



KAPITTEL 11

Oppdragarar, granskarar, speglarar og agnostikarar

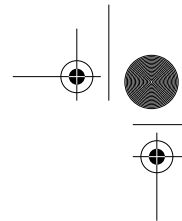
Skisse til ein norsk journalisttypologi

Jan Fredrik Hovden

1 Innleiing

Rolleforståinga og -ideala til journalistar har vore emne for mange studiar. Utover at det er interessant å sjå i kva grad bordtalar om samfunnsoppdraget samsvarar med haldningane i det journalistiske folkedjupet, kan slike granskingar òg motiverast ut ifrå eit demokrati- og eliteperspektiv, samstundes som dei òg tangerer eit sentralt punkt i profesjonsforskingstradisjonen som tradisjonelt har lege til grunn for denne typen studiar, nemleg utbreiinga av «profesjonelle ideal» og slik «profesjonaliseringsgraden» til yrkesgruppa.¹ Underliggande har òg her vore ei forventning om at tilslutning til slike ideal er styrande for journalistas faktiske praksisar (jf. t.d. Weaver, Beam, Brownlee, Voakes, og Wilhoit 2007:131). Å studere journalistas yrkesideal innbyr òg til samanlikningar mellom journalistkulturar både inter- og intranasjonalt, og har potensial til å fortelje oss noko om det særeigne ved desse. Om fokuset i dette kapitlet slik fyrst er å skildre variasjonar i slike haldningar mellom ulike journalistgrupper og ut ifrå dette skissere ein norsk journalistisk *typologi*, er formålet slik òg *taksonomisk*: kva opphav har journalistas haldning til ulike typar samfunnsoppdrag, og kvifor varierer deira haldningar slik som dei gjer?

Det underliggande teoretiske rammeverket vil her vere Pierre Bourdieus feltsosiologi, der journalistisk praksis kan forståast ut ifrå formelen *praxis* = [(*habitus*)(*kapital*)]+felt (Bourdieu 1984:101). Med andre ord vil ein sjå

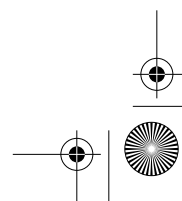
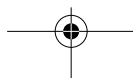


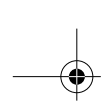
journalistars «profesjonelle» val, aspirasjonar og ideal som dels eit uttrykk for deira sosiale habitus, deira tendensar til å handle og å sjå verda på bestemte måtar (deira disposisjonar og mentale klassifikasjonar) og dels ut ifrå deira posisjonar og aspirasjonar i det journalistiske feltet (for ei nærare drøfting, sjå Hovden 2008). Merk at i dette ligg ei avstandstaking frå verdi-sosiologiske/-psykologiske tradisjonar som ser handling som eit utspring av «verdiar» og «haldningar» (ein folkeleg variant av dette synet finn ein m.a. i kritikarars ynskje om å sjå journalistars politiske preferansar som utslagsgjevande for deira journalistikk), til fordel for eit syn på journalistisk praksis (i kvardagstydinga av ordet, i form av prioriteringar, vinklingar, val av saker og kjelder m.m.), deira profesjonelle ideal, politiske preferansar m.m. som *epifenomen* i tydinga at dei ikkje er årsak til kvarandre, men meir rett er å sjå som beslekta *uttrykk* av meir fundamentale strukturar. I dette perspektivet ligg slik òg ei avstandstaking frå den profesjonelle ideologiens strenge skilje mellom journalistars profesjonelle og utanomprofesjonelle liv, til fordel for ein «unity of practice» (jf. Bourdieu 1984:573).

I kapitlets fyrste del skal vi kort gå igjennom nokre forsøk på å typologisere journalistar i litteraturen, og ymte om nokre problem knytte til desse. Vidare skal vi med utgangspunkt i norske surveydata sjå på mønster i tilslutninga til seksten yrkesideal for norske journalistar: Kva ideal dominerer, og korleis varierer desse mellom ulike grupper og med faktorar som kjønn, arbeidsstad og sosial bakgrunn? Er situasjonen prega av ein ideologisk pluralisme eller monisme, er ideala omstridde eller ikkje? Ved hjelp av faktoranalyse og miksa klyngeanalyse vil det vidare verte skissert ein typologi av fire journalisttypar, og deira skilnader i høve tilslutning til nemnde ideal og deira profesjonelle og sosiale kjennemerke vert drøfta. Nokre parallellar mellom denne typologien og andre typologiserande forsøk nasjonalt og internasjonalt vert så nemnd, fylgd til slutt av ei kort drøfting av koplinga mellom ulik tilslutning til forskjellige samfunnsoppdrag og makt- og dominanstilhøve i det journalistiske feltet.

2 Journalistiske typologiar

Typologiar av journalistar kan konstruerast på mange måtar, og dei har slik sin eigen typologi. Eit fyrste viktig skilje går her på *breidde kontra spe-*

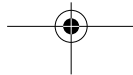


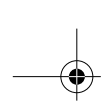


KAPITTEL 11

sifisering: Ein kan typologisere journalistar etter grove skilje basert på ei samla vurdering av deira arbeidsmåtar, rekruttering, yrkesroller m.m. (Jean-Marie Charons inndeling av franske journalistar i fem ulike «galaksar»² er eit døme på ein slik typologi), eller ein kan lage typologiar baserte på meir avgrensa dimensjonar, som journalistars yrkesideal, som er fokuset for dette kapitlet. For det andre kan typologiane ha høgst ulike *konstruksjonsprinsipp*: Er dette t.d. naive (emiske) klassifiseringar gjort av journalistane sjølv, er det typologiar gjorde på basis av kvalitativt arbeid, eller er dette basert på surveydata, og kva spesifikke metodiske tilnærmingar og analysar er involverte? Eit tredje viktig skilje – som ofte vert sambla i litteraturen – er mellom *typologiar av praksis/haldningar* og *typologiar av individ*.³ I den vidare gjennomgangen vil eg hovudsakleg forhalde meg til forsøk på å klassifisere journalistar ut ifrå deira registrerte haldningar til journalistiske ideal i surveyundersøkingar.

Eit tidleg forsøk på å identifisere ulike typar ideal og rolleforståing blant journalistar på denne måten var Johnstone, Slawski og Bowmans bok *The News People* (1976), som fann to idealtypar blant journalistar i USA: ei «nøytral» rolle knytt til ideal om objektivitet og å rapportere fakta, og ei «deltakande» rolle knytt til ideal om å aktivt analysere og undersøke påstandar og finne den ekte historia bak. Berre eit fåtal av journalistane let seg likevel plassere enkelt i desse to typane: 8 % var hovudsakleg deltakande og 10 % hovudsakleg nøytrale i sine ideal, resten kombinerte element av begge desse idealtypane (Cassidy 2007; Johnstone mfl. 1976). Studien vart fylgd opp og vidareutvikla i 1982–83 av David Weaver og G. Cleaveland Wilhoit (1986), som kritiserte Johnstone mfl. sin dikotomi for å vere lite tenleg (og innvendte m.a. at å opplyse publikum òg kan reknast som ei aktiv og deltakande rolle), og kom i staden fram til tre hovudtypar av rolleforståing knytt til ulike journalistiske funksjonar: 1) fortolkande/undersøkande «*interpretive*», 2) formidlar «*disseminator*» og 3) motpart «*adversary*». Der den formidlande rolla langt på veg tilsvare Johnstone mfl. si nøytrale rolle, er den fortolkande rolla og motpartsrolla ei nyansering av den deltakande rolla. Som Johnstone mfl. fann Weaver og Wilhoit òg at nesten ingen journalistar let seg plassere innanfor berre ei av desse rolleforståingane. Særskild overraskande var at den kritiske *adversary*-rolla i kjølvatnet av Watergate-skandalen var så lite





utbreidd (17 % av journalistane hadde hovudtyngda av sine preferansar i den retning), dei fleste såg si rolle i kombinasjonen av fortolkar og opplysar (Weaver og Wilhoit 1986:112–117).

I ei gjentaking av studien ti år seinare fann Weaver mfl. (1996) at denne typologien framleis såg ut til å vere dekkande for amerikanske journalistar, men la til ei fjerde rolle: Folkeleg mobilisator «*populist mobilizer*». Denne typologien vart òg nytta i den siste studien gjort i 2002 (Weaver, mfl. 2007). Journalistar som i siste studien skåra høgt på den *fortolkande* funksjonen (63 % av journalistane) vektla som viktig å analysere og fortolke komplekse problem, nasjonal og internasjonal politikk samt å undersøke påstandar frå regjeringa. Dei som la vekt på den *formidlande* funksjonen mest (16 %), skåra høgare på spørsmål om å få ut raskt informasjon til publikum, unngå uverifiserte opplysningar, nå eit vidast mogleg publikum og tilby underhaldning og tidtrøyte. Å vere *motpart* (19 %) var kjennemerka av dei som rangerte høgt ideal som å vere ein motpart til styresmaktene og forretningslivet, medan den *mobiliserande* (10 %) rolla var knytt til ei rekkje spørsmål knytte til stimulering og motivering av publikum til å involvere seg og utvikle sine kulturelle interesser, samt det å sette politisk dagsorden og peike på moglege løysingar. Som for dei tidlegare studiane var det få journalistar som berre gav tilslutning til ein av desse funksjonane (Weaver 2007:141–145). Det ein kan kalle Johnstone-Weaver-tradisjonen innan journalistforskinga har vore viktig, dels som ei inspirasjonskjelde og dels som eit felles referansepunkt for mange seinare studiar av journalistar (sjå t.d. Asp 2007; Ball, Hanna, & Sanders 2004; Bjørnsen, Hovden og Ottosen 2007; Delano og Henningham 1995; Hovden, Bjørnsen, Ottosen, Zilliacus-Tikknanen og Willig 2009; Weaver og Wu 1998; Weibull 1991; Weischenberg, Malik og Scholl 2006).

Innan skandinavisk medieforskning har det vore gjort få liknande forsøk på å konstruere slike typologiar empirisk. Ei velkjend bok for mange er Torsten Thúrens *Ljusets riddare & djävulens advokater* (1988), som basert på intervjudata fann tre weberske idealtypar av journalistar: *Skjutjärnet*, *Agitatoren* og *Handverkaren*.⁴ Eit svært tidleg forsøk basert på surveydata var Swen Windals *Profesionella kommunikatorer* (1975:52), som fann eit skilje mellom «aktive» og «nøytrale» journalistar, ikkje ulikt Johnson mfl. Windals arbeid har seinare kome noko i skuggen av Margretha Melin-Higgins *Pedagoger och*





KAPITTEL 11

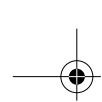
spårhundar (1996a, 1996b), som klassifiserte svenske journalisters yrkesideal i høve to dimensjonar: ein knytt til deira rolle i innsamlingsprosessen (aktiv/passiv), den andre ut ifrå journalistens relasjon til bodskapen (deltakar/nøytral), som etter ein firfeltlogikk resulterer i fire idealtypar: *pedagogar* (aktiv/deltakar), *talsmenn* (passiv/deltakar), *blodhundar* (aktiv/nøytral) og *handverkarar* (passiv/nøytral).

Freistar vi å samanlikne t.d. Melin-Higgins typologi av svenske journalistar og Weaver og Wilhoits amerikanske typologi, møter vi likevel ei rekkje illustrerande problem: For det fyrste tek typologiane utgangspunkt i svært ulike spørsmålsbatteri, og gjev òg nokså ulike svarkontekstar.⁵ Dei spørsmåla som tilsynelatande er nokså like, har òg små, men viktige skilnader i ordlyd,⁶ og ulike kulturelle og fagmessige tradisjonar gjer det og uvisst i kva grad liknande omgrep – som «adversary» og «kritikar» – vert oppfatta likt av journalistar i USA og i Sverige. Eit tredje problem er knytt til ulike utval: Der dei svenske studiane er basert på medlemmer i den nasjonale journalistorganisasjonen (SJ), er Weaver og Wilhoits studie basert på eit utval som m.a. ekskluderer alle som arbeider innan magasin og underhaldning (jf. Hovden 2008:29), og ulik samansetning av utvala vil svært truleg ha innverknad på typologiane. Eit fjerde problem er at typologiane er konstruerte svært ulikt. Melin-Higgins sin typologi er ein (deduktiv) idealtypologi, medan Weaver og Wilhoits seinare studiar er resultat av faktoranalyse (induktiv). Som dømet illustrerer, er journalistiske typologiar slik som hovudregel vanskelege å samanlikne.⁷ Det er likevel interessant å ha desse forsøka med oss når vi no skal sjå etter liknande mønster i norske journalisters yrkesideal.

3 Norsk journalisters yrkesideal: semje og variasjon

Ut ifrå norske journalistar sine svar i spørjeskjemaet *Mediefolk 2005*, som gjekk til eit tilfeldig utval medlemmer i Norsk Journalistlag og Norsk Redaktørforeining (Hovden 2006; 2008), er det stor semje om mange av dei journalistiske ideala, og då spesielt knytt til ideal om å drive avsløring og kritikk: Under 5 % av NJ sine medlemmer er *ikkje* samde i at ein journalist

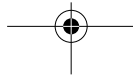




bør sjå seg som ein som skal kritisere urettvise i samfunnet (72 % «stemmer heilt», 24 % «stemmer delvis»), og berre 1 % som ikkje er samde i idealet om å granske makthavarane i samfunnet (84 % «stemmer heilt», 14 % «stemmer delvis»). Noko mindre samstemde er journalistane i andre typar spørsmål, som om journalistar bør sjå seg sjølv som objektive eller nøytrale formidlarar (jf. tabell 1).⁸ Samstundes er det klare skilnader. Til dømes framstår kvinner og yngre journalistar i større grad å gje tilslutning til eit ideal om å kritisere urettvise, medan ideal om å «spegle» allmenne meiningar er noko oftare vanlege hos eldre journalistar. Det er òg tydelege skilje mellom ulike typar publikasjonar: Journalistar i små lokalaviser seier seg t.d. oftare svært samde i objektivitetsidealet enn journalistar i større aviser, medan det er omvendt for ideal som å påverke den politiske dagsorden og å stimulere publikum til nye tankar og idear.

Slike enkle tabellanalyser for samanhengen mellom «ideal» og ulike bakgrunns- og institusjonsdata har likevel fleire ibuande farar. Det fyrste er det meir grunnleggande problemet som gjeld for alle analysar av slike haldningsspørsmål: Kva er det ein måler? T.d. når nokon seier seg heilt samde i at ein journalist «bør betrakte seg som en person som skal granske samfunnets makthavere», i kva grad tenkjer dei på dette som eit *generelt* ideal for profesjonen kontra eit ideal som dei føler eit personleg, dagleg ansvar for? Kva med dei som ikkje er heilt samde? Er dette ei avvising av idealet for *all* journalistisk verksemd, eller skuldast dette ein tanke om at i ein *pluralistisk* profesjon kan og bør ikkje same ideala gjelde likt for alle (jamfør t.d. skiljet mellom ein programleiar i eit underhaldningsprogram og ein politisk avisjournalist)? Eller er svaret mest eit uttrykk for kva krav journalistane opplever som rimelege for *deira eigen jobbsituasjon* (m.a.o. det medium, saksfelt osv. dei arbeider med)?

Det andre problemet er ei underrapportering av kva skilnader som faktisk finst, sidan mange heterogene kategoriar og journalistgrupper vert slått saman. I høve idealet om å «kritisere urettvise» er det t.d. klare skilnader mellom journalistar i NRK sentralt og i NRK sine distriktskontor, men ikkje mellom journalistar i små lokalaviser og i magasin-/fagpressa. Det tredje problemet er at slike tabellar lett inviterer til det Pierre Bourdieu (1984:103) har kalla «variabelsosiologi», at ein tolkar skilnadene som effektar av isolerte enkeltvariablar (i regresjonsterminologien: som ein



KAPITTEL 11

Tabell 1 Tilslutning til ulike journalistiske yrkesideal 2005. NJ- og NR-medlemmer. Prosent «stemmer helt». «En journalist bør betrakte seg som en person som skal ...» («Stemmer helt/delvis/delvis ikke/ingen mening»). Berre yrkesaktive og arbeidssøkjande journalistar (N=1017). Kjelde (Hovden 2008)/Mediefolk 2005.

| | K | M | f. 1950 | 1960-69 | 1970- | NRK | Anna kring- kastning | Større regionavis | VG/ Dagbladet | Anna riksavis / pressebyrå | Lokalavis | Magasin / vekeblad | Fagpresse | NJ | NR | Total |
|---|-----|-----|---------|---------|-------|-----|-------------------------|----------------------|---------------|-------------------------------|-----------|-----------------------|-----------|-----|-----|-------|
| N= | 456 | 287 | 107 | 366 | 274 | 138 | 58 | 114 | 41 | 43 | 131 | 54 | 32 | 747 | 263 | 1016 |
| Granskar av samfunnets makthavarar | 89 | 85 | 81 | 87 | 88 | 86 | 81 | 92 | 90 | 72 | 85 | 80 | 88 | 85 | 91 | 86 |
| La ulike grupper/aktører sine synspunkt kome fram | 80 | 73 | 74 | 77 | 75 | 76 | 72 | 75 | 62 | 65 | 81 | 80 | 84 | 75 | 78 | 76 |
| Kritisere urettvise i samfunnet | 75 | 67 | 69 | 69 | 75 | 69 | 68 | 77 | 80 | 70 | 64 | 67 | 69 | 70 | 70 | 70 |
| Enkelt forklare kompliserte hendingar | 69 | 70 | 78 | 72 | 62 | 67 | 63 | 75 | 72 | 63 | 65 | 65 | 75 | 67 | 78 | 70 |
| Stimulere til nye tankar og idear | 73 | 60 | 63 | 67 | 63 | 66 | 56 | 69 | 68 | 63 | 53 | 65 | 72 | 63 | 69 | 65 |
| Objektivt formidle nyheiter og informasjon | 60 | 59 | 63 | 58 | 59 | 55 | 60 | 67 | 52 | 44 | 70 | 74 | 53 | 60 | 57 | 59 |
| Stå fri frå alle interesser i samfunnet | 54 | 57 | 72 | 57 | 47 | 54 | 37 | 61 | 57 | 44 | 54 | 59 | 56 | 54 | 63 | 56 |
| Gje folk opplevingar | 57 | 54 | 56 | 53 | 59 | 53 | 54 | 66 | 70 | 60 | 55 | 59 | 28 | 55 | 56 | 55 |
| Hjelpje vanlege folk å kome til orde i debattar | 44 | 46 | 46 | 48 | 41 | 45 | 30 | 50 | 32 | 37 | 46 | 35 | 50 | 42 | 56 | 46 |
| Nøytral rapportør av hendingar | 49 | 39 | 47 | 40 | 45 | 39 | 49 | 54 | 40 | 30 | 44 | 56 | 28 | 44 | 38 | 42 |
| Påverke den politiske dagsorden | 42 | 39 | 35 | 43 | 36 | 39 | 37 | 41 | 45 | 40 | 40 | 26 | 28 | 37 | 46 | 40 |
| Spegle allmenne meininger/opinion | 36 | 33 | 42 | 33 | 32 | 27 | 39 | 45 | 28 | 30 | 37 | 44 | 31 | 35 | 32 | 34 |
| Seie sanninga utan omsyn til konsekvensane | 25 | 38 | 42 | 34 | 28 | 29 | 21 | 35 | 25 | 44 | 32 | 28 | 34 | 32 | 39 | 33 |
| Gje tidtrøyte | 21 | 19 | 22 | 20 | 19 | 15 | 11 | 23 | 25 | 23 | 18 | 44 | 12 | 20 | 20 | 20 |
| Påverke opinionsutviklinga i samfunnet | 18 | 21 | 27 | 21 | 14 | 15 | 14 | 26 | 8 | 21 | 16 | 24 | 19 | 19 | 24 | 20 |
| Bidra til at publikasjonen går økonomisk godt | 8 | 16 | 24 | 14 | 8 | 7 | 11 | 13 | 8 | 9 | 11 | 17 | 0 | 10 | 25 | 14 |
| Oppdra sitt publikum | 11 | 11 | 12 | 12 | 10 | 12 | 5 | 15 | 8 | 14 | 6 | 9 | 9 | 11 | 13 | 11 |

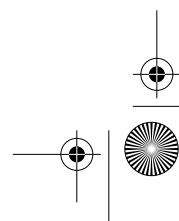
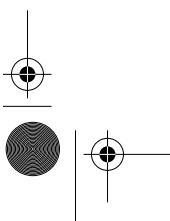


«effekt» av kjønn, alder eller publikasjon ein arbeider i), ein framgangsmåte som «... *tend to dissimulate the complete system of relations that make up the true principle of the force and form specific to the effects recorded in such and such particular correlation*». Med andre ord: Praksis i den journalistiske verda, som i den sosial verda elles, er kompleks og multivariat: Ein journalist er aldri berre ein «VG-journalist», men har alltid òg ein særskild sosial habitus og eit kjønn, ei spesifikk yrkeskarriere (eller sosial bane), og arbeider med eit spesifikt fagfelt med ein eigen tradisjon, osb. Om ein slik i høvet ovanfor kan identifisere grove kjønnskilnader knytt til enkelte haldningsvariablar, er det ikkje vanskeleg å finne døme på publikasjonar der tendensen er omvendt (i dei store regionavisene og i fagpressa) eller varierer mykje med andre tilhøve (det er t.d. nesten ingen skilnad mellom kjønna for journalistar under 35 år i dette spørsmålet, men store skilnader for dei som er eldre). Saman med den store uvissa som ligg i tolkinga av svara på denne typen enkeltspørsmål, er dette viktige argument for ei grovmaske romleg, multivariat utforsking av data framfor ei regresjonsbasert tilnærming.

4 Fem journalistiske idealsett

For å studere norske journalistar sine yrkesideal skal vi ta utgangspunkt i deira svar på 16 utvalde haldningsspørsmål⁹ i spørjeskjemaet Mediefolk 2005.

Tek vi utgangspunkt i korrelasjonsmatrisa for haldningsspørsmåla (tabell 2), kan vi fyrst merke oss at ideala med få unntak er positivt korrelerte, då journalistar flest er positive til dei fleste av desse, om enn i varierende grad. Samstundes kan vi sjå at nokre ideal framstår vere høgt korrelerte (m.a.o. at folk er ofte anten positive til begge ideala eller negative til begge), som å gje folk opplevingar og å stimulere publikum til nye tankar og idear (0,78), medan andre ideal verkar i mindre grad vere relaterte på same måten. For å hjelpe tolkinga skal vi fyrst gruppere saman¹⁰ relaterte ideal til eit mindre tal (og meir fundamentale) journalistiske *idealsett*¹¹ ved hjelp av ein prinsipalkomponentanalyse (PCA).¹²



KAPITTEL 11

Tabell 2 Korrelasjonsmatrise for 16 spørsmål om yrkesideal. NJ og NR, 2005. Gamma. N=1004. Kaiser-Meyer-Olkin indeks = .735.

| | Kritisere | Gje opplev | Stimul. | Nøytral | Spegle | Gransk. | Forklar. enkelt | Fri alle interess. | Gje tidtrøy. | Ulike syn kome fr. | Objekt. | Opinion | Sann. uansett | Sette dagsord. | Oppdra publikum | |
|--------------------|-----------|------------|---------|---------|--------|---------|-----------------|--------------------|--------------|--------------------|---------|---------|---------------|----------------|-----------------|------|
| Kritisere urett | 1,00 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gje opplev. | 0,62 | 1,00 | | | | | | | | | | | | | | |
| Stimulere | 0,66 | 0,78 | 1,00 | | | | | | | | | | | | | |
| Nøytral form. | 0,11 | 0,12 | 0,11 | 1,00 | | | | | | | | | | | | |
| Spegle | 0,14 | 0,27 | 0,27 | 0,62 | 1,00 | | | | | | | | | | | |
| Granske makt. | 0,62 | 0,32 | 0,51 | 0,23 | 0,31 | 1,00 | | | | | | | | | | |
| Forkl. enkelt | 0,30 | 0,39 | 0,39 | 0,36 | 0,36 | 0,56 | 1,00 | | | | | | | | | |
| Fri alle interess. | 0,16 | 0,13 | 0,24 | 0,40 | 0,32 | 0,39 | 0,56 | 1,00 | | | | | | | | |
| Tidtrøyte | 0,18 | 0,66 | 0,37 | 0,26 | 0,38 | 0,14 | 0,45 | 0,27 | 1,00 | | | | | | | |
| Ulike syn fram | 0,31 | 0,27 | 0,37 | 0,38 | 0,40 | 0,59 | 0,41 | 0,36 | 0,32 | 1,00 | | | | | | |
| Objektiv | 0,14 | 0,18 | 0,13 | 0,85 | 0,55 | 0,21 | 0,36 | 0,40 | 0,29 | 0,55 | 1,00 | | | | | |
| Påverk. opinion | 0,29 | 0,25 | 0,37 | 0,04 | 0,20 | 0,15 | 0,32 | 0,04 | 0,21 | 0,14 | 0,05 | 1,00 | | | | |
| Sann. uansett | 0,10 | 0,05 | 0,09 | 0,14 | 0,08 | 0,33 | 0,36 | 0,40 | 0,12 | 0,08 | 0,18 | 0,17 | 1,00 | | | |
| Polit. dagsord. | 0,40 | 0,33 | 0,40 | 40,02 | 0,15 | 0,48 | 0,29 | 0,17 | 0,19 | 0,25 | -0,03 | 0,54 | 0,16 | 1,00 | | |
| Oppdra publ. | 0,25 | 0,19 | 0,37 | -0,04 | 0,06 | 0,24 | 0,11 | 0,01 | 0,14 | 0,02 | -0,06 | 0,47 | 0,16 | 0,46 | 1,00 | |
| V. folk til orde | 0,40 | 0,33 | 0,43 | 0,10 | 0,22 | 0,44 | 0,37 | 0,25 | 0,24 | 0,55 | 0,17 | 0,31 | 0,15 | 0,40 | 0,32 | 1,00 |

OPPDAGARAR, GRANSKARAR, SPEGLARAR OG AGNOSTIKARAR

Tabell 3 PCA Journalistiske ideal. NJ-/NR-medlemmer 2005. N=961. PCA, orthogonal rotasjon (varimax). Av totalt 16 komponentar har 5 ein eigenverdi >1 (3.3/21 %, 2.1/13 %, 1.3/8 %, 1.2/7 % og 1.1/7 %). Horns parallellanalyse ymtar òg om 5 komponentar, som til saman oppsummerer 56 % av variansen. Analysen er gjort på ein rekoda versjon av dei originale haldningsvariablane, der «stemmer helt»=5 «stemmer delvis»=4, «vet ikke»=3, «stemmer delvis ikke»=2 og «stemmer ikke»=1.¹³

| | 1 Spegling | 2 Gje oppleving | 3 Oppdra | 4 Gransking | 5 Autonomi | Uforklard varians |
|--|-------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------------|
| Nøytral rapportør av hendingar | 0,61 | -0,02 | -0,00 | -0,02 | -0,00 | 0,22 |
| Objektivt formidle nyheter og informasjon | 0,59 | -0,06 | -0,01 | 0,01 | -0,01 | 0,28 |
| Spegle allmenne meningar/opinion | 0,45 | 0,12 | 0,09 | 0,02 | -0,03 | 0,47 |
| Gje folk opplevingar | -0,07 | 0,63 | -0,02 | -0,01 | -0,08 | 0,28 |
| Gje tidtrøyte | 0,09 | 0,54 | -0,00 | -0,20 | 0,13 | 0,37 |
| Stimulere til nye tankar og idear | -0,07 | 0,38 | 0,06 | 0,29 | -0,11 | 0,46 |
| Påverke opinionsutviklinga i samfunnet | 0,05 | 0,03 | 0,57 | -0,07 | 0,03 | 0,38 |
| Oppdra sitt publikum | -0,01 | -0,04 | 0,57 | -0,01 | -0,02 | 0,42 |
| Påverke den politiske dagsordenen | -0,03 | -0,01 | 0,50 | 0,08 | 0,07 | 0,47 |
| Granskar av samfunnets maktthavarar | -0,07 | -0,19 | -0,04 | 0,56 | 0,09 | 0,53 |
| La ulike grupper/aktørers synspunkt kome fram | 0,17 | 0,01 | -0,12 | 0,47 | 0,03 | 0,54 |
| Hjelpe vanlege folk å kome til orde i debattar | 0,00 | 0,03 | 0,12 | 0,42 | 0,00 | 0,61 |
| Kritisere urettvise i samfunnet | -0,02 | 0,14 | 0,12 | 0,36 | -0,24 | 0,60 |
| Seie sanninga utan omsyn til konsekvensane | -0,07 | -0,10 | 0,15 | -0,05 | 0,63 | 0,42 |
| Stå fri frå alle interesser i samfunnet | 0,10 | 0,03 | -0,12 | 0,09 | 0,54 | 0,46 |
| Enkelt forklare kompliserte hendingar | -0,04 | 0,27 | -0,07 | 0,12 | 0,45 | 0,46 |

Analysen antydgar at dei 16 ideala kan grovt reduserast til 5 underliggande komponentar (heretter omtalt som «idealsett») som kvar er høgt internt korrelert med svar på 3–4 ideal: spegling, oppleving, påverking, gransking og autonomi.

Det fyrste idealsettet, *spegling*, er fyrst og fremst knytt til tre haldnings-spørsmål: *formidle nøytralt det som skjer i samfunnet, objektivt formidle nyhende og informasjon og å spegle allmenne meningar*. Som vi ser i tabell 1, er dette òg ein type ideal som oftare vert nemnd som særskilt viktig av journalistar i dei større regionavisene og i magasinpressa, og sjeldnare av journalistar i NRK, VG/Dagbladet, andre riksaviser og fagpressa. Til



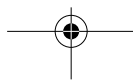
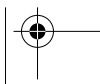
KAPITTEL 11

ein viss grad er idealet meir vanleg for kvinner enn for menn, vanlege NJ-medlemer framfor redaktørar, og eldre journalistar framfor yngre.

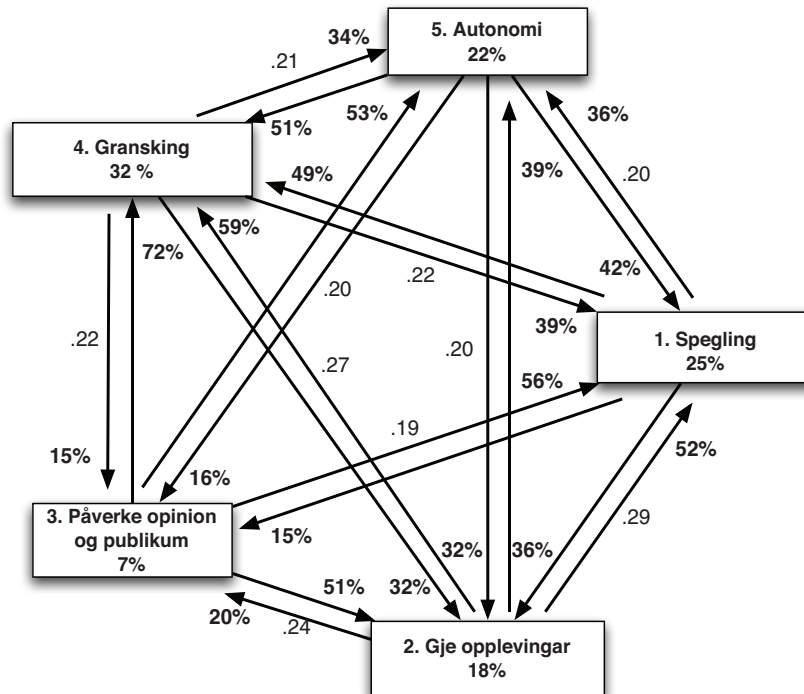
Det andre idealsettet, *gje oppleving* (*gje folk opplevingar, gje tidtrøyte, stimulere til nye tankar*), verkar oftare ha tilslutning hos journalistar i VG/Dagbladet, og dels og i regionavisene. Tidtrøyteidealet er likevel ikkje uventa langt oftare vald av journalistar i magasin/vekeblad, og sjeldan i fagpressa. Derimot er det kanskje meir uventa at dette spesifikke idealet sjeldan er nemnt av journalistar i NRK og i anna kringkasting. Idealet om å stimulere er òg meir vanleg hos redaktørar og kvinnelege journalistar.

Det tredje idealsettet, *oppdra*, inkluderer ideal som historisk har vore viktige for partipressa (jf. Bjerkes kapittel) – *påverke opinionsutviklinga i samfunnet, oppdra publikum og påverke den politiske dagsorden*. Generelt sett er dette idealet sterkast hos journalistar i regionavisene og hos redaktørane, men berre idealet om å påverke opinionsutviklinga i samfunnet er klart meir vanleg hos dei eldre journalistane. Igjen, ikkje uventa er dagsorden-idealet svakast hos magasin/vekeblad og i fagpressa, og sterkast i den ordinære pressa. VG/Dagbladet-journalistane er her interessante ved at dei kombinerer ei høg tilslutning til dagsorden-idealet med ei låg tilslutning til dei myndiggjerande ideala her (*oppdra publikum, påverke opinionen*).

Det fjerde idealsettet, *gransking*, kombinerer ideal om gransking av elitane (*granskar av samfunnets maktthavarar*) med ideal som tradisjonelt ofte er knytte til ideen om å vere ein forsvarar av «vanlege» folk (*la ulike grupper/aktørar sine synspunkt kome fram, hjelpe vanlege folk å kome til orde i debattar, kritisere urettvise i samfunnet*), og ligg slik nært Olof Peterssons kjende «journalisme»-omgrep: ideen om journalisten som ei «tredje klasse», som forsvarar enkeltmennesket mot maktmenneska sine overgrep (Petersson 1994). Igjen framstår journalistane i regionavisene som oftast samde i denne typen ideal, medan journalistar i rikspressa elles (spesielt i VG/Dagbladet) og i kringkasting utanom NRK ofte har høg tilslutning til idealet om gransking og kritikk, men lågare tilslutning til dei meir deliberative ideala i idealsettet (*la ulike syn kome fram, hjelpe vanlege folk kome til orde*). Kritisere urettvise og gransking er og eit vanlegare ideal hos kvinner og yngre journalistar, medan gransking og å hjelpe vanlege folk kome til orde er meir vanleg hos redaktørar.



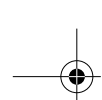
OPPDAGARAR, GRANSKARAR, SPEGLARAR OG AGNOSTIKARAR



Figur 11.1 Tilslutning til fem journalistiske idealsett. NJ- og NR-medlemer, 2005.

Figurforklaring: Prosentar i boksane andelen journalistar som har kryssa av for «svært samd» for alle¹⁴ ideala som inngår i nemnde komponentar, jf. PCA ovanfor. Prosentane langs pilene syner kor stor del av desse gruppene som også har gjeve full tilslutning til andre komponentar, og talet midt på linjene gjev korrelasjonen mellom to komponentar. T.d. finn vi slik at 25 % av journalistane har sagt seg svært samd i alle dei tre ideala som inngår i komponent 1, «Spegling» (formidle nøytralt det som skjer i samfunnet, objektivt formidle nyhende og informasjon, spegle allmenne meiningar). Samstundes ser me at 49 % av journalistane som gjev full tilslutning til komponent 1, også gjev full tilslutning til ideala knytte til gransking (komponent 4), og at korrelasjonen mellom desse to komponentane er 0.22. Logikken i figuren er modellert etter framstillinga i Weaver, Beam mfl. (2007:146).

Det siste idealsettet, *autonomi*, er knytt til ideal om journalistikken som uavhengig og ubunden (*seie sanninga utan omsyn til konsekvensane, stå fri frå alle interesser i samfunnet*). Komponentten inkluderer òg idealet om å enkelt forklare kompliserte hendingar, som ved fyrste augekast kan verke som eit urelatert (pedagogisk) ideal. Men også dette kan lesast inn i eit autonomiideal, nemleg som omhandlande journalistars rett til å fortolke og vere mellommenn andsynes mektige kjelders påstandar. Generelt er



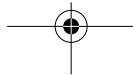
KAPITTEL 11

dette eit ideal som framstår vanlegare hos journalistar i regionaviser og i VG/Dagbladet, medan idealet om å seie sanninga uansett framstår vanlegare hos journalistar i dei andre riksavisene. Journalistar i ikkje-statleg kringkasting framstår med særskild låg tilslutning til dei to fyrstnemnde ideala i komponenten. Komponenten har høgare tilslutning hos menn, redaktørar og eldre journalistar.

Som figur 1 illustrerer, er desse komponentane/idealsetta i journalistane sine auge langt ifrå gjensidig ekskluderande, situasjonen framstår heller vere prega av ein relativt stor grad av pluralisme (eller pragmatisme). Semja verkar vere størst om gransking- og speglingskomponentane – der høvesvis 32 % og 25 % gjev full tilslutning til alle ideala i desse to komponentane, medan påverknadskomponenten sine ideal har lågast samla tilslutning (7 %). Det er likevel stor overlapping: T.d. gjev brorparten (72 %) av dei som gjev full tilslutning til påverknadskomponenten òg si fulle tilslutning til ideala knytte til granskingskomponenten (medan det omvende berre gjeld for 15 %). Dei fleste norske journalistar verkar slik ikkje ha problem med å heilhjarta støtte mange (og potensielt konfliktfulle) ideal samstundes.

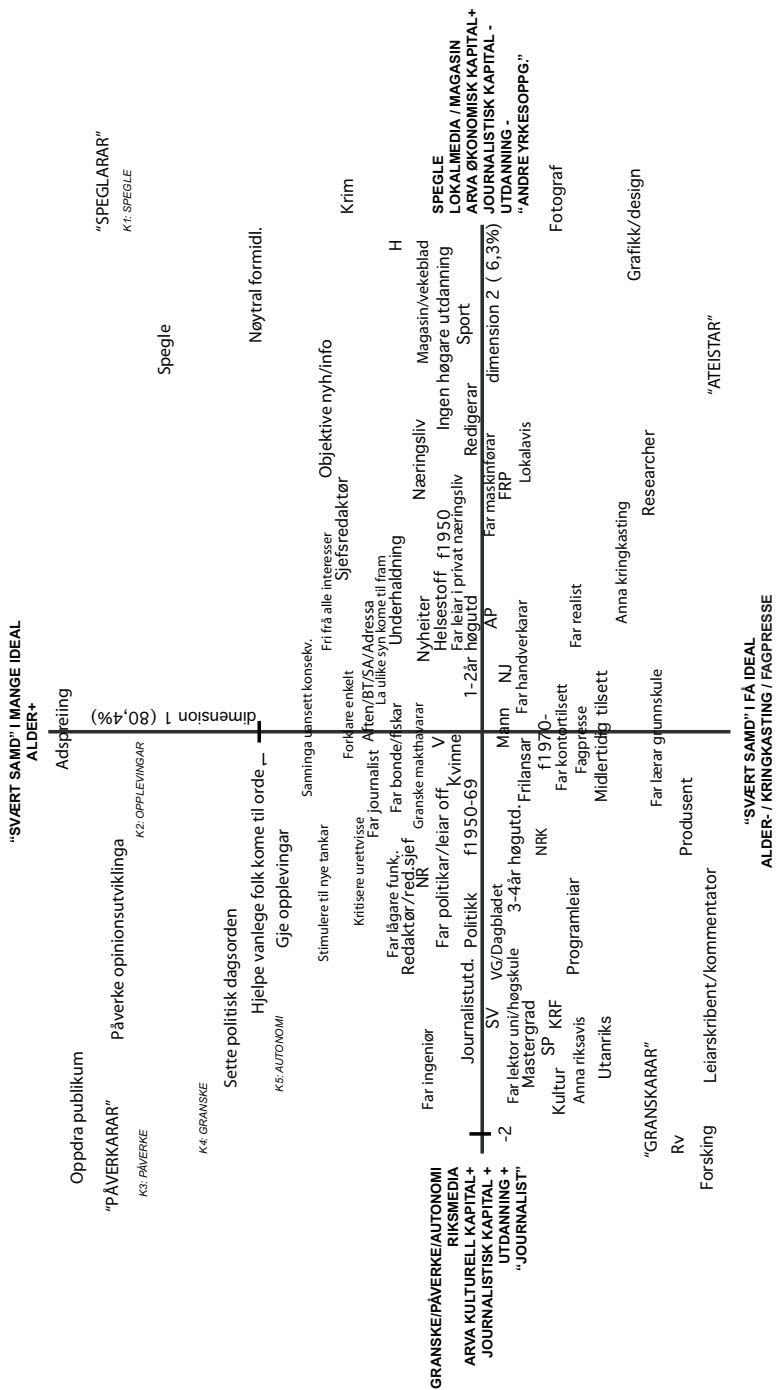
5 Oppdragarar, granskarar, speglarar og agnostikarar

Som «pluralismen» ovanfor illustrerer, tyder ikkje vår identifisering av *klynger av journalistiske yrkesideal* (idealsett) at *journalistar* utan vidare kan grupperast i tilsvarende klynger (som kvar hovudsakleg tilsluttar seg eitt av desse idealsetta, men ikkje dei andre). Derimot ymtar ein annan analyse om at journalistane grovt kan grupperast i fire klynger – «oppdragarar», «granskarar», «speglarar» og «agnostikarar», som kvar *kombinerer* desse idealsetta på særleine måtar. Denne analysen er gjort i to steg. For det fyrste er det gjort ein ny faktoranalyse (MCA) på dei same haldningsvariablane. For det andre er det gjort ein hybrid klyngeanalyse for å identifisere grupper, og desse klyngene er sidan projisert inn i det resulterande kartet i figur 2.





OPPDRAGARAR, GRANSKARAR, SPEGLARAR OG AGNOSTIKARAR



Figur 11.2 Rommet av journalistiske ideal. MCA, akse 1 og 2. NJ- og NR-medlemmer 2005.¹⁵ Multippel korrespondanseanalyse (Burt/standard-normalisering), N= 1017. Forklart inertia for akse 1-4: .0375 (81%), .0028 (6%), .0005 (1%), og .0001 (0.3%). 16 yrkesideal (dikotomiserte «svært samd»=1, andre svar =0)¹⁶ er aktive punkt, alle andre kategoriar er passive punkt (som ikkje påverkar konstruksjonen av rommet). K1-K5 er dei føregående komponentane frå PCA-analysen i tabell 3.

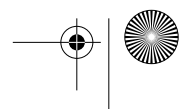
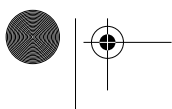


KAPITTEL 11

Korrespondanseanalysen skildrar to underliggande dimensjonar som skil journalistane i deira svar på yrkesideala: for det fyrste ein generell tendens til å krysse seg av som svært samd i *få versus fleire ideal* for journalistar (akse 1, botn–topp), for det andre, ein meir komplisert opposisjon (akse 2, horisontal) som skil journalistane ikkje ulikt Johnstone mfl. (1976) sitt nemnde skilje mellom eit deltakande og eit nøytralt ideal, mellom tilslutning til ulike typar *intervenerande* ideal (kritisere/stimulere/påverke/granske makthavarar) versus meir *registrerande og faktaformidlande ideal* for journalistikken (nøytral rapportering / objektiv formidlar / spegle samfunnet). Analysen viser slik òg at det sentrale skiljet mellom idealsetta går mellom *påverking, gransking og autonomi* kontra *spegling (oppleving framstår derimot vere eit idealsett der variasjon fyrst og fremst er knytt til andreaksen og slik ein annan logikk)*.

Studerer ein desse tendensane i høve andre variablar, finn vi at dei som kryssar av færre ideal som svært viktige, oftare er svært unge (og kvinner), med kort fartstid som journalistar, medan eldre journalistar (og spesielt dei med redaksjonelt ansvar) oftare seier seg svært samde i fleire ideal. For opposisjonen mellom *intervenerande/registrerande* ideal, finn vi at dei som har ein tendens å plassere seg i retning av førnemnde ideal, oftare er yngre og/eller har ei statleg journalistutdanning eller mastergrad, medan det meir *registrerande* idealet står sterkare hos journalistar med mindre tradisjonelt journalistiske arbeidsoppgåver (som fotografar og grafiske designarar), og det er vanlegare i kommersiell kringkasting, magasin og i mindre lokalaviser.

Klyngeanalysen (miksa klyngeanalyse / hierarkisk agglomerande klyngeanalyse¹⁷) tyder på at journalistane ut ifrå sine haldningar til ideala best kan grupperast i fire klynger¹⁸ som i all hovudsak fylgjer logikken til dei to aksane i den føregåande analysen. Både fyrste og andre klynge («*agnostikarar*» og «*granskarar*») er kjennemerka ved at dei har kryssa av få ideal som svært viktige, men skil seg grunnleggande ved at der «*agnostikarane*» i mindre grad uttrykker ei klar hierarkisering av journalistiske ideal (som kan tolkast som uttrykk for pluralisme, pragmatisme eller rett og slett ein variant av det Weber (1988) omtalte som «*religiøs umusikalitet*» andsynes dei rådande journalistiske ideala), er «*granskarane*» kjennemerka ved at samtlege har kryssa av granskings-



idealet som særskild viktig, men sjeldan andre ideal som svært viktige. Desse to klyngene skil seg frå klynge tre («speglarar») og fire («oppdragarar»), som begge har nemnt fleire ideal som svært viktige, men vektlegg ulike ideal som fylgjer hovudlogikken til andreaksen: der «speglarar» utmerkar seg med høgare tilslutning til objektivitets- og nøytralitets-ideal, seier «oppdragarane» seg oftare samde med deliberative ideal (oppdra publikum, stimulere publikum til nye tankar, hjelpe publikum å kome til orde) og politiske ideal (påverke den politiske dagsorden, påverke opinionsutviklinga). Der «speglarane» er kjennemerka av å skåre spesielt lågt på vakthund/demokrati-ideal, er «oppdragarane» derimot kjennemerka av å skåre spesielt lågt på «nøytrale fakta»-ideal. Desse fire klyngene har fire særmerkte profilar.

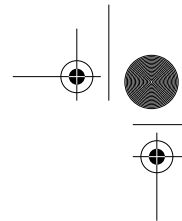
Tabell 4 Fire klynger av journalistar. Tilslutning til yrkesideal. NJ- og NR-medlemer 2005. % «Stemmer helt».

| | Oppdragarar | Granskarar | Speglarar | Agnostikarar |
|---|-------------|------------|-----------|--------------|
| Nøytral rapportør av hendingar | 58 | 8 | 79 | 30 |
| Objektivt formidle nyheiter og informasjon | 75 | 27 | 93 | 49 |
| Spegle allmenne meiningar/opinion | 51 | 7 | 68 | 8 |
| Gje folk opplevingar | 78 | 42 | 72 | 30 |
| Stimulere til nye tankar og idear | 92 | 56 | 79 | 31 |
| Kritisere urettferd i samfunnet | 90 | 69 | 81 | 30 |
| Gje tidtrøyte | 49 | 4 | 33 | 10 |
| Granskar av samfunnets maktthavarar | 98 | 99 | 98 | 6 |
| Stå fri frå alle interesser i samfunnet | 71 | 42 | 78 | 28 |
| La ulike grupper/aktørar sine synspunkt kome fram | 89 | 68 | 92 | 45 |
| Enkelt forklare kompliserte hendingar | 88 | 60 | 87 | 36 |
| Seie sanninga utan omsyn til konsekvensane | 58 | 28 | 39 | 16 |
| Hjelpe vanlege folk å kome til orde i debattar | 86 | 36 | 56 | 14 |
| Oppdra sitt publikum | 98 | 2 | 0 | 2 |
| Påverke opinionsutviklinga i samfunnet | 71 | 9 | 22 | 6 |
| Påverke den politiske dagsorden | 87 | 36 | 41 | 8 |



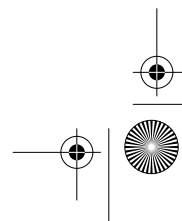
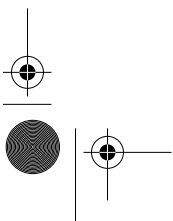
KAPITTEL 11

Oppdragarane (øvre venstre i figur 2) kombinerer deliberative og aktive politiske ideal for journalistikken med sosial og symbolsk dominans og ein høg tillit til dei journalistiske institusjonane. Dei er sjeldan blant dei yngste journalistgruppene, har ofte *høg kulturell kapital* (både i arva form, ved å oftare oppgje å ha foreldre med høgare utdanning og at desse ofte er interesserte i ulike former for legitim kultur, og gjennom sjølv ha gjennomført høgare utdanning innan humanistiske fag) og å ha posisjonar og kjennermerke prega av *journalistisk kapital*: Dei er meir trulege til å ha fått ein journalistpris, og dei er oftare å finne i landsdekkjande eller større regionale aviser, NRK sentralt og nyheitsbyrå (og mindre vanlege i den mindre lokalpressa og i anna kringkasting), meir vanlege blant *redaktørar* enn journalistar, og finst oftare arbeidande med *spesifikke saksfelt* enn som generalistar, og vanlegvis innan fagfelt av samfunnsfagleg eller humanistisk karakter (kultur, forskning, det offentlege osv.). Dei kombinerer ei sterk identifisering med feltet (*illusio*, jf. Bourdieu 2000:135) – dei seier t.d. oftare at dei kjenner seg som journalist eller at dei vert engasjert av debattar om journalistikk) – *med høg tillit til dei sentrale presseinstitusjonane* (PFU) og til *journalistikken som ei positiv kraft i samfunnet* (dei seier t.d. oftare seg samde i at mediemangfald bidreg til den demokratiske debatten, at den journalistiske etikken vert betre, at medias innverknad bør vere stor, og har høg tillit til den enkelte journalists vurderingsevner). Dei framstår både med ei *høg tiltru til utdanning* (både journalistisk utdanning og høgare utdanning innan sine saksfelt) som viktig for journalistar og med tydelege *karismatiske ideal* for journalistikken. Dei ser oftare journalistikken som eit «kall», og er meir trulege til å oppgje eigenskapar som nysgjerrigheit og kreativitet som viktige eigenskapar for journalistar. Deira syn på publikum kombinerer ein tillit til dei som ansvarlege og tolerante med ei frykt for massens behov for forenkling, og vanlege folks manglande forståing av kva som er god journalistikk og ikkje. *Politisk* er dei oftare frå moderat venstreside (SV, sjeldnare frå AP eller RV) og med liberale tilbøyeligheter (som t.d. ved å vere usamd i at likestilling eller inntektsutjamning har gått langt nok), og ynskjer sterke skilje mellom utøving av journalistikk og politikk (dei vektlegg politisk nøytralitet som ein viktig eigenskap og er skeptiske til at journalistar og kan ha politiske verv) med ei positiv haldning til staten som mediepolitisk aktør.



Speglarane (øvre høgre) deler med oppdragarane stor tillit til dei journalistiske institusjonane, den enkelte journalist, eit positivt syn på mediemangfaldets demokratiske verdi, ein tillit til publikum som ansvarlege og tolerante og ein sterk *illusio*. Deira relasjon til journalistikken framstår derimot vere av mindre karismatisk karakter: Dei er langt mindre trulege enn oppdragarane til å sjå journalistikken som eit kall eller nemne kreative eigenskapar som viktige, og meir trulege til å vektlegge yrket sin handverkskarakter. Dei har sjølv ofte ingen eller berre lågare høgare utdanning (og om dei har, er denne sjeldnare av humanistisk eller samfunnsfagleg karakter) og står oftare for ei form for journalistisk generalisme, ved at dei oftare er samde i at journalistar bør ha lik kompetanse og ideal for si verksemd, og at ein god journalist i praksis bør kunne kommentere kva som helst på kort varsel. Ikkje uventa arbeider speglarane sjeldan i spesialredaksjonar, men derimot oftare i lokalpresse og lokal kringkasting. Som oppdragarane er dei skeptiske til at journalistikk kan kombinert med politisk aktivitet og vektlegg politisk nøytralitet som ein viktig eigenskap, men dei framstår meir skeptiske til partia som medieeigarar og politisk noko meir mainstream (dei viser sjeldnare sympatiar til SV enn oppdragarane, men oftare til AP og Høgre). Dei skil seg og ved å vere meir negative til staten, både som medieeigarar og ved å vere oftare samde i at staten har for mykje makt.

Agnostikarane (nedre høgre) er ofte feltets «outsidarar», med arbeid utanfor den pressejournalistiske idealmodellen i både arbeidsfelt (foto-grafering, redigering, produsentar, designarar, motorjournalistar) og publikasjonar (vekeblad, kommersiell kringkasting), og dei er langt oftare frilansarar. Om den opplevde effekten vil variere med deira grad av identifisering med den journalistiske profesjonen, framstår dei ofte som både symbolsk og sosialt dominerte gjennom å ha bakgrunnar prega av låg arva kulturell kapital og har sjeldnare høgare utdanning sjølv, og har sjeldnare vunne journalistiske prisar eller hatt verv i journalistiske organisasjonar som NJ eller NR. Ikkje uventa er dei prega av ein svakare journalistisk illusio (dei er t.d. oftare usamde i at medias innverknad burde vere større), har sjeldnare kreative forestillingar om journalistyrket (som at kreativitet og nysgjerrigheit er viktige eigenskapar) og ofte låg tiltru til dei journalistiske institusjonane (spesielt PFU). Dei er oftare negative til tankar om





KAPITTEL 11

same grunnkompetanse eller ideal for alle journalistar, at alle journalistar bør ha journalistutdanning eller at alle journalistar bør kunne kommentere alle typar saker på kort varsel. Trass i å vere skeptiske til både stat og parti som medieeigarar har dei sjeldnare motforestillingar til at journalistikk kan kombinerast med politiske verv, eller at politikarar får tale uimotsagt til publikum. Gruppa har og den mest gjennomsnittlege partipolitiske profilen av alle klyngene. Det er også i snitt den eldste klynga, og klynga med den sterkaste overvekt av menn.

Granskarane (nedre venstre) deler med oppdragarane ein privilegert sosial habitus (ved å oftare ha foreldre med høg utdanning og kulturell kapital), men ved sin unge alder har dei ikkje same kjennemerke av journalistisk kapital. Derimot framstår dei som feltets symbolske arvingar ved å oftare enn andre journalistar på sin alder ha høgare utdanning (spesielt journalistutdanning og andre samfunnsfag), og å vere oftare tilknytt arbeidsstader og spesialiseringar assosierte med høg journalistisk kapital. Dei arbeider noko oftare i fagpressa, i dei største regionavisene (BT/Aftenposten/Adressa/Stavanger Aftenblad) og i nasjonale (symbolsk ofte tunge) nisjeaviser som Dagens Næringsliv, Klassekampen og i nyheitsbyrå, og arbeider sjeldnare i kommersiell kringkasting eller magasinpressa. Her bør likevel merkast at granskarane er klynga med den minst tydelege profilen i høve arbeidsstad. Dei arbeider oftare i spesialredaksjonar (og i store redaksjonar) og med tema som politikk, næringsliv og økonomi. I forhold til speglarane og oppdragarane er granskarane derimot kjennemerka med ein lågare illusio og lågare tillit til dei journalistiske institusjonane (som verkar ha samanheng med tida ein har vore i feltet), og deler med agnostikarane eit syn på kombinasjon av politisk og journalistisk verksemd som mindre problematisk enn oppdragarane og speglarane (truleg ein generasjonseffekt). Dei har og oftare journalistar til foreldre, stemmer oftare RV og er oftare oppvaksne i ein storby.

Det er slik mange parallellar mellom denne typologien og fleire av dei tidlegare drøfta typologiane frå andre land. På trass av det nemnde problemet med å samanlikne slike typologiar og underspelinga av dei mange skilnadene som er, framstår det likevel ikkje urimeleg å seie at dei skilnader vi har funne, ikkje framstår som unikt norske, sjølv om dei har ein norsk vri.



OPPDAGARAR, GRANSKARAR, SPEGLARAR OG AGNOSTIKARAR

Tabell 5 Fire klynger av journalistar. Utvalde kjennemerke. NJ-/NR-medlemer 2005. Prosent.

| | Oppdragarar | Granskarar | Spegjarar | Agnostikarar | Total |
|---|-------------|------------|-----------|--------------|-------|
| N= | 113 | 400 | 369 | 134 | 1016 |
| % | 11 | 39 | 36 | 13 | 1 |
| NRK Oslo | 10 | 11 | 9 | 10 | 10 |
| NRK Distrikt | 8 | 7 | 8 | 7 | 7 |
| TV 2 | 2 | 3 | 4 | 7 | 4 |
| Anna kringkasting | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| VG/Dagbladet | 10 | 9 | 7 | 7 | 8 |
| Anna landsdekkjande presse | 14 | 9 | 7 | 11 | 9 |
| Aften/BT/SA/Adressa | 4 | 6 | 5 | 7 | 6 |
| Stor lokalavis | 16 | 9 | 13 | 5 | 11 |
| Mindre lokalavis | 14 | 22 | 28 | 20 | 23 |
| Magasin/vekeblad | 5 | 5 | 8 | 10 | 7 |
| Fagpresse | 4 | 6 | 4 | 3 | 4 |
| Anna/uspesifisert | 11 | 8 | 4 | 8 | 7 |
| Journalist/reporter | 43 | 45 | 45 | 45 | 45 |
| Sjefredaktør / adm. direktør | 9 | 9 | 11 | 6 | 9 |
| Anna redaktør / kommentator | 25 | 21 | 16 | 15 | 19 |
| Anna type arbeidsleiar | 7 | 8 | 6 | 8 | 7 |
| Redigerar, fotograf, grafikk (design, research) | 4 | 8 | 13 | 16 | 10 |
| Anna | 12 | 9 | 9 | 10 | 10 |
| Kvinne | 28 | 36 | 34 | 36 | 34 |
| – 1950 | 17 | 12 | 18 | 21 | 16 |
| 1950–69 | 59 | 55 | 53 | 52 | 54 |
| 1970– | 24 | 34 | 30 | 27 | 30 |



KAPITTEL 11

Tabell 5 Fire klynger av journalistar. Utvalde kjennemerke. NJ-/NR-medlemer 2005. Prosent.

| | | | | | |
|----------------------------------|----|----|----|----|----|
| Inga høgare utdanning | 20 | 14 | 24 | 23 | 20 |
| 1–2 års høgare utdanning | 17 | 20 | 22 | 16 | 20 |
| 3–4 års høgare utdanning | 42 | 42 | 38 | 43 | 41 |
| 5 år+ høgare utdanning | 21 | 23 | 15 | 18 | 19 |
| | | | | | |
| Journalistutdanning | 30 | 36 | 29 | 28 | 32 |
| | | | | | |
| Far polititar / leiar offentlege | 7 | 8 | 6 | 2 | 6 |
| Far leiar privat næringsliv | 15 | 10 | 13 | 15 | 12 |
| Far realist, jurist, sivøkonom | 7 | 8 | 8 | 12 | 8 |
| Far lektor universitet/høgskule | 14 | 9 | 5 | 8 | 8 |
| Far ingeniør/tekn. | 11 | 8 | 7 | 7 | 8 |
| Far lærar | 3 | 9 | 4 | 8 | 6 |
| Far lågare funksjonær | 6 | 6 | 8 | 4 | 6 |
| Far journalist o.l. | 8 | 6 | 6 | 3 | 6 |
| Far bonde/fiskar | 6 | 9 | 7 | 8 | 8 |
| Far handverkar | 9 | 8 | 12 | 7 | 9 |
| Far ufaglært arbeidar | 6 | 7 | 11 | 11 | 9 |

6 Samfunnsoppdraget i det norske journalistiske feltet

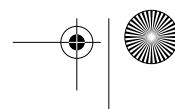
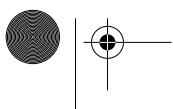
Eit interessant trekk ved fordelinga av tilslutninga til ulike journalistiske yrkesideal er at dei langt på veg fylgjer hovudlinjene i det norske journalistiske feltet (jf. Hovden 2008:137): Sjølv om fleire av dei mest unisont anerkjende ideala, som «å kritisere urettvise» grunna høg oppslutning varierer lite mellom gruppene, er hovudskilja mellom dei journalistiske ideala (horisontal akse, figur 2) nært knytt til ulik grad av anerkjenning i feltet – volumet av *journalistisk kapital*. Høg slik kapital er forbunde med tilslutning til ei *aktiv, kritisk og antagonistisk rolle* for journalistikken: å *granske* maktthavarar, *påverke* den politiske dagsorden, vere *fri frå alle interesser* og seie sanninga *uansett konsekvensane*, og med lågare journalistisk kapital minkar tilslutninga til slike utsegner, til fordel for ideal knytt til *objektivitet*, det å *spegle* samfunnet og det å gje publikum *tidtrøyte*.





Bakgrunnen for den ulike tilslutninga til ulike samfunnsoppdrag framstår som kompleks: Han er dels knytt til *profesjonelle* tilhøve, som kva publikasjonar og stoffområde journalisten arbeider innanfor (lokalaviser og magasin er t.d. kjennemerka med journalistar som har lågare symbolsk kapital enn snittet, økonomisk og nasjonalt/internasjonalt politisk stoff er knytt til høgare anerkjenning enn t.d. lokalt politisk stoff og krim). Samstundes har skilja òg ein klar *sosial* logikk, ikkje berre ved å vere relatert til kjønns- og aldersskilje, men òg skilje i utdanning og sosial bakgrunn. Tilslutninga til dei mest tradisjonelle og akta ideala innan samfunnsoppdraget er slik knytt til ein dobbelt privilegert posisjon, både i form av å inneha ein dominerande posisjon i feltet og det å ha ein dominerande sosial habitus. I desse parallellane – mellom ideala om *journalisten som ein deltakar eller ein tilskodar*, og skiljet mellom journalistisk ære og vanære, storbypresse kontra den journalistiske periferien, mellom høgare og lågare sosiale bakgrunnar osv. – ligg kimen til noko av forklaringa bak variasjonen i journalistane sine ulike haldningar til journalistiske ideal – og slik samfunnsoppdrag.

Analysen kan slik òg tene som ei påminning om at *verdsettinga* av dei ulike samfunnsoppdraga i det journalistiske feltet ikkje berre er knytt til ideala sine moralske verdi, men har parallellar til korleis kulturpreferansar sine sosiale verdi er knytt til sosiale skilje og kampar i det sosiale rommet (jf. Bourdieus analyse i *Distinksjonen* (1984)): Det som for både aktørar og utanforståande kan framstå som ein primært *moralsk* eller *etisk* strid (ein kamp mot «dårlige» eller «uprofesjonelle» haldningar) mellom journalistar knytt til samfunnsoppdraget er samstundes ein strid om *klassifikasjonar* i ein meir overgripande feltstrid om kven som er verdige og uverdige deltakarar (*nomos*), der interne og eksterne makttilhøve gjev journalistar ulike moglegheiter til å gjere «virtue out of necessity» og på denne måten konvertere sine eigne, «naturlege» disposisjonar og journalistiske kapital (som har ein ikkje uviktig økonomisk basis, jf. Hovden 2008:208) til ein moralsk kapital. Ikkje alle journalistar har slik same moglegheiter eller eigeninteresse av å leve det som i dei privilegerte sine auge er «aktverdige» journalistiske liv, slik Berthold Brecht (1967:172) på liknande vis gjer eit poeng ut av i *Det gode menneske frå Sezuan*: «Ingen kan vere gode menneske lenge, om godheita ikkje er etterspurd.»





Noter

- 1 For ei kort, norskspråkleg innføring til denne sosiologiske tradisjonen, sjå Fauske (2008). For nokre norske studiar av journalistar i denne tradisjonen, sjå Allern (1992), Ottosen (2004) og Bjerke (2009).
- 2 Magasin- og tidsskriftpressa, lokal- og regionalpressa, den nasjonale pressa, kringkasting og byråa (Charon 1991).
- 3 Typologiar av praksisar er oftast motivert av ei interesse for å gruppere mange variablar til færre, medan typologiar av individ derimot handlar om i kva grad ein meningsfullt kan gruppere personar i klynger som er internt homogene og eksternt heterogene. I journalistforskinga er fyrstnemnde type typologi vanlegvis motivert av eit ynske om å identifisere grovare, underliggende ideal for journalistane sine haldningssvar, medan sistnemnde type er meir interessant for å studere graden av pluralisme og fraksjonering i høve slike ideal.
- 4 *Skjutjärnet* («'Undersøkaren' er en annan tänkbar beteckning») «... første målsättning är alltid att bekämpa skurkar och avslöja missföihållanden ... sanningen är hans enda ledstjärna, och för att uppnå den skyr han inga medel ... [men] han undviker varje form av manipulering.» *Agitatorns* «mål är att påverka publiken ... [han] vill inte längre revolutionera samhället utan försvara allmänt demokratiska värden ... [han] använder sig av 'strategiske ritualer' ... Han väljer konsekvent intervjupersoner han sympatiserar med, han väljer ämnen och vinklingar efter sina sympatier ... 'Objektivitet finns inte' är hans favoritfras ... Han vet bättre än både sin publik och de flesta av sina kolleger, anser han med viss rätt.» *Handverkaren* «uppträder utåt med stor självsäkerhet. Journalistik är ett hantverk, säger han, och detta hantverk behärskar jag ... Hans målsättning är inte att påverka samhället utan att spegla det ... I grund och botten är han ödmjuk och anspråkslös.» (Thurén 1988:324–330)
- 5 Dei svenske journalistundersøkingane spør «Här följer ett antal påståenden om journalisters yrkesroll. Vilken är Din uppfattning om vart och ett av dem? En journalist bör betrakte sig som ...», medan Weaver og Wilhoit spør «I'd like now to ask you how important you think a number of things are that the media do or try to do today. For example, how important is it for the news media to...». Frå surveyforskinga er det velkjent at svar på slike generelle haldningsspørsmål er svært sårbare for små påverknader, inkludert den føregående tematikken i spørjeskjemaet, det rådande mediebialet og små justeringar i ordvalet i spørsmål og svar kategoriar (jf. Dillman 2000:79–148; Foddy 1993).
- 6 Der den svenske journalistundersøkinga t.d. har eit spørsmål om «... en granskare av samhällets makthavare», spør Weaver & Wilhoit derimot om viktigheita av å «Be an adversary of public officials by being constantly sceptical of their actions» og «Investigate claims and statements made by the government». Om det svenske spørsmålet røyver ved noko av den same problematikken, vektlegg det openbart andre ting enn dei to spørsmåla til amerikanske journalistar.
- 7 Illustrerande her er òg eit nyleg faktoranalytisk forsøk av Jenny Wiik (2010:89) på å lage ein typologi av svenske journalistar, ut ifrå same variablar som Melin-Higgins nytta, men for perioden 1989–2005. Nokså ulik Melin-Higgins typologi fann Wiik fire «dimensjonar av journalistisk identitet»: 1) scrutiny/explanation (gransking/forklare/la ulike opinionar kome fram), 2) autonomy (objektivitet/nøytralitet/spegle samfunnet), 3) audience orientation (stimulere til nye tankar/gje tidtrøyte/gje opplevingar) og 4) public sphere (påverke allmenn opinion/vere talerør for den lokale opinionen).
- 8 På eit liknande spørsmål i 2005 rangerte svenske journalister nokså likt: 80 % sa seg svært samd i idealet om å vere «granskare av samhällets makthavare», 76 % i «förklara komplicerande händelser», 51 % i å «stimulera nya tankar och idéer», 45 % i å «kritisere samhällets

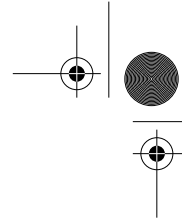




OPPDAGARAR, GRANSKARAR, SPEGLARAR OG AGNOSTIKARAR

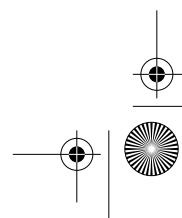
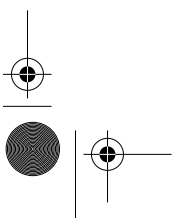
- orättvisor», 42 % i å «ge människor nya upplevelser», 33 % i å vere ein «neutral rapportör av det som sker» og 19 % i å «spegla den allmänna opinionen» (Wiik 2007:79).
- 9 Det opphavlege skjemaet inneheldt 20 spørsmål om yrkesideal. Tre spørsmål om «å vere eit korrektiv» til høvesvis politikarar, næringslivsfolk og vitskapsfolk sine påstandar vart ekskluderte pga. redundans, då dei har svært høg korrelasjon både innbyrdes og med spørsmålet om å «granske makthavarar». Spørsmålet om å «bidra til at bedriften en jobber for går økonomisk godt» vart til slutt ekskludert av di det framstår vere ein litt annan type spørsmål enn dei andre (ikkje uventa er redaktørane spesielt ofte samde i dette idealet). Det er likevel ikkje urimeleg å sjå dette som del av eit sjettede idealsett.
- 10 Merk at det kan vere fleire årsaker til samvariasjon mellom to slike haldningsspørsmål. Det kan skuldast at spørsmåla vert oppfatta som dels uttrykk for det same underliggande idealet (der slektskapen kan vere meir eller mindre laus, parallelt med biologiens skilje mellom genus, familie, orden, klasse etc.). Men det kan òg vere utslag av *sosial klassifisering* ved at journalistar grupperer saman ideal som er ulike, men som likevel høyrer saman i ein spesifikk journalistisk arbeidssituasjon/livsstil.
- 11 Ein vanlegare omgrepsbruk (jf. t.d. Weaver mfl. 2007:141) ville vere å kalle dette journalistiske «funksjonar», eit strukturfunksjonalistisk perspektiv på journalistikken introdusert av Lasswell (1953), òg som framleis framstår som det dominerande perspektivet på offentlege drøftingar av norsk presse (sjå t.d. Kulturdepartementet 2001). Eit slik perspektiv på journalistikken er likevel problematisk med sin innebygde normativitet, og har med rette vorte sterkt kritisert, jf. t.d. Allern (2001:89) og Schudson (1991:156). Ein meir generell kritikk av funksjonalistiske forklaringar er gjeve av Elster (1982).
- 12 PCA og multippel korrespondanseanalyse(MCA) er begge variantar av faktoranalyse, som freistar å identifisere nokre få variablar (aksar i MCA, komponentar i PCA) som oppsummerer brorparten av kovariansen i ei matrise. Akse/komponent 1 er den variabelen som forklarar mest, akse/komponent 2 er den som forklarar mest av kovariansen som ikkje er forklart av akse/komponent 1 osv. Om slike analysar ofte berre lukkast forklare ein brorpart av variansen i komplekse tabellar, er dei til gjengjeld gode til å trekke ut dei sentrale strukturane (Le Roux og Rouanet 2004).
- 13 Merk at bruk av PCA på ordinale variablar dels bryt med ein av metodens føresetnader ved å handsame desse som ein høvetalsvariabel, men at dette ikkje er ein uvanleg framgangsmåte, jamfør t.d. Manly (2005).
- 14 Merk at komponent 4 («Gransking») inneheld 4 variablar og dei andre variablane berre 3. Dersom ein reknar berre ut ifrå tilslutning til dei tre fyrste variablane i komponenten, ville 39 % av journalistane plassere seg i gruppe 4.
- 15 Kategoriane vist i figur 2 er signifikante ut ifrå *student's t-test* for avstand mellom ein kategori og ein akse (Le Roux & Rouanet 2004:311–312, 385–317).
- 16 Dikotomisering av ein haldningsvariabel er sjølvsagt ei forenkling av nyansane i informantane sine svar. Merk likevel at framgangsmåten i dette tilfellet dels kan forsvarast ut ifrå at ein ikkje taper så mykje av variansen, då 80–99 % av informantane i kvart spørsmål har kryssa av for «stemmer heilt» eller «stemmer delvis». Den sentrale distinksjonen går slik mellom «stemmer heilt» og alle andre svaralternativ.
- 17 RECIP/SEMIS er ein særskild prosedyre for klyngeanalyse tilgjengeleg i statistikkprogrammet SPAD som kombinerer k-means klyngeanalyse og hierarkisk klyngeanalyse (Ward) ut ifrå individa sine ukvadrerte kji-avstandar for dei 10 fyrste aksane frå ein føregåande korrespondanseanalyse (CISIA 2009).
- 18 Total inertia .81, interklynge-inertia .27, ratio .37.





Litteratur

- Allern, S. (1992): *Kildenes makt: ytringsfrihetens politiske økonomi*. Oslo: Pax.
- Asp, K., (red.) (2007): *Den svenska journalistkåren*. Göteborg: Göteborgs universitet/JMG.
- Ball, A., Hanna, M. et al. (2004): «Becoming a journalist: motives, attitudes and aspirations of British journalism students». Communication and Media Research conference, Brazil, Unpublished.
- Bjerke, P. (2009): «Refleks eller refleksjon? En sosiologisk analyse av journalistisk profesjonsmoral». Volda/Oslo: Høgskulen i Volda/Universitetet i Oslo. Ph.D.
- Bjørnsen, G., Hovden, J.F. et al. (2007): «Journalists in the making.» *Journalism Practice* 1(3): 383–403.
- Bourdieu, P. (1984): *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bourdieu, P. (2000): *Pascalian Meditations*. London: Polity.
- Brecht, B. (1967): *Der gute Mensch von Sezuan. Dramen*. Berlin: Deutsche Buch-Gemeinschaft.
- Cassidy, W.P. (2007): «Online News Credibility: An Examination of the Perceptions of Newspaper Journalists». *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(2).
- Charon, J.-M. (1991): *La Presse en France*. Paris, Seuil.
- CISIA (2009): SPAD Reference Manuals. Saint-Mandé, Centre International de Statistique et d'Informatique Appliquées.
- Delano, A. og Henningham, J. (1995): *The News Breed: British Journalists in the 1990s*. London: The London Institute.
- Dillman, D.A. (2000): *Mail and Internet surveys: the tailored design method*. New York: Wiley.
- Elster, J. (1982): «The Case for Methodological Individualism». *Theory and Society* 11: 453–482.
- Fauske, H. (2008): Profesjonsforskningens faser og stridsspørsmål. I: A. Molander og L.I. Terum: *Profesjonsstudier*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Foddy, W. (1993): *Constructing questions for interviews and questionnaires*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hovden, J.F. (2006): «Mediefolk 2005. Metode- og tabellrapport». Upublisert manus.
- Hovden, J.F. (2008): «Profane and Sacred. A Study of the Norwegian Journalistic Field». Dr.polit.-avhandling. Institutt for informasjons- og medievitenskap. Universitetet i Bergen.
- Hovden, J.F., G. Bjørnsen, et al. (2009): «The Nordic Journalists of Tomorrow. An Exploration of First Year Journalism Students in Denmark, Finland, Norway and Sweden». *Nordicom Review* 30(1):137–153.
- Johnstone, J.W.C., E.J. Slawski et al. (1976): *The News people. A sociological portrait of American journalists and their work*. Urbana: University of Illinois Press.





- Kulturdepartementet (2001): «I ytringsfrihetens tjeneste. Mål og virkemidler i mediepolitikken». Kulturdepartementet. St.meld. nr. 57.
- Lasswell, H.D. (1953): *The Structure and Function of Communication in Society*. I: L. Bryson: *Communication of Ideas*. New York: Cooper Square Pub.
- Le Roux, B. og H. Rouanet (2004): *Geometric Data Analysis*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Le Roux, B., H. Rouanet et al. (2000): «The Geometric Analysis of Questionnaires: The Lesson of Bourdieu's La Distinction», *Bulletin de Méthodologie Sociologique*(65):5–15.
- Manly, B.F.J. (2005): *Cluster analysis. Multivariate Statistical Methods*. London: Chapman & Hall.
- Melin-Higgins, M. (1996a): «Female Educators and Male Craftsmen? The Professional Ideals among Swedish Journalists». *Nordicom Review*(1).
- Melin-Higgins, M. (1996b): *Pedagoger och spårhundar: en studie av svenska journalisters yrkesideal*. Göteborgs universitet.
- Ottosen, R. (2004): *I journalistikkens grenseland. Journalistrollen mellom marked og idealer*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Petersson, O. (1994): «Journalistene som klass, Journalismen som ideologi». I: Edvardsen og T. Steen: *Media og samfunnsstyring*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Schudson, M. (1991): «The Sociology of News Production Revisited». I: Curran, J. og M. Gurevitch *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold.
- Thurén, T. (1988): *Ljusets riddare och djävulens advokater: en bok om den journalistiska yrkesrollen*. Stockholm: Tiden.
- Weaver, D.H. (2007): *The American journalist in the 21st century: U.S. news people at the dawn of a new millennium*. Mahwah, N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Weaver, D.H. og G.C. Wilhoit (1986): *The American journalist: a portrait of U.S. news people and their work*. Bloomington: Indiana University Press.
- Weaver, D.H. og G.C. Wilhoit (1996): *The American Journalist in the 1990s*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Weaver, D.H. og W. Wu (red.) (1998): *The global journalist*. New Jersey, Hampton Press.
- Weber, M. (1988): *Die Wirtschaftsethik der Weltreligionen. Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie I*. Tübingen: Mohr.
- Weibull, L. (1991): *Svenska journalister: ett grupporträtt*. Stockholm: Tidens förlag.
- Weischenberg, S., M. Malik et al. (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz, UVK.
- Wiik, J. (2007): *Granskingsidealet. Den svenska journalistkåren*. K. Asp. Göteborg, JMG.
- Wiik, J. (2010): «Journalism in transition. The Professional Identity of Swedish Journalists». *Dep. of Journalism Media and Communication*. PhD-avhandling. Göteborgs universitet.
- Windal, S. (1975): *Professionella kommunikatörer – en explorativ studie*. Lund: Studentlitteratur.