på dobbeltsiden, hvor Mercury sees i armene på en uidentifisert mann. De er avbildet i bar overkropp. Se & Hørs oppslag

har et layout som gjør at det kan se ut som at Mercury presser bildet av Mary Austin ned, vekk og ut av siden. Sammen skaper disse bildene et inntrykk av mange kjærester og elskere av begge kjønn, og bygger opp under påstanden om Mercurys 100 elskere.

På bildet poserer en glattbarbert Freddie Mercury kledd i en pastellblå, glinsende dress. Rundt halsen henger et hvitt skjerf. Over øynene er det mulig å skimte øyenskygge i samme farge som dressen. Disse trekkene er med å gi en fremstille Mercury som feminin. Han er opptatt av klær, sminke og utseende. Derfor er bildet en ikonografisering, og spiller på den første typen Richard Dyer har utpekt; mellomkjønnet. På den måten forteller bildet til leseren at Freddie Mercury er homofil. Det kan også gi et inntrykk av at artisten er forskjellig fra andre, og mislykket, fordi han ikke er et reint kjønn, men plasserer seg et sted mellom mann og kvinne.

Det andre hovedbildet, av Mercurys gode venn og medmusiker Elton John, tatt i forbindelse med bisettelsen, kan være egnet til å antyde at artistene har hatt et forhold. Elton John hadde på det tidspunktet stått fram som homofil. Bildet viser den vanligvis overdådige kledde Elton John i enkle svarte klær. Øynene hans er røde, antakeligvis av gråt. Mannen er trist, alene og forlatt. All glede er borte. Er kjæresten borte? Antydningen av forholdet forsterkes av at Elton Johns båretbukett også er fotografert. Teksten er gjengitt i bildeteksten: "Takk for alt, Freddie. Jeg vil alltid elske deg!". Se & Hør har her oversatt *Love you* til *elsker deg*, noe som også er en korrekt oversettelse. Men det er samtidig en viss forskjell på det norske ordet "elske" og det engelske *love*. *Love you* kan like gjerne oversettes til *glad i deg*. *Elske* er på norsk et sterkere og mer forpliktende ord enn *love*. For eksempel er det vanlig å bruke ordet *love* mellom venner på engelsk. Det er det ikke uten videre på norsk. Denne forskjellen taler til fordel for konstruksjonen av forholdet mellom Elton John og Freddie Mercury. I ingressen er dessuten Elton John beskrevet som Mercurys "homofile venn". Dette ordvalget legger til rette for spekulasjoner.

4.2.2 VG hyller en legende

Så til VGs dekning av saken. Også i dette tilfellet har VGs oppslag mer karakter av å være en nyhet, da den er trykket dagen etter Mercurys bortgang (Illustrasjon 4). Helsen er to-delt, og hovedartikkelen, med overskriften "FLERE LEVEÅR for HIV-smittede", handler om en potensiell vaksine mot HIV. Den mindre artikkelen, dominert av et bilde av Freddie Mercury, er titulert "Freddie Mercury døde i natt". Denne delen er rammet inn med en tykk svart strek. Begge overskriftene er mindre dominerende enn i avisens artikkel om Rock Hudsons dødsfall. Også prioriteringen er motsatt i dette tilfellet. I denne artikkelen er det AIDS-vaksinen som er hovedsaken, mens Mercurys død er en biartikkel. På den andre siden er bildeutvalget vektet motsatt: bildet av Mercury dominerer. Ingressen er bred – over tre spalter, mens brødteksten er noe kort, og fyller knapt en spalte. Overskriften om Mercurys bortgang er formell og avbalansert fordi den er skrevet med små bokstaver (både liten fontstørrelse og minuskel) og fordi den er informativ og formell i språket. Mannen blir omtalt med fullt navn, og det er ikke gjort noen forsøk på sensasjon. Bildet av Freddie Mercury er etter alt å dømme fra en konsert, sannsynligvis fra midt på 1980-tallet, og viser ham i frisk og kraftfull utfoldelse på scenen. Musikerens blikk er plantet rett frem, liksom han ser uredd ut i fremtiden. På overleppen har han den kraftige, maskuline barten som ble et varemerke. Det samme er den bare overkroppen og det bakoverkjemmede håret. Bildeteksten er enkel; alt som står er: "Freddie Mercury, Queen."

Artikkelen er plassert på nyhetssidene, og ikke underholdningsdelen "Rampelys", noe som gir artikkelen et seriøst preg. Det seriøse preget forsterkes av at VG ikke bare lager en nyhet om dødsfallet, men setter den sammen med siste nytt innen forskning på området. VG var tidlig ute med å opprette desk-funksjonen, for å systematisere stoffet bedre og få en mer helhetlig avis (Eide 1995). Denne artikkelen kan være et resultat av koordinering på desken. Med to-delingen av artikkelen gjentar VG praksisen fra nyhetene rundt Rock Hudsons dødsfall, og lager reportasjer som er av folkeopplysende karakter og setter denne sammen med en sensasjonssak.

Den opplysende delen handler om at det spås gode utsikter for å utvikle en HIV-vaksine. En ny vaksine skal nå prøves ut, og nye medikamenter skal kunne gi bedre syke bedre

livskvalitet. Det er derfor en positiv sak, en sak om håp. Denne står i sterk kontrast med den mindre artikkelen om Mercurys bortgang. Denne kombinasjonen gjør nyhetssiden emosjonelt sterk. Historiene spiller på lag, og forsterker hverandre. Freddie Mercury dør, like før man kan klare å helbrede sykdommen. I et kappløp mot tiden har rockestjernen tapt. HIV-artikkelen går fra å være en traust forskningsartikkel til på bli personalisert og aktualisert.

Artikkelen om Freddie Mercury handler om privatlivet: Mercurys ensomhet, karrieren og vennskapet med Mary Austin. VG er, som Se & Hør, personlig. Avisen gjør det imidlertid uten å spille på svik og legning. Avisen bruker ikke plass på Mercurys seksuelle legning eller hans utsvevende privatliv, noe som gjør artikkelen mindre kontroversiell.

VG illustrerer avissiden med et arkivbilde av Mercury. Det viser ham på scenen under en konsert, og er et eksempel på macho-typen av homofile. Det er mange tegn som antyder dette, for eksempel den fysiske styrken han innehar, den bare overkroppen, med hår på brystet, og den kraftige barten. Derfor fremstår han som overdrevet maskulin. Det er nettopp den overdrevne maskuline fremstillingen som gir et inntrykk av at personen er homofil. I motsetning til Se & Hør som trykker et bilde av en tydelig svekket Queen-vokalist, har VG valgt et mer verdig bilde. VGs bilde sjokker ikke leseren, men minner om hvem Freddie Mercurys var.

4.3 Oppsummering

Det er illustrerende for funnene i dette kapittelet at VG kaller Mercury for legendarisk, mens Se & Hør kaller ham tragisk.

Se & Hør fokuserer kun på privatlivet til kjendisene som har gått bort. Dette fokuset har også VG, men avisen skriver i større grad om andre forhold rundt dødsfallene og personene. VGs artikler fremstår også som schizofrene. Det er snakk om en kjendisnyhet, som er bakt inn en såkalt seriøs nyhet. På den ene siden fremstår de som en vanlig nyhet om et dødsfall, og er både sympatisk og gjennomarbeidet. Nyheten settes inn i et større perspektiv. VG benytter anledningene til å skrive om HIV og AIDS, og driver på den måten klassisk folkeopplysning. Dette gjør ikke Se & Hør. Her er informasjon om AIDS fraværende.

På den andre siden kobler VG AIDS og homofili, og bygger på den måten under myter, riktignok i en noe vag forstand. I tilfellet Hudson nevner VG spesifikt at skuespilleren er homofil. Det er snakk om omtale som gir negative assosiasjoner, fordi homofili sees i sammenheng med en dødelig sykdom. I omtalen av Freddie Mercury gjøres ikke en slik kobling. Se & Hør på sin side lager en enda tettere kobling mellom sykdommen og legningen i Mercury-artikkelen. Bildematerialet viser også at homofil legning kan vises frem på forskjellige måter. I Se & Hør fremstår Mercury som mellomkjønnet (feminin), mens han i VG fremstår som macho.

Ukebladet spiller i større grad enn avisen på tabloide virkemidler. Blant annet bruker Se & Hør sterkere ordbruk, mer kontroversielle bilder og en større grad av stereotypifisering. Foruten å spille på dette virkemiddelet, er forsøk på å spille på sjokket er svært fremtredende i Se & Hørs artikkel om Freddie Mercury. VGs artikler gir i større grad enn Se & Hørs, den AIDS-syke protagonistrollen. I VG er både Hudson og Mercury den gode kraften, mens Mercury i Se & Hørs dekning faktisk spiller rollen som antagonist. Samtidig antyder denne artikkelen også et forhold mellom Mercury og musikerkollega Elton John, noe som gir historien en pikant tvist. Forholdet antydes også i billedbruken, hvor Se & Hør er mer kontroversiell, enn sin søster i Akersgata. I tillegg velger VG å plassere sine artikler i nyhetsdelen, noe som tyder på at avisen vurderer stoff om HIV og AIDS som viktigere enn stoffet om at en kjendis er død.

Bildene både VG og Se & Hør har valgt av Freddie Mercury gir klart uttrykk av å være av homofile. Se & Hørs største bilde av Freddie Mercury sittende i en bil, viser en feminin mann, som gir inntrykk av at han ikke er fullt mann

Tilslutt plasseres artiklene inn i faseinndelingen.

- Se & Hør trykker ingen artikler om Hudsons død. Det kan være et uttrykk for ignorering av en homofil mann. I så fall kan Se & Hør plasseres i fase en.
- VGs artikkel om Rock Hudson er på grunn av schizofrenien umulig å plassere i en og samme fase. Fokus på legning artikkelen om dødsbudskapet, sammen med

folkeopplysning om AIDS gjør at den enten bør plasseres i fase to eller tre, synlighet eller normalisering.

- Se & Hørs Mercury-oppdrag består av to parallellhistorier, hvor den ene stereotypiserer og den andre konstruerer et forhold. Hvis det sterke fokuset på Queenmedlemmets seksuelle legning også legges til, sammen med at den spiller på fordommer mot homofile, er det rettferdig å plassere artikkelen i fase to, synlighet.
- I VGs artikkel om samme hendelse legger ikke avisen vekt på seksuell legning i det hele tatt. Musikeren blir ikke omtalt som noe annet enn artisten Freddie Mercury. Derfor kan denne artikkelen plasseres på kategori fem i faseinndelingen: Legningsnøytral. Leseren mottar dødsbudskapet uten at dette blir koblet med seksuell legning, eller rykter rundt et utsvevende seksualliv.

På det gitte tidspunkt kan det faktisk være at Se & Hørs Hudson-ignorering (fase 1) har vært bedre for homokampen, enn Mercurys synlighet (fase 2).

En del av disse forskjellene kan forklares med forskjellene i oppgaver for et ukeblad og en avis. En daglig utkommende avis må nødvendigvis være et uttrykk for det totale nyhetsbildet, og kan ikke velge vekk saker i like stor grad. Dessuten er VGs artikler trykket nærmere innpå dødsfallene enn Se & Hørs. VGs artikler bærer begge preg av at det er nyheten om en manns død som står i fokus. Det er derfor relevant å gi et slags sammendrag av livet, nærmest som en nekrolog. Det kan forklare både hvorfor VGs Mercury-artikkel kan oppfattes som mer respektfull enn Se & Hørs, og hvorfor Se & Hør ikke skrev om Hudsons bortgang.

5 Analyse 2: Fra "vielser" til bryllup

De homofile har de siste 20 årene vunnet to store rettighetsslag. Det første i 1993 da partnerskapsloven blir vedtatt. Den gir homofile rett til å inngå partnerskap, slik at de får de samme rettigheter og plikter som heterofile par. 15 år senere blir loven endret og homofile får i tillegg anledning til å gifte seg i kirken.

5.1 Partnerskapsloven i tabloid

Fredag 6. august 1993 blir fem par viet i Oslo Rådhus i en offentlig seremoni som markerer at homofil kjærlighet er institusjonalisert. Homoaktivist Kim Frieles kamp er med dette kronet med seier. Etter å ha kjempet i 30 år, kan hun nå si ja til kvinnen i sitt liv, Wenche Lowzow. Media er tilstede, og både VG og Se & Hør dekker hendelsen. Mediene velger å vinkler den ulikt, selv om de har en ting til felles; de velger begge å skrive om kvinner. Trekkes linjene til USA er dette bedre enn hva som kan forventes av amerikanske medier. Rodger Streitmatter skriver at lesbiske systematisk undertrykkes og underrepresenteres (2009:146-148). VG og Se & Hør viser med dekningen av denne saken at de også evner å dekke kvinnelige homofile, til tross for at to mannlige par også giftet seg denne dagen. Se & Hørs artikkel (Illustrasjon 6) består av i underkant av to helsider i fargetrykk. Bladet kommer antageligvis ut tirsdag 10. august, fire dager etter begivenheten, mens VG tildeler begivenheten en side, dagen etter hendelsen, lørdag 7. august (Illustrasjon 5).

5.1.1 Kim og Wenche i VG

VG vinkler sin reportasje på at et av parene som blir viet denne sommerdagen er Karen Christine Friele og Wenche Lowzow, hvorav førstnevnte har vært leder av interesseorganisasjonen for homofile, Det Norske Forbundet av 1948, mens sistnevnte har vært stortingspolitiker for Høyre. Pr 1993 er begge ute av sine verv. Friele representerer både den følelsesmessige siden og den formelle siden av saken. Hun får omsider muligheten til å gifte seg, samtidig som hun er tidligere leder av et forbund, som i lang tid har jobbet for partnerskapsloven. Paret har dessuten kjendisstatus. På tross av det tydelige person- og kjendispreget, er nyheten plassert på nyhetssidene, noe som gir saken en mer seriøs tyngde. I tillegg til artikkelen er siden fylt med tre mindre notiser, som ikke har noe med seremonien

å gjøre. Overskriften lyder: "HYLLET etter «vielse»". Det første ordet, i blokkbokstaver, er trykket i stor skriftstørrelse, og dekker mer en halve sidebredden. Ordet spiller på lag med bildet, som viser Friele og Lowzow som blir hyllet utenfor Oslo rådhus. Friele, den mest kjente av ekteparet, er i bildets forgrunn. Det kan kategoriseres som et snapshot, et spontant bilde som fanger et noe som kun varer et kort øyeblikk. Det kan se ut som om hun har fått øye på en bekjent, og jubler til denne personen, i det hun er i ferd med å kaste det som ser ut til å være en blomsterbukett til publikum. Bildet dominerer siden fullstendig og dekker anslagsvis to tredeler av overflaten. I tillegg følger et mindre bilde fra seremonien inne i rådhuset nede i høyre hjørne, hvor Lowzow og Friele sees i konversasjon med byfogden. Et grafisk grep som blir brukt, er at en blomsterbuketten i bildet liksom vokser ut av bilderammen, og inn i teksten. På den måten får bildet et bra utsnitt, samtidig som en viktig detalj blir med. Dette grepet er for øvrig mye brukt i ukeblader.

Det faktum at homofile har rett til å gifte seg, og at det er bakgrunnen for artikkelen, er ikke nevnt før i siste setning. Den sier at "[d]en første partnerskapsinngåelsen i Norge fant sted i Skien på tirsdag". Artikkelen er egentlig, isolert sett, en reportasje om et kjendispar som har giftet seg, og ikke i det hele tatt om at homofile har fått retten til det. Artikkelen illustrerer på den måten personifiseringstendensen i VG samtidig som det gjør den fordomsfri, fordi artikkelen ikke er annerledes utformet enn om et heterofilt kjendispar hadde giftet seg.

Rosen Friele er i ferd med å kaste til publikum er med å normalisere hendelsen; dette er som andre bryllup. Wenche Lowzow smiler bredt, mens hun holder hånden rundt sin partner, og klemmer henne. De gir begge uttrykk for stor glede. I bakgrunnen sees Oslo Rådhus. Settingen for bildet symboliserer makt. Foran rådhuset er det et folkehav og mange fotografer. Folkehavet tyder på at dette er en viktig begivenhet, og fotografene på at det er viktig for pressen. Og tilslutt; fire stripedede flagg svaiende i vinden: et symbol på homokampen. I bildeteksten står det blant annet: "Kim Friele (57) og Wenche Lowzow (67) var det første av de fem homofile parene som mottok den enorme hyllesten fra folkemassen utenfor Oslo Rådhus." Med positiv ordbruk underbygger bildeteksten at dette er en stor og flott hendelse. Alt i alt understreker bildet at dette er en viktig, men gledelig dag for homofile.

På et område avviker oppslaget fra inntrykket av at heterofile og homofile bryllup er like. VG setter nemlig konsekvent anførselstegn rundt ordet *vielse*. Anførselstegnene antyder at dette ikke er en skikkelig vielse, men en liksom-vielse. Dette er også den eneste benevnelsen på arrangementet som brukes. Synonymet *bryllup* blir for eksempel ikke brukt. Dette gir et inntrykk av dette er noe annerledes.

VG skriver: “Det var byfogd Stein Eikvåg som «viet» parene. Han minnet om alvor og betydningen av løftet de skulle inngå.” Det er i seg selv normalt å minne om alvor ved å gifte seg i et vanlig bryllup, men det er trolig ikke like vanlig å nevne det i en avisomtale av bryllupet. Oppslaget kan derfor tolkes som at det spiller på en stereotyp, nemlig at de homofile er lite villig til å knytte seg i forhold. Rodger Streitmatter viser for eksempel til filmen *The boys in the band* fra 1970, en av de første filmene hvor homofili eksplisitt blir tematisert, hvor homofile blir omtalt som promiskuøse, og lite villige til å binde seg i forhold (Streitmatter 2009:26-30). Artikkelen bygger derfor opp under denne stereotypen.

Det er for øvrig besynderlig å merke seg at VGs artikkel er uten byline, en linje som forteller hvem som har skrevet artikkelen. Bare fotoet er kreditert. VG har for vane å signere redaksjonelt innhold. Manglende kreditering, falsk kreditering, eller delt kreditering (to og flere i by-liner) er et vanlig grep i journalistikken i kontroversielle saker, hvor journalisten frykter represalier fra miljø og personer som blir omtalt.¹⁰ Det er imidlertid vanskelig å tenke seg at det er tilfelle her. For den observante leseren kan det derfor bli oppfattet som at den manglende bylinen skyldes at journalisten ikke vil bli assosiert med det homofile miljøet.

Også denne VG-artikkelen fremstår som schizofren, men ikke som i artiklene om AIDS, men på grunn av den doble tolkningen. Den fremstår som både fordomsfri, og fordomsfull på en og samme tid. Ved første øyekast fremstår den med et positiv uttrykk. Ved nærmere lesning, kommer det frem elementer som ikke nødvendigvis stiller homokampen i et positivt lys.

¹⁰ Se for eksempel artikkel fra Journalisten om Telemarksavisa som droppet byline på saker om Hells Angels: <http://www.journalisten.no/story/62023>.

5.1.2 Med eksmannen som forlover

Se & Hør tildeler arrangementet i Oslo rådhus en og en halv fargeside. Artikkelen handler om det lesbiske paret Marianne Butenschøn og Grete Holen. Den er preget av mange bilder, men også en del tekst. Hovedbildet, som viser det aktuelle paret i det de blir viet, dekker godt og vel to tredeler av den totale plassen. Totalt tre bilder dekker over halvparten av reportasjens flate, to av dem fra seremonien inne i Oslo Rådhus. Det største bildet er et totalbilde, hvor vi ser Holen og Butenschøn foran byfogden, i det de blir viet. Det andre bildet viser alle de fem parene som ble viet samtidig i rådhuset. De sitter inntil en vegg, seks kvinner og fire menn. Dette bildet er avlangt. Det siste bildet er av brudeparet i en hverdagslig setting i en rød sofa. I sofaen er det også plassert en rekke bamser. Paret holder på hverandre, og sitter tett sammen. Både på og rundt bildene er det plassert mye tekst og grafikk. Inngressen er for eksempel plassert på selve hovedbildet, noe også en Se & Hør-stjerne, som bærer teksten "Homofest i Oslo rådhus", gjør. For øvrig har alle bildene bildetekst og en liten pil som viser hvilken bildetekst som følger hvilket bilde. Rød og gul er hovedfargene i det grafiske uttrykket. Dette er sterke farger – signalfarger – som er lett å få øye på. Overskriften er dessuten lang, går over to linjer, over mer enn en sidebredde, og består av en fullstendig setning: "EKS-MANNEN VAR FORLOVER I LESBISK BRYLLUP!". Et utropstegn forsterker overskriften. Ingen ord er imidlertid uthevet, og alle ordene er skrevet i blokkbokstaver. Brødteksten er skrevet på en hvit bakgrunn.

I motsetning til i VG, skriver ikke Se & Hør om kjendisene, men om et av de andre parene som ble viet i seremonien. Bladet fokuserer på at Butenschøn tidligere har vært gift i et heterofilt forhold, og at eksmannen nå er hennes forlover. Se & Hør presenterer her en spesiell historie, hvor vanlige folk er involvert. Det er hva Sverre O. Holm forstår som Se & Hørs virkelige sjel (2007). Han påstår at Se & Hør først og fremst ikke er et kjendisblad, men et blad hvor vanlige folks tragiske skjebner blir brettet ut. Nå er ikke denne reportasjen av normal skjebnekarakter, men det kan fremstå som pikant, og kan bringe frem et lite sjokk.

Se & Hør lar Holen og Butenschøn få uttrykke sine meninger om homofilt ekteskap, hvorvidt dette bør kunne skje i kirken og adopsjon av barn for homofile. Stort sett blir meningene uttrykt uten argumentasjon. Når det gjelder adopsjon av barn siteres imidlertid paret på at

”det finnes ingen bevis for at homofile og lesbiske foreldre i parforhold tar seg dårligere av sine barn enn andre.” Se & Hør går på den måten inn i problemstillingen, og utfører en slags opplysende rolle, og viser her hvordan et tabloid ukeblad kan kombinere sensasjonsoppslag med viktige samfunnsspørsmål.

På den andre siden velger Se & Hør, på Holen og Butenschøns bryllupsdag, å utforske noen av stereotypene rundt lesbisk samliv:

Myten om at det i et lesbisk parforhold er en kvinne og en ”mann”, avviser de bestemt. I alle fall som noe fast mønster. – Vi er begge kvinner, og husarbeidet deler vi likt mellom oss, legger Grete til. Hun avfeier også myten om at lesbiske kvinner hater menn. – Vi kan ikke leve uten menn – som venner.

Paret avviser på den måten påstander journalisten legger frem, hvor de blir tillagt egenskaper de ikke har. Dette er selvsagt urettferdig, det kan være bedre å få myten avvist, enn ikke få den omtalt. Se & Hør hjelper på den måten til med å avkreftete en av stereotypene om homofile.

Påstanden om at en oppfører seg som kvinne og en som mann i lesbiske forhold blir nok en gang avvist i bildeteksten til bildet hvor Butenschøn og Holen sitter i sofakroken og holder rundt hverandre. Nok en gang avvises påstanden. Det er imidlertid usikkert om bildet er egnet til å bygge opp under avvisningen. Kvinnen til venstre er tilsynelatende uten sminke, har kort hår og har på seg en stor skjorte. Dette er mannlige trekk, og på den måten fremstår paret nettopp som en mann og en kvinne.

Teksten fremstår for øvrig som positiv. Positivt ladede ord som ”fest”, ”bryllup”, ”hyllet” og ”forelsket” blir brukt. Artikkelen fremstår derfor som positiv i ordbruk, og stort sett i innhold. Dette står i kontrast med bildematerialet. Hovedpersonene utstråler ikke noe særlig stor glede, men følger alvorlig med på byfogdens ord, på det største bildet. Dessuten er det tatt i totalutsnitt, et utsnitt som ikke egner seg til å vise ansiktsuttrykk. Bildet er mørkt og dystert, og ser ut til å være tatt av en amatør fotograf. På den måten skapes et inntrykk av at dette er privatbilder, til tross for at reportasjen er fotokreditert, og etter alt å dømme tatt av en profesjonell fotograf. Alt i fra utsnitt til det grafiske oppsettet har et amatørmessig preg over seg. Det er lite luft foran ansiktene til objektene, noe som gjør at de liksom ser rett i kanten

av bladet. Bildet burde derfor vært plassert til høyre i artikkelen. Amatøreffekten underbygges av et smalt bilde tatt av alle brudeparene viet i rådhuset den dagen. Parene sitter trangt på en benk og uttrykker heller ikke her høytid eller glede. Bildene gir derfor også et inntrykk av at dette er bryllupet uten jubel – det trauste bryllupet, noe som gir en slags jordnær effekt; det er mer en dokumentasjon av hendelsen. Bladet tar leserne med inn i en verden de selv ikke kjenner til, en pikant verden, med mennesker som har en forskjellig seksuell legning enn dem selv. Det er som bladet sier: Her vises den usminkede lesbiske virkeligheten. Dette er hva politikerne har sloss om i lengre tid. Se & Hør har bildene!

5.2 Kjønnsnøytrale lederartikler

Butenschøn og Holen sier i Se & Hør-intervjuet analysert over, at kirkelig bryllup ikke er noe for dem. 15 år senere er det nettopp kirken som er stridens kjerne da en ny ekteskapslov er i oppe til diskusjon. Lovforslaget, som går ut på at homofile skal kunne gifte seg i kirken, blir en varm politisk potet. Utgangspunktet er at tradisjonelle politiske allianser blir brutt og Arbeiderpartiet, Høyre, Sosialistisk Venstreparti og Venstre er for en lovendring, mens Fremskrittspartiet og Kristelig Folkeparti er i mot. Senterpartiet er splittet.

Lederartikkelen er en tradisjonell institusjon i norske aviser. Denne spalten er en av få der skribenten ikke søker å stenge ute egne standpunkt. Artiklene skal gi uttrykk for det som skal være mediets offisielle holdning. Jostein Gripsrud karakteriserer Se & Hørs lederartikler som "de mest direkte, utvetydige politiske ytringene i norsk ukepresse" (1999:34), mens Martin Eide ser på VG som mer forsiktig, og mener avisen helst unngår kontroversielle standpunkt (1995:389).

Utvalget er dessverre lite, men begge publikasjonene trykket hver sin leder om da paret Gard Realf Nilsen og Lasse Sandaker ble viet i Kampen kirke i Oslo. Dette var før ekteskapsloven var blitt innført. Oslos konservative biskop, Ole Kristian Kvarme, var i utgangspunktet i mot både lovforslaget og hendelsen, og forøkte derfor å stoppe vielsen. Se & Hør omtalte hendelsen i en såkalt "ukens kaktus", en "underutgave" av lederartikkelen som symbolsk tildeles en person ukebladet mener har utmerket seg negativt i uken som har gått. Kaktusen sto på trykk i nr 74 i 2008 (Illustrasjon 7). VG skrev 15. september 2008 en helsides lederartikkel om hendelsen (illustrasjon 8).

5.2.1 Se & Hørs Kvarme-kaktus

I kaktuslederen tar Se & Hør et tydelig standpunkt i debatten rundt den nye ekteskapsloven. Bladet tildeler ukens kaktus til Oslos biskop Ole Christian Kvarme. Kaktusen er plassert øverst, på motsatt side av hvor bladets lederartikkelen er plassert. Foruten et nærbilde av en smilende biskop, er artikkelen illustrert med en kaktus, som står i en potte. På potten er Se & Hørs logo plassert, og over står overskriften "Ukens kaktus". Artikkelen er skrevet på en lyseblå bakgrunn, og er skilt fra resten av siden med en rød linje. Resten av siden inneholder for øvrig vanlig redaksjonelt materiale. Den strekker seg over tre spalter, og har i og for seg ingen overskrift. Foruten logoen, er det kun mottakers navn og tittel som står skrevet. På den røde streken står det skrevet en liten tekst som inviterer Se & Hørs lesere til å komme med forslag til hvem som bør få tildelt neste kaktus. Forslag sendes til e-postadressen harald@shf.no, en adresse som antakeligvis er sjefredaktør Harald Haaves. På den måten blir leseren invitert til å delta, samtidig som det kan gi en følelse av nærhet: her kommuniserer leserne direkte med sjefredaktøren.

Med utdelingen av kaktusen til biskop Kvarme tar Se & Hør et tydelig standpunkt i striden om kirkelig homofilt ekteskap. Ukebladet stiller seg klart på ja-siden: Se & Hør ønsker at Stortinget vedtar en kjønnsnøytral ekteskapslov. Kaktusen sier dermed i klartekst det all annen analyse prøver å gi svar på: hvilket syn har Se & Hør på homofile (Kaktusen gir imidlertid ikke svar på hvilket syn bladet tidligere har hatt, og hvordan bladets journalistiske innhold fremstår for publikum). Bladet støtter med dette de homofiles kampsak, og kan derfor sees på som en venn. Samtidig distanserer bladet seg fra den ukepressen Jostein Gripsrud mener har et konservativt grunnsyn, og som har fungert som en forsvarer av kjernefamilien (1999:54).

Bladet går til angrep på biskopens holdninger, og beskylder ham for å bidra til både økt vold og økte fordommer mot homofile, en gruppe bladet mener har "blitt trakassert og undertrykt av kirken". Teksten spiller på følelser, og det blir brukt sterke ord som "hat", "vold" og "kjærlighet". Artikkelen er nær fri for nyanser, og derfor tydelig i sitt budskap. Påstanden om at Kvarmes vielses-nei vil føre til økt vold mot homofile er en forenkling av saken, og er en påstand det er vanskelig å verifisere, men også å avvise. Når Se & Hør også

skriver at det handler om menneskesyn, er dette er slags overordnet argument, som gjør at bladet ikke trenger å ta hensyn til biskopens mer konkrete, håndfaste argumenter. Se & Hør fokuserer på den måten på moral. Enkel argumentasjon og følelser preger "kaktusen". Kvarme blir sett på som "bad-guy", mens regjeringens mann, justisminister Knut Storberget blir fremstilt som den gode. Her blir et politisk standpunkt personifisert gjennom Oslo-biskopen. Med disse forenklende og melodramatiske grepene slipper bladet å gjøre en større drøfting av saken, samtidig som Se & Hørs mening blir lett å forstå for leseren, fordi den er kort, og svært konkret. Terskelen for å lese slike små tekster er nok også mindre enn for en lengre diskuterende og argumenterende lederartikkel.

Ole Christian Kvarme ble i sin tid utpekt til Oslos biskop av Bondevik II-regjeringen, bestående av Høyre, Vestre og KrF, med støtte fra FrP. Han ansees som konservativ, og var kontroversiell allerede før han ble utnevnt til biskop på grunn av sin motstand mot homofile i kirken. Se & Hørs standpunkt i denne saken bryter derfor ikke bare med Kvarmes, men også med populistiske Fremskrittspartiets og konservative Kristelig Folkepartis. Også tradisjonelle familieverdier, som sees på som typisk for ukebladbransjen settes til sides, og viser at Se & Hør er pragmatisk forhold til sitt politiske ståsted. Selv om det ofte kritiserer regjeringen evner det også å skryte av den, når politikken stemmer over ens med eget standpunkt.

5.2.2 VGs drøftende leder

VGs lederartikkel handler ikke konkret om Kvarmes forsøk på å stoppe den homofile vielsen, men om problemstillingen som blir brakt på banen i forbindelse med giftemålet (Illustrasjon 8). Det er nemlig uenighet om hvorvidt kirkemøtet blir nødt til å vedta en ny liturgi for å gjøre homofile bryllup gyldige. Må det gjøres vedtak, vil ikke homofile ekteskap være gyldig, selv om Stortinget har vedtatt ekteskapsloven. I motsatt fall mener presten som vier paret i Kampen kirke, at det er mulig å vie homofile allerede før Stortinget vedtar loven.

Vanligvis bruker VG én spalte på sine lederartikler. 15. september 2008 bruker de en helside. Sammenlignet med lederartikkelen fra dagen før, som har den vanlige en-spaltelengden, er artikkelen om ekteskapsloven 72 ord, om lag 20 %, lenger. Avissiden domineres av et stort bilde, av to kyssende menn, som dekker mer enn halve siden. Mennene er kledd i dresser, og er stilet på håret, og har et sjampanjeglass i hånden. Bildets

utsnitt er i halvtotal, med en noe mørk fargepalett, men med et kraftig sollys, som treffer mennene. I bakgrunnen kan døråpningen til Kampen kirke sees. Bildet er betydelig mørkere på høyre side, enn på venstre. Vanligvis illustreres ikke lederartiklene med bilder. Teksten er skrevet på en hvit bakgrunn. Den er rammet inn av en tynn linje. Oppe til venstre er avisens logo plassert, sammen med ordet *mener*, på svart bakgrunn. Like under står dagens dato. Dette gir et ryddig, minimalistisk og avslappet preg over lederartikkelen. Overskriften er sparsommelig, over to spalter og i små bokstaver. Hvert avsnitt innledes med en forstørret forbokstav. Som vanlig har VG også en minilederartikkel, med et mer humoristisk preg. Denne dagen er det visepresidentkandidat, Sarah Palin fra USA, som får unngjelde.

Lengden på lederartikkelen gir et inntrykk av at VG mener dette er et viktig tema. Riktignok kan den ekstra plassen kan være tildelt fordi den handler om en noe kompleks sak. Store deler av artikkelen går faktisk med til å sette leseren inn i saken. Derfor blir det faktisk ikke mye plass til argumentasjon for standpunktene. En slik utgreiing om saken er med på å sette leseren dypere inn i mer kompleks sak. VG forklarer de bakenforliggende årsaker til biskopens argumenter, men også til motstanderens. Blant annet tar VG opp hvilke politiske avgjørelser som må tas. VG gjør på den måten saken til noe mer enn for eller mot ekteskapsloven, eller for eller mot homofile. Dette er derfor ikke en typisk tabloid lederartikkel, men snarere en perspektiverende og drøftende.

Et av VGs standpunkt er at kirken bør *avklare* hvorvidt homofile ekteskap vil være gyldige hvis Stortinget åpner opp for dette. Avisen tar på den måten ikke noe konkret standpunkt i selve saken, men ønsker først og fremst at det blir tatt en avgjørelse, den ene eller andre veien. Det kan virke som det er bedre med et nei til ekteskapsloven enn at kirken vinger. Avisen fremstår derfor som lite kontroversiell, og legger seg i den gylne middelvei, som Martin Eide mener VG ofte gjør (1995:289).

VG tar likevel side i saken. Avisen skriver: "Vi for vår del mener det er uverdige at ikke homofile i dag skal kunne komme over dørstokken i kirken for å love hverandre evig troskap." Derfor kan det slås fast at avisen ønsker en innførelse av en kjønnsnøytral ekteskapslov. VG skriver også at "[f]orpliktende kjærlighet må tross alt være det viktigste for kirken, ikke ektefellenes kjønn". Her argumenterer VG med appell til lesernes følelser.

Argumentasjonen er derfor ikke ulik Se & Hørs. Men til forskjell fra Se & Hørs kaktus, presenterer VG også motstandernes argumenter, VG setter også saken inn i en større sammenheng; nemlig kirkens uavhengighet fra staten. Norges største avis mener at om kirken ønsker en større grad av selvstyre, må de vise seg "moden nok".

Bildet er egnet til å dra oppmerksomhet til lederartikkelen. Enkelte vil fortsatt kunne bli provosert av å se homofile kysse. Dessuten vil bildet også kunne tiltrekke seg oppmerksomhet på grunn av den uvanlige blandingen av nygifte homofile i settingen foran en kirke. Bildet bærer også med seg et klart politisk uttrykk. Hadde ikke VG støttet ekteskapsloven ville sannsynligvis ikke akkurat dette blitt trykket. Bildet symboliserer derfor et ja-standpunkt.

5.3 Oppsummering

Det er 15 år mellom vedtaket om partnerskapslov og ekteskapslov. På disse årene har holdningene til homofile endret seg mye, og det kan tydelig sees i disse fire tekstene. Ved å dekke den første partnerskapsinngåelsen setter både Se & Hør og VG homofilt partnerskap på dagsorden. Dagsordensetting kan i seg selv være fremmede for homokampen. 15 år senere er det kun et ja til ekteskapsloven som vil kunne hjelpe de homofile.

I artiklene om de første partnerskapsinngåelsene i 1993, viser begge publikasjonene en schizofren side. På overflaten skinner ingen negative eller skeptiske holdninger igjennom. Både VG og Se & Hørs reportasjer fremstår som fordomsfrie. Allikevel, under overflaten, dukker en del formidlende omstendigheter opp. VGs mest diskriminerende grep er anførselstegnene som blir satt rundt ordet *vielse*. Avisen mener derfor dette ikke kan regnes som et vanlig bryllup. Det gir en følelse av en mindreverdiget. Slike vielser er ikke like mye verdt som det heterofile motstykket. Se & Hør på sin side spiller på en del på myter, stereotyper og fordommer i reportasjen, for eksempel når de spør det lesbiske paret om de hater menn. At intervjuobjektene avviser stereotypene, kan imidlertid ha vært positivt for homofile i 1993.

VG er noe overflatisk i sin 1993-reportasje, og går ikke særlig dypt inn i noen problemstillinger. Se & Hør går faktisk noe grundigere til verks. Bladet går blant annet

nærmere for eksempel inn på hvilke personlige erfaringer paret har hatt i egenskap å være lesbisk av legning. Her må det imidlertid legges til at VG gjennom en lengre periode har hatt en fyldigere dekning enn Se & Hør av partnerskapsloven, noe som gjør at denne ene artikkelen ikke er representativ for hele debatten rundt loven. På tross

I lederartiklene 15 år senere står det svart på hvitt at begge publikasjonene er positiv til ekteskapsloven. Verdt å merke seg er det at Se & Hør er mer bastant i sine konklusjoner enn VG. Dette er i tråd med VGs diplomatiske linje og Se & Hørs mer provoserende tradisjon. VG evner å se større linjer i sin argumentasjon, mens Se & Hør forenkler debatten. Allikevel spiller begge en god del på følelser, og mener det eneste moralsk riktige er å gi homofile innpass i kirken. For publikasjonen er det derfor grunnleggende at homofile skal ha like rettigheter som andre.

Se & Hørs reportasje om Marianne Butenschøn og Grete Holens er et eksempel på en reportasje som kan være viktigere enn hva som tilsynelatende er tilfelle. Mens en homodebatt foregår i Norge, kan vi lese om disse to vanlige damene, som fremstår som jordnære og reflekterte. Vi ser dem i sofaen, vi ser dem foran "alteret", vi leser om forelskelse. Vi kommer tett innpå paret, og lærer dem å kjenne. Slike reportasjer gir et bidrag til avmytifisering og normalisering.

I forhold til faseinndelingen plasseres

- VGs reportasje om partnerskapsloven i fase tre, normalisering. Til tross for at reportasjen har mange trekk som bærer preg av legningsnøytralitet, gjør VG en del grep i reportasjen som diskriminerer homofile bryllup.
- Se & Hørs reportasje om samme bryllup i fase tre, normalisering. Som i VGs tilfelle har reportasjen flere trekk som gjør at den ved første øyekast virker positiv for homokampen. En del av innholdet spiller imidlertid på stereotyper, noe som gjør at den passer inn i fase tre.
- Se & Hørs kaktus til biskop Kvarme og VGs lederartikkel om samme tema i fase fire. De homofile får like rettigheter som heterofile, og oppnår samtidig eksplisitt støtte av media.

6 Analyse 3: Det politiske homoslippet

”DET STORE HOMO-SLIPPET” er overskriften på en større reportasje i VG mot slutten av år 2000. VG skriver om at mange kjendiser dette året har stått frem som homofile. Avisen skriver:

Jeg kan med glede bekrefte at jeg har inngått ekteskap, sa Anne Holt. Og så var vi i gang. For etter partnerskapsinngåelsen med Cappelen-redaktør Tine Kjær i Stockholm 18. januar, har både den ene og den andre stått frem: Per-Kristian Foss og håndballstjernen Mia Hundvin. «Robinson»-deltager Karl-Erik Salmila og TV-kjendis Arve Juritzen. Ferdinand Finne også, 10 måneder etter sin død, i en bok av Thore J. Elton i oktober. (VG 23. desember 2000)

For det norske samfunn har det vært en lang ferd mot år 2000. De første offentlig kjente homofile, var kjent på grunn av sin legning. Kim Friele er et typisk eksempel. Tradisjonelle kjendiser, det være seg politikere, skuespillere, programledere eller idrettsstjerner, som var homofile, måtte lenge undertrykke sin legning for ikke å bli utstøtt og få sine karrierer ødelagt. Wenche Lowzow er et eksempel på det siste da hun sto frem som homofil på 1970-tallet. På den tiden har aksepten endret seg. Elton John sto fram som biseksuell allerede i 1976 og allerede nevnte Rock Hudson, ble kjent som homofil i forbindelse med sin sykdom og død midt på 80-tallet. I noen miljø var det tryggere å stå fram i enn andre. Skuespillermiljøet og musikermiljøet er to slike eksempel. Verre var det i maktens sfære, i de politiske kretser.

Derfor skal jeg i det følgende kapittelet gå nærmere inn på hvordan VG dekker at Per-Kristian Foss står frem, og hvordan Se & Hør løser det når Anne Holt holder bryllupsfest.

6.1 Nyheten alle venter på: Foss står frem

Flere norske stortingspolitikere har de siste 30 årene stått frem som homofil. For eksempel var arbeiderpartipolitiker Anders Hornslien verdens første parlamentariker til å inngå homofilt partnerskap i 1996. Fire år senere, i februar 2000, står han som om halvannet år skal bli Norges finansminister på talerstolen i Høyres hus i Oslo. Det er årsmøte i partiets lokallag. Per Kristian Foss står på valg til ledervet. Først skal han bare si noen personlige ord til forsamlingen – han skal stå frem som homofil. Tilstede er presse og partikolleger. De aller fleste vet at Foss bor med en mann. Få vet at det nå skal bli offentlig. Etter talen får han

stor applaus, og mange støtteerklæringer. Like etterpå vinner han ledervalget suverent. Media slår hendelsen stort opp – endelig kan de skrive det de har visst så lenge. Jeg skal undersøke hvordan VG løste det (Illustrasjon 9).

VGs artikkel er firedelt. Foruten hovedartikkelen, som omhandler selve nyheten, har VG i sin helhet trykket Per-Kristian Foss tale til årsmøtet i Oslo Høyre. I tillegg er det laget en slags enkét, hvor stortingsrepresentantene Anita Apelthun Sæle, Kristin Halvorsen, Gunnar Kvasheim og Siv Jensen kommenterer hendelsen. En mindre artikkel, som spør om Foss' legning har vært et hinder for ham, er også trykket. Dessuten har dobbelsiden to bilder; ett stort hovedbilde av en smilende Foss, og et mindre av hans samboer, Jan Erik Knarbakk. Bildet av Foss er stort. Det dekker nesten en hel avisside, og har et halvnært utsnitt. En dresskledd foss er plassert midt i bilde, og ser ut av bilderammen. Overskriften er stor, og lyder: "Samboeren gir Per-Kristian Foss FULL STØTTE". De siste to ordene er uthevet og skrevet i store blokkbokstaver. De fungerer derfor som blikkfang. Særlig et grafisk grep skiller seg ut; Foss' tale er skrevet på det som skal forestille et løst papir. Hver av de fire enkéte er rammet inn med en tynn, svart linje. Ruten med Kristin Halvorsens uttalelse er dessuten fylt med svart farge. Alle intervjuobjektene er avbildet. I tillegg til overskrift og ingress følger en slags mindre overskrift som er plassert midt inne i brødteksten: "Høyrepolitikerer sto åpent frem som homofil". Denne ekstraoverskriften oppsummere saken i en setning, og kan minne om, og fungere som, Se & Hørs gule stjerner.

Grunnen til at VG har trykket bildet av Foss' samboer, er at reportasjen er vinklet på at han støtter avgjørelsen om å stå fram. I ingressen kommer det dessuten frem at samboeren er en mektig, høyt ansett mann. Jan-Erik Knarbakk er styreformann i Norges største mediekonsern, Schibsted. Avsløringen av parforholdet tar homofil makt til et nytt nivå. At en av Norges mektigste mediemenn er samboer med den parlamentariske lederen for et av Norges største partier, må sees på som en revolusjon¹¹. VGs vinkling stadfester at homofili ikke er et hinder for å bli vist tillit, for å ha makt, og høyt ansette jobber.

¹¹ Etter stortingsvalget i 1997 var Høyre landets tredje største parti. Dette er partiets dårligste valg siden 1945.

Foruten at selve vinklingen fremmer normalisering av homofili, er ordvalgene med på å gjøre det samme. Avisen skriver om "stormende applaus", "overveldende flertall" og "full støtte". VG tolker også det faktum at Foss blir valgt til leder for Høyres største lokallag like etter talen som et "klart bevis på at toleransen i Høyre er blitt atskillig større siden Wenche Lowzow ble presset ut i kulden i 1985."

Situasjonen er i seg selv følelsesladet. Talen har et privat innhold. Per-Kristian Foss avslører sin egen seksuelle legning. Dette er noe han har holdt skjult i lang tid. Derfor fremstår nyheten som enda mer privat, noe som forsterkes av at også hans, til da, hemmelige samboer, blir trukket inn. VG trykker også Foss' tale i sin helhet, på det som gjerne forestiller Foss' manus. Leseren får en følelse av noe usminket og usensurert. De får tilgang til Foss' egne personlige ord, på en av de viktigste dagene i hans liv. I talen står det:

Å være homofil eller lesbisk gir ingen grunn til skam. Jeg er attpåtil så heldig å leve i et godt samliv. Min gode venn og partner gjennom mange år har gitt meg styrke og støtte til å leve godt som menneske i en ganske tøff politisk verden.

Dette utsagnet gir nærhet til og sympati for Per-Kristian Foss.

En av de som slipper til med kommentar i enkéten er KrFs stortingsrepresentant Anita Apelthun Sæle. Hun er kjent som kristen, bibeltro, konservativ, og imot både partnerskapsloven og ekteskapsloven. På den måten er det lagt opp til en mulig konflikt. VG spør en av de mest homokritiske politikerne i Norge om hennes reaksjon på at en kollega har stått frem som homofil. Hun kommenterer imidlertid Foss' bekjennelse diplomatisk, og sier "Jeg antar at Per-Kristian Foss i likhet med Anne Holt har ment at hans seksuelle legning ikke har hatt noe å gjøre med hans offentlige verv. Det er mange som deler det synet."

Per Kristian Foss deler faktisk Sæles syn. Han er tydelig på at legning ikke er et politisk anliggende. Han mener det private ikke er av politisk betydning. VG mener imidlertid at det er et strategisk trekk å stå fram på årsmøtet, fordi han også skal velges til leder. Avisen skriver: "Han hadde plukket ut et strategisk tidspunkt for å stå frem. På samme møte var han kandidat til ledervervet i Oslo Høyre – et valg som alle trodde han skulle vinne. Dermed var han sikret rask tilbakemelding på den personlige utleveringen." Avisen legger på den måten en visst politisk betydning til talen: han står ikke frem for å skaffe stemmer, men for å se om han blir akseptert som homofil. Dette gir en positiv og ordentlig ramme til hele seansen: Det

skjer på et årsmøte, hvor hovedpersonen også vinner et valg. Hovedpersonen selv begrunner ikke valget med politikk eller strategi, verken i avisen eller i sin selvbiografi (Foss 2010). Han sier det å stå frem viser at han er trygg på seg selv. I tillegg vil han på denne måten kunne styre offentliggjøringen selv, og ikke la det bli kjent gjennom rykter eller oppslag. I biografien skriver han riktignok at han etter talen fikk nærmere 200 henvendelser, hvorav bare tre til fire var negative (2010:166-167). Han omtaler dessuten en spørreundersøkelse VG skal ha foretatt tre uker etter årsmøtet. Den viser at 13 % av befolkningen har fått et mer positivt syn på Foss etter han sto fram som homofil mens bare fem prosent var blitt mer negativ. VGs tittel er som følger: "Foss vant på å stå frem".

6.2 Tine er Anne kjær!

Anne Holt er et multitalent. Hun er utdannet jurist, har jobbet som journalist, skriver krimbøker og har vært justisminister. Hun har fått merke mediekjøret på kroppen, både som justisminister og forfatter. Hennes populære krimfigur, Hanne Wilhelmsen, er lesbisk og lever i et hemmelig forhold. Media fattet interesse for dette, og spekulerte lenge i om Holt lever på samme måte. Etter hvert blir det klart at Anne Holt er lesbisk, til tross for at hun mener selv dette ikke har noe i offentligheten å gjøre. Hun har alltid vernet om sitt privatliv, og sier hun aldri har stått frem som lesbisk. I år 2000, i en privat seremoni i Stockholm, registrerer Anne Holt og Tine Kjær seg som partnere. Noen uker senere holder det nygifte paret en fest for venner i Oslo. Også denne regnes som privat. Holt ønsker ikke skriverier om bryllupet i pressen. Det stopper ikke Se & Hør. De trykker en to-siders reportasje om bryllupsfesten. Denne reportasjen skal jeg nå se nærmere på (Illustrasjon 10).

Se & Hør dekker Anne Holts bryllupsfest med en full dobbelside. Teksten er sparsommelig og dekker bare to små spalter. Den er skrevet på en hvit bakgrunn, rammet inn av en svart avrundet linje. Bildetekstene er mange – omtrent en til hvert bilde. Overskriften er skrevet i hvit font, på rød bakgrunn, og er skråstilt. Se & Hør har satt sammen ni fotografier, alle med bildetekst. På det største bildet figurerer først og fremst Kristin Clemet og Turid Birkeland, i det de er i ferd med å gå inn på restauranten hvor festen arrangeres. Bare ryggen til Anne Holt kan sees, og en må lese billedteksten for å forstå at det er henne. Dette bildet dekker godt og vel 50 % av reportasjen. Bilde(r) av Anne Holt og hennes partner Tine Kjær er satt inn i et hjerte i venstre hjørne. Bildene er satt sammen på en slik måte at det nesten er

umulig å se at det egentlig er to bilder. Under hjertet følger et mindre bilde av Anne Grosvold og hennes ektemann i det de ankommer lokalet. Grosvold ser i kamera og smiler. Et tilsvarende bilde er trykket av Snorre Tønset og hans kone, i hjørnet nede til høyre. Like under er også et lite bilde av forfatter Erik Fosnes Hansen. Et arkivbilde av Holt, Birkeland og forfatterkollega Roy Jacobsen er plassert nederst på siden, omtrent midt på. Trioen er på Arbeiderpartiets landsmøtefest. Hvis ikke bildeteksten leses kan det tolkes som at bildet er fra bryllupsmiddagen. Tilslutt er to bilder av festrestauranten trykket nede til venstre. Et er tatt utenfor, og et inne. På grunn av de mange bildene fremstår artikkelen som en kollasj. Flere av dem er skråstilt og de fleste er rammet inn av en farget linje. Grafisk er mange farger brukt. Det er lagt på animerte bryllupsringer og en animert middagsmeny. Som i mange Se & Hør-reportasjer er en mindre overskrift skrevet i en gul stjerne. Fargene gul, rød, blå, svart og hvit er brukt. Disse grepene gjør reportasjen fargerik, og får den til å fremstå som en gladsak.

Det er imidlertid bare ved første øyekast reportasjen likner en gladsak. Ved en nærmere titt på artikkelen kommer det frem er det en rekke indikasjoner på at hovedpersonene ikke er like positiv til Se & Hørs arbeid. For det første er Anne Holt kjent for å være mediesky. Hun sier selv at hun aldri har stått frem som lesbisk, fordi hun ikke vil ha oppmerksomhet rundt det. En slik reportasje passer henne derfor dårlig. Noe av det første Se & Hør skriver er: "– Nei takk! svarte Anne Holt (41) da Se og Hør ville overrekke henne en blomsterbukett og gratulere med partnerskapet hun inngikk med Tine Kjær (32) for få uker siden." Setningen avslører at Holt ikke vil ha noe med Se & Hør å gjøre. Samtidig fremstiller bladet seg selv som den gode, som bare vil være hyggelig å gi henne blomster, mens Holt er sint og brysk, som ikke vil ta i mot en hilsen fra bladet som gjør livet gladere. Setningen er også eneste sitatet hvor en av de to nygifte uttaler seg. Alle de andre som er sitert er såkalte kjendisgjester. Manglende samarbeid fra Holt og Kjærs side forsterkes av bildene. På tross av det rike bildematerialet har ikke Se & Hør trykket et eneste hvor paret opptrer sammen. Det viser tydelig at paret ikke samarbeider med Se & Hør. Dessuten er alle bilder hvor en av de figurerer enten arkivbilder, lavoppløselig eller tatt bakfra. Se & Hørs fotografier fra festkvelden er med all tydelighet såkalte paparazzibilder.

Se & Hør omtaler festen som hemmelig – men gir leserne likevel tilgang til det. På den måten klarer Se & Hør å gjøre det til en fordel at Holt har stengt dem ute fra festen. I stedet for å skrive at den er privat og lukket, og ikke tilgjengelig for media, skriver Se & Hør at festen er hemmelig. Den blir fremstilt som eksklusiv og kun for eliten. Her vises maktmenneskenes virkelige side fram. Kjendisene rotter seg sammen og ønsker ikke å la vanlige folk ta del i festlighetene. Se & Hør kobler seg på pressens ideal, og legitimerer sitt virke som undersøkende organ – dette er sladrebladets avsløringsjournalistikk. Det tar vanlige folks side, og gir dem et innblikk i begivenheten.

På tross av at Anne Holt ikke liker omtalen hun får av Se & Hør, er det interessant å merke seg at reportasjen ikke handler om Anne Holts legning. Verken ordet *homofil* eller *lesbisk* er skrevet på noe som helst sted i teksten. Den fokuserer kun på hemmeligholdet, festingrediensene og kjendisvennene. Derfor er det rimelig å anta at reportasjen hadde blitt dekket noenlunde likt om hun hadde giftet seg med en mann.

6.3 Oppsummering

At en høyt ansett, folkevalgt mann, som Per-Kristian Foss, står frem som homofil, er i seg selv en positiv hendelse for de homofile. VG dekker hendelsen med en artikkel som naturliggjør homofili: Foss er også samboer med en annen høyt ansett mann. Avisen har et positivt ordbruk, men gjør et lite forsøk på å skape en konflikt, uten at det kommer tydelig fram på avissidene. Avisen går nært på Foss, og bruker grep som kan gi nærhet og sympati.

Like positivt kan det ikke sies at Anne Holts partnerskapsinngåelse blir dekket av Se & Hør. På overflaten fremstår reportasjen riktignok som en gladsak. Et dypdykk viser at reportasjen er skrevet med alt annet enn hovedpersonens velsignelse. Se & Hør spiller istedenfor på folks kikkermentalitet, og omtaler det hele som en privat fest, og fremstår som folkets beste venn; de gir vanlige folk innsikt i en ukjent, hemmelig verden. Dette er populærjournalistikk etter boken, den er for folket!

Det er viktig å peke på forskjellene mellom Foss og Holt. Per-Kristian Foss har unngått å bli fritt vilt i mediene. Hans ønske var lenge å holde sin legning unntatt offentlighet. Det ble stort sett respektert av mediene. Derfor var det sannsynligvis som et slags lettelsens sukk da

han endelig ga dem tillatelse å skrive om dette. Heller ikke Anne Holt har noen gang akseptert at hennes legning skal omtales. Dette har mediene i mindre grad respektert. Se & Hørs oppslag om hennes partnerskapsinngåelse er derfor ikke en nyhet om at Holt er kommet ut av skapet, men at hun har holdt bryllupsfest. Ironisk nok gjør dette også at Se & Hørs artikkel er mer ”moden” enn VGs. Avisen slår stort opp at Foss er homofil. Se & Hør gjør ingen poeng av at Holt er det.

VGs artikkel er et uttrykk for hvilke steg det norske samfunn har tatt siden Wenche Lowzow ble vraket 15 år tidligere. Artikkelen passer inn i fase fire, noe som begrunnes med at de homofile får nå politisk makt. Også media spiller på lag. Holts artikkel er derimot vanskelig å kategorisere. Spørsmålet er om Holts giftemål er interessant fordi det er lesbisk. Hvis så er tilfelle er artikkelen i fase tre. Hvis interessen for en tilsvarende heterofil fest hadde vært like stor, passer den best inn i fase fem.

7 Analyse 4: Bjartemåten

Portrettintervjuet er en vanlig genre i uke- og dagspresse. Foruten å være en anerkjent maler, skrev Christian Krogh portrettintervju for VG. I Norge regnes han som genrens far, og var aktiv mot slutten av 1800-tallet. I tiden før siste verdenskrig ble portrettene ofte svært kritiske i stilen, nesten ondskapsfulle. Dagbladet ble særlig kjent for sine lørdagsportretter hvor de portretterte ofte ikke visste om at de ble omtalt. Etter andre verdenskrig ble denne praksisen endret. Det ble nå vanlig å møte intervjuobjektene, og en gikk fra å omtale personen, til å samtale med henne. Mens mer eller mindre tilfeldige personer tidligere ble valgt ut som intervjuobjekt, ble det nå viktigere at personen hadde en viss aktualitet. Med tabloidformatets inntog på 70- og 80-tallet mistet imidlertid portrettintervjuet fotfeste. Kortere og raskere journalistikk skjøv genren, som ble sett på som langtekkelig, ut av avisene. Allikevel overlevde portrettet, og utgjør i dag et betydelig innslag særlig, i helgeaviser og magasiner (Lamark 1995).

På grunn av portrettintervjuets sentrale plass i både Se & Hør og VG, ønsker jeg å gjøre et nærstudium av denne genren. Som vanlig skal en tekst fra VG og en fra Se & Hør analyseres. Begge portretterer samme person, men med et mellomrom på tre år. Det som gjør akkurat denne analysen unik og nødvendig, er at artiklene kan analyseres på samme grunnlag. I de andre analysene har forskjeller i mediens utgivelsesfrekvens og genre kunne forklare noen av forskjellene. Fordi begge analyseobjektene her er skrevet i samme genre, og VGs kandidat er trykket i VGs helgemagasin, er disse forskjellene mer eller mindre eliminert. I denne oppgaven er det også et poeng å nevne at portrettintervjuene skrives i samråd med de omtalte og dermed i samarbeid med de involverte. Det er grunnleggende for genren å gå inn i den private sfæren. Ved å samarbeide med intervjuobjektene får mediet en bedre tilgang til privatlivet, men må samtidig vise seg tilliten verdig. Det gjør at mediene sannsynligvis vil gi en snillere omtale enn i andre artikler.

Bjarte Hjelmeland er kjent både som skuespiller, humorist og teatersjef. Han er åpen homofil og i et fast forhold. Den første artikkelen er skrevet før Hjelmeland ble ansatt som teatersjef ved Den Nationale Scene, den andre etter. Hjelmeland er i begge tilfellene aktuell,

både på fjernsyn og på teaterscenen. Til tross for dette velger VG og Se & Hør vidt forskjellig fokus.

7.1 I paradis

Se & Hørs artikkel om Bjarte Hjelmeland er lagt til USA i forbindelse med en lengre ferietur. Hjelmeland og kjæresten Terje Stensland er på (Illustrasjon 11). Se & Hør vinklinger portrettet på at paret er på langferie og slapper av. Artikkelen fyller to sider, hvorav omtrent en tredjedel er tekst, og to tredjedeler bilder. Teksten er skrevet på en hvit bakgrunn, en farge som er hentet fra sandstranden som Hjelmeland og Stensland spaserer på i et av bildene. Også bokstavene i overskriften er hvite, mens bakgrunnen er rød, noe to animerte hjerter også er. Hjertene fungerer som bakgrunn for en av bildetekstene. Vertikalt er overskriften plassert midt på avissidene, i venstre kant. Den lyder: FANT VÅRT PARADIS. Artikkelen er illustrert med fem fotografier. Et stort bilde på høyre side viser paret sittende på huk på stranden, i strålende sol. Bildet har klare farger. Det er i halvtotal innramming. På motsatt side poserer paret mens de rusler smilende mot fotografen. I bakgrunnen sees palmer og sjø. Omtrent midt på siden er også et innendørsbilde av Hjelmeland alene i sofaen. I hånden holder han en bok, mens han ser i kamera. Det siste er skjerm bilde fra TV-serien "Sejer – svarte sekunder", hvor Hjelmeland spiller en av rollene. Han spiller tilsynelatende et spill, og er kledd i briller og joggedrakt. Bildet aktualiserer skuespilleren for leserne. Dette bildet er for øvrig den eneste delen av reportasjen hvor parets profesjonelle liv er tema. Nesten alt annet innhold er av privat karakter. Foruten de to røde hjertene, har Se & Hør også animert en minioverskrift i en gul stjerne. Alle de små bildene har en hvit ramme, mens et av de er skråstilt. Det grafiske uttrykket er alt i alt lyst og pastellfarget, med en fargesterk overskrift, noe som til sammen gir et klassisk Se & Hør-uttrykk.

Innholdsmessig er reportasjen delt i tre. Den første delen handler om paret. Her skriver Se & Hør om hva som gjør dem til kjendiser og hva som er deres bakgrunn. Litt om hvorfor de befinner seg i Florida følger også, før paret beskriver hverandres personlige egenskaper. Den andre delen handler om deres seksuelle legning. Blant annet forteller Hjelmeland om da han stod fram som homofil og hvem som inspirerte ham til å stå fram. I tillegg står det skrevet en del om deres forhold til barn. Journalisten spør blant annet om det er noe de selv kan tenke

seg å få. Det siste punktet handler om tsunamikatastrofen i Thailand i julen 2004, som Hjelmeland og Stensland opplevde.

Den første og siste delen fremstår som et hvilket som helst portrettintervju. Uten bilder og navn ville intervjuet kunne handle om et hvilket som helst par, heterofilt som homofilt. Det er legningsnøytralt. Derfor passer den delen inn i nivå fem i modellen beskrevet i kapittel 2.3, legningsnøytralitet.

Den andre delen derimot, handler spesifikt om legning. Hjelmeland beskriver blant annet en hendelse som selv motiverte ham til å stå fram som homofil. Dette er noe han snakker åpent om. Hjelmeland uttaler at han håper hans åpenhet kan hjelpe andre. Dette kan være et viktig avsnitt, og kan derfor sees på som positivt. Dette viser også med tydelighet hvilke resultater samarbeidsartikler kan gi. Hjelmeland får frem et budskap, innenfor sine rammer, mens Se & Hør får skrevet om Hjelmelands privatliv. Portrettet kan likevel sees på som diskriminerende. En reportasje om et vanlig heterofilt par aldri ville handlet om legning. Derfor passer denne delen best inn på nivå fire, maktfaktor, fordi en kjent, innflytelsesrik personlighet fra kultureliten blir portrettert på en fin, samarbeidende måte.

Et interessant trekk med de to største bildene, er hvordan overskriften spiller på lag med bildet. Overskriften sier "FANT VÅRT PARADIS". Bildet står til denne og illustrerer dermed dette paradiset. Solbriller, solhatt, shorts, t-skjorte og blå himmel er tegn som viser sommer, sol, strandsko og palmetrær, elementer som gjerne assosieres med glede. Bildet viser paret gående mot fotografen på en strand. De er begge kledd i pene, lyse klær. De går rimelig tett, men leier ikke hverandre i hendene. Det andre store bildet viser paret sittende på huk, smilende. Stenslands hånd hviler på Hjelmelands skulder. Det er ingen ting som tyder på at bildene spiller på stereotyper og det er heller ikke egnet til å provosere dem som er skeptisk til homofile. På den andre siden er de såpass nøytrale at det fremstår som unormalt og bryter med genren. Når Se & Hør lager kjærlighetsportrett, er det forventet å se det omtalte paret leie, kysse eller være intim på en eller annen måte. I dette tilfellet skriver Se & Hør til og med at dette er Hjelmeland og Stenslands paradisi. At de ikke leier eller viser kjærlighet fremstår derfor som underlig. Dette kan gi leseren en følelse av at Se & Hør skjuler deler av sannheten, at forholdet skranter, eller at Se & Hør ikke synes den slags sømmer seg.

7.2 I hundre

VGs portrettintervju med Bjarne Hjelmeland strekker seg over syv sider, og befinner seg i avisens lørdagsmagasin, kalt VG Helg (Illustrasjon 12). I tillegg dekker skuespillerens ansikt hele magasinfor siden. Portrettintervjuet har mange bilder, og layoutet er "løst", i betydningen at det ikke er mange felter med "luft" mellom tekst, bilder og grafikk. Det er store hvite felt på sidene, og det er gjort god plass til bildene. Noen setninger er skrevet med fetere skrift, og sitater flere steder uthevet. De første ordene i hvert avsnitt er også markert fetere enn resten av teksten. I det grafiske layoutet dominerer en burgunderrød farge. En faktaboks om Hjelmeland er i lyseblå. Forsiden viser et nærbilde av Hjelmeland på svart bakgrunn, med overskriften "Kan ikke være hard og tøff" over. Et stort bilde dekker hele den første dobbelsiden. Hjelmeland sees i et speil mens han barberer seg. Skuespilleren er i ferd med å gjøre seg klar til forestilling. I venstre side kan bakhodet sees, mens selve ansiktet kun kan sees i speilet. En annen skuespiller passerer i bakgrunnen foran en hylle med blant annet frisørutstyr og parykker. Bildet har varme farger, og et lys som er rødlig. På dette bildet er både overskrift og ingress skrevet. Det er først på den neste siden reportasjen om Hjelmeland virkelig starter. Også denne dobbelsiden domineres av et stort bilde, hvor Hjelmeland er fotografert i favnen på en kollega. Bildet er i et totalutsnitt. Det er mørkt, foruten de to menneskene som er kledd i hvit. Det er tatt inne på det som ser ut som et kontor, med grønn tapet, en hylle og en sittegruppe. To mindre bilder er plassert på samme side. Det ene viser bergenseren sammen med Mattis Herman Nyquist. På seg har de store falske ører. Mens Hjelmeland ler, har Nyquist et mer bedrøvet uttrykk. Nede til høyre, er et bilde hvor Hjelmeland samtaler med Helge Jordal. De står begge delvis utkledd i en korridor. Nede til venstre har VG laget en liten grafisk fremstilling av hvordan Hjelmeland selv ser på seg selv. Han ser på seg selv først og fremst som glad i folk, glad i selskap og som arbeidsnarkoman. På den neste dobbelsiden side følger enda et stort bilde, denne gangen av en avslappet Hjelmeland i en hengekøye, med øynene lukket og med et skarpt sollys i ansiktet. I hånden har han en kaffekopp. Ved siden av er et mindre bilde av teatersjefen sammen med naboen og hennes baby. Han bøyer seg frem, og bak nakken hans, skinner solen rett i kamera. Også her har Hjelmeland kaffekoppen i hånden. Siden har tre spalter med tekst, og er med det reportasjens mest tekstintensive. Den siste siden er preget av et bilde av Hjelmeland på scenen iført nattøy, og et stort uthevet sitat og to spalter med tekst.

Totalbildet viser ham med en rød stol i hånden, som han holder foran ansiktet. Bakgrunnen er svart, med enkelte elementer av rødt.

Det er ikke like enkelt å kategorisere dette intervjuet som Se & Hørs. Temaene går mer i hverandre, og den eneste røde tråden er at journalisten tilsynelatende har fulgt Hjelmeland gjennom en dag eller to, og fungert mer som en observator, enn en aktiv journalist. Grovt sett kan likevel fire tema pekes ut: Rollen som teatersjef, tsunamikatastrofen, forholdet til Terje, bakgrunn og personlige egenskaper, herunder: pratesyk, sosial, lite sjefete og flink å synge.

Gjennom beskrivelsen av Hjelmelands forhold til samboeren, Terje Stensland, kommer det tydelig fram at han er homofil. Det blir imidlertid bare påpekt konkret to ganger; en gang i avsnittet om prosessen med å stå frem med som homofil, og en gang under avsnittet om forholdet til barn. Journalisten spør om det er noe konkret på gang, hvorpå Hjelmeland svarer: "– Nei, jeg er jo homo! Så det er ikke så enkelt." I dette tilfellet lages det et poeng av at han er homofil, men på hans egne premisser, gjennom hans eget humoristiske utsagn. Det er Bjarte Hjelmeland som selv påpeker sin legning og det er han som gjør det med humor. Derfor tyder det på at han har et avslappet forhold til egen legning. At Hjelmeland er homofil fremstår som allment kjent, ukontroversielt, og ikke en gang nødvendig å nevne. Reportasjen beskriver Hjelmelands *kjæreste*, og ikke hans *homofile kjæreste*.

Portrettet spiller på tre melodramatiske trekk. For det første handler den om det private, og da i første rekke kjæreste og barn. Allerede i overskriften, "Teatersjefen bak masken", gis det klare indikasjoner på at denne reportasjen skal ha det mer intime preget. For det andre spiller reportasjen på katastrofen. VG går nært inn på Hjelmelands opplevelse i Thailand i julen 2004. Hans personlige erfaringer beskrives i detalj: redselen, rehabiliteringen og ettervirkningene. For det tredje tegner reportasjen et klart, rendyrket og forenklet bilde av hovedpersonen. Hans personlighet beskrives som intens gjennom hele stykket. Det er nesten som det er hans eneste personlighetsstrekk. Dette speiles også i det journalistiske uttrykket – det føles intenst å lese. Denne intense følelsen står i kontrast til layoutet, som er åpent, luftig og avslappende.

Dette trekket går igjen også i bildene. Syv fotografier illustrerer portrettintervjuet. Seks av dem er intense. De viser alle Hjelmeland i en eller annen krevende situasjon. Det være seg i samtale, under barbering, på scenen, eller lattermild og tullete. Det siste bildet viser en avslappet Hjelmeland, sittende i en hengekøye, med en kopp kaffe i hånden mens han nyter solen. Dette bildet viser Bjarte på hjemmebane. Budskapet er: Hjelmeland er stresset på jobb, avslappet hjemme, i den private sfæren.

7.3 Oppsummering

Det er tre år mellom Se & Hørs reportasje fra USA og VGs fra Norge. En del har på denne tiden skjedd i livet til Bjarte Hjelmeland, og en del har skjedd ute i verden. Likevel fremstår begge portrettintervjuene, på tross av en del store ulikheter, som stort sett gode eksempler på hvordan homofile kan omtales som normaliserte borgere. Samtidig virker det ikke som portrettene febrilsk prøver å tegne et positivt bilde av homofili. Homofili er bare normalt. Hjelmeland er åpen om sin legning, og det fremstår som naturlig at han er i et forhold med en mann. Det lages ingen poeng av hvilket kjønn Bjartes kjæreste har, men det legges heller ikke skjul på. De fremstår derfor som legningsnøytrale, og som gode eksempler på fase fem i utviklingen av homofiles forhold til media.

Bjarte Hjelmeland og portrettintervjuene om han, uttrykker noe nytt. Legning er ikke viktig, men allikevel ikke en hemmelighet. Legning er ikke et hinder for en karriere, men heller ingen forse. Det er naturlig at noen er homofile, noen er heterofile og noe er bifile. Legning kan spøkes og tulles med, nettopp fordi det er normalt. Den nye generasjonen homofile har et avslappet forhold til egen legning. De melodramatiske hjelpemidlene er med på å tegne et positivt og humoristisk bilde av Hjelmeland. Dette bildet spiller ikke på stereotyper eller på legning, men gjør reportasjen legningsnøytral, og viser at melodramaet og populærjournalistikken er egnet til å tegne gode, positive bilder av homofile.

For å illustrere forskjellen på den forrige generasjonen homofile og den nye kan det være nyttig å sammenligne Hjelmelands portrettintervjuer med Per-Kristians Foss tale. Foss står frem gjennom en seriøs tale på et årsmøte: "Opp gjennom årene har pressen av og til spurt meg om jeg ville "stå fram". Jeg har ikke ønsket det. Min familie, venner og de fleste av mine kolleger har selvsagt visst – utvilsomt mange andre også. Men å være åpen i det private

ovenfor dem som står meg nær er ikke det samme som å by på privat åpenhet ovenfor alle". Hjelmeland, på sin side svarer slik på spørsmål om han ønsker seg barn: "Nei, jeg er jo homo! Så det er ikke så enkelt." Der Foss er formell, og ber om å ikke bli konfrontert med sin legning, vitser Hjelmeland om det samme. Hjelmeland har levd et liv der legning ikke har vært et tema. Foss har måtte gjøre et stort poeng av det i en alder av 49. Det er imidlertid viktig å huske på at Foss har levd i en annen tid, og hatt en annen samfunnsmessig posisjon enn Hjelmeland.

8 Konklusjon: Det private i det offentlige

På forhånd hadde jeg to hypoteser. Den ene sa at populærjournalistikkens ønske om å sjokkere lesere ville gi homofile stor omtale. Den andre var at Se & Hør og VG er konservative og populistiske, og derfor vil være skeptisk til homofile. Populærjournalistikken ville på den måten ha stor nytte av å sjokkere med omtale av homofile, samtidig som verdigrunnet ville hindre dem i det. Den første hypotesen ser ut til å ha stemt bedre enn den andre. Fokuset på sjokk har vært sterkt, da særlig på 80- og 90-tallet. Dette ser ut til å gi homofile nyttig medieomtale. Negativ, krenkende og fordømmende journalistikk har bare unntaksvis funnet sted, og de konservative kreftene har bare unntaksvis nådd gjennom. Undersøkelsene viser også at ingen av hypotesene stemmer på nyere reportasjer om homofile: homofile blir verken unngått eller omtalt i sjokkerende vendinger.

Denne oppgaven gir svar på mer enn i hvilken grad homofile har blitt omtalt i populærmedia eller ikke. Nyansene og mulighetene er mange. Derfor skal jeg nå gå grundigere gjennom mine funn. Det norske samfunnet har fra 1960-tallet til i dag forandret seg til å bli et mer tolerant samfunn. Slik jeg ser det har forandringen skjedd på tre områder. Det ene aspektet handler om folkemeningen. Den er vanskelig å måle, og det er umulig å peile ut akkurat når folket snudde, og endret sin holdning til homofile. Det andre aspektet er politisk. I dette aspektet er det lettere å peke på viktige hendelser og seire som har forandret forholdene for homofile. I forhold til den undersøkte perioden er det innføringen av partnerskapsloven og ekteskapsloven som peker seg ut som de viktigste, og som illustrerer forandringen som har skjedd. Det siste aspektet er også det sentrale i denne oppgaven: media. Media kan sees på som et speil av samfunnet. I så fall svarer denne oppgaven også på hvilken holdning folket har til homofile. I motsatt fall kan media være en katalysator, som forsøker å styre samfunnet i den ene eller andre retningen. Uansett hva som er tilfellet; media her i løpet av de siste 25 årene har blitt bedre. Sammenlignes artikler fra 1985 med artikler fra 2009 sees det tydeligst. Mediene har gått fra å fremstille homofile på en ufordelaktig måte, til å bli det jeg kaller legningsnøytral.

For å gjøre reisen mer forståelig og oversiktlig har jeg benyttet meg av en faseinndeling i denne oppgaven. Den består av fem nivå en artikkel om homofile kan være på. Fasene er

som følger: (1) tabu, (2) synlighet, (3) normalisering, (4) maktfaktor og (5) legningsnøytralitet. Da skalaen i stor grad er en slags kronologisk inndeling er utvalget av artikler basert på denne skalaen. Se & Hørs artikkel om Freddie Mercurys dødsfall i 1991 er den som plasseres lavest nede på inndelingen, i fase to. Den representerer også det eneste eksempelet på en artikkel som etter min oppfatning åpenbart har vært av negativ karakter for homokampen. Det betyr også at alle de andre artiklene fremstår som positiv for de homofile, tiden de er skrevet i tatt i betraktning. På motsatt side av skalaen peker særlig VG sitt portrettintervju med Bjarte Hjelmeland seg ut. I intervjuet skinner det med all tydelighet igjennom at Hjelmeland er homofil. Det gjøres imidlertid ikke et poeng ut av det. VG skriver på en slik måte at homofili fremstår som så naturlig, normalt og ukontroversielt. Mens Se & Hør i 1991 skrev om homofile Freddie Mercury skriver VG i 2009 bare om Bjarte Hjelmeland.

Å kategorisere artiklene etter denne endimensjonale inndeling er imidlertid for enkelt, og gir ikke uttrykk for hvor komplisert tekstanalyse er. Derfor skal jeg nå gå litt dypere inn resultatene, og sammenligne VG og Se & Hør. Et overordnet teoretisk perspektiv i denne oppgaven er melodramaet. Denne teater- og filmgenren inspirerer journalistikken, og i de fleste artiklene jeg har sett på kan trekk fra melodramaet sees igjen. For eksempel er forenklede karaktertegninger et trekk fra melodramaet. De homofile blir satt i bås. Freddie Mercury blir for eksempel fremstilt som en edderkopp med tusenvis av sexpartnere. Partnerne Marianne Butenschøn og Grete Holen blir spurt om en av dem opptrer som mann, og om de hater menn. Stereotypifiseringen blir imidlertid svakere og svakere utover i den undersøkte perioden, og de nyere artiklene er fri for dette grepet. Homofile blir i dag omtalt som talentfulle og mektige, som foreksempel Per-Kristian Foss og Bjarte Hjelmeland. Andre melodramatiske trekk som går igjen i artiklene er blant annet fokus på kjærlighet, følelser, det personlige, sterk ordbruk og konflikt. Mange av disse trekkene har satt flere artikler inn meningsfylte, kjente rammer, og gitt nærhet til de homofile.

Bildematerialet er rikt. Filmviteren Richard Dyer, har kategorisert fire hovedtyper homofile representasjoner i filmverden. Disse presenterte jeg i innledningen av oppgaven. I analysen fant jeg igjen to bilder som kan passe inn i disse kategoriene. Begge er av Freddie Mercury. I Se & Hør viser bildet en "mellomkjønnet" Queen-vokalist, en feminin utgave av en mann. I VGs artikkel derimot, fremstår Mercury som "macho", en nær overdrevet maskulin mann.

Begge bildene er like klare homofile tegninger; slik har vår kultur definert homofile menn. Det som er mer oppsiktsvekkende er faktisk at Dyers hovedtyper ikke blir funnet igjen flere ganger i analysen. Riktignok er det tegn i flere av bildene som kan kvalifisere som typisk for homofile fremstillinger. Jeg mener imidlertid de andre bildene ikke fullt ut kvalifiserer under disse rammene. Homofile mennesker blir derfor ikke representert som "typisk homofile".

VG er berømt for sin schizofreni. Avisen makter å være tabloid og populærjournalistisk samtidig som den utfører sitt samfunnsoppdrag. Den er kjendisorientert, sjokkerende og intim, samtidig som den serverer gravende journalistikk, utenriksnyheter, politikk og kommentarer. I mine undersøkelser sees dette tydeligst igjen i AIDS-tekstene. Både i artikkelen om Hudsons død og Mercurys bortgang skriver VG samtidig om AIDS-forskning. Leseren får på den måten ikke bare tilgang til siste kjendisnytt, men også siste nytt om et viktig tema. VG opptrer som en folkeopplyser. Dette gjør at artiklene også får et annet fokus enn død og homofili. Mangel på kunnskap er en viktig kilde til stereotypifisering, et fenomen som har rammet homofile.

Se & Hør har ikke samme tilnærming. Ukebladet fremstår generelt som mer tabloid enn sin halvsøster, og har i de undersøkte artiklene spilt på de fleste populærjournalistiske strengene. Dette underbygges av et sterkt kjendispreg, en mer intim journalistikk, og en mindre respekt for privatlivets fred. Se & Hørs råere journalistikk kommer best frem i artiklene om Freddie Mercury. VGs omtale av Mercury er respektfull og fremstår nesten som en nekrolog, mens Se & Hørs mer kan sees på som en advarsel mot homofili. I Se & Hørs reportasjer om Mercury, men også Anne Holt, driver bladet sin egen form for gravejournalistikk. Se & Hør viser folket hvordan kjendisene lever. Det viser den hemmelig verden, en verden skjult for allmuen. Dette passer også godt med bladets og populærjournalistikkens folkelige linje. Kjendiser med uspiselig, umoralsk oppførsel skal avsløres, og hemmeligheter skal deles med folket.

Likevel kan virke som at både VG og Se & Hør gjennom store deler av perioden har ønsket å fremstille homofile i et positivt lys. Uten at jeg kan spekulere i hensikt, er ofte førsteinntrykket av artiklene at de er tolerante. Det er først med et dykk under overflaten at bildet blir nyansert. For eksempel; mens VG på den ene siden nøytralt beskriver de første

partnerskapsinngåelsene som et tradisjonelt bryllup, velger de samtidig å sette ordet *vielse* i hermetegn. Se & Hør beskriver det samme bryllupet i fine vendinger, før de lesbiske intervjuobjektene plutselig blir spurt om de hater menn. Bladet trykker fine bilder av Bjarte Hjelmeland, men nærmest unngår bilder med kroppskontakt. Uansett, i nyere tid har både VG og Se & Hør på lederplass uttrykt seg positiv til ekteskapsloven. Det betyr at publikasjonenes grunnsyn spiller på lag med det homofile.

Forskjellene mellom VG og Se & Hør er mange. I det store og det hele tror jeg likevel at både VG og Se & Hør har bidratt positivt i homokampen, og i de siste 10 årene fremstilt homofile på en fordelaktig måte. Fokus på sjokk, ga de homofile omtale, fokus på kjendiser, normaliserte, og tydelige lederartikler legitimerte rettighetskampen. Mens den tabloide stilen tidligere kunne være en ulempe for homofile, fremstår den i dag som en fordel.

8.1 Populære medier: Et gode for homokampen?

Tilslutt skal jeg, ved hjelp av Nancy Fraser og hennes artikkel "Rethinking the public sphere" (1992), se på hvordan offentlighetsteorien kan kaste lys over mine funn.

Det kanskje mest sentrale temaet i denne oppgaven er hvilken påvirkning privatliv og kulturell offentlighet har på det politiske. Offentlighetsteorien, slik Jürgen Habermas opprinnelig utarbeidet den, tar utgangspunkt i at det private ideelt sett bør legges vekk i den offentlige diskusjonen. Han mener borgerne skal legge fra seg status og forskjeller i kultur hjemme. På denne måten vil alle kunne delta i debatten på likt grunnlag. Gjennom deliberasjon vil borgerne bli enige om den *beste* løsningen, og ikke nødvendigvis den flest stemmer på. Den borgerlige offentligheten er et ideelt, utopisk verdensbilde.

Norge og andre vestlige demokratier fungerer pr 2011 ikke på denne måten. Som nevnt i innledningen mener Nancy Fraser at den klassiske borgerlige offentligheten ikke kan fungere i dag på grunn av fremveksten av velferdsstaten. I Velferdsstaten har myndighetene betydelig ansvar for innbyggerne, og griper inn i livene på en måte som ikke er tatt med i Habermas' liberale samfunn. I tillegg er kommersialiseringen av media en av årsakene til at offentligheten er forandret. Med krav til fortjeneste vil underholdende innhold bli prioritert

foran innhold som debatt og samfunnsmessig informasjon. Dette fenomenet er kjent som tabloidisering (Gripsrud 2002:240).

I dagens tabloidiserte offentlig har privatliv blitt et offentlig anliggende. I praksis har det noe å si for en politiker hvordan hun oppfører seg på hjemmebane. Det sier noe om dømmekraft og personlige egenskaper. Bør ikke en politiker vise god dømmekraft også i det private? En skilt politiker har for eksempel aldri vært valgt til statsminister i Norge, og det ble av mange sett på som upassende da det kom fram at Kronprinsens forlovede var alenemor. Det er mer interessant å diskutere om det private *bør* ha offentlighetens søkelys. Er det et tap for den offentlige diskusjonen om privatliv blandes inn. Er det i det hele tatt er mulig å gjøre et skarpt skille. Dette er noe av det Nancy Fraser setter spørsmålstegn ved i sin artikkel. Hun presenterer fire antakelser Habermas gjør, som hun avviser. Tre av disse antakelsene skal jeg bruke som argumenter for at Se & Hørs og VGs intime journalistikk kan ha fremmet homofile interesser, og at det private i aller høyeste grad har noe i offentligheten å gjøre. Det videre forutsetter at det norske samfunnet fremstår som lagdelt, og ikke egalitært.

En av antakelsene Nancy Fraser avviser er Habermas' forutsetning om at alle skal opptre som likeverdige. Hun skriver at det er mulig å gi alle formell tilgang til offentlighetens deliberasjon, men at mange forhold gjør deltakerne ulike, og at de derfor ikke kan delta på likt grunnlag. For eksempel vil forskjeller i gester og språk gjøre noen deltakere mindre verdige. I tillegg til disse forholdene gjør kulturelle forskjeller at ingen kommunikasjon foregår på like vilkår.

In stratified societies, unequal empowered social groups tend to develop unequally valued cultural styles. The result is the development of powerful informal pressures that marginalize the contributors of members of subordinated groups both in everyday context and in official public spheres. (Fraser 1992:120)

Hun sier at denne ujevnheten forsterkes av det politiske økonomien i offentligheten. Spesielt trekkes privat eide medier frem som en katalysator. Det er medias oppgave å sirkulere offentlighetenes synspunkt, og med private mediers profittmaksimering, vil deloffentligheter få begrenset tilgang.

Habermas beskriver deloffentligheter som et steg på veien mot offentlighetens forfall, og dermed som et onde. Det er den andre antakelsen som Fraser setter spørsmålstegn ved. Fraser, på sin side, er ikke enig. Deloffentlighetene er for det første et sted å trekke seg tilbake, og for det andre en treningsarena for deltakerne. Her blir de klargjort til å kunne delta i hovedoffentligheten.

Den tredje antakelsen Fraser setter spørsmålstegn ved er om det er til det beste at offentligheten legger privatlivet til sides. Hun peker på at det er forskjell på hva som oppfattes som offentlig anliggende av utenforstående, og hva som ansees som i offentlighetens interesse av deltakere i diskusjonen. Hun bruker vold mot kvinner i heterofile forhold som eksempel. Inntil nylig ble dette sett på som et privat anliggende, og ikke noe å ta opp i offentligheten. I den feministiske deloffentligheten derimot, har dette lenge blitt sett på som offentlig anliggende. Deloffentligheten har klart å løfte temaet inn i hovedoffentligheten. Her er vi kommet til kjernen i min argumentasjon. På tilsvarende måte mener jeg homofilt samliv kan brukes som eksempel. Lenge ble dette sett på som enten et privat anliggende, og noe å ikke ta opp i offentligheten. Den homofile deloffentligheten derimot, har alltid ment at dette bør tas opp. For omtrent 40-år siden ble dette forsøkt løftet inn i den borgerlige offentligheten. Diskusjonen ble etter hvert tatt, saken satt på dagsorden, og tilslutt har dette resultert i politiske resultater, og et lovverk som hindrer diskriminering og gir lik rett til ekteskap. Problemstillingen er to-delt, med en formell side og en mer praktisk side. For det første, uten mulighet til å ta opp private spørsmål, ville det ikke vært mulig å ta opp disse spørsmålene, de hadde stoppet opp i systemet. For det andre, uten media, hadde ikke homokampen kunne være synlig. Populære medier har i denne sammenhengen bidratt med en personlig journalistikk som har løftet frem enkeltindivider og enkeltskjebner, og på den måten vært med å sette temaet på dagsorden. Media har vist frem den glemte legningen. Motargumentet, uten at jeg skal gå særlig inn i det, må så være at moralspørsmål vil kunne bli diskutert i den klassiske borgerlige offentligheten. Dette moralspørsmålet må uansett bli satt på dagsorden. Uten at homofile selv kunne ta opp dette personlige spørsmålet, er det heller tvilsomt om dette temaet hadde blitt tatt opp i det hele tatt. Uten en offentlighet som åpner opp for private spørsmål hadde ikke homofile hatt sine rettigheter i dag. Tilsvarende; uten en medieflora som er med å løfte temaet opp i offentligheten, hadde ikke homofile nådd like langt.

8.2 Avrundning

Fortsatt leser jeg nødig populære medier. Gjennom arbeidet med oppgaven har jeg imidlertid fått større respekt for den rolle disse publikasjonene representerer i den norske offentligheten. Jeg har virkelig skjønt hvorfor viktige populære medier er. Populærmedier, og da særlig de som spiller på lag med de homofile, kan etter hva jeg forstår utrette mer enn noe "seriøst" organ vil være i stand til. Dette kan være en av årsakene til at Norge i dag et bedre sted for denne minoriteten. Men fortsatt blir "jævla homo" brukt som skjellsord her i landet. Verdens største militære makt, USA, nektet inntil nylig åpent homofile å sloss for sitt land. I Uganda har det blitt vurdert dødsstraff for homofile. Landets presse gjør samtidig sitt ytterste for å hetse denne gruppen. Homokampen må fortsette, forhåpentligvis i pakt med populære medier – verden over.

Referanseliste

- Alwood, Edward. 1996. *Straight news : gays, lesbians, and the news media, Between men-between women*. New York: Columbia University Press.
- Butenschøn, Marianne. 2005. *Fra tabu til taushet : toleranse i velferdsstaten 1950-2000 med fokus på lesbiske og homofiles situasjon : et idehistorisk og begrepshistorisk perspektiv på toleransebegrepet og dets dilemmaer*. Oslo: M. Butenschøn.
- Dyer, Richard. 1993. *The matter of images : essays on representations*. London: Routledge.
- Eide, Martin. 1989. *Dødskysset. Samtiden*.
- Eide, Martin. 1995. *Blod, sverte og gledestårer: VG, Verdens gang 1945-95*. Oslo: Schibsted.
- Fejes, Fred. 2003. Advertising and the Political Economy of Lesbian/Gay Identity. I *Gender, race and class in media : a text-reader*, redigert av G. Dines og J. M. Humez. Thousand Oaks, California: Sage.
- Fiske, John. 1991. *Reading the popular*. London: Routledge.
- Foss, Per Kristian. 2010. *Innenfra*. Oslo: Aschehoug.
- Fraser, Nancy. 1992. Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. I *Habermas and the public sphere*, redigert av C. Calhoun. Cambridge: MIT Press.
- Gripsrud, Jostein. 1992. The aesthetics and politics of melodrama. I *Journalism and popular culture*, redigert av P. D. o. C. Sparks. London: SAGE Publications.
- Gripsrud, Jostein. 1999. *Ukepressens kulturelle og samfunnsmessige betydning: en utredning*. [Oslo]: Foreningen Norsk Ukepresse.
- Gripsrud, Jostein. 2002. *Mediekultur, mediesamfunn*. 2. utg. utg. Oslo: Universitetsforlaget.
- Gripsrud, Jostein. 2008. The Cultural Dimension of Democracy. I *Media, democracy and European culture*, redigert av I. Bondebjerg og P. Madsen. Bristol: Intellect.
- Haavik, Knut. 2002. *En ramp i rampelyset*. Oslo: Se og hør forlag.
- Habermas, Jürgen. [1962] 1971. *Borgerlig offentlighet : dens framvekst og forfall: henimot en teori om det borgerlige samfunn*. Oslo: Gyldendal.
- Holm, Arne O. 2007. *Ja, vi elsker Se og hør : hemmelighetene bak verdens største ukebladsuksess*. Oslo: Kagge.
- Johansen, Anders. 2001. Enkeltpersoner og kollektivpersoner. I *Til dagsorden!: journalistikk, makt og demokrati*, redigert av M. Eide. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Kolbjørnsen, Tone Kristine. 1999. Melodrama. I *Medier - tekstteori og tekstanalyse*, redigert av P. o. H. Larsen, Liv. Bergen: Fagbokforlaget.
- Lamark, Hege. 1995. *Portrett-intervju: om metode og sjanger*. [Fredrikstad]: Institutt for journalistikk.
- Larsen, Leif Ove og Karl Atle Knapskog. 2008. Kulturjournalistikk og offentlighet. I *Kulturjournalistikk: pressen og den kulturelle offentligheten*, redigert av L. O. Larsen og K. A. Knapskog. Oslo: Scandinavian Academic Press.
- Larsen, Peter. 1999. Billedanalyse og billedspråk. I *Medier - tekstteori og tekstanalyse*, redigert av P. H. Larsen, Liv; Helland, Knut; Kolbjørnsen, Tone Kristine. Bergen: Fagbokforlaget.
- Mediebedriftene.no. 2010: *Aftenposten Norges største avis på opplag*. Mediebedriftenes landsforening 2010 [Online], Tilgjengelig: <http://www.mediebedriftene.no/index.asp?id=78261&open=78261> [1. juni 2011].

- Medietilsynet. [2011]. *Produksjonstilskudd - 2010* [Online], Tilgjengelig:
http://www.medietilsynet.no/Documents/Stotteordninger/Produksjonstilskudd/100930_Produksjonstilskudd2010.pdf [1. juni 2011].
- Melnæs, Håvard. 2007. *En helt vanlig dag på jobben: Se og hør fra innsiden*. Oslo: Kagge.
- Moritz, Marquerite J. 1992. How US News Media Represent Sexual Minoritys. I *Journalism and popular culture*, redigert av P. D. o. C. Sparks. London: SAGE Publications.
- Roppen, Johann. 1998. Fleire tjuvar på marknaden? Ein innhaldsanalyse av Aftenposten, Dagbladet, VG, Se og Hør og Hjemmet. [Online], Tilgjengelig:
<http://www2.hivolda.no/amf/tilsette/roppen/fleiretjuvar.html> [1. juni 2011].
- Roppen, Johann. 1998. Tjuvar på same marknad? Ei samanlikning av innhaldet i Dagbladet, Verdens Gang, Se og Hør og Hjemmet. [Online], Tilgjengelig:
http://www2.hivolda.no/amf/tilsette/roppen/aviser_og_vekeblad.html [1. juni 2011].
- Sparks, Colin. 1992. Popular Journalism: Theories and Practice. I *Journalism and popular culture*, redigert av C. Sparks og P. Dahlgren. London: Sage.
- Streitmatter, Rodger. 2009. *From "perverts" to "Fab Five": the media's changing depiction of gay men and lesbians*. New York: Routledge.
- Wåhlberg, Ingmar. 2010. Du er full - Jens. En studie av politikere i Se & Hør og Her & Nå., Institutt for informasjons- og medievitenskap, UiB, Bergen.

