

**Institutt for informasjons- og  
medievitenskap**



**Masteravhandling**

**2022**

**«Pressen svarer på kritikk – en ny tid for norsk  
mediedebatt?»**

## Sammendrag

I lys av en økende mistillit til nyhetsmediene i flere land og bruk av mediekritikk som et politisk grep i valgkampanjer gjennom blant annet politikere som Donald Trump, står mediene i dag overfor en rekke utfordringer med å opprettholde troverdighet. Hvordan journalister opptrer i møte med kritikken de mottar er sentral for å forstå hvordan mediene i dag håndterer et kritisk debattklima. Det er på tide å studere medienes respons.

Journalister blir av både medieforskere og kritikere i den offentlige debatten beskrevet som arrogante og selvsikre med en liten evne til å ta innover seg kritikken de møter. Ved bruk av en kvalitativ analyse av debattinnlegg skrevet av norske journalister vil studien gi et innblikk i hvordan den norske pressen i dag svarer på kritikk fra utenforstående aktører. Studien tar utgangspunkt i fire aktuelle debatter som viser til ulike utfordringer pressen står overfor; falske nyheter i pressen, «venstrevridd» presse, skandalehåndtering og til slutt bruk av clickbait. Dette gir grunnlag for å identifisere 10 forskjellige kategorier med forsvarsstrategier benyttet av norske journalister. Forsvarsstrategiene viser et bredt spekter av ulike måter å respondere på fra aksept til avvisning og personangrep. Studien foreslår måter å forstå forsvar fra mediene med funn av nye strategier, perspektiver på strategier identifisert i tidligere studier og forslag for videre forskning på feltet. Dette er et utgangspunkt for å studere hvordan mediedebatten ser ut også på andre plattformer.

## Forord

Jeg gikk mine første skritt opp mot høyden i Bergen med håp, forventinger og et bankende hjerte.

Når jeg nå lever min masteroppgave, vil jeg benytte anledningen til å takke de jeg har møtt på veien av Universitetets ansatte og mine medstudenter som har inspirert og engasjert meg gjennom 5 år.

En ekstra stor takk til min veileder Martin Eide som har bidratt med sin lange erfaring, faglige kompetanse og kloke innvendinger. Martin beholdt troen når jeg selv begynte å tvile på prosjektet. Det har vært en glede å samarbeide med deg.

Til slutt vil jeg takke Hallvard, mamma, pappa, Vegard og Runar for at dere trodde på meg gjennom disse årene. Deres støtte har betydd alt.

Vilde Ellingsberg

Bergen, mai 2022.

# INNHold

Sammendrag .....	2
Forord.....	3
<b>Introduksjon.....</b>	<b>6</b>
Problemstilling.....	6
Bakgrunn og motivasjon.....	7
Begrepsavklaring .....	8
Disposisjon.....	9
<b>Kapittel 1: Perspektiver .....</b>	<b>10</b>
1.1 Journalistiske idealer og profesjonalisering.....	10
1.2 Fem profesjonsidealene.....	11
1.3 Særegen norsk rolleforståelse .....	13
1.4 Samfunnskontrakten .....	15
<b>Kapittel 2: Mediedebatt.....</b>	<b>18</b>
2.1 Samfunnskontrakten i møte med kritikk.....	18
2.2 Typer mediekritikk .....	19
2.3 Perspektiver på pressens møte med kritikk.....	23
<b>Kapittel 3: Metode .....</b>	<b>24</b>
3.1 Metodisk tilnærming.....	24
3.2 Forskningsspørsmål .....	28
3.3 Valg av case .....	28
3.5 Gjennomføring.....	32
3.7 Tidligere forskning .....	34
3.8 Vurderinger.....	37
<b>Kapittel 4: Analyse.....</b>	<b>39</b>
CASE 1: Falske nyheter i mediene .....	39
Bakgrunn og premisser .....	39
Kritikernes argumenter .....	40

Pressens forsvar .....	43
CASE 2: Venstrevridd media .....	52
Bakgrunn og premisser .....	52
Kritikernes argumenter .....	53
Pressens forsvar .....	55
CASE 3: Skandalehåndtering .....	62
Bakgrunn og premisser .....	62
Kritikernes argumenter .....	63
Pressens forsvar .....	65
CASE 4: Klikkagn .....	72
Bakgrunn og premisser .....	72
Kritikernes argumenter .....	73
Pressens forsvar .....	76
<b>Kapittel 6 Diskusjon .....</b>	<b>80</b>
Bruk av forsvarsstrategier i de fire debattene – Oversikt 1.2 .....	91
Forsvarsstrategiene i forhold til tidligere forskning – Oversikt 2.2.....	92
En ny tid for norsk mediedebatt? .....	93
Videre forskning .....	95
<b>Oppsummering og konklusjon .....</b>	<b>96</b>
Litteratur .....	98
Kilder til analysen.....	101

# Introduksjon

«**God motstand får deg til å tenke klarere**» - Slik oppsummerer «Årets redaktør» i 2021 Mari Skurdal for Klassekampen forholdet mellom avisen og kritikere (Stjern, 2021). Skurdals positive innstilling til kritikere står i sterk kontrast til tidligere medieforskere som Odd Raaums beskrivelse av en «alminnelig» forståelse av pressens opptreden i mediekritiske debatter som både «arrogant» og «hysterisk» (1986, s.42). I lys av det moderne demokratiets utvikling med nye debattarenaer og tilgang til meningsutveksling er vi nødt til å på nytt stille oss spørsmålet om hvordan den norske pressen responderer på kritikk. Er Skurdals optimisme et uttrykk for en ny tid for norsk mediedebatt, eller er det en nøye formulert PR-uttalelse fra en redaktør som akkurat har mottatt en gjev pris? Det er på tide å undersøke hvordan tilstanden til den norske mediedebatten er i dag: Hvordan svarer egentlig den norske pressen på kritikk?

## Problemstilling

I denne avhandlingen skal jeg undersøke **hvordan norske journalister i dag forsvarer seg mot kritikk fra utenforstående aktører**. Gjennom en kvalitativ tekstanalyse av pressefolks deltakelse i den offentlige debatten på redaksjonsstyrte medier, vil jeg undersøke hvordan journalister svarer på kritikken de mottar i fire aktuelle debatter: falske nyheter i pressen, venstrevridd presse, skandalehåndtering og bruk av clickbait. Dette er ment å gi innsikt i typiske former for respons, eller «forsvarsstrategier» som blir benyttet i forskjellige debatter. På den måten kan vi diskutere om det har skjedd et skifte i mediedebatten i Norge hvor journalister i dag er mer mottakelige for kritikk. Kan vi snakke om en ny tid for norsk mediedebatt?

## Bakgrunn og motivasjon

Så lenge mediene har eksistert, har det også vært kritikere til institusjonen. Mediekritikken har en viktig plass i offentligheten ved at den tvinger journalister og mediefolk til å svare for og diskutere ulike problemstillinger knyttet til deres virke. På den måten kan kunnskapen som ofte bare finnes inne i redaksjonslokalene (Eide, 2011, sidetall), bli delt med allmennheten for en større gjennomsiktighet og åpenhet. Mediekritikk er relevant både for samfunnsdebatten og for medieforskningen fordi den ofte bidrar til å bringe problemstillinger og spørsmål opp på dagsorden. Dette kan være spørsmål knyttet til universelle menneskerettigheter slik som ytringsfrihet og informasjonsfrihet, personlige og moralske spørsmål knyttet til etikk, beskyttelse av mennesker og så videre. Mediekritikken kan også ta for seg problematiske sider ved maktposisjoner, bransjeutvikling, økonomisk styring, profesjonelle koder, teknologi og en rekke andre spørsmål. Mediekritikk er derfor et svært aktuelt emne for forskning (Svensson, 1998, s.171).

I lys av en økt mistillit til journalister i flere land i vesten og en oppblomstring av flere politiske kampanjer rettet mot å kritisere mediene, er det i dag viktigere enn noen gang å undersøke hvordan journalistene responderer på kritikk (Panievsky, 2021, s.1-2). Dette for å kunne forstå hvordan pressen skal opprettholde tillit og legitimitet. Det er fordi responsen, eller forsvaret som jeg hovedsakelig vil omtale det som, er har blitt en sentral del av det daglige arbeidet for å ivareta sin posisjon og makt. Forskning på hvordan journalister responderer på kritikere som forsøker å diskreditere dem gjennom for eksempel anklager om falske nyheter er i dag et nokså ubevandret terreng (Panievsky, 2021, s. 4). I Norge påpeker også Tine Figenschou sier at dette er et felt som fortjener oppmerksomhet (2020, s. 85). Ved å studere mediekritikk og journalisters respons på den i Norge får vi som medieforskere en bredere forståelse av de utfordringer som journalistikken står overfor. Dette gjelder særlig i forhold til legitimitet, troverdighet og utviklingen av profesjonsnormer og verdier. Vi vil også kunne se nærmere på av hvordan pressens selvjustismekanismer og en profesjonell- og institusjonell «boundary keeping» fungerer for å ivareta autonomi og uavhengighet. Dette kan gi innsikt også utenfor den norske konteksten.

Problemstillingen i denne avhandlingen er aktuell for medieforskningen fordi kritikk mot media blir ofte rettet direkte mot journalistene (Oltedal, 2001, s. 13). Journalister blir stilt direkte ansvarlige både for personlige feil eller uttalelser, men også for større institusjonelle mekanismer og organisering. Dette kan for eksempel være journalister som blir kritisert for

bruk av klikkagn-overskrifter i avisen de jobber for, at de har hatt manglende på kunnskap knyttet til en sak de har skrevet eller ikke dekket saker som er av betydning for enkelte grupper. Det er derfor meningsfullt å analysere hvordan den enkelte journalist responderer på kritikk i den offentlige debatten.

## **Begrepsavklaring**

Denne avhandlingen tar utgangspunkt i et syn på pressen som en maktinstitusjon, som i likhet med de tre tradisjonelle maktinstitusjonene er avhengig av tillit og legitimitet fra folket. Legitimiteten gis gjennom en formalisert kontrakt med samfunnet, ofte omtalt som journalistikkens samfunnsoppdrag. Ansvar som ligger i samfunnsoppdraget, er stort og krevende. Hvordan et slikt ansvar forvaltes er derfor av betydning. De journalistiske profesjonsnormene peker mot en moralsk institusjon som er en forkjemper for sannheten, demokratiet og ytringsfrihet. Pressen skal være samtidsorientert, engasjert og ha respekt for leserne. Som arena skal pressen åpne for samtale og debatt om de viktige spørsmålene. De skal stille de kritiske spørsmålene, grave fram ny informasjon og legge til rette for en nyansert debatt.

I denne avhandlingen blir det spesielt to begreper vi må avklare; forsvar og kontrakt. Med *forsvar* viser jeg til den etymologiske forståelsen av ordet som «å svare for eller bære ansvaret for». Det er et begrep som i større grad enn andre lignende begreper som respondere eller svare viser til den retoriske situasjonen som blir analysert hvor mediene ikke bare mottar tilbakemeldinger, men også hard kritikk. Å forstå responsen journalistene kommer med som et forsvar er dermed hensiktsmessig i denne studien.

Når det gjelder *kontrakt* blir dette diskutert i henhold til ideen om pressens demokratiske rolle og ansvar i samfunnet, ofte beskrevet som et «oppdrag» eller en «kontrakt». Jeg har i denne avhandlingen valgt å forholde meg i all hovedsak til begrepet «kontrakt» når vi skal diskutere hva slags konsekvenser pressens opptreden i mediedebatten har for deres rolle. Det er fordi begrepet etter min vurdering bedre viser til de to sidene av relasjonen som spiller inn når vi skal snakke om mediekritikk, hvor vi har mediene på den ene siden og samfunnet på den andre. Begrepet kontrakt viser til en avtale mellom to eller flere parter som tillegger partene ansvar og rettigheter. I kontrakten ligger det forventninger knyttet til begge parter, som er relevant for forståelsen av relasjonen mellom mediene og samfunnet i mediedebatten.



## Disposisjon

Denne avhandlingen består av seks kapitler. De to første kapitlene etablerer de teoretiske rammene for avhandlingen som er av betydning for å kunne analysere den norske mediedebatten. Kapittel 1 består av en redegjørelse av idealer og normer for den profesjonelle journalistikken, hvordan journalistrollen blir oppfattet i Norge og samfunnskontraktens betydning for mediedebatter. Kapitlet er rettet mot å gi oss en innsikt i viktige profesjonelle idealer og den særegne norske rolleforståelsen. Dette gir oss en standard og begreper for å analysere pressens forsvar på kritikk.

I kapittel 2 vil jeg gjøre rede for mediedebatt som arena. Her vil jeg ta tak i hva slags rolle mediekritikk har, hvordan journalister oppfatter ulike typer mediekritikk og forklare forskjellen mellom det som kan kalles en destruktiv mediekritikk og en konstruktiv mediekritikk. Dette er viktig for å kunne forstå hvordan forsvarsstrategiene virker, og hva det er motivert av.

I kapittel 3 vil jeg redegjøre for den metodiske tilnærmingen som i dette prosjektet har vært å kombinere enkelte elementer fra ulike kvalitative tilnærminger. Jeg vil beskrive hvordan den metodiske tilnærmingen har blitt til for å finne en måte å analysere og kategorisere datamaterialet. Jeg vil forklare gjennomføringen og diskutere valg av kilder, datamateriale og hvilke avgrensninger og vurderinger som er gjort.

Kapittel 4 består av en analyse av de fire mediedebattene. Her vil jeg kort forklare ulike typer forsvar som dukker opp i debattene og vise til eksempler som illustrerer dette. Debattene som blir analysert har jeg valgt å omtale som;

- Case 1) Falske nyheter i mediene
- Case 2) Venstrevridde medier
- Case 3) Skandalehåndtering
- Case 4) Klikkagn

Casene belyser hvordan forskjellige typer mediekritikk provoserer fram en respons fra pressen. Pressens forsvarsstrategier gir oss innblikk i hvordan man forsøker å opprettholde tillit og posisjoner.

I kapittel 5 vil jeg diskutere de ulike funnene fra case-studiene. Her vil jeg først diskutere hvilken kritikk mediene mottar. Jeg vil videre forklare i hvilken grad enkelte typer forsvar kan dukke opp i forskjellige debatter, og hvordan de kan ta form på ulike måter. Dette vil jeg se opp mot tidligere forskning av hvordan journalister svarer på kritikk for å avdekke nye tolkninger, nye forsvarsstrategier og lignende kategorier fra ulike studier. Jeg vil bruke funnene fra studien for å argumentere for at det har skjedd en utvikling i den norske mediedebatten som gjør at vi må revurdere enkelte perspektiver av hvordan pressen møter kritikk.

Kapittel 6 består av en oppsummering og konklusjon.

## **Kapittel 1: Perspektiver**

### **1.1 Journalistiske idealer og profesjonalisering**

For å analysere journalistenes møte med kritikk, må vi først forstå hvilke idealer, normer og rolleforståelser som finnes blant journalister. Det er fordi journalisters profesjonelle identitet er knyttet til institusjonens normer og konvensjoner (Eide, 2011, s. 41). Vi kan si at normene og idealene former ikke bare det daglige journalistiske arbeidet, men også hvordan journalister oppfatter sitt ansvar og sin rolle i samfunnet (Pihl-Thingvad, 2015, s. 404). Det har betydning når vi skal forstå hva journalister gjør i møte med kritikk fra samfunnet. De journalistiske normene har blitt formet og reproduisert over tid. Dette har skapt et meningsfellesskap rundt hva som er journalistikkens oppgave og ikke minst hva det vil si å være en journalist (Deuze, 2005, s. 445). Vi kan dermed si at profesjonsidealene fungerer som «en sosial mekanisme som styrer deler av praksisen» (Bjerke, 2009, s.8). Disse idealene er dermed førende for hvordan den profesjonelle journalistikken er, og derfor også hvordan journalistikken bør forsvares. Det er derfor hensiktsmessig for en analyse av journalistenes opptreden i mediedebatter, at vi begynner med å undersøke profesjonsidealene. Vi får med dette både en standard og begreper for å analysere pressens respons og opptreden i mediedebatten.

Nettopp fordi journalistyrket ikke vurderes som en profesjon <sup>1</sup> på samme måte som andre samfunnsnyttige yrker, må journalister markere grenser for hva som er journalistikk og hva som ikke er det (Eide, 2011, s. 31). Dette gjøres ved å kommunisere et verdi- og normfelleskap. Verdifelleskapet gjør opp for det manglende profesjonsstemplett (Sjøvaag, 2012, s.73-74), fordi det gir journalistikken legitimitet. Enighet rundt idealer og normer er det som holder institusjonen sammen, og samtidig holder andre unna. Jeg vil nå derfor gjøre rede for noen av profesjonsidealene som har stor oppslutning blant journalister.

## 1.2 Fem profesjonsideal

Mark Deuze er en av teoretikerne som har forsøkt å oppsummere profesjonsnormer som har stor oppslutning <sup>2</sup>. Deuze lander på at det finnes særlig fem idealer som er typiske for moderne journalistikk. Han beskriver disse som; public service, objektivitet, autonomi, aktualitet og etikk. Dette er normer som Deuze hevder gir journalister en følelse av at deres arbeid har legitimitet og kredibilitet (2005, s.446).

**Public service** handler om at journalister jobber for å tjene samfunnet som formidlere av informasjon. Dette er et ideal som fremmer journalistikk som kunnskapsformidling og opplysning av borgerne. Gjennom journalistikk som er produsert med utgangspunkt i et public service ideal, skal samfunnet være trygg på at det finnes en fri flyt av sann og nyansert informasjon tilgjengelig for sine borgere (Harrison, 2019, s. 10). Ved hjelp av journalistenes arbeid skal borgerne dermed være bedre utstyrt til å ta selvstendige og informerte valg i sine liv. Public service-normen har sterk oppslutning blant journalister fordi den både forklarer hva journalistrollen innebærer og hvorfor deres arbeid er viktig (Deuze, 2005, s.447). Innenfor public service idealet finner vi også vaktbikkjerollen. Denne rollen blir i Norge beskrevet gjennom Vær-varsom plakatens punkt 1.4 som «det er pressens rett til å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold (1936). Ved å innebære to av de

---

<sup>1</sup> Når vi snakker om profesjonsideal for journalistikken, er dette med et perspektiv på journalistikk som en form for profesjon etter definisjonen en bestemt type yrke som anvender sin ekspertise til å utføre samfunnsnyttige tjenester.

<sup>2</sup> Innenfor journalistikken er det ikke konsensus rundt idealene. Tvert imot er det mange ulike forståelser og perspektiver blant journalister verden over om de ulike profesjonelle normene.

viktige funksjonene, altså informasjonsfunksjonen og vaktbikkjefunksjonen, er public service-idealet en av de sterkeste verdiene i journalistisk ideologi (Deuze, 2005, s. 447).

Idealet **Objektivitet** har en lang tradisjon innenfor journalistikken. Siden 1800-tallet har objektivitet blitt ansett som et av de grunnleggende prinsippene for journalistikk (Muñoz-Torres, 2012, s. 567). Objektivitetsidealet handler om at journalistene skal skille mellom fakta og meninger, samt innebærer krav til presisjon, sannhet, uavhengighet og et nyansert og bredt utvalg kilder. Dette idealet baserer seg på en ide om at en nøytral og objektiv presse er det beste utgangspunktet for en mangfoldig og nyansert journalistikk. Ved å være objektiv vil pressen ikke være knyttet til et standpunkt eller perspektiv, men kunne gjøre sitt arbeid på en rettferdig måte som gir institusjonen legitimitet og troverdighet (Deuze, 2005, s. 448). Det er et relevant spørsmål for pressens legitimitet om hvorvidt publikum oppfatter de som nøytrale eller partiske. Det er fordi legitimeringen av pressens makt «virker mer effektivt dersom folk tror at mediet er nøytralt, enn når de oppdager at det er partisk» (Schwebs og Østbye, 2017, s.232).

**Autonomi** handler om at pressen skal ha en selvstendig og upartisk rolle hvor de har kontroll over sin egen virksomhet. Journalistisk autonomi blir ofte vurdert ut fra relasjon mellom pressen og staten (Sjøvaag, 2013, s. 163). Dette idealet innebærer blant annet tanken om at god journalistikk må være fri fra sensur og kontroll fra myndigheter, kommersielle markedskrefter og andre utenforstående aktører (Deuze, 2005, s. 448). Dette idealet blir fremhevet som det første punktet i Vær Varsom-plakaten og beskrevet som «en uavhengig presse er en av de viktigste institusjonene innenfor det demokratiske samfunn» (Pressens faglige utvalg, 1936). Vi kan derfor si at autonomi henger sammen med pressefrihet, og er derfor både et profesjonsideal for pressen og en verdi for demokratiet.

**Aktualitet** handler om at journalister skal være opptatt av det som er relevant for samfunnet. Dette innebærer at man helst skal dekke det som skjer i øyeblikket. Vi ser eksempler på at dette idealet er viktig for norsk presse ved en massiv bruk av overskrifter som sier «akkurat nå» «SISTE» eller lignende. Aktualitetsidealet innebærer at journalister må ta kjappe avgjørelser og jobbe under det Deuze beskriver som «accelerated real-time» (2005, s.449). Aktualitet og høyt tempo er et karaktertrekk som kjennetegner journalistikken, og skiller den fra annen historiefortelling. Denne normen forklarer prioriteringer og valg som tas, og hvorfor det oppstår en jakt på den siste og ferskeste informasjonen.

Den siste profesjonsnormen Deuze snakker om er *etikk*. Denne normen handler om at journalister har en etisk bevissthet rundt sitt arbeid. Selv om det er uenighet blant journalister om det skal finnes formelle etiske normer, er det likevel stor enighet om at etikk er en del av journalistikken og med på legitimere journalisters samfunnsrolle (Deuze, 2005, s. 449). I Norge har pressen formulert etiske regler for sitt arbeid gjennom Vær-varsom-plakaten, som gir en veiledende retning i ulike etiske dilemma som journalister står overfor. Plakaten er sentral i alle mediedebatter som handler om etikk.

De journalistiske profesjonsnormene viser en bevissthet rundt pressens ansvar, makt, påvirkning og funksjon i samfunnet. Det de imidlertid ikke gjør, er å forklare hvordan disse idealene blir tolket i praksis. For å kunne forstå det må vi også undersøke journalistenes rolleforståelse. Det er fordi den generelle oppfatningen av journalistikkens rolle vil prege hvordan man tolker og forholder seg til de journalistiske idealene. For eksempel vil en journalist som jobber i en kultur hvor hans rolle i samfunnet blir hovedsakelig ansett som en objektiv og nøytral vaktbikkje, vil idealene om objektivitet og autonomi spesielt sterkt. Vi skal nå derfor se hva som kjennetegner rolleforståelsen til den norske pressen.

### 1.3 Særegen norsk rolleforståelse

I en studie fra prosjektet Worlds of Journalism fant man at journalistrollen blir oppfattet forskjellig i ulike deler av verden. Hanitzsch mfl. delte disse rollene inn i fire kategorier; den overvåkende, den kollaborative, den intervensjonistiske og til slutt den forbrukerorienterte. Kategoriene viser til hovedtendensen i ulike kulturer, men det vil alltid være overlapp mellom de ulike forståelsene av journalistrollen.

- 1) Den *overvåkende* journalistrollen er særlig utbredt i vestlige, rike liberale demokratier. Her kjennetegnes journalistrollen ved at den har et sterkt uavhengighetsideal hvor det er viktig å overvåke makthaverne (Hanitzsch mfl., 2019, s.168). I disse kulturene står objektivitetsidealet spesielt sterkt. Dette er land som for eksempel USA.
- 2) Den *kollaborative* journalistrollen kjennetegnes som en rolle som i stor grad blir formet av myndighetene. Denne rollen er spesielt utbredt i Midtøsten og noen asiatiske land som Malaysia, Kina, Singapore og Thailand. Her har journalistene mindre frihet og autonomi. Journalistrollen blir kalt kollaborativ fordi journalistene i disse kulturene

samarbeider med myndighetene om å promotere deres politikk (Hanitzsch mfl., 2019, s.169).

- 3) Den *intervensjonistiske* journalistrollen kjennetegnes av at journalistene kan beskrives som aktivister for endringer i samfunnet. Journalistene i disse kulturene kjemper for bestemte ideologiske interesser som gjør at skillet mellom kommentarjournalistikk og faktabasert journalistikk er mindre tydelig, og også ansett som mindre viktig (Hanitzsch mfl., 2019, s.185).
- 4) Den *forbrukerorienterte* journalistrollen er en rolle som er svært utbredt i andre land i Nord-Europa, slik som Tyskland, Nederland, Østerrike og Island (Hanitzsch mfl., 2019, s.182). I disse kulturene blir publikum sett på som konsumenter, og journalistene rolle blir å veilede dem (Hanitzsch mfl., 2019, s.169). Journalistikken blir utformet etter det publikum viser interesse for.

Vi kan her se at den journalistiske rollen blir oppfattet nokså ulikt i forskjellige deler av verden, også innenfor landene i Europa. Vi må derfor analysere journalistikk og forsvar av journalistikk i lys av den kulturelle konteksten. Oversikten fra Worlds of Journalism-undersøkelsen plasserer den norske pressen midt mellom flere av kategoriene ovenfor. Norske journalister oppfatter at den overvåkende rollen, altså rollen som en uavhengig vaktbikkje som like viktig som den idealistiske aktivisten og rollen som forbrukerorienterte rådgivere (Hanitzsch mfl., 2019, s.182). Den kollaborative rollen er mindre tydelig enn de andre tre rolleforståelsene, men likevel absolutt til stede hos norske journalister.

Vi kan forstå dette som at den norske bransjen er ideologisk mangfoldig (Hornmoen og Steensen, 2021, s.23). Det gjør det spesielt interessant, men også utfordrende å studere hvordan norske journalister opptrer og svarer for seg i kritiske mediedebatter. Å studere den norske pressen er interessant fordi enkelte av rolleforståelsene har motstridene elementer. Den overvåkende rollen kan for eksempel stå i kontrast til den kollaborative rollen. Ved å gjøre en analyse av hvordan journalister responderer på kritikk får vi en mulighet til å få et innblikk i hvordan disse ulike rolleforståelsene fungerer sammen og hvordan de kommer til uttrykk gjennom mediedebatten. Det ideologiske mangfoldet betyr også at vi må ta noen forbehold i våre analyser av hvordan pressen i Norge fremmer ulike profesjonelle verdier i sin opptreden i mediedebatter. For denne studien vil dette si at alle argumenter som blir brukt når journalister responderer på kritikk, ikke nødvendigvis vil støttes av hele institusjonen.

## 1.4 Samfunnskontrakten

Nyhetsmediene har en dominerende rolle for informasjonsstrømmen og debatten som foregår i moderne samfunn. I tillegg til å være distributør av informasjon har mediene også en rolle i å formidle ideologi, holdninger, verdier og verdensforståelse. Denne rollen har blitt bundet inn i en ide om en kontrakt mellom samfunnet og mediene – et samfunnsoppdrag som gir mediene legitimitet, rettigheter og makt. I land med en korporativ pressemodell, slik som i Norge, kan vi si at pressen har en uformell institusjonalisert kontrakt med de politiske myndighetene (Bjerke, 2009, s. 46). Med dette mener man at mediene selv definerte sin samfunnsrolle og sitt ansvar. Dette har gradvis blitt akseptert at staten skal støtte opp om og verne (Bjerke, 2009, s. 5). Vi kan med andre ord si at pressens oppgaver er noe de selv definerer og formulerer, og at disse har blitt akseptert som en beskrivelse av pressens rolle i samfunnet (Raaum, 1986, s. 27).

For å kunne forstå kontrakten i forhold til mediedebatter er det hensiktsmessig å se relasjonen mellom pressen og samfunnet opp mot den politiske- og filosofiske forestillingen om en sosial kontrakt. Slik kan vi bedre forstå hva som legitimerer journalistikkens makt, rettigheter og plikter i samfunnet. Sosial kontraktsteori er en tradisjon hvor man tenker seg en avtale mellom staten på den ene siden og borgerne på den andre. Denne avtalen pålegger staten ansvar og plikter om å ta vare på sine borgere, i bytte mot makt og innflytelse over borgernes liv (Sjøvaag, 2010, s. 874-877). Vi kan se teorien opp mot ideen om pressens samfunnsoppdrag, fordi den fungerer på en liknende måte. Pressen har makt og innflytelse over den politiske dagsorden, meningsdannelsen, den offentlige samtale og informasjonen som distribueres i samfunnet. Pressen har også et ansvar om å positivt bidra til samfunnets demokratiske utvikling og ivaretagelse. Til gjengjeld får pressen økonomisk støtte, juridisk beskyttelse og tilgang på og innsyn i dokumenter og informasjon. Pressen får gjennom kontrakten også en moralsk opphevet rolle i samfunnet ved at det eksisterer en mer eller mindre etisk forpliktelse for andre aktører, institusjoner og organisasjoner til å stille opp på arrangementer i pressens regi.

Vi kan si at samfunnskontrakten omhandler minst to dimensjoner i relasjonen mellom pressen og samfunnet som har betydning for pressens møte med kritikk; samfunnsfunksjoner og tillit.

## *Samfunnsfunksjoner*

Den første dimensjonen av samfunnskontrakten som er av betydning for pressens møte med kritikk er hvordan kontrakten definerer pressens nytte. Vi kan si at samfunnskontrakten gjør at pressens ansees som en samfunnsnyttig aktør som leverer en tjeneste for samfunnet (Eide, 2011, s. 19). Denne forståelsen gjør at det blir sett på som verdifullt for samfunnet å ivareta institusjonen. For mediedebatt og mediekritikk er denne siden ved samfunnskontrakten viktig fordi det legger noen rammer hvor hva som aksepteres i den offentlige debatten og hva man tillater av mediekritikk. En taler må alltid tilpasse sitt budskap og uttrykksform etter situasjonen. I et samfunn hvor man anerkjenner pressens rolle, vil det sannsynligvis være mindre rom for kritikk og argumentasjon som angriper pressens rolle og legitimitet enn det vil være i samfunn hvor pressen har lavere status. Det er fordi kritikeren er nødt til å framstå rimelig og fornuftig i sine uttalelser for å bli hørt.

I Norge har pressen en høy status og tillit hos befolkningen. For studier av mediekritikk i Norge, vil vi være nødt til å analysere ut fra en sosial kontekst hvor pressen får blant annet legitimitet gjennom samfunnskontrakten. Det er min teori at vi mest sannsynlig finne kritikk av høyere kvalitet og en større respekt for journalister generelt i Norge sammenlignet med land hvor respekten og tilliten er lavere til journalister. For journalistenes opptreden vil også samfunnets holdning til pressen generelt påvirke når og hvordan man svarer på kritikk. Vi vil se eksempler på dette gjennom flere av forsvarsstrategiene.

Funksjonene som blir beskrevet i kontrakten omtaler man gjerne som informasjonsfunksjonen, vaktbikkjefunksjonen og arenafunksjonen. For å analysere mediernes respons på kritikk, er det spesielt relevant å kikke nærmere på arenafunksjonen.

Arenafunksjonen handler om at mediene aktivt skal tilrettelegge for debatt knyttet til viktige samfunnsspørsmål. Fordi mediene selv har en maktposisjon i samfunnet, er deres verdier og arbeidsmetoder viktige samfunnsspørsmål. Det er med andre ord av betydning for samfunnet hvordan pressen utfører sitt arbeid. Pressen må derfor gjennom arenafunksjonen åpne opp for meningsutveksling i forhold til sin egen praksis. Dette er noe som de fleste andre profesjoner ikke blir pålagt på samme måte. Dette er noe av det som skiller journalistikken fra andre profesjoner som ikke har samme type kontrakt med samfunnet.



## ***Tillit***

Som en maktutøver i samfunnet er mediene avhengig av tillit for å kunne opprettholde sin posisjon. Gjennom samfunnskontrakten kan vi si at mediene får legitimitet (Sjøvaag, 2018, s. 3) og en form for betinget tillit. Tilliten er betinget fordi den er avhengig av at pressen utviser ansvarlighet og god dømmekraft. Det er dermed pressens ansvar å vedlikeholde og bygge tillit og troverdighet. Å ha troverdighet og tillit hos folket er derfor et sentralt journalistisk mål og en overlevelsesstrategi (Blach-Ørsten og Burkal, 2014, s. 67). Dette er spesielt nødvendig når det er snakk om en maktinstitusjon som på mange måter formulerer sine egne retningslinjer og sitt eget «oppdrag». For pressen betyr dette at man må jobbe for å opprettholde et inntrykk av at man forvalter makten på en rettmessig måte.

Tillit er primært et sosiologisk fenomen som oppstår i relasjoner mellom mennesker. Harald Grimen beskriver tillit som «noen stoler på noen, med henblikk på noe» (2009, s. 13). Denne definisjonen av tillit er hjelpsom for å forstå dynamikken mellom mediene og mediens publikum, fordi den viser til at tillit er betinget og situasjonsavhengig<sup>3</sup>. Tillit for pressen handler om mer enn deres omdømme. Det er som Sjøvaag sier, «en forutsetning for hele det journalistiske virket (2012, s. 75). Tillitsbygging er en kontinuerlig prosess for pressen. Den skjer på flere nivå som blant annet gjennom det daglige arbeidet, men også gjennom mediens opptreden i offentligheten. For Matt Carlson er mediens deltakelse i den offentlige samtalen rundt journalistikk en spesielt viktig for å ivareta legitimitet. Det er fordi institusjonens autoritet i samfunnet er avhengig av et kontinuerlig forsvar av journalistens rett og til å bli lyttet til (2017, s. 78). Hvordan journalister responderer og forsvare seg mot kritikk har betydning for deres tillit i samfunnet, og dermed også deres maktposisjon.

---

<sup>3</sup> Når vi snakker om tillit til mediene, snakker vi om at publikum stoler på mediene med henblikk på at det de skriver og gjør er innenfor etiske, moralske og profesjonelle rammer, men det er ikke slik at man har klare definisjoner for nøyaktig hvordan dette skal foregå.

## Kapittel 2: Mediedebatt

### 2.1 Samfunnskontrakten i møte med kritikk

I forrige kapittel så vi hvordan samfunnskontrakten på flere måter definerer hva slags posisjon mediene har, og dermed også setter rammer for den offentlige mediedebatten. I forståelsen av kontraktbegrepet ligger det som tidligere nevnt, forventninger, ansvar og plikter hos begge parter. Normalt sett ville det være sanksjoner knyttet til det å ikke innfri de pliktene som ligger i en kontrakt. For relasjonen mellom pressen og samfunnet er det imidlertid ikke helt slik. Partene blir ikke holdt ansvarlig på samme måte gjennom pressens samfunnskontrakt som de andre tradisjonelle maktinstitusjonene (Sjøvaag, 2018, s. 7). I Norge er det kulturelt, moralsk og juridisk sett problematisk for staten og samfunnet ellers å gripe inn dersom pressen ikke oppfyller forventningene som ligger i kontrakten. Det er med andre ord vanskelig å se for seg at godene som kommer gjennom kontrakten, derav pressestøtte, trykkefrihet og maktposisjon, vil kunne opphøre på bakgrunn av pressens «kontraktsbrudd». Pressen kan derfor mer eller mindre fritt publisere nyhetssaker som ikke lever opp til forventningene om deres samfunnsrolle ved å for eksempel ikke være informative, samfunnsnyttige eller inneholde feil. På grunn av denne utfordringen er nettopp kritikk mot mediene med på å holde dem ansvarlige.

Fredrik Stiernstedt definerer mediekritikk som «den typ av kritik av mediernas innhåll, former och institutioner som framförs i offentligheten i syfte all förändra medierna» (2014, s.8). Vi kan se denne definisjonen opp mot samfunnskontrakten fordi vi kan forstå mediekritikk som en mekanisme for å opprettholde journalistisk ansvarlighet. Studier av mediekritikk tyder på at den fungerer slik (Cheruiyot, 2018, s. 1008). I et velfungerende demokrati er altså debatt rundt mediens ansvar, innflytelse og arbeidsmetoder med på å utvikle institusjonen. Mediekritikk kan derfor bli forstått som en sentral del av den pågående offentlige debatten blant pressefolk og samfunnet om deres rolle og funksjon i demokratiet. Dette er viktig med tanke på at samfunnet i de fleste land med en fri og uavhengig presse, har liten mulighet til å påvirke mediens arbeid. Mediekritikk i seg selv er derfor ikke bare en trussel fra utsiden ment for å svekke vaktbikkjens tillit. Det er også berikende for en institusjon som etter sin egen oppfatning lever for å tjene folket. Ved å åpne for en offentlig debatt om mediens praksis, metoder og normer kan vi stille journalister til ansvar dersom de opptrer uetisk eller begår store feil på samme måte som pressen stiller maktpersoner til ansvar når de begår feil.

Vi kan si at en offentlig debatt rundt mediernes arbeidsmetoder, idealer og lignende gjør at samfunnet kan holde speilet opp mot vaktbikkjen, og forsikre seg om at pressen fortsetter å leve opp til samfunnets forventninger av dem.

Når vi skal analysere hvordan journalister responderer på mediekritikk, må vi ta innover oss at det finnes mediekritikk av forskjellig art, fra forskjellige aktører og med forskjellig innhold (Svensson, 1998, s.172). Noen mediekritikere har en intensjon om å bidra til en positiv utvikling, mens andre kan synes å ha en mer fiendtlig innstilling. Vi må derfor skille mellom forskjellig type mediekritikk (Reid, 2020). Før vi går videre skal til å analysere den norske mediedebatten, skal vi først se på ulike typer mediekritikk og hvordan journalister typisk forholder seg til disse.

## **2.2 Typer mediekritikk**

Tine Figenschou beskriver et hovedskille mellom to typer mediekritikk: den konstruktive kritikken og den destruktive kritikken (2020, s. 85). Konstruktiv kritikk har som mål å forbedre og utvikle mediene til å være en mer demokratisk arena som tjener folket. Den konstruktive diskusjonen om mediene rolle er altså berikende. Den destruktive kritikken blir av Figenschou beskrevet som en «kynisk debatt som undergraver den grunnleggende tilliten til mediene som institusjon (2020, s.85). Destruktiv kritikk kan derfor beskrives som kritikk som skader mediernes legitimitet. Denne typen kritikk kan derfor være truende for pressen som institusjon. Når vi skal analysere mediekritikk og journalistenes respons må vi derfor skille mellom de ulike typene kritikk. Skillet mellom den destruktive og konstruktive kritikk kan være utfordrende å finne. Vi vil derfor se litt nærmere på ulike former for mediekritikk og journalisters oppfatninger av dem. I forsøk på å skille mellom konstruktiv og destruktiv mediekritikk har flere teoretikere forsøkt å lage kriterier for «kvalitet» hva gjelder mediekritikk. Flere har tatt til orde for at mediekritikere må presentere genuine forslag til forbedring av journalistikken for å kunne bli tatt på alvor. Mediekritikk av høy kvalitet blir beskrevet som konstruktiv, med bruk av et nøytralt språk og fakta (Cheruiyot, s. 1008).

David Cheruiyot forsøkte gjennom en kvalitativ studie å kartlegge hvilke oppfatninger og innstillinger journalister har til å motta kritikk. Han gjennomførte intervjuer med journalister i Kenya og Sør-Afrika hvor målet var å utfordre ideen om at mediekritikk fører til bedre

journalistikk, ved at mediefolk blir holdt ansvarlige dersom de ikke følger idealene for «god journalistikk». På bakgrunn av disse intervjuene identifiserte han fem typer mediekritikk som vi kan bruke for å kategorisere forskjellige uttalelser i den offentlige mediedebatten. Han beskriver de som følgende; «the offensive», «the unreasonable», «the unfounded», «the instructive» og til slutt «the analytical» (2018, s.1012). Jeg har oversatt disse til henholdsvis; 1) den støtende kritikken, 2) den urimelige kritikken, 3) den ubegrunnede kritikken, 4) den belærende kritikken og 5) den analyserende kritikken.

Cheruiyot fant at journalister responderer og forholder seg forskjellig til de ulike typene. Jeg vil nå gjøre rede for de ulike typene mediekritikk som fungerer som et rammeverk for å gjøre vurderinger av hvilke typer kritikk mediene mottar i Norge og hvordan de forholder seg ulikt til dem.

### *1) Den støtende kritikken*

I den første kategorien finner vi mediekritikk som inneholder krenkende beskyldninger og påstander. Dette inkluderer blant annet uttalelser som inneholder en uanstendig og upassende språkbruk med fornærmende bemerkninger. I den afrikanske studien til Cheruiyot var slike uttalelser ofte av rasistisk eller sexistisk karakter (2018, s. 1012-1013). Denne formen for kritikk retter seg i liten eller ingen grad mot den journalistiske praksisen, og synes å ha som hensikt å skade omdømmet til en journalist eller for å ydmyke og nedverdige han eller henne. Journalistene i Cheruiyots studie var naturlignok svært negative og avvisende til denne typen kritikk (2018, s. 1013). Fordi vi ikke kan si at denne typen mediekritikk kvalifiserer som et genuint og konstruktivt forslag om forbedring av journalistisk praksis, er slik mediekritikk en del av det vi kan kalle den konstruktive mediekritikken.

### *2) Den urimelige kritikken*

Den andre kategorien Cheruiyot snakker om er den urimelige kritikken. Denne er karakterisert av kyniske bemerkninger og latterliggjøring av journalistene (Cheruiyot, 2018, s. 1013). Her tar man i større grad opp problemstillinger og kritiske sider ved den journalistiske praksisen, men kritikken inneholder fremdeles aspekter av mangel på respekt for journalister som profesjonelle aktører (Cheruiyot, 2018, s. 1013). Eksempler som trekkes fram er uttalelser som anklager journalister for å være «uvitende», «idioter» eller lignende. Her har kritikerne ifølge journalistene mest fokus på det negative, og oppfattes gjerne som umulig å tilfredsstille

eller som at de «kritiserer for å kritisere» (Cheruiyot, 2018, s.1013). På grunn av dette var journalistene svært lite interessert i å delta i en debatt med kritikere som brukte denne formen.

Vi kan i likhet med den støtende kritikken, anse dette som mediekritikk av lavere kvalitet, og som mer destruktiv enn konstruktiv. Journalistenes avvisning av denne formen kan derfor sees på som hensiktsmessig, dersom man tenker på mediedebatt som et uttrykk for en respektfull deliberasjon og tilbakemelding om utvikling av institusjonen og dens praksis og idealer. Et viktig poeng er likevel at journalistene anså denne formen for mediekritikk, sammen med «den ubegrunnende» som den vanligste formen for kritikk pressen møter (Cheruiyot, 2018, s. 1012). Dette må vi ta med oss inn i forståelsen av pressens respons på kritikk fordi det lett å dra slutninger om at pressefolk i all hovedsak er avvisende til kritikk utenfra, dersom vi baserer våre analyser kun på journalistenes respons, uten å ta innover oss hva slags type mediekritikk de responderer på.

### *3) Den ubegrunnede kritikken*

Den tredje kategorien finner vi kritikk og uttalelser som ifølge journalister kan ha noe verdifullt ved seg ved at de synes å komme fra et mer konstruktivt og genuint sted. Grunnen til at de er «ubegrunnede» er at denne formen for kritikk er basert på løgn eller falske premisser (Cheruiyot, 2018, s. 1013). Dette kan for eksempel være at journalister blir anklaget for å ha mottatt penger eller andre goder for å vinkle en sak i noens favør, uten at kritikeren har noen håndfaste beviser for sine påstander. Det kan også være misinformerte uttalelser som kommer av at kritikeren ikke har satt seg godt nok inn i saken. Ifølge respondentene til Cheruiyot hadde slike kritikere ofte liten forståelse av bransjen og hvordan nyhetsprosessen foregår, og deres kommentarer ble dermed ansett av journalister til å være smålige eller overfladiske (2018, s. 1014).

### *4) Den instruerende kritikken*

Den instruerende kritikken er ifølge Cheruiyot sin studie en form for mediekritikk som journalister var mer mottakelige for (2018, s.1014). Den instruerende kritikken blir beskrevet som en faktabasert og informert form for mediekritikk som har som hensikt å være saklig. Denne formen peker ut spesifikke feil eller mangler ved nyhetsdekningen, og kan sees som en

form for anstendig kritikk som bidrar til en bredere forståelse av saker som har fått mangelfull dekning i pressen.

Ved min oversettelse av denne kategorien, altså fra «the instructive» til «den instruerende mediekritikken» kan jeg skape et skjevt inntrykk av hva denne formen for mediekritikk innebærer. Begrepet «instruerende» ofte har negative konnotasjoner til en mediekritikk som forsøker å instruere journalistene i hvordan de skal utføre sitt arbeid. Det er ikke slik denne formen for mediekritikk skal forstås. Den «instruerende kritikken» er bygget på en respekt for journalistikkens samfunnsrolle, og har som hensikt å påvirke institusjonen til å ta innover seg problematiske sider ved deres arbeid, og utvikle den i en bedre retning. Den instruerende kritikken er derfor viktig for den offentlige debatten om mediene.

Til tross for at denne formen for kritikk er positiv for demokratiet, og i stor grad blir ønsket velkommen av journalistene selv, er det likevel ikke slik at journalistene nødvendigvis tok den innover seg og endret atferd. Journalister kan dermed anerkjenne poenger og argumenter i denne formen for mediekritikk, uten at det har noen effekt på deres daglige arbeid. Noen av respondentene til Cheruiyot forklarte dette med at en del av kritikken ofte reiste institusjonelle spørsmål som var vanskelig å respondere på fra en enkelt journalist (2018, s. 1014).

##### *5) Den analytiske kritikken*

Den analytiske kritikken kan er en form for mediekritikk hvor kritikeren viste forståelse for den journalistiske praksisen og ble oppfattet som legitim og rettferdig av journalistene (Cheruiyot, 2018, s. 1015). Journalistene som Cheruiyot intervjuet i sin studie så på denne formen for kritikk som svært sjelden, og kom for det meste fra andre journalister eller personer med erfaring fra bransjen (2018, s.1015). Dette perspektivet deles også av Blanchard som sier at mediekritikere i enkelte tilfeller ikke tilfører debatten noen håndfaste forslag fordi deres kritikk er basert på et normativt ideal om hvordan journalistikken burde være, framfor en forståelse av hvordan det faktisk er (1998, s. 373). På den måten kan forslagene oppfattes som verken praktiske eller realistiske. Ved å motta kritikk fra personer med erfaring fra bransjen, unngår man i større grad denne problematikken. Det er dermed en rimelig grunn fra journalistenes side til å foretrekke denne type mediekritikk.

## 2.3 Perspektiver på pressens møte med kritikk

Vi har sett at gjennom samfunnskontrakten om mediens funksjon som arena, må de både legge til rette for og være åpne for kritikk rettet mot sin egen virksomhet. Svensson skriver at det er vanlig praksis for en virksomhet eller en bransje å håndtere kritikk fra utenforstående aktører bak lukkede dører (1998, s.181). Pressen står imidlertid ikke i denne posisjonen. De har ikke mulighet til å håndtere kritikken innad, men må møte den foran et publikum. Et publikum de både skal opprettholde tillit hos og tjene penger på. Spørsmålet blir da hvordan journalistene responderer på kritikk; Tar de kritikken på alvor eller avfeier de den?

Tine Figenschou sier at mediene har «tradisjonelt sett vært lite mottakelige for kritikk» (2020, s. 85). Dette perspektivet støttes av flere teoretikere. Kritikk fra aktører utenfor bransjen ofte blir avfeid med motkritikk fra pressen om at kritikeren ikke forstår journalistikkens praksis, prosesser og utfordringer (Reid, 2020). Cheruiyots studie antyder også at det finnes en motstand i den journalistiske stand for å motta kritikk og at journalister har en tendens til å foretrekke former for kritikk som krever at kritikeren har innsikt og erfaring fra bransjen selv. På den måten favoriserer man kritikk som

For den norske pressen gjorde Odd Raaum undersøkelser av utviklingen av den offentlige debatten rundt pressen. Han konkluderer med at pressen i løpet av 70- og 80-årene ble mindre føyelig overfor kritikk og press utenfra (Raaum, 1999, s.135). Grunnlaget for den konklusjonen var at pressens endringer av selvjustisapparatet gradvis ble mindre imøtekommende overfor eksterne kritikere. Han sier også at pressen i denne perioden etablerte normer for hvordan man skal diskutere presseinstitusjonen politisk. Dette skjedde blant annet gjennom at «pressens talsmenn utstyrte seg med mer raffinert argumentasjon når det gjaldt pressens oppgaver og rettigheter» (1999, s.137). I boken «Pressens tøyelige etikk: journalisters yrkesmoral og selvjustis» skriver Raaum at den norske pressen bruker tre ulike teknikker når de reagerer på kritikk. Han sier at pressen ofte forsøker å avlede debatten, relativisere fenomenet som kritiseres eller å forsøke å mistenkeliggjøre kritikeren (1986, s.42) Dette kan gjøres på ulike måter, men noen konkrete eksempler som Raaum nevner er at det er vanlig å stemple kritikk som et angrep på pressefriheten eller sammenligne norsk presse med pressen i andre land.

Reid påpeker også dette fenomenet med at pressen har en tendens til å anse all kritikk som et angrep (2020). På den måten blander man sammen konstruktiv kritikk og destruktiv mediekritikk som gjør det vanskelig å ha debatter om mediene. Reid påpeker også at det er en

grunn for at journalister kan reagere slik: pressen er i mange sammenhenger utsatt for angrep og det man kan beskrive som støtende, og ubegrunnet kritikk. Det er derfor naturlig at det finnes en viss motstand hos pressefolk i møte med kritikk. Reid advarer imidlertid om at pressen i for stor grad er avvisende til kritikk, og at det å bruke forsvar av pressefriheten som grunnlag for å være avvisende kan gå utover samfunnsansvaret (2020).

Disse perspektivene av hvordan den pressen opptrer i mediedebatter - hvor de gjemmer seg bak profesjonsidealer og avviser kritikk, er en helt annen historie enn det redaktør Mari Skurdal forteller. Hennes forståelse av hvordan norsk pressen som møter kritikk med et åpent sinn er derfor et interessant utgangspunkt for å vurdere om det har skjedd et skifte i den norske mediedebatten.

## **Kapittel 3: Metode**

### **3.1 Metodisk tilnærming**

Alle forskningsprosjekter må ha som formål å frambringe ny kunnskap, forståelse og innsikt (Østbye mfl. 2013, s. 33). Det er et viktig prinsipp for vitenskapen fordi alle forskningsbidrag bør ha en originalitet (Grønmo, 2004, s. 32). Denne studien forsøker å undersøke hvordan mediene forsvarer seg mot kritikk og dette har å si for pressens legitimitet og kontrakt med samfunnet. Dette er et felt av medieforskningen som mangler oppmerksomhet, særlig i norsk sammenheng. Mitt prosjekt er også unikt i valg av metodisk tilnærming, gjennomføring og valg av datamateriale som vil bli forklart i dette kapitlet. Metoden som er valgt gjør det mulig å identifisere nye forsvarsstrategier, og gir oss innsikt i hvordan mediedebatter kan studeres.

For å kunne avdekke hvordan pressen forsvarer seg, var jeg opptatt av å finne ut nøyaktig hva som blir sagt og hvordan det blir sagt. Det var dermed nødvendig å finne et datamateriale som ga meg denne innsikten. Jeg valgte i denne studien å gjøre analyser av debattinnlegg og kommentarer skrevet av journalister og mediefolk i redaksjonsstyrte medier. Det er fordi disse innleggene inneholder meninger, perspektiver og holdninger fra journalistene som kan brukes til å belyse problemstillingen. Ved å analysere tekst som er publisert i offentligheten, vil også datamaterialet være tilgjengelig for etterprøving og andre tolkninger.



Valget av en overordnet metodisk tilnærming ble avgjort av tre hensyn; tidligere forskning, problemstillingen og valg av datamateriale. Fordi det ikke finnes mye tidligere forskning i feltet, ble det naturlig for meg å velge en kvalitativ metode. Dette er fordi kvalitative metoder er bedre egnet med et slikt utgangspunkt på grunn av metodens fleksibilitet. Det er fordi en kvalitativ studie ikke nødvendigvis har en fast ramme for hvordan man gjennomfører den (Østbye mfl., 2013, s. 64). For problemstillingen og valg av datamateriale var det viktig for prosjektet å velge en kvalitativ metode for å kunne gå dypere inn i debattinnleggene.

Debattinnlegg er argumenterende tekster som egner seg godt til en kvalitativ analyse. En kvalitativ tekstanalyse er med andre ord hensiktsmessig for å kunne studere hvordan den norske pressen forsvaret seg mot kritikk, fordi den er fortolkende og dermed kan brukes til å avdekke hvilke meninger og perspektiver som finnes i teksten (Østbye mfl., 2013, s.63). Ved å analysere og tolke de skrevne innleggene publisert av journalister og andre mediefolk får vi et innblikk i hvordan man responderer på kritikk knyttet til en sak. Ved å gjøre analyser av flere debatter har jeg ønsket å finne noen forsvarsstrategier eller noe «typiske» måter man svarer på. Vi kan bruke disse mønstrene til å vurdere hvordan pressen i dag svarer på kritikk i forhold til tidligere og om pressens forsvar tjener deres kontrakt med samfunnet. Slik sett kan en kvalitativ analyse av debattinnlegg tjene medieforskningen ved å bringe innsikt og forståelse rundt pressens deltakelse i den offentlige debatten i dag.

En kvantitativ metode kunne vært aktuell dersom målet for eksempel var å tallfeste i hvor stor grad pressen responderer på kritikk. Det kunne vært interessant som tilleggsopplysninger for studien. Jeg har imidlertid valgt dette bort av hensyn til å avgrense studien og fordi jeg har vurdert at slik informasjon ikke nødvendigvis ville ført til nye funn utover det den kvalitative analysen kan gi. En annen grunn til at jeg har valgt bort kvantitative metoder i denne omgang, er fordi slike metoder best egner seg for å stadfeste i hvilken grad et funn er representativt. Dette har ikke vært fokus fordi studien er rettet mot å gjøre interessante funn av hvordan mediene responderer på kritikk, og ikke nødvendigvis finne ut av om responsene er representative for institusjonen som helhet. Med tanke på hva slags type tekster som er analysert, vil det være krevende å forsøke å konstatere i hvilken grad et utsagn fra et debattinnlegg representerer en generell holdning. Mediedebatter er flersidige og komplekse av natur, som gjør at det alltid vil finnes andre perspektiver og forsvarsstrategier som ikke studien kan belyse. Jeg vurderer det slik at min studie kan gi innsikt i hvordan pressen forsvaret seg mot kritikk i dagens debattklima, uten å benytte en kvantitativ metode.

I tillegg til å legge vekk den kvantitative forskningen, har jeg også vært nødt til å velge vekk flere kvalitative metoder som kunne være aktuelle. En av metodene man kunne valgt var å gjøre en retorisk analyse av innleggene fordi de er meningsbærende og argumenterende tekster. En slik metode kunne avdekket i hvilken grad innleggene fremsto som overbevisende, passende for situasjonen, karakterbyggende for taleren osv. Jeg har valgt å ikke gjøre en tradisjonell retorisk analyse av tekstene fordi jeg var ikke spesifikt opptatt av den enkelte taler eller i dette tilfellet den enkelte journalist. Jeg var opptatt av hvordan samlingen av uttrykk eller forsvar kan vise til en institusjonell måte å møte kritikk på. Jeg har dermed lagt fra meg den retoriske analysen som hovedinngang til studien. Jeg har imidlertid valgt å beholde enkelte elementer fra retoriske analyser. Det er fordi jeg anser spesielt disse delene av den retoriske analysen som en verdifulle in min metodiske tilnærming i dette prosjektet.

Det er i hovedsak to elementer jeg har lånt fra den retoriske analysen; analyse av den retoriske situasjonen og analyse av argumentenes tematikk. Den første er altså undersøkelse av den retoriske situasjonen, som i retorikken referer til de faste bestanddeler som alltid inngår i retorisk kommunikasjon, altså omstendighetene, avsenderen, mottakeren, medie/genre/uttrykksform og saken (Klujeff og Roer, 2006, s.12.). Jeg har vurdert nettopp denne delen av den retoriske analysen som viktig for min studie fordi konteksten har stor betydning for alle argumenterende tekster. Vi kan si at den retoriske situasjonen er avgjørende for den retoriske responsen (Bitzer, 1992, s. 6), fordi den legger premisser for hvilken type respons som er hensiktsmessig. I denne studien blir det gjort det en nokså kort analyse av den retoriske situasjonen gjennom en kort redegjørelse av bakgrunnen for debatten og noen eksempler på kritikernes argumenter i en slik debatt. Jeg har valgt å gjøre dette da det gir et utgangspunkt for å kunne tolke hvordan pressen møter kritikk i den offentlige debatten. Viktigheten av et slikt grep for denne studien blir også tydelig funnene fra Cheruiyot studie som viser at journalister oppfatter, forholder seg til og responderer svært ulikt på forskjellige former for mediekritikk.

I min kategorisering av ulike forsvarsstrategier gjør jeg også en tolkning av argumentenes tre bestanddeler; påstand, belegg og hjemmel. Dette er et element hentet fra den retoriske analyse hvor man bryter ned et argument og tolker betydning og virkning. Dette er gjort ved å stille spørsmål ved hva journalistene argumenterer for, og når slike argumenter dukker opp. På den måten har kunne kategorisere de ulike responsene som hadde lignende innhold, perspektiv eller intensjon. Dette har resultert i 10 distinkte kategorier eller forsvarsstrategier hvor noen få

er typiske for den spesifikke debatten, mens andre kan sees i sammenheng med lignende måter å møte kritikk på i flere debatter.

Et annet kvalitativt teoretisk rammeverk jeg kunne ha brukt i denne studien var å forsøke å gjøre en form for diskursanalyse. Diskursanalysen har innenfor ulike disipliner blitt brukt for å undersøke sosiale fenomener, praksiser og tekster (Skovholt og Veum, 2014, s. 33).

Diskursanalytikeren Norman Fairclough er spesielt knyttet til det vi kaller den kritiske diskursanalysen. Dette er en form for diskursanalyse som kan brukes til å analysere relasjonen mellom diskurs og samfunn, særlig institusjoner, organisasjoner og samfunnsmessige strukturer (Skrede, 2017, s. 23-27). En kritisk diskursanalyse kunne være relevant for denne studien fordi jeg forsøker å avdekke hvordan pressens relasjon er til samfunnet i mediedebatter. Med andre ord hvordan de forsvarer seg mot kritikk fra samfunnet og hva dette forsvaret har å si for samfunnskontrakten. Den kritiske diskursanalysen er også opptatt av hvordan diskurser bidrar til å reprodusere makt (Østbye mfl., 2013, s.96), noe som er interessant når man analyserer hvordan journalister svarer på kritikk fordi dette svaret er en måte å forsøke å reprodusere makt. Jeg har valgt vekk den kritiske diskursanalysen fordi dette er krevende inngang som ikke egner seg godt til en enkelt empirisk studie (Østbye mfl., 2013, s. 96). Jeg har også vært mer opptatt av å forstå journalistenes deltakelse i debattene fra et mer nøytralt ståsted, hvor jeg ikke nødvendigvis gjør analyser av hvilke politiske ideologier som fremmes i uttalelsene slik Fairclough var opptatt av (Skrede, 2017, s. 31). Jeg vil imidlertid beholde perspektivet på at språket har en effekt på samfunnet fra den kritiske diskursanalysen (Skovholt og Veum, 2014, s. 37), fordi det gjør det mulig å tolke hvordan pressens bruk av forsvarsstrategier har påvirkning på deres rolle i samfunnet.

For å oppsummere, benytter jeg altså en kvalitativ tilnærming hvor jeg låner elementer fra retorisk analyse for å studere en bestemt form for argumenterende tekster. Valgene som er tatt knyttet til den metodiske tilnærmingen er nødvendigvis ment for å belyse problemstillingen på best mulig måte. Jeg har ansett det som berikende for studien å kombinere elementer fra ulike former for tekstanalyse. Dette er ikke for å nedvurdere verdien av mer etablerte metodiske tilnærminger og tradisjoner, men for å gjøre en avveining over hvilken tilnærming som vil fungere best til nettopp dette prosjektet.

I studier av meninger som analyseenheter kan vi beskrive debatten som makronivået, innleggene som mesonivået og det enkelte argument som mikronivået (Grønmo, 2004, s. 95-96). I valg av analysenivå har jeg valgt å fokusere på å forstå hovedsakelig ut fra makronivået, altså ved å se tekstene som en del av et større bilde. Det er fordi problemstillingen er rettet

mot å beskrive mediedebatt og forsvarsstrategier i et større bilde. Jeg har derfor ikke gått nøye gjennom ord for ord i hver enkelt tekst, men valgt uttalelser fra de aktuelle tekstene som belyser problemsstillingen.

### 3.2 Forskningsspørsmål

- **RQ1: Hva er premissene og bakgrunnen for debatten?**
- **RQ2: Hvilke argumenter benytter pressen?**
- **RQ3: Hvilke argumenter gjentar seg og hvilke er særegne?**

RQ1 legger grunnlaget for forståelsen av debatten ved å gi innsikt i premissene og kritikernes argumenter. Vi må forstå hva slags kritikk journalistene i Norge mottar for at vi skal kunne tolke og vurdere deres svar. Journalistenes respons kan dermed ikke vurderes adskilt fra sin kontekst. RQ1 er formet av dette hensynet.

RQ2 er rettet mot å få en oversikt over hva slags type argumenter pressen bruker i debatten.

Gjennom RQ3 forsøker jeg å kartlegge hvilke forsvarsstrategier som går igjen og hvilke som har særegne sider ved seg.

### 3.3 Valg av case

Jeg har i prosessen ved å velge debatter å analysere, vært opptatt av å velge debatter som bringer opp nye problemstillinger og en ny form for kritikk. Jeg har også vært betydningsfylt for studien å velge debatter som speiler ulike utfordringer som det journalistiske felt står overfor i møte med samfunnets krav og forventninger. Den første debatten om falske nyheter i pressen er ny for den norske medieforskningen. Det er tematikk som er aktuell i lys av en økende grad av mistillit til mediene i mange land i verden hvor mediene ofte blir utsatt for strategiske angrep fra ulike aktører som er opptatt av å svekke deres tillit (Panievsky, 2021, s.2-3). Jeg har valgt debatten knyttet til bruk av «clickbait» i pressen fordi den viser til utviklingstrekk i mediebransjen de senere årene. Dette er en utvikling som man kan påstå har resultert i journalistikk med noe lavere informasjonskvalitet. Begge disse debattene, altså

falske nyheter og clickbait, er tematikk som trenger vitenskapelig innsikt og kunnskap fordi det er en økt samfunnsmessig interesse for dette.

For å belyse debatten om mediernes håndtering av skandaler, har jeg i denne avhandlingen valgt debatter som handler om at mediene ofte går over streken når de omtaler enkeltpersoner og/eller sensitive saker. I denne studien har jeg tatt utgangspunkt i tre skandaler hvor mediene har fått kritikk over måten de har håndtert saken på. Dette er saken om Per Sandbergs ferietur til Iran hvor han brøt sikkerhetsmessige rutiner, saken om Trond Giskes dancing med den yngre kvinnen «Sofie» og en trenerskandale i fotballklubben Stabæk som ble anklaget for seksuell trakassering av en tidligere spiller.

For denne studien har jeg vært interessert i en debatt som belyser tematikk knyttet til objektivitet. Det er fordi dette er en av profesjonsidealene som er omstridt og i utvikling dagens journalistikk. Ved å analysere en debatt hvor pressen aktivt forsvarer seg mot påstander om at de ikke er objektive, vil man kunne tolke hvordan objektivitetsidealet oppfattes blant journalister i Norge. For å kunne belyse dette valgte jeg debatten om venstrevridde medier. Dette er en interessant debatt for medieforskningen fordi påstander om at mediene er venstreorienterte eller venstrevridde jevnlig dukker opp både i Norge og i andre deler av verden. I Norge blir ikke mediene bare beskyldt for å være venstreorientert, men undersøkelser viser også at en stor del av den norske pressen stemmer på partier på venstresiden. Dette faktumet gjør at det er spesielt interessant å studere en slik debatt i Norge, hvor objektivitetsidealet blir satt på prøve. I mitt utvalg finnes det tekster hvor journalister selv tar opp forskningsresultatene knyttet til journalisters politiske holdninger og reflekterer rundt dem.

En analyse av disse fire debattene er et unikt og verdifullt bidrag for medieforskningen fordi de kan belyse hva slags villighet det er i pressen til å ta opp utfordringer og problemstillinger som bransjen står overfor. Dette gir etter mitt syn grunnlag for å revurdere påstanden om at pressen avviser all kritikk som ikke kommer innenfra. Vi bør heller se pressens måte å delta i debatten på som et uttrykk for både ydmykhet og stolthet, men også en kamp for legitimitet og autonomi. Dette gjør at vi muligens kan snakke om en ny tid for mediekritisk debatt i Norge.

### 3.4 Valg av kilder

Etter valget av hvilke debatter studien skulle ta utgangspunkt i, var det nødvendig å bestemme og avgrense hvor materialet skulle hentes fra. I dag foregår den offentlige debatten på mange ulike plattformer med ulik grad av redaksjonell styring og saklighet. Plattformene har også forskjellig publikum og ulike muligheter og begrensninger for debattantene. Internett, og særlig sosiale medier har åpnet opp for en bredere debatt for flere deltakere. For å analysere hvordan norske journalisters tilstedeværelse og respons de fire debattene finnes det flere innganger. Tidlig i prosessen ble det forsøkt å finne innlegg og oversikt over enkelte debatter gjennom søk i databasen Retriever. Dette var et nokså mislykket forsøk da søkene ga for store mengder treff, som gjorde det vanskelig å få en god nok oversikt til å finne aktuelle innlegg for denne studien. Denne inngangen ble derfor forkastet til fordel for søk i avisenes egne databaser og faner for debatt. Dette var en mer effektiv måte å gjennomføre søk på som resulterte i færre treff, med en høyere andel av interessante innlegg for studien.

I denne studien har jeg valgt å forholde meg kun til skrevne medietekster i form av hovedsakelig debattinnlegg og noen få artikler. Jeg har dermed valgt bort andre type medietekster som debattsendinger på tv og radio. Valget er tatt av hensyn til å begrense studien. Jeg har vurdert skrevne tekster som et bedre utgangspunkt for å tolke journalistenes meninger og argumenter enn andre type medietekster, fordi de tillater at argumentet blir uttrykket uavbrutt og i sin helhet. På den måten er det mindre sannsynlig at man kan feiltolke uttalelsene.

En annen avgrensing som er gjort er at jeg har valgt å bruke debattinnlegg skrevet av journalister eller redaktører som er publisert på et redaksjonelt styrt medium. Min studie utelukker dermed blant annet debattinnlegg skrevet av journalister som blir publisert på sosiale medier. Valget er tatt av hensyn både til problemstillingen og til å avgrense studien. Når det gjelder å problemstillingen var det viktig at alle innleggene som ble brukt var seriøse, gjennomtenkte, at både journalisten og kritikeren står inne for sine meninger samt at de er bevisst at sin respons er en del av den offentlige diskusjonen. Jeg har vurdert det slik at innlegg som blir publisert gjennom en debattplattform som er styrt av en redaksjon vil sikre kvalitet i henhold til de nevnte kriterier.

Å avgrense studien til å handle om debattinnlegg som er publisert i lignende plattformer gjør at alle tekstene er innenfor samme sjanger, og har nokså like retoriske vilkår. Dette gjør det enklere å sammenligne uttrykk og meninger som kommer fram i tekstene. Debattinnleggene

jeg har tatt utgangspunkt i er en blanding av ledere skrevet på vegne av avisen, innlegg skrevet på vegne av journalisten selv og noen få nyhetsartikler. Mens lederne uttrykker meninger som redaksjonen står for, er debattinnleggene hvor journalisten skriver på vegne av seg selv, et uttrykk for en enkelt mening.

Engasjement på sosiale medier preger utvilsomt også debatten på redaksjonsstyrte medier. I flere av innleggene som er analysert blir det derfor referert til uttalelser og meningsutveksling som har foregått på Twitter og Facebook. De uttalelsene som journalistene trekker fram i sine innlegg kommer fra offentlige personer. Det kan være svakheter ved å kun forholde seg til debattinnlegg publisert på redaksjon-styrte sider. Det er tre svakheter jeg vil beskrive;

1. For det første kan man gå glipp av de aller mest kritiske og ufiltrerte meningene som sirkulerer i samfunnet. Disse er i aller høyeste grad en del av den offentlige mediedebatten og påvirker derfor også meningsdannelsen i befolkningen, tilliten publikum har til mediene og lignende.
2. For det andre kan prosessen for å finne innlegg være vanskeligere fordi innlegg ikke nødvendigvis samles under samme emneknagger som de gjør på plattformer som Twitter. Det er også nokså sjelden at kritikeren og journalisten debatterer direkte mot hverandre i samme publikasjon, og det krever en større innsats for å komme over innlegg som diskuterer samme tematikk.
3. En tredje svakhet er at man ved å analysere innlegg på sosiale medier, kan få et bedre inntrykk av innleggets kraft i form av re-publiseringer /delinger, kommentarer, «likes» og så videre. Det kan slik sett være lettere å se hvordan både pressefolk og allmennheten oppfatter innleggene.

På tross av disse mulige ulempene jeg har likevel vurdert at metoden er tilstrekkelig for å kunne avdekke interessant informasjon for denne studien. Det er min oppfatning at fordelene av å kun forholde seg til innlegg fra redaksjonsstyrte medier veier opp for de eventuelle ulempene ved at innleggene det er tatt utgangspunkt i viser en grad av seriøsitet og saklighet. Innlegg som er publisert på en debattplattform drevet av en redaksjon krever også at journalisten aktivt ønsker at dette perspektivet skal være en del av den offentlige debatten. Vi kan dermed regne disse innleggene som et bidrag fra den profesjonelle journalisten, og ikke en privatperson. Akkurat dette er vanskeligere å kunne konkludere med i debatter på sosiale medier, fordi disse plattformene på mange måter har hvisket ut skillet mellom det private og det offentlige. I denne studien har det vært viktig å velge innlegg som var ment for

offentligheten. En avgrensning som utelukker debattinnlegg på sosiale medier, er dermed fordelaktig.

Denne studien består av et strategisk utvalg tekster som representerer noen perspektiver og opptredener i fire debatter delt inn etter en overordnet tematikk. Et strategisk utvalg gjøres etter visse kategorier som gjerne er satt på forhånd (Østbye mfl., 2013, s. 49). Det er til sammen 45 tekster som er valgt ut, hvorav 32 er skrevet av journalister eller mediefolk. Av hensyn til å belyse problemstillingen var jeg opptatt av å finne et utvalg tekster som har et rikt innhold i form av meninger, argumenter og eksempler. Jeg har valgt innlegg hvor forfatteren forholder seg til fakta, begrunner sine påstander og holder seg i all hovedsak til saken som diskuteres. Jeg har vurdert at alle innlegg jeg har brukt representerer meninger og perspektiv som virker rimelig, og ikke er motivert kun av personlige eller private grunner. Jeg har ikke vært opptatt av at tekstene skal være direkte knyttet til hverandre, ved at den ene er en direkte respons på den andre. Det er fordi jeg vurderer alle tekstene som en del av den offentlige samtalen omkring temaet.

### **3.5 Gjennomføring**

I denne studien hvor målet var å komme fram til *hvordan pressen forsvarer seg mot kritikk i Norge i dag*, var det viktig å ha en forståelse av de ulike perspektivene i debatten. Altså hva konkret blir pressen beskyldt for, hva slags type mediekritikk møter de og hvordan svarer de på denne. I prosessen for å avdekke dette har jeg gjennomført søk for å kunne finne et rikt utvalg av teksten og deretter gjøre beslutninger om hvilke tekster som kunne belyse perspektiver i debatten. Det ble utført søk i databasene for nettsaker og i debattsidene i et bredt utvalg aviser. Søkene ble gjennomført ved å bruke ulike ord og fraser som jeg vurderte kunne ha blitt brukt i et innlegg knyttet til den spesifikke debatten. Søkene var i all hovedsak planlagt på forhånd, men ble etter hvert også supplert med fraser og ord som ble brukt i enkelte av debattinnleggene. Et eksempel var ordet «klikkhore» som dukket opp i debatten om clickbait, og deretter ble innlemmet i søkene. I debatten knyttet til etikk oppdaget jeg at det var nødvendig å gjøre søk knyttet til spesifikke saker eller medieskandaler for å finne



Søkene ble gjennomført på følgende måte:

1. I debatten om falske nyheter ble det gjennomført søk på ord og fraser som «fake news», «falske nyheter», «løgn», «sannhet», «falsk», «journalister lyver», «misvisende», «usant», «misinformasjon», «desinformasjon», og lignende.
2. I debatten om venstrevridde medier ble det utført søk på; venstrevridd, venstreorientert, nøytral, subjektiv, venstresiden, journalister stemmer, borgerlig, liberal, liberal presse, partisk, upartisk, partisk presse mm.
3. I debatten om skandalehåndtering ble det utført noen generelle søk på ord og fraser som etikk, presseetikk, skandale, mediejang, heksejakt, blodtørstig mm. I tillegg ble det gjennomført spesifikke søk rettet etter å finne innlegg knyttet til VGs dekning av Bar-Vulkan saken. Det ble gjort fordi dette var en mye omtalt medieskandale hvor det oppstod sterk kritikk rettet mot en nyhetsredaksjon.
4. I den siste debatten om clickbait ble det søkt på: clickbait, klikkjournalistikk, klikksaker, klikk, klikkagn, tabloid, sjokk, kvalitet, agurknytt, klikkhore mm.

I tillegg til søkene etter innlegg knyttet til en spesifikk debatt, i ble det gjort flere generelle søk på ord som kunne være aktuelle for alle debattene som «kritikk», «pressekritikk», «journalister er», «norsk presse», «mediekritikk» og lignende.

Det ble først gjennomført søk i noen av de store riksavisene som Aftenposten, VG, Dagbladet, Morgenbladet og senere i et bredt antall regionalaviser og lokalaviser som Bergens Tidende, Adressavisa, Glåmdalen, Stavanger Aftenblad, Trønderavisa, Nordlys, iTromsø, Avis Oslo, Finansavisen, Dagen, bodo.no mm. Det ble også gjennomført søk på nettsider som har mediedebatter slik som e24 og journalisten.no. Alle aviser som tilhører Amedia har samme søkemotor, som gjorde at flere saker fra andre aviser dukket opp når jeg søkte i en avis eiet av Amedia. Dette gjorde det lettere å finne aktuelle innlegg i Amedia aviser. Søkene ble hovedsakelig gjennomført mellom oktober 2021 og januar 2022. Alle debattinnlegg, ledere, kronikker, kommentarer og enkelte nyhetssaker som dukket opp i søkeresultatet ble gjennomgått for få en beskjeden oversikt over ulike synspunkt som florerer i debatten. Det var et nødvendig grep for å kunne danne et inntrykk av de ulike debattene og for å luke ut irrelevante innlegg. Innlegg ble vurdert som irrelevante dersom de enten; a) ikke omtalte norsk presse på noe måte, eller b) som inneholdt noe form for mediedebatt, kritikk eller forsvar.

Alle uttalelser som inneholdt enten et forsvar, kritikk eller forklaring av den journalistiske arbeidsprosessen ble notert og senere kategorisert etter tema og form for argument. For eksempel ble alle innlegg som inneholdt en form for aggressivitet rett mot kritikeren kategorisert som «motangrep». Disse ble senere delt inn i underkategorier etter hvordan argumentasjonen ble fremstilt. En uttalelse som forsøker å svekke tilliten til kritikeren ble sett på som en mer personlig og aggressiv form for motangrep enn uttalelser som for eksempel henter til konsekvenser av kritikeren uttalelser. Et annet eksempel er kategorien «forsvar av profesjonalitet». Dette dreier seg om alle uttalelser som forsøker å forsvare det journalistiske arbeidet ut fra profesjonelle idealer og arbeidsmåter. Uttalelser som har havnet i denne kategorien omtaler den journalistiske praksis, tøffe vurderinger som er tatt, journalisters verdier og intensjoner. Det er fordi uttalelsene viser til; en eller flere av profesjonsidealene, pressens samfunnskontrakt eller en eller flere av pressens samfunnsfunksjoner.

Etter hvert som kategoriene ble formet, dannet det også noen mønstre i forhold til hvordan journalister svarer på kritikk og hvordan de opptrer i de forskjellige debattene. I de ulike debattene er det flere type svar som ligner på hverandre i måte å uttrykke seg på og argumentasjon som blir brukt. Disse har blitt delt inn i ulike kategorier som jeg mener beskriver en spesifikk forsvarsstrategi. Flere av debattene har lignende kategorier; alle debattene inneholder blant annet en kategori som omhandler forsvar av profesjonalitet. Andre kategorier er mer spesifikt knyttet til den enkelte debatt, og representerer dermed en unik måte å forsvare seg på i forhold til de problemstillingene og temaene debatten berører. Dette har resultert i 10 kategorier: avfeieing, avvisning, forsvar av profesjonalitet, beklagelse, aksept, anerkjennelse + avvisning, mistenkeliggjøring, skyldforskyving, personangrep, advarsel. Jeg vil beskrive disse nærmere i kapittel 5.

### **3.7 Tidligere forskning**

#### *Teoretisk rammeverk for møte med kritikk*

I forståelsen av hvordan mediekritikk blir mottatt av journalister er det to modeller som er verdt å diskutere. Den første er konstruert av Timothy Coombs og er bygget på det som kalles «image restoration theory» og krisekommunikasjonsteori (1998, s.177-179). Den inneholder 7 strategier som blir brukt i krisehåndtering; attack the accuser, denial, excuse, justification,

ingratiation, corrective action og full apology. Dette er relevant fordi møte med kritikk kan beskrives som en form for krisehåndtering i enkelte situasjoner.

På bakgrunn av modellen til Coombs videreutviklet Groenhart og Bardoel en modell for forståelse av hvordan mediene svarer på kritikk i brev fra redaktører. Kategorier ble noe endret fra Coombs modell. Deres modell inneholder kategorier;

- 1: Rejection: Journalistene benekter både form og innhold i kritikken
- 2: Refutation: Journalistene avviser kritikkens påstander på en subtil måte
- 3: Evasion: Journalistene aksepter feilene som er gjort, men tar ikke ansvar
- 4: Justification: Journalistene rasjonalisere feilene
- 5: Mitigation: Journalistene innrømmer feil, men kommer med unnskyldninger
- 6: Confession: Journalistene aksepterer ansvaret for feilene som er begått
- 7: Alternation: Journalistene tar ansvaret for feilene og konsekvensene av dem (2011, s. 11-14).

Denne modellen viser en presse som er svært lite mottakelige for kritikk, hvorav de fleste av forsvarskategoriene grunnleggende sett er avvisende til kritikk. Modellen har blitt benyttet av flere teoretikere for å forstå mediekritikk i en bestemt kontekst.

### *Amerikansk perspektiv*

For denne studien har jeg først og fremst funnet inspirasjon i en amerikansk studie publisert i 2021. I sin kvalitative studie av kampanjen #FreePress fra 2018 analyserte Lawrence og Moon hvordan pressen responderte på kritikken de mottok fra tidligere president Donald Trump. Kampanjen kom som en respons på presidentens beskrivelser av pressen som «the enemy of the people» i en Tweet fra 2017. Lawrence og Moon fant tre mønstre for hvordan pressen responderte på kritikk. Disse kan beskrives som;

- Defending professionalism
- Emphasizing accountability
- Open confrontation with the White House.

Den amerikanske pressen var gjennom argumenter som forsvarte profesjonalitet opptatt av skifte narrativet om pressen fra en fiende til en venn. Dette ble blant annet gjort gjennom inderlige beskrivelser av pressen som hardtarbeidende, samvittighetsfulle og selvkritiske som «struggle day and night to get the facts right» og «are always striving for perfection (...) when

we are made aware of errors, we promptly correct them and publish an explanation of the error» (2021, s. 162-163). I forhold til forsvarsstrategien «emphasizing accountability» ble pressens vaktbikkjerolle spesielt tatt opp. Argumentasjon knyttet til rollen som vaktbikkje var langt mer utbredt enn argumentasjon rundt profesjonell objektivitet og pressen som sannhetssøkende (Lawrence og Moom, 2021, s. 163). Dette kan tyde på at den funnene fra Worlds of Journalism-studien fra 2019 hvor “den overvåkende journalistrollen” i USA står sterkt, preger forsvaret pressen la opp til i #FreePress. Det siste interessante funnet fra studien til Lawrence og Moon var at pressen gikk til motangrep kritikken de mottok. Her benyttet journalistene ulik retorikk for å få frem sin motstand. Noen adresserte Trump direkte ved å beskrive han som «autoritær» og at hans uttalelser «hadde røtter i totalitarisme», mens andre advarte mot hva som kan skje dersom man tillater den retorikken Trump brukte (Lawrence og Moon, 2021, s. 165-166). Funnene til Lawrence og Moon er interessante for de viser en offensiv og på flere vis koordinert innsats for å forsvare seg mot et angrep på deres samfunnsrolle.

### *Svensk perspektiv*

En annen studie som er verdt å diskutere sett opp mot en nordisk kontekst er en svensk studie utført i 2015 av Torbjörn von Krogh og Göran Svensson. I denne studien tok man utgangspunkt i den nevnte modellen til Groenhart og Bardoel i en kvalitativ studie av podkasten «MattsonHelin», som er en ukentlig podkast produsert av redaktør for Expressen Thomas Mattson og redaktør for Aftonbladet Jan Helin. Utgangspunktet var å avdekke hvordan disse to redaktørene, for hver sin konkurrerende avis, diskuterer deres syn på mediebransjen, mediekritikk og framtiden for svenske medier (von Krogh og Svensson, 2017, s. 47). På bakgrunn av kvalitative analyser av 24 podkaster fant von Krogh og Svensson 11 måter Mattson og Helin responderer på kritikk rettet mot mediene. Kategoriene blir beskrevet som følgende:

- **Attack** - Angrep på kritiker. Ofte på bakgrunn av at kritiker mangler kunnskap
- **Dismiss** - Definere kritikken som fullstendig feilaktig og dermed også irrelevant.
- **Contest** – Argumentere mot kritiker
- **Nuancing** - Ta inn nye perspektiver på saken eller en gi en dypere forståelse for å nyansere bildet
- **Ameliorating** - Foreslå alternative tolkninger som toner ned kritikken
- **Thankful denial** - Kritikken blir avvist, men premisset for diskusjonen blir akseptert
- **Ambivalence** - Delvis aksepterer og delvis avviser kritikken
- **Discuss** - Åpen diskusjon rundt kritikken hvor man ikke nødvendigvis forsøker å argumentere imot.
- **Acceptance** - Anerkjennelse og innrømmelse av feil som blir gjort.
- **Apology** - Beklagelse, ofte beskrevet som «do a poodle», eller «legge seg flat»
- **Action change** - Aksepterer kritikken og gjør endringer på bakgrunn av den
- (von Krogh og Svensson, 2017, s. 57-59).

Von Krogh og Svensson supplerte modellen med 4 kategorier og omdefinerte forståelsen av flere av forsvarsstrategiene. Dette endte med 11 kategorier som har flere fellestrekk med forsvarsstrategier funnet i denne studien. Von Krogh og Svensson kategorier viser tegn til en større åpenhet for å motta kritikk. «Acceptance», «discussion», «ambivalence» og «action change» er eksempler fra von Krogh og Svensson studie som viser en presse som er villige til å lytte til kritikk. Von Krogh og Svenssons studie er interessant fordi man tar utgangspunkt i diskusjonens argumenter, form og tone, som også er en del av metoden i denne studien.

### 3.8 Vurderinger

En inngang til denne studien gjennom et eksisterende rammeverk kunne gitt noen verktøy i dekonstruksjonen av de ulike debattene. Modellene inneholder utvilsomt verdifulle observasjoner. Modellene brukt i von Krogh/Svensson og Groenhard/Bardoel er basert på å forstå pressens forsvar gjennom et «akkomodere-defensivt»-kontinuum (von Krogh og Svensson, 2017, s. 50) hvor man altså forsøkte å forstå typene forsvar ut fra i hvilken grad man aksepterte kritikken eller ikke. Dette er en inngang som etter min forståelse har noen kritiske punkt. For det første er det komplisert å vurdere enkelte utsagn kun på bakgrunn av om de aksepterer kritikk eller ikke i retorisk kommunikasjon. Det er fordi aller fleste uttalelser

havner et sted midt mellom aksept og avvisning. På den måten oppstår det flere kategorier, hvor det etter min oppfatning er vage skiller mellom dem. For Groenhart og Bardoels modell gjelder det særlig mellom kategoriene «mitigation» (innrømmer feil, men legger skylden på kompliserte arbeidsprosesser) og «evasion» (innrømmer feil, tar ikke ansvar) (Groenhart og Bardoel, 2011, s.12-13). Jeg vil argumentere for at forsvarsstrategiene hovedsakelig bør kategoriseres på bakgrunn av en analyse av argumentets bestanddeler (belegg, hjemmel og påstand). De må også i større grad dokumenteres i form av sitater for å bedre kunne forstå nyansene mellom ulike strategier. Slik blir det enklere å avgjøre motivasjon og grad av aksept eller avvisning.

For det andre kan bruk av et eksisterende rammeverk gjøre at man forsøker å finne uttalelser som «passer inn» i stedet for å søke etter nye måter å forstå mediekritikk på. Jeg har ikke benyttet eksisterende modeller for studier av hvordan journalister responderer på mediekritikk forut for min analyse. Kategoriene er formet kun på bakgrunn av datamaterialet som ligger til grunn for analysen. Det er et valg tatt med hensyn av problemsstillingen nevnt over, og for å kunne forstå mediekritikk og journalisters forsvar i den offentlige samtalen i Norge uten å være farget av et annet perspektiv. Dette har endt med noen kategorier som ikke blir nevnt tidligere eller etter min vurdering blir oversett, og enkelte som man forstår noe ulikt. Slik sett har min inngang bidratt til å gi noen nye perspektiver på mediekritikk og forsvarsstrategier. Jeg vil diskutere kategoriene identifisert i denne studien opp mot tidligere forskning i kapittel 5.

## Kapittel 4: Analyse

### CASE 1: Falske nyheter i mediene

#### Bakgrunn og premisser

Digitaliseringen av samfunnet førte med seg en nye medier, kanaler, plattformer og kommunikasjonsverktøy. Informasjon ble etter internetts utbredelse mer tilgjengelig og mer delt. Den økte delingen av informasjon medførte også at det ble en økt spredning av falsk informasjon. Dette ga grunnlag for et offentlig fokus på spredningen av falsk og misvisende informasjon, og dermed dukket begrepet «falske nyheter». Fenomenet falske nyheter har fått spalteplass av debattredaksjonene, omtale på Stortinget og medvirket til mediebransjens eget initiativ til opprettelsen av Faktisk.no. Samfunnshistorisk har falske nyheter blitt knyttet til store politiske avgjørelser som Brexit og terrorhandlinger som stormingen av den amerikanske kongressen i USA 6. januar 2021.

Falske nyheter er et flertydig begrep som inkluderer et bredt spekter av ulike typer informasjon, deling av nyheter og nyhetslignende produkter. Dette inkluderer blant annet nyhetsparodier, politisk satire, fotomanipulasjon, «deep fakes», politisk propaganda, PR, og lignende (Kalsnes, 2019, s.30-32). For pressens sin del har begrepet de senere årene blitt knyttet en diskusjon om hvorvidt mediene leverer sannhet eller ikke, hva slags intensjoner



journalister har og hva slags påvirkning journalister har på virkelighetsoppfatningen til publikummet. Å bruke ble en ny, og mange tilfeller aggressiv form for pressekritikk, med hardere retorikk, påstander og argumenter.

Debatten om falske nyheter rører ved en lang rekke helt sentrale og evig aktuelle diskusjoner for pressen som sannhet og falskhet, objektive fakta og kommentar, opplysning og manipulasjon, politisk agenda, nøytralitet og uavhengighet og så videre. En av de viktigste normene denne debatten omhandler er sannhet. Sannhet er et helt grunnleggende element i samfunnskontrakten og derfor en kritikk som pressen må respondere på.

## **Kritikernes argumenter**

I debatten om falske nyheter i mediene er det viktig å skille mellom mediekritikere som påpeker feilinformasjon i mediene, og kritikere som forsøker å svekke medienes troverdighet. I denne studien har jeg tatt utgangspunkt i debattinnlegg som er publisert i redaksjonsstyrte medier. Dette har hatt betydning for hva slags type mediekritikk vi kan finne, spesielt i denne debatten. I Norge skiller debatten rundt falske nyheter seg veldig fra det som blir publisert på sosiale medie-plattformer og det som blir publisert i mer etablerte debattkanaler. Det resulterer i at vi kan i mindre grad finne kritikk som er direkte rettet mot å true pressens troverdighet ved å anklage de for å publisere falske nyheter.

Den norske pressen blir i de innleggene som er benyttet i denne studien større grad anklaget for det vi kan kalle feilinformasjon, enn desinformasjon. Feilinformasjon referer til informasjon som er produsert og distribuert ved en feiltakelse. Det kan være at journalisten for eksempel fikk feil informasjon fra en kilde, tolket informasjonen feil, manglet kunnskap og lignende. Desinformasjon er på den andre siden falsk informasjon som er produsert og distribuert vel vitende om at den er falsk. Forskjellen mellom de to begrepene er altså intensjonen til avsenderen (Kalsnes, 2019, s. 30).

Jeg har valgt å dele mediekritikken i denne debatten inn i tre kategorier: 1) de som beskylder pressen for feilinformasjon, 2) de som mistenkeliggjør pressens intensjon og til slutt 3) de som mener at journalister avfeier kritikk. Av disse er det kategori 2, mistenkeliggjøring av intensjon som ligger nærmest opp til kritikk knyttet til desinformasjon, fordi de mer eller mindre eksplisitt sier at journalister lyver eller har andre intensjoner enn det de gir uttrykk for.



## ***Feilinformasjon***

Den første kategorien er kritikk som handler om at pressen sprer misinformasjon. Dette er kritikk som peker på at journalister ofte publiserer saker hvor opplysningene ikke helt stemmer med virkeligheten. Flere av kritikerne som kommer med slike uttalelser mener at det eksisterer en manglende kvalitetskontroll over den informasjonen som blir publisert. I denne kategorien finner vi også uttalelser som kritiserer journalister for å ha en dårlig vurderingsevne i forhold til hva som er sant og usant eller har et for lavt kunnskapsnivå, og dermed ender opp med å publisere misvisende informasjon.

«VG blander fakta og fiksjon. Dette er nøyaktig den samme taktikken som ble brukt av «løgnfabrikkene» som påvirket det amerikanske valget i 2016 med usanne historier forkledd som nyheter.» (Lindblad, 2019).

«Tittelen på forsiden av VG.no er åpenbart brukt for å lure leserne til å tro at ambassadør Ken Braithwaite er innblandet i en skandale som er så alvorlig at han blir kalt hjem.» (Lindblad, 2019)

«VG opererer her i en gråsoner som bidrar til å viske ut forskjellene mellom ekte nyheter og falske påstander. (Lindblad, 2019).»

«Mediekommentatorer og politikere kom med skarp kritikk på sviktende grunnlag. (...) Først etter nesten et halvt år, like etter den oppsiktsvekkende PST-siktelsen mot Waras samboer – så jeg for min del den første reportasjen som tok seg bryet med å undersøke fakta om teaterstykket. De viste seg å være annerledes enn noen i pressen hadde tenkt. De hadde jo ikke tenkt så mye.» (Åmås, 2019).

Disse uttalelsene går ikke så langt som å anklage de respektive mediene for å drive falske nyheter eller desinformasjon, men heller mot å drive med misinformasjon, Her blir pressen heller kritisert for å ikke gjøre gode nok vurderinger og drive innhenting av fakta om saken de dekker. Det er en betydelig forskjell på mediekritikken som kommer fram i disse uttalelsene, mot anklager som vi ser i de aller krassete debattene de siste årene i forbindelse med falske nyheter i pressen.

### *Mistenkeliggjøring av intensjon*

En annen type kritikk som er interessant for debatten om falske nyheter, er kritikk viser en slags manglende tillit til at journalister har gode hensikter med sitt arbeid. Det er uttalelser som inneholder mistenkeliggjøring av intensjonen og motivasjonen til mediene. Her blir journalister beskrevet som uærlige. Noen eksempler på dette er uttalelser som;

«VG vil nok hevde at den spekulative tittelen kan forsvares» (Lindblad, 2019)

«Dersom krigen i Libya var eneste tilfellet der media løy til verden og Norge, skulle jeg ikke sagt noe. Men løgn ser ut til å være regelen mer enn unntaket, derfor er det særdeles viktig at ungdom lærer IKKE Å TRO BLINDT PÅ MEDIA fordi media kan lyge, ofte svært elegant. Du vet bare ikke når og hvor og hvordan før kanskje lenge etterpå.» (Kaarbø, 2019).

«En av de mest elegante måtene å lyge på er ganske enkelt ikke å gi mikrofon eller spalteplass til røster som mener noe annet enn media.» (Kaarbø, 2019)

«Hvordan skal unge lesere lære seg å skille sant fra usant når Norges største medier selv vrir på sannheten i jakten på noen ekstra klikk?» (Lindblad, 2019)

«Dersom det er slik at NTB bevisst eller ubevisst har kommet med en villedende anklage om at USAs president har oppfordret til lovbrudd ved presidentvalget, da må de vel kunne kalles en form for valgpåvirkning, og et indirekte bidrag til Demokratenes valgkamp. Da har ikke NTB bare vært ukritisk til villedende opplysninger fra amerikanske medier, da har de tatt eierskap til opplysningene og gjort den enda drøyere for et norsk publikum.» (Gooding, 2020).

Dette er en form for kritikk som ligger noe nærmere de ekstreme eksemplene fra debatter vi kjenner fra blant annet USA. Det er fordi disse uttalelsene inneholder en påstand om at mediene er uærlige og bevisst skjuler eller forvrenger sannheten for å passe sitt formål. De går altså ikke riktig så langt som å kategorisere pressen som «folkets fiende» eller liknende. Det er viktig å påpeke at disse uttalelsene også finnes i den norske debatten, men ikke på de debattarenaene jeg har funnet mitt materiale.

## ***Avfeiring***

En tredje form for kritikk som ofte dukker opp i denne debatten handler om kritikere som mener at journalister ikke ønsker å innrømme når de har gjort en feil, og ikke er åpne for å ha en debatt om misinformasjon og falske nyheter i pressen. Her blir journalister ofte beskrevet som arrogante og selvsikre. Påstanden er at disse trekkene ved journalister gjør at debatten blir svekket.

«Da må journalister og redaktører ta åpent imot kritikk og like åpent innrømme feil. De er fortsatt i overkant hårsåre.» (Åmås, 2017).

«Jeg vet ikke hva slags inntrykk det er journalisten vil vi skal sitte igjen med; jo egentlig vet jeg vel det. Og det vi sitter igjen med er dette: At Rema 1000 ikke har tilsvarende aktiviteter mot sunnere matvarer (fake). At Norgesgruppen ikke hiver ut noen (fake). Journalisten vet nok det samme som meg, at Norgesgruppen og Rema 1000 også konkurrerer om å være best på sunne matvarer, og at begge har programmer for dette, og at begge har et kynisk innkjøpsregime. Men her ønsker altså Adressa å gi oss et bilde av at noe annet er tilfelle. Det er dette, Lundemo [kommentator for Adresseavisa red.anm.], som gjør at dere må tåle å bli kritisert for å spre falske nyheter.» (Lystad, 2017)

## **Pressens forsvar**

I denne debatten ser vi hovedsakelig former 6 ulike former for forsvar. Disse kan beskrives som forsvar av profesjonalitet, direkte avvisning, anerkjennelse + avvisning, mistenkeligjøring, advarsel og til slutt personangrep. Det er dermed et bredt spekter av ulike måter å respondere på. Det er viktig å poengtere at det er ingen tilfeller funnet i denne studien hvor pressen kommer med en innrømmelse i form av en beklagelse eller aksepterer kritikken fullt ut. Det nærmeste vi kommer åpenhet for kritikken i denne debatten er i kategorien «anerkjennelse + avvisning». Dette er interessant fordi det kan tyde på at pressen opplever denne formen for kritikk som spesielt truende. I denne debatten finner vi også flest tilfeller av en hard og krass offentlig debatt. Et spesielt interessant punkt ved dette er at vi kan tyde en form for profesjonalitet i tone og nivå av aggressivitet mellom kritiker og journalist. Jo mer aggressiv kritikken er i sine uttalelser, jo mer aggressiv tillater pressen seg å være også. Dette ser vi uttrykk for i kategorien motangrep.

Den mest brukte forsvarsstrategien i denne debatten er imidlertid advarsel. Det er en form for forsvar som er særlig interessant å studere videre. Det er fordi den på flere måter avdekker hvilke idealer og normer pressen mener mediedebatten må være preget av. Her ser man for eksempel hvilke utfordringer den norske pressen mener at journalistikken står overfor ikke bare i Norge, men også globalt. Vi ser at journalistene er opptatt av bruken av retorikk fra politikere i mediedebatter, og kommer med oppfordringer til å ikke la mediedebatten utvikle seg i en bestemt retning. Det tyder på at norske journalister sammenligner seg med journalister i andre land i verden og følger med på utviklingen for bransjen i andre land med bekymring.

### *Forsvar av profesjonalitet*

I en debatt som stiller spørsmål ved pressens legitimitet, troverdighet og evne til å formidle sannheten, er det åpenbart viktig for pressen å forsvare sin profesjonalitet. Det er fordi journalistikken, igjen, har en mindre formell profesjonsstatus enn andre profesjonelle yrker. De profesjonelle verdiene setter standarden for både hva journalistikk er, og mer spesifikt, hva god journalistikk er. Ved å kommunisere at man er innenfor rammene for disse idealene, viser man at journalistens arbeid er av kvalitet og har samfunnsmessig verdi.

I denne studien har jeg funnet en gjennomgående fortelling som brukes i denne debatten for å kommunisere profesjonalitet. Denne handler om journalistenes personlighet og yrkesmoral. Her blir journalistenes intensjoner og følelser beskrevet og de blir presentert som samvittighetsfulle, moralske forkjempere for demokratiet. Dette ansvaret er tungt å bære, og pressen selv må til tider lide under dette ansvaret, men de gjør det av hensyn til samfunnet og ytringsfriheten. Eksempler på slike uttalelser fra denne debatten;

«I Norge har vi en tillit til mediene og journalisters genuine ønske om å bruke sine subjektive sanseapparater til å beskrive den objektive virkeligheten så godt de egner.» (Møller, 2020a).

«Selv om det finnes eksempler, har jeg til gode å møte journalister i såkalte «main stream mediene» som aktivt har gått inn for å tilsløre sannheten eller rett og slett med vilje har publisert usannheter. Feil og slendrian forekommer selvsagt i min bransje også.» (Storedal, 2021).

«Like sterkt som det i leger er nedlagt sterkt ønske og vilje til å gjøre folk friske, ligger det en veldig sterk ambisjon om å fortelle og avdekke sannheten.» (Storedal, 2021).

«I nyhetsmedienes kommentarfelt [red.anm.] har det florert med «fake news»-påstander. Ytringer som vi innenfor ytringsfrihetens rammer har sluppet til. Selv om det har gjort vondt langt inn vår journalistiske beingrind» (Storedal, 2021).

Den andre måten journalister forsvarer sin profesjonalitet, er ved å omtale hvordan de jobber og hva de tenker med det de gjør. Dette er uttalelser som dermed beskriver den journalistiske rollen og funksjonen de har i samfunnet. Vi kan se dette i uttalelser som;

«Nordlys er konsekvent maktkritisk. Den røde leiren som nå styrer byen Tromsø angriper til stadighet Nordlys fordi de mener vi er for kritiske. Når Amundsen roper høyt og truer med boikott er det et godt eksempel på at maktpersoner bruker hersketeknikker for å påvirke journalistikken i mediene.» (Solvang, 2017)

«Nyhetsreportasjen gir faktisk en korrespondent som Græsvik muligheten til å ha en viss personlig tilstedeværelse. Det ligger i reportasjens natur at reporter skal undersøke og gjenfortelle hvordan han oppfatter terrenget med sitt kart. Det er ikke i seg selv falske nyheter fordi du er uenig i observasjonene. Græsvik har klare presseetiske friheter til å si alt jeg har hørt ham si.» (Møller, 2020b).

«Når journalister lager reportasjer, lager de et kart som skal representere et bestemt terreng. Trump sa det han sa og tenkte det han tenkte. Ingen kan sjekke hva han tenkte, men vi kan registrere ordene han brukte. Dette er terrenget. Ingen har noen gang rapportert verden fra et objektivt standpunkt - alle ser den gjennom sine subjektive linser.» (Møller, 2020b).

## ***Avvisning***

I flere av innleggene i denne debatten avviser journalistene en konkret anklage om fake news de eller en annen journalist eller redaksjon har mottatt. Dette gjøres oftest ved å direkte avvise en påstand slik som her;

«vi formidler korrekt informasjon. Hvis han [Per Willy Amundsen som kalte en sak i Nordlys for fake news red.anm.] mener dette er «fake news» bør han lese seg opp på hva «fake news» er. (Nitteberg sitert av Ingebretsen).

«Ingen kan gå inn i hodet å verifisere hva Trump faktisk tenkte. Men det betyr jo på ingen måte at det er fair å anklage Fredrik Græsvik og resten av det vestlige medielandskap for å lyve når de sier Trump oppfordrer folk til å bryte loven ved å forsøke å stemme to ganger. Trump sier rett ut tre ganger at du skal stemme via post først og deretter møte opp og stemme på valgdagen.» (Møller 2020b).

«Jeg har sitert ham direkte og henvist til loven. Likevel er det folk som vil bestride noe jeg selv ikke kan begripe at de ikke hører.» (Møller, 2020b).

«i motsetning til leger som begraver sine tabber, offentliggjør vi våre. Våre feil er synlige for alle» (Storedal, 2021).

## ***Anerkjennelse + avvisning***

Et av poengene kritikerne i denne debatten reiste var at pressen ikke tar til seg kritikk. Dette representerer et syn som også speiles av teoretikere på feltet. Vi vil imidlertid se at det i flere av disse debattene finnes en form for anerkjennelse av kritikerens poenger, samtidig som de fremdeles holder på sitt. Jeg har valgt å kategorisere denne formen for forsvar som en «anerkjennelse og avvisning» fordi den aksepterer kun deler av kritikken. Den delen de har størst avstand fra er påstander som omhandler journalisters bevisste valg om å villedde sitt publikum. Dette er et argument de på ingen måte ønsker å anerkjenne.

«Græsvik beskriver det han ser og denne tilliten er det viktig at vi har til journalister. Han kan ha bommet, men det er ikke falske nyheter; det er en journalists forsøk på å lage et kart og det er helt greit at du ville tegnet kartet annerledes.» (Møller, 2020b).

«Vi må også tåle kritikk for at vi kan spisse og vinkle stoffet vårt så sprekt og leservennlig at vi fjerner oss fra sakens kjerne. Vi kan overse saker som vi burde ha skrevet om. Vi lager av og til stor ståhei rundt betydningsløse kuriositeter i stedet for å bruke kreftene på å forsvare svake grupper. Dessuten har vi ofte kontakt med maktpersoner. Det kan påvirke holdningene og prioriteringene våre. Men det er en lang vei derfra til bevisst å dikte opp historier for å oppnå egne fordeler eller ramme en motstander.» (Lundemo, 2017).

«Samtidig må vi journalister bli mye flinkere til å tåle kritikk. Vi må innrømme at vi kan gjøre feil, og vi kan viderebringe historier og påstander uten å sjekke faktainnholdet godt nok. Noen mener det var det vi gjorde da vi publiserte Bjarne Brøndbos Nav-kronikk. Den inneholdt unøyaktigheter som først ble korrigert etterpå.» (Lundemo, 2017).

«På samme måte som andre samfunnsaktører, gjør pressen jevnlig feil. Som andre yrkesgrupper er vi mennesker som tar avgjørelser. Noen av dem er gode, andre dårlige. Vi gjør tabber. Men den systematiske kritikken vi ser mot pressen står ikke i stil til våre tabber. Vi er ingen løgnpresse, slik heller ikke tysk presse var før 2. verdenskrig. Vi er ingen ufeilbarlig presse. Men i bunn og grunn er akkurat dét demokratiets adelsmerke.» (Aalborg, 2018).

### ***Mistenkeliggjøring***

I tillegg til å direkte avvise kritikk, ser vi også eksempler på uttalelser hvor journalisten omdefinierer betydningen og intensjonen til sin kritiker. Dette er innlegg som enten direkte eller indirekte sier at kritikeren som har kalt en sak «fake news», gjorde det som et forsøk på å stilne journalister, og ikke som et forsøk på å korrigere feil i pressen. Dette kan vi se i uttalelser som;

«Ikke bare USA, men også Norge har altså fått politikere som stempler medieoppslag de ikke liker som «falske nyheter». De bør heller kalle slike nyheter løgn og påvise hva som er sant og ikke sant.» (Lundemo, 2017).

«Helgheim har ikke sensurert noen. Dette har han ikke makt til å gjøre. Han har derimot makt i kraft av sin prominente posisjon og folketunge følgerskare. Denne kan og vil han bruke til å presse ut journalister (og akademikere) han ikke liker.» (Møller, 2020a).

### ***Advarsel***

En annen typisk respons som forekommer i flere av innleggene var en beskrivelse eller et hint av hva som kunne skje dersom samfunnet godtar og anerkjenner kritikerens argumenter og perspektiver. Her bruker journalistene konkrete eksempler fra andre land og beskrivelser av konsekvensene for samfunnet som «farlige», «skremmende» eller «stygge». Dette kan vi se gjennom uttalelser som;

«Også her i Norge ser vi nå en tendens til at politikere og samfunnsdebattanter erklærer mistillit til de såkalt etablerte mediene. Det er selvsagt helt legitimt å være uenig i vinklinger og valg som mediene tar. En annen sak er å utrope pressen til fienden. Det er en meget farlig vei å slå inn på.» (Leder Stavanger Aftenblad, 2018).

«Helgheim representerer etter mitt syn trumpisme og vi kan under ingen omstendigheter stille akseptere dens fremvekst i Norge.» (Møller, 2020a)

«Hvis Helgheims verdenssyn begynner å gjennomsyre norsk høyreside, kan det bli stygt» (Møller, 2020a).

«Tenk alltid på at både forskere og journalister kan bomme, men ikke la det gå så langt at vi ser på mediene som løgnere. Ingen av oss har lyst å se hva som skjer da» (Møller, 2020b).



«Statsledere synes å ha lært av Donald Trump at man kommer langt ved å sjikanere, undergrave og rakke ned på pressen, i tillegg til rent formelle begrensninger i pressefriheten.» (Leder Dagbladet, 2018).

«Norge (...) er best i verden på pressefrihet. Det er ikke en plassering vi skal ta for gitt, viser utviklingen hos noen av våre nærmeste naboer. Også i Norge har det vært en lei tendens til å adoptere og dyrke Trump-retorikk vis-à-vis pressen, særlig hos ett regjeringsparti, men smitteeffekten er synlig. Begrepet «fake news» brukes skamløst av statsråder og deres håndlangere som på kort sikt ser seg tjent med å angripe pressens legitimitet på flere måter. I lys av utviklingen i Europa bør regjeringssjef Erna Solberg ta dette på alvor. Hun ville kanskje ikke brukt slike ord, men hun er ansvarlig for konsekvensene av dem.» (Leder Dagbladet, 2018).

«Det er en skremmende og farlig utvikling at de etablerte mediene, som TV2, er blitt de største produsentene av falske nyheter, mener Fremskrittspartiets stortingsrepresentant Mazyar Keshvari. Vi må ta det en gang til: Han mener de etablerte mediene er *de største produsentene av falske nyheter*. Vi i mediene har all grunn til å opptre mer selvkritisk enn vi gjør, men det spørs om Keshvari er klar over hva han egentlig sier.» (Lundemo, 2017).

«Det er en bekymringsfull utvikling hvis debatten skal reduseres til å handle om karakteristikker av norske redaksjoner i stedet for å handle om saken. Justisministeren tar i bruk Trump-metoder og reduserer debatten til et lavmål» (Nitteberg sitert av Ingebretsen, 2017).

«Alle oppgående mennesker som synes demokrati er en god ide vemmes av bildene som har rullet inn fra USA de siste døgnene. Selvsagt vemmes vi. Det gjør også norske politikere som har støttet Trump i snart fem år. Selv disse messer nå ut med hvor sjokkerte de er og hvor frastøtende de synes Trump er. Som om det er noe nytt» (Holstad, 2021)

«Det hele kulminerte med at pressefolk sist onsdag fikk kamerautstyr fratatt og knust av pøbelen utenfor Kongressbygningen. Det henger sammen, alt dette. I stedet har begrepene hans «fake news» og «mainstream media» blitt inkorporert i språket til

mange av nordmenn som nå plutselig synes Trump er en dumming. Det er i beste fall komisk.» (Holstad, 2021)

«Denne tilliten [mellom pressen og samfunnet red.anm.] er fundamentet for pressens innflytelse på samfunnet. Når denne tilliten brytes ned bør vi forvente at samfunnet gjør det samme.» (Møller, 2020a).

«Græsvik driver ikke med falske nyheter. Og hvis store stemmer sprer narrativet om at ikke du kan stole på mediene, trenger vi ikke se lengre enn til USA for å se de potensielle fatale konsekvensene» (Møller, 2020a).

### ***Personangrep***

Den siste forsvarsstrategien som jeg vil trekke fram fra denne debatten, er den mest aggressive fra pressens side. Jeg har valgt å omtale denne om motangrep. Det er fordi dette handler om uttalelser hvor journalisten går direkte i strupen på kritikeren for å diskreditere hans uttalelser og kritikk mot mediene. I de fleste av innleggene blir kritikernes troverdighet og legitimitet angrepet ved at journalisten viser til personens tidligere uttalelser og historie for å sette kritikerens atferd og meninger inn i en større kontekst. Dette kan vi se i uttalelser som;

«En kjapp titt på hans [Helgheims red.adm.] Twitter demonstrerer klart og tydelig at det er lite Helgheim gjør mer av å enn å anklage journalister og mediehus for å drive med falske nyheter. Han har aldri brukt begrepet *lügenpresse*, men vi kan se hva han mener om medienes troverdighet. Dette er for eksempel et direkte sitat: «Pressen er upålitelig!». Mindre tvetydighet her, Helgheim». (Møller, 2020a)

«Det hadde ikke slått meg som særlig merkverdig at Jon Helgheim (Frp) for et par uker siden forsøkte å få meg til å fjerne en satiresak om ham, var det ikke for at det føyer seg inn i en lang rekke instanser av hykleri fra hans side». (Møller, 2020a)

«Carl I. Hagen bruke for noen tiår siden en hel valgkamp på å få banket inn «ARK»-navnet. Navnet var forkortelsen for Arbeiderpartiets Riksringkasting, og var myntet på den sterke kontrollen partiet da hadde over statskanalen. Per-Willy prøver seg på lignende argumentasjon, ved å sammenligne Nordlys med en nedlagt KGB-styrt

propagandaavis. Det er bare i dette tilfellet, er det fullstendig skivebom. Det er den perfekte ironien å kalle noen Pravda, for så å vise samme motvilje mot opponerende meninger som de gamle kommunistene forfektet» (Jacobsen, 2017)

«Hans [Per Willy Amundsen red.anm.] forgjenger Anders Anundsen la Tønsbergs Blad på bålet og brente avisa. I sin egen blogg spør Sylvi Listhaug om hvorfor folk ikke stoler på journalister.» (Lundemo, 2017).

«Per-Willy Amundsen har nærmest gjort det til en paradegren og et glansnummer å sette fingeren på hva han mener er hoderystende, teit politisk korrekthet. Enten det handler om en kamp mot dem som angivelig fører en kamp mot jula, frykten for flagg og Fedreland han mener er truet av samiske flagg eller andre nasjoners farger i 17. mai-toget, eller det er en innbitt kamp mot media som han mener er ute etter ham og Frp. Denne kommentaren er således, selvsagt, bare en bekreftelse på det siste. Full støtte fra norske medier ville mest sannsynligvis vært ren kryptonitt mot det aldri hvilende agget mot media». (Holstad, 2021)

Tonen i de innleggene disse uttalelsene er hentet fram skiller seg betydelig fra andre innlegg om samme tema. Fra å være en nokså saklig og nøktern argumentasjon, blir innleggene i denne kategorien mer nedlatende. Sarkasme er et gjennomgående virkemiddel i de fleste av innleggene i denne kategorien.

«Det som i denne runden skapte mest bråk på Facebook, var at Amundsen gjentatte ganger kalte Nordlys for «Pravda», ettersom han mener det er et rent partiorgan for Arbeiderpartiet. Noe sier meg at mannen ikke har lest avisa så nøye de siste årene». (Holstad, 2021).

«Per-Willy Amundsen reagerer så på at Skjalg Fjellheim nevner likheten med Trump – altså, etter at Amundsen har truet med medieboikott og kritisert Nordlys for å fare med «falske nyheter». Nei, hvordan i alle dager kunne noen komme til en slik konklusjon?» (Jakobsen, 2017)

«Vi journalister mener selvfølgelig at Keshvaris påstand om at vi er de største produsentene av falske nyheter, er latterlig. (Lundemo, 2017).

## **CASE 2: Venstrevridd media**

### **Bakgrunn og premisser**

Journalister i den vestlige verden i stor grad del av en offentlig elite. Deres stemmer blir lyttet til, deres ansikter gjenkjent og deres perspektiver vurdert som troverdige (Oltedal, 2001, s. 13). Hvilke holdninger og meninger journalister har vil kunne prege samfunnet i den grad at mediene har både en symbolsk makt, altså makt over tanken, men også makt over dagsorden og en portvaktfunksjon. På bakgrunn av alle disse ulike formene for makt som mediene sitter med, blir journalisters politiske holdninger ikke ansett som en privatsak for den enkelte journalist, men som en del av et tema for offentlig debatt.

Debatten rundt journalisters politiske ståsted og påstander om en «venstrevridd media», handler om at journalister hovedsakelig representerer venstresiden av politikken og at de lar sin politiske overbevisning påvirke sitt arbeid. Det er to aspekter ved denne kritikken: for det første handler det om at journalister er en homogen gruppe i forhold til politisk overbevisning. Det andre er at de lar deres egne politiske holdninger bli en del av deres journalistikk. Denne debatten handler derfor om at journalister ikke er i stand til å utføre sine tre hovedoppgaver i samfunnet: være en kritisk vaktbikkje, en nøytral informasjonsdistributør og en arena for et bredt spekter av perspektiv og synspunkter. Kritikken om venstrevridd media slår derfor beina under tre av de viktigste funksjonene til mediene.



## **Kritikernes argumenter**

I forhold til debatten om en venstrevridd presse, handler mange av innleggene fra kritikernes side om å påpeke resultater fra undersøkelser som er blitt gjort over pressefolks politiske orientering. Mange viser til at undersøkelser over journalisters politiske overbevisning heller tungt mot venstresiden, og bruker dette som grunnlag for å så tvil rundt journalisters evne til å være objektive og nøytrale i sitt arbeid. Det er hovedsakelig to hovedargumenter i denne debatten fra kritikernes side; norsk journalistikk fører ikke til politisk mangfold i den offentlige debatten og journalister avfeier og evner ikke å diskutere temaet om politisk mangfold. Kritikere som anklager pressen for å være for venstrevridd kommer naturlig nok hovedsakelig fra aktører som selv plasserer seg på den høyresiden av politikken. Det er fordi her er gapet størst mellom kritikernes deres egne oppfatninger, perspektiver og verdensbilde og det de opplever er mediens fremstilling.

### ***Manglende mangfold og profesjonalitet***

Det første argumentet handler om at kritikere stiller spørsmål ved om journalister klarer å representere alle meningene som finnes i befolkningen, dersom de selv ikke representerer

folkets meninger. Kritikerne henter til at man ved å ha en overrepresentasjon av den politiske venstresiden, ikke vil gi befolkningen en korrekt beskrivelse av samfunnet de lever i og sakene på dagsorden. Det stilles også spørsmål om journalister ikke er i stand til å stille de rette spørsmålene og drive gravende journalistikk i forhold til politikere og politiske partier de sympatiserer med. Vi kan se dette i uttalelser som;

«Noen ganger aner jeg ikke hvor journalistene står politisk. Andre ganger vet jeg det, men det påvirker ikke journalistikken. Jeg opplever også hver dag det motsatte, nemlig journalister som ikke greier eller vil greie dette [å være objektiv og nøytral red.am]. Det merkes ved at de er ensidige, har blindsoner og unngår å stille spørsmål fra flere kanter, og det kan merkes på ordvalg og toneleie» (Clemet, 2021).

«Ofte skinner sympatier og antipatier igjennom, og det er ikke å legge skjul på at det kan ramme noen mer enn andre» (Clemet, 2021)

«At Aftenposten ville ha leserne til å tro at de «tvilte seg frem» til å anbefale å stemme borgerlig under sist kommunevalg ble mest av alt komisk. Men at de valgte å anbefale er bra. For når redaksjonene først har politisk retning, bør de være klare og tydelig på det. Men frykten for å tape lesere (kunder) veier tyngre enn viljen til redelighet.» (Mathiesen, 2017).

«Det er bare redaktørene som hevder at norske medier ikke har politisk slagside og påvirker en valgkamp. Få tror dem. Det er ingen som tror at VG er tilhengere av Senterpartiet, SV, Rødt eller MDG.» (Mathisen, 2017)

Her hevder altså kritikeren til at de norske journalistene lar sine politiske overbevisning påvirke sitt arbeid ved at det er vanskelig å finne informasjon og journalistikk dersom representerer flere politiske standpunkt. Dette har ifølge kritikeren ikke bare konsekvenser for den offentlige debatten og journalistikken, men også for politiske avgjørelser. Fordi objektivitet er et så grunnleggende ideal for journalistikken, kan vi si at dette er kritikk som angriper journalistenes profesjonalitet.

## ***Avfeiring***

Det andre argumentet som ofte dukker opp i denne debatten er at norske journalister ikke ønsker å diskutere politisk mangfold i norsk presse. Her hevder kritikerne at journalister både avfeier og kan gå så langt som å latterliggjøre debattanter som forsøker å sette søkelys på dette.

«At nysgjerrigheten [i forhold til journalisters politiske overbevisning red.anm.] er størst på den politiske høyresiden, bør ikke forbause noen. Men det virker nesten som det er en uvilje mot å diskutere dette i mediene.» (Clemet, 2021).

«Å skrive eller snakke om det er som å be om å bli latterliggjort på sosiale medier eller føle at journalister himler med øynene over at dette nok en gang blir et tema. Kulturen for nyansert, seriøs og nysgjerrig mediekritikk er ikke spesielt god i Norge.» (Clemet, 2021).

«Jeg hører av og til at folk nærmest har konspiratoriske tanker om det som skjer i mediene. Noen tror for eksempel at NRK legger planer for å hjelpe venstresiden i valgkampen. Jeg tror mediene delvis kan skylde seg selv, dersom slike forestillinger slår rot. Mange av dem tar rett og slett for lett på bekymringer og oppfatninger som gjør seg gjeldende i befolkningen, og som kan påvirke tilliten til mediene.» (Clemet, 2021).

## **Pressens forsvar**

I denne debatten ser vi hovedsakelig bruk av fire forskjellige måter å respondere på; forsvar av profesjonalitet, anerkjennelse + avvisning, advarsel og mistenkeliggjøring. Vi ser derfor en mindre avvisende tendens i denne debatten sammenlignet med debatten om falske nyheter. Det er i mindre grad brukt argumentasjon som direkte avviser kritikk i denne debatten. Det forekommer i stedet en stor grad av det jeg har valgt å kalle anerkjennelse + avvisning. Her er det snakk om uttalelser hvor journalistene anerkjenner deler av det kritikeren sier, men avviser hovedargumentet. Det kan være at journalisten for eksempel påpeker at diskusjonen er viktig eller at noen av poengene er sanne, men at vi må tolke de annerledes enn det kritikeren gjør.

I likhet med debatten om falske nyheter kan man også debatten om venstrevridde medier finne noe bruk av strategien «advarsel» og «mistenkeligjøring» som en måte å respondere på. Her kan det se ut som journalistene snur den mistenksomme tonen rettet mot dem tilbake til kritikeren. Med andre ord, der pressen blir anklaget for å ha skjulte agendaer, snur de om på kritikken ved å antyde at politikere og andre kan ha skumle hensikter med sin kritikk til mediene.

### *Forsvar av profesjonalitet*

I likhet med debatten om falske nyheter, ser vi også i denne debatten at journalister viser til profesjonalitet i sitt forsvar på kritikere som påstår at de er for venstrevridde. De påstår at norsk presse legger til rette for ulike meninger, og viser gjerne til eksempler der deres egen avis har gjort dette;

«Nylig skrev Aftenpostens kultur- og debattredaktør Knut Olav Åmås en omtale av boka «Ytringsfrihet», skrevet av en av avisas faste bidragsyttere, Bjørn Stærk. En tydelig høyreorientert skribent med stor gjennomslagskraft, som også har vært på trykk her i avisa med kloke betraktninger rundt 22. juli.» (Ramnefjell, 2013).

De forsvarer også sin profesjonalitet ved å hevde at journalister har evne til å ta avstand fra sine personlige meninger og interesser for å dekke saken på en måte som er i tråd med objektivitetsidealet. Dette kommer til uttrykk gjennom uttalelser som;

«Tendensen er altså gammel, og ser man på det store bildet sier det forsåvidt litt om hvor lite journalisters private holdninger påvirker befolkningen. (Leder VG, 2018).

«Det kan bety at norske journalister er flinke til å ikke la sine personlige politiske preferanser få prege journalistikken. Og mest sannsynlig betyr det at den moderne nyhetsjournalistikken favoriserer emner, temaer og begivenheter som ikke akkurat gir venstresiden noen gevinst.» (Leder VG, 2018).

En journalist for avisen Nordlys forklarer at grunnen til at avisene er kritiske til høyresiden ikke er fordi de er venstrevridde, men fordi journalister skal være kritiske til makten generelt. Da dette innlegget er skrevet er det Frp og Høyre som satt med regjeringsmakt. Han forsvarer



dermed at journalistenes profesjonalitet med at deres kritikk ikke handler om deres egne politiske meninger, men om at de gjør jobben sin.

«Det ligger i enhver journalists, og enhver medieinstitusjons DNA at vi skal være kritiske til makta. I Tromsø har Arbeiderpartiet, SV og Rødt være de naturlige skyteskivene, nasjonalt er det Høyre og Frp, Nærmest uansett avis gjelder dette prinsippet» (Jakobsen, 2017)

### ***Anerkjennelse + avvisning***

En annen måte journalister responderer på i denne debatten er ved å bruke anerkjennelse + avvisnings-metoden. I denne debatten foregår det litt annerledes enn de andre tre debattene fordi det blir i større grad brukt logos-argumentasjon. For å avvise kritikken bruker journalister i denne debatten ofte forskning og statistikk. Formålet med dette er kan forstås som at de vil vise at kritikeren ikke nødvendigvis har rett i det han eller hun sier, eller at sannheten er mer nyansert enn det kritikeren gir uttrykk for. Det blir derfor brukt statistikk som korrigerer i hvilken grad noe er sant, eller beint fram avviser at påstanden kritikeren kommer med er sann. Noen eksempler på slike uttalelser;

«Men stemmer anklagene med virkeligheten? [At journalister er venstrevridde red.anm.] Ikke helt. For ser vi på hva journalister oppga i året det sist var stortingsvalg, i 2013, viser tallene fra Respons at «kun» 45 % av journalistene stemte på de tre venstresidepartiene Ap, SV og Rødt. Selv hvis man inkluderer Senterpartiet, som tradisjonelt regnes som et sentrumsparti, fikk ikke disse fire partiene mer enn 48 % av journaliststemmene vinteren 2013 (feilmarginen oppgis til +/- 2,5-4 prosent). Flertallet av norske journalister ville altså ved sist valg stemme ikke-sosialistisk.» (Herbjørnsrud, 2015).

«Bjørn-Gunnar Jørgensen i Tromsø Frp går på Facebook (...) og hevder at hele mediebransjen jobber mot dem: «Ingen norske redaktører eller journalister stemmer på Frp. Tallene viser at norske journalister primært stemmer på Ap, SV, Høyre, Venstre eller Miljøpartiet De Grønne. Er det fremdeles noen som tror at Frp blir behandlet likt?» For å avlive den myten, må jeg nevne at da vi avholdt et hemmelig valg i i Tromsø, i forbindelse med kommunevalget i 2015, fordelte redaksjonen seg over hele den politiske floraen.» (Jacobsen, 2017).

«Selv om høyre- og venstre-blokken i norsk politikk er nokså jevnstore, finnes det i dag ingen store norske mediehus med en sosialdemokratisk eller -tydelig venstrevridd agenda. Og til tross for at journalister generelt er venstrevridde, viser -undersøkelser fra Stortingets egen presselosje at de politiske journalistene, som faktisk skriver om norsk politikk, har et flertall av borgerlige eller høyreorienterte journalister.» (Aalborg, 2018).

«Det betyr ikke at ikke vridningen er et problem. Og antagelig mer for mediene enn for Fremskrittspartiet, som ser ut til å ha klart seg utmerket gjennom 45 år uten norske journalisters stemmer. For mediene betyr dette imidlertid en utfordring for troverdigheten». (Leder VG, 2018).

«Både SV og Rødt er små partier, mens Fremskrittspartiet er stort. Det kan bety at medienes makt er overdrevet. (Leder VG, 2018).

I tillegg til å vise til undersøkelser over hvordan journalister stemmer ved Sttingsvalg, er det flere som tar opp i hvor stor grad avisenes politiske profil er venstreorientert. Her blir det derfor argumentert for at de fleste avisene i Norge har en borgerlig eller høyreorientert politisk plattform. Premisset for dette argumentet er at avisenes politiske profil har mer å si for innholdet i avisen, enn den enkelte journalists overbevisning. Dette kommer til uttrykk gjennom uttalelser som;

«Ingen av de 10 største avisene i Norge tilhører venstresiden – disse er generelt høyreorienterte eller borgerlige, som Schibsted-avisene.» (Herbjørnsrud, 2015).

«et overveldende flertall av landets største aviser har alt annet enn en venstreorientert profil, med unntak av Klassekampen og Dagsavisen. Overvekten er klart borgerlig. Ingen av de største anbefalte sine lesere å stemme på Jonas Gahr Støre. Flere anbefalte Erna Solberg. Det er lite trolig at det blir veldig annerledes før årets valg.» (Thorsen, 2021).

«Særlig det siste året har det vært mange i Ap som har kritisert mediene for at Jonas Gahr Støre skal «tas». Det er noe paradoksalt når tolkningen av Medieundersøkelsen er at «alle» journalister vil ha ham som statsminister.» (Thorsen, 2021).

I et innlegg på Journalisten.no kalt «Valgpraten» intervjuer journalist Kristine Lindebø politisk redaktør i Dagsavisen Lars West Johansen. På spørsmålet om norske journalister er for venstrevridde, gir West Johansen et svært likt svar som uttalelsene over:

«Nei. Norske medier er i all hovedsak borgerlige. (...) Den siste [undersøkelsen red am.] som er gjort av journalisters partitilhørighet, viste en stor overrepresentasjon for særlig Rødt og SV. Men de største, mest toneangivende mediene er konservative, lett høyrelente. Ikke sånn at det påvirker nyhetsjournalistikken, men på menings- og lederplass er de det helt åpenbart. VG, Aftenposten og DN, og Nettavisen, for å nevne noen. NRK har jobbet aktivt for å motvirke inntrykk av rød slagside.» (Johnsen sitert av Lindebø)

Argumentet for at mange av de største avisenes borgerlige profil ser dermed ut til å være et gjennomgående argument mot at den norske journalistikken er venstrevridd. Det er derfor også interessant å undersøke hva journalister i aviser med en tilknytning til røde partier sier om balansen mellom avisens politiske profil og journalistikken. For avisen iTromsø skriver tidligere redaktør Stig Jakobsen følgende om sin konkurrent Nordlys;

«Nordlys var, rett nok, en del av Arbeiderpressen en gang, og har sitt utspring i arbeiderbevegelsen. Avisa skilte formelt lag med Ap allerede på åttitallet. I hele perioden etter valget i 2015 har de vært knallharde kritikere av Arbeiderpartiet lokalt. Nordlys har i tillegg vært Frps kanskje sterkeste støttespiller i innvandringspolitikken. Både politisk redaktør Skjalg Fjellheim og Tone Angell Jensen har flere ganger forsvart Sylvi Listhaugs linje. I mange sammenhenger har Nordlys også forsvart Fremskrittspartiet på lederplass. (Jakobsen, 2017).

Som en del av å avvise kritikken, er det flere journalister som bagatelliserer kritikken ved å enten kritisere studien det blir vist til, hinte til at det er et umulig problem, eller ved dra inn nokså irrelevante fakta om andre samfunnsviktige yrkesgruppers politiske overbevisning.

«Undersøkelsen tar for seg en lang rekke spørsmål, men hvordan journalistene ville ha stemt, får størst oppmerksomhet. Medieundersøkelsen sier imidlertid ingenting om hva journalistene jobber med, og gjør ikke forskjell på om man er medlem i Stortingets presselosje eller Norsk sportsjournalisters forbund» (Thorsen, 2021).

«Årets undersøkelse viser for øvrig at dersom legene hadde bestemt, hadde også FRP endt opp med null mandater på Stortinget. Sykepleierne hadde gitt dem to». (Thorsen, 2021).

«kravet om at mediefolk også skal stemme «som gjennomsnittet», virker kontekstløst – for ingen yrkesgrupper stemmer gjennomsnittlig.» (Herbjørnsrud, 2015).

«Dette [at journalister hovedsakelig stemmer på partier på venstresiden red.anm.] er ikke feil. Undersøkelsen viser dette. Det er heller ikke uproblematisk at en gruppe, hvis arbeidsoppgave er å fortelle verden om hvordan den henger sammen, ikke har større bredde og variasjon politisk. Det er imidlertid lite trolig at norske medieledere setter i gang med å bryte arbeidsmiljøloven (som det faktisk ville være) ved å fritte ut journalister om deres politiske ståsteder i jobbintervjuer». (Thorsen, 2021).

De vedkjenner at det kan være et problem at journalister er en nokså homogen gruppe, men de avviser bastant at det er av stor betydning for journalistikken og for samfunnet generelt. På den måten holder de ved at journalister klarer å ikke la sin politiske overbevisning skinne igjennom og prege innholdet og vinklingen.

### ***Advarsel***

I likhet med debatten om falske nyheter finner vi også uttalelser fra pressen i denne debatten som skisserer faremomentene med kritikk om en venstreorientert presse. Dette er uttalelser som skisserer en nokså ekstrem konsekvens av det kritikeren diskuterer. I flere av disse uttalelsene kan responsen fremstå mer dramatisk enn rimelig.

«Det blir i sum ganske alvorlige anklager som rettes mot landets journaliststand – og dermed mot det norske demokratiet slik vi kjenner det. For hvis vi ikke kan stole på de fakta vi blir presentert daglig – fordi de er laget av politiske aktører med en spesiell agenda – hva kan vi da stole på?» (Herbjørnsrud, 2015).

«Øker mistenksomheten og konspirasjonslignende anklager ytterligere mot skrivende og medieansatte, står vi i fare for å undergrave en sentral del av den norske samfunnskontrakten. Vil vi styrke det norske demokratiet, er et av de første skritt å dempe den unødige mistenkeliggjøringen av norske mediefolk. I stedet for å denge

eller klemme journalister, burde man starte med å stole på dem isteden.»  
(Herbjørnsrud, 2015).

### *Mistenkeliggjøring*

En siste forsvarsstrategi som er verdt å trekke frem fra er mistenkeliggjøring. I denne debatten ser vi ikke de samme personangrepene som i debatten om falske nyheter. Tonen er mindre nedlatende og noe mer saklig. Her blir det heller hintet til at kritikere som hevder at pressen er venstrevridd, gjør det på grunn av sine egne politiske motiver. Journalistene påstår dermed at kritikken ikke er konstruktiv fordi den ikke viser et reelt bilde av situasjonen. Vi kan se dette i uttalelser som;

Flere [i redaksjonen i Tromsø under kommunevalget i 2015 red adm.] sa at de ville stemme Frp, og vi ville fått et knapt, borgerlig flertall, hadde redaksjonens stemmer blitt lagt til grunn. Likevel blir også vi beskyldt for å være en venstrevridd avis. Utspill som dette er kun ment for å villed. Folk som ikke sjekker vil tro at alle medier er venstrevridde, og de vil feilaktig anta at Nordlys fortsatt er Arbeiderparti-styrt. Sistnevnte påstand blir attpåtil presentert av en justisminister som er freidig nok til å bruke «fake news»-uttrykket. (Jakobsen, 2017)

«Politikere er sannsynligvis de fremste på å tolke mediens ulike posisjoner, en kunnskap som brukes til å plassere utspill i form av nyheter, intervjuer og kronikker - der de er sikret best mulig eksponering. Vi kan trygt fastslå at høyreperspektivene har rikelig med arenaer i det norske medielandskapet.» (Ramnefjell, 2013)

# CASE 3: Skandalehåndtering

## Bakgrunn og premisser

Medieskandaler oppstår ved at en eller flere personer med en posisjon i samfunnet blir tatt for å ha begått et brudd sosiale, økonomiske eller moralske normer, og dette blir kjent for offentligheten gjennom mediene (Lull og Hinerman, 1997, s. 3). En skandale generer et enormt press på personene involvert i hendelsen drevet fram av blant annet journalister som forsøker å dekke saken i flere plattformer og stadig grave fram flere detaljer. Denne prosessen blir gjerne omtalt som et mediedrev. I et mediedrev omtales pressen ofte som en flokk som jakter på det samme byttet. Det er fordi ulike redaksjoner som deltar i dekningen ofte har samme vinkling og tolkningsramme (Allern og Pollack, 2009, s. 11). Slik vil personene som er involvert i saken ofte bli skadelidende for dekningen.

Skandalehåndtering er knyttet til pressens legitimitet, troverdighet og makt fordi publikum må oppleve at pressens håndtering er rettferdig. Dersom publikummet opplever at pressen går for langt i sin dekning, vil de også kunne stå i fare for å miste tillit og oppslutning hos sitt publikum. I Norge har vi sett eksempler som Tønne-saken hvor hovedpersonen Tore Tønne begikk et selvmord angivelig på grunn av det enorme presset han møtte i forbindelse med saken. Vi har i senere år, sett flere eksempler på saker hvor man har gått for langt i håndteringen av en skandale.

I denne debatten er det tatt utgangspunkt i kritikk og svar knyttet til tre skandaler:

### 1: Per Sandberg og Bahareh Letnes reise til Iran

- Statsråd Sandberg brøt sikkerhetsrutiner i forbindelse med sin ferie i Iran i 2018. Landet blir vurdert som et høyrisikoland, og hans adferd ble derfor omtalt som svært uansvarlig. Saken endte med Sandbergs avgang som fiskeriminister.

### 2: Trenerskandale i Stabæk fotball

- Trener Øyvind Eide ble i 2014 anklaget av tidligere spiller Leni Larsen Kaurin for seksuell trakassering. Eide ble ilagt en skriftlig advarsel. Styret i klubben lot han fortsette i jobben som trener med støtte fra de øvrige spillerne.

### 3: Bar-vulkan

- Tidligere nestleder i Arbeiderpartiet Trond Giske ble i #Metoo-kampanjen i 2017 beskyldt for å ha begått overtramp av seksuell karakter mot kvinnelige partimedlemmer. Bar-Vulkan-saken er skandalens etterspill som blusset opp igjen i 2019 da en video av Giske som danset med en yngre kvinne på et utested i Oslo ble delt på sosiale medier. VG intervjuet kvinnen i videoen og siterte henne feil i uttalelsen «det ble litt mye». Uttalelsen ble tolket som at Giske igjen hadde begått et overtramp mot en yngre kvinne. Saken førte til at Giske måtte trekke sitt kandidatur som leder for Trøndelag AP.



### Kritikernes argumenter

Debatt knyttet til skandalehåndtering skiller seg noe fra de andre tre debattene som er analysert ved at vi ser hovedsakelig en spesifikk type kritikk. Her er det snakk om kritikk som hevder at mediene avfeier den kritikken de mottar, prøver å skjule feil, jakter i flokk og opptrer som generelt sett som arrogante. Jeg har valgt å kategorisere argumenter som hevder at journalister prøver å skjule feil inn under avfeiging fordi dette grunnleggende sett handler om å ikke ta kritikken på alvor. Tonen i kritikken er nokså spiss med innslag av ironi.

## *Avfeining*

Den mest fremtredende kritikken som pressen mottar i debatter rundt skandalehåndtering, er altså at de ikke tar innover seg viktige kritiske poenger og ikke tar ansvar når de har begått en feil. Det er særlig offeret i en medieskandale eller hans støttespillere som kritiserer pressen for å avfeie kritikk. I disse uttalelsene finner vi beskrivelsen av mediene som både egosentriske og arrogante. Det blir også hevdet at denne holdningen går utover det journalistiske produktet. Dette kan arte seg som direkte beskyldninger om at pressefolk aldri innrømmer feil, slik som her:

«Den ansvarlige redaktør har det personlige og fulle ansvar for mediets innhold. De tar det bare ikke. Og hvorfor skulle de. Ikke er det lønnsomt. Og ikke ser det ut til å være nødvendig.» (Loe, 2014).

Det kan også være mer indirekte påstander om at journalister forsøker å skjule sine feil eller ikke ønske å ta imot kritikk ved å latterliggjøre kritikk.

«Det å innrømme feil sitter ikke langt inne bare hos redaktørene.» (Loe, 2014).

«Du skal være en våken leser for å ha fått med deg at Påtalenemnda i NFF har lagt vekk saken om påstått seksuell trakassering i Stabæk. (Budstikka, NRK og omsider VG har nevnt det) Du skulle vært henimot blind og døv for ikke å få med deg fordømmelsen og skråsikkerheten i forkant.» (Loe, 2014).

«Pressen tar ikke selvkritikk, det vet de fleste utenfor pressen. Og når det gjelder egen agenda er sårheten overveldende. Å påpeke politisk slagside eller mangel på nøytralitet hos VG, Aftenposten eller NRK møter alltid den samme stengte døra. Og den vanligste argumentasjonsformen mot slike påstander er latter.» (Mathiesen, 2017).

«Schibsted-podcastene Aftenpodden og Giæver og Joffen (VG) illustrerer dette [at pressen ikke tar selvkritikk red.anm] forbausende ofte, der redaktører og kommentatorer ikke sjelden harselerer med både pressekritikk, elitebegreper og kritikk mot hovedstaden. Dårlig skjult forakt forkledd som selvironi er sjeldent smakfullt». (Mathiesen, 2017).

Journalister blir i tillegg til å bli kritisert for å ikke ta ansvar og forsøke å skjule sine feil, også anklaget for at det ikke får noen konsekvenser for dem dersom de gjør noe galt. Her blir journalisten fremstilt som en maktutøver uten ansvar. Fallhøyden for den de kritiserer er langt høyere, enn det er for journalisten selv. Dette skaper et skjevt og urettferdig maktforhold mellom pressen og personene de omtaler.



«Behovet for raske svar er påfallende. Fraværet av rettssikkerhet likedan. For, som regelen etter hvert er blitt, en beskyldning trenger ikke bevises, bare den er kraftig nok. Da flokker nemlig mediene seg om den som gribber rundt et kadaver, og beskytter den med samme intensitet. Bevisbyrden er snudd. Treneren burde selvfølgelig fått sparken på dagen. Glem fakta.» (Loe, 2014).

«For de tre journalistene som hadde byline på saken [Bar Vulkan-saken red.anm.], har konsekvensene vært til dels alvorlige. Ingen av dem jobber i dag med nyhetsjournalistikk om norsk innenrikspolitikk i VG. Én av dem er sendt ut i permisjon. For VG-redaktørene, som var til dels dypt involvert i arbeidet med saken både før og etter at den ble publisert, har det vært enklere. Ingen av dem har måttet tåle de konsekvensene som ble de tre journalistene til del. Ingen har blitt omplassert, ingen har måttet ta permisjon.» (Ulstein, 2019).

«VGs sak tegner det stikk motsatte bildet av hva som var virkeligheten. Ikke var det noen person som hadde opplevd å bli behandlet ugreit. Videoen viste heller ikke dette. Jeg respekterer at det kan være ulike meninger om jeg bør bli valgt til verv. Men selv i det store trykket som er mot meg akkurat nå, må det gå noen presseetiske grenser. Ved å fremstille saken på en helt annen måte enn det var dekning for, har VG overtrådt de presseetiske grensene, og bør beklage saken» (Giske sitert av Lohne, 2019).

## **Pressens forsvar**

I debatter knyttet skandalehåndtering, ser vi hovedsakelig fem former for forsvar; avfeining, forsvar av profesjonalitet, anerkjennelse + avvisning, beklagelse og advarsel. I forbindelse med saken bar-Vulkan skrev redaksjonen i VG i 2019 en rapport om avisens dekning av saken. Rapporten avslutter med flere tiltak som skal sikre at avisen ikke begår samme feilene igjen. Tiltakene involverer blant annet at bruk av sitater fra anonyme kilder skal avklares på redaktørnivå og man skal opprette en offentlig logg som blir løpende oppdatert med feil og etterfølgende korreksjoner hvor avisens beklagelser skal loggføres (VG, 2019b, s. 54-55). Rapporten vil ikke bli diskutert videre i denne studien, men det er et interessant grep å påpeke fra VGs side i forbindelse med håndtering av kritikk. Von Krogh og Svensson identifiserte nettopp endringer som ble gjort på bakgrunn av kritikk som en måte å møte kritikk på (2017, s. 61). Dersom datamaterialet hadde inkludert rapporten, kunne vi i denne debatten altså

inkludert enda en forsvarsstrategi hvor pressen omtaler konkrete grep som er tatt for å endre praksis.

De to viktigste kategoriene å legge merke til i denne analysen er forsvar av profesjonalitet og beklagelsen. Forsvar av profesjonalitet er den mest brukte måten å forsvare seg på. Dette er naturlig da debatten i stor grad handler om den journalistiske arbeidsprosessen. Her viser journalistene en stor grad av ydmykhet ved å blant annet snakke om vanskelige vurderinger som er tatt i ulike saker, og hvordan dette kan oppleves for de involverte. I debattene som er analysert i denne studien er det kun i denne at beklagelsen dukker opp. Det kan være fordi det er større press fra samfunnet om at pressefolk skal beklage overtramp og feil i denne debatten. Vi kan også spekulere i at dette kan ha noe med pressens selvjustis knyttet til etikk å gjøre. Ved å ha et formelt system for debatt knyttet til etikk, kan denne formen for kritikk muligens oppleves som mindre truende, og mer berikende for bransjen. Vi ser også i denne debatten at journalistene selv i stor grad fremmer kritikk mot andre redaksjoner når de mener at de har begått et etisk overtramp.

### ***Avfeining***

I et innlegg som omhandler boklanseringen og mediekritikken som Per Sandberg og hans kjæreste Bahareh Letnes kom med etter den famøse reise til Iran sommeren 2018, bruker journalisten sarkasme når han omtaler deres mediekritikk. Han viser til stereotypiske beskrivelser av journalister som arrogante og blodtørstige flokkdyr som er jager etter skandaler og klikk. På den måten gjør han narr av den kritikken som blir rettet mot pressen.

«Letnes er jo ifølge en kolerisk Sandberg henrettet av blodtørstige klikkhorer.

Naturligvis er jeg inhabil, dobbelt gammel presseman som jeg er, og derfor burde jeg ligge langt unna temaet selvopptatte og ufeilbarlige journalister i vranglås. Mennesker med slett evne til selvkritikk og dessuten med en velutviklet hang til å jakte i flokk». (Fjeld, 2018).

«Det er ikke rart at avisene blir tynnere og tynnere, og at norske journalister har omdømme på nivå med bruktbilselgere». Denne ikke helt originale konklusjonen er hentet fra kommentarfeltet til en artikkel i Dagsavisen» (Fjeld, 2018).

### ***Forsvar av profesjonalitet***

Debatt knyttet til presseetikk berører ved flere av profesjonsnormene. Den aller viktigste av de er ideen og idealet den fjerde statsmakt som gransker og vokter samfunnet. Det er fordi rollen som vaktbikkje og samfunnets kritiker innebærer at journalister må dekke hendelser som vil sette folk i et dårlig lys. De må stille folk til ansvar for overtramp, løgner og feil de har begått på vegne av samfunnet. Det betyr at journalistikken skal grave i andre personers liv og handlinger, stille de kritiske og ubehagelige spørsmålene og presentere informasjonen de finner for sitt publikum. I pressen forsvar av profesjonalitet i denne debatten blir særlig vaktbikkjerollen fremhevet, slik som her;

«Statsministeren bør forstå at journalistar ikkje stiller politikarar til vegs for sin eigen del. Journalistar spør på vegner av offentlegheita. Kjernen i journalistikken er å skrive sanninga. Ofte er det slik at maktpersonar ikkje vil at sanninga skal kome fram. I denne saka har pressa stilt heilt nødvendige spørsmål, og vore med på å avsløre alvorlege brot på tryggleiken.» (Leder Bergens Tidende, 2018).

I forlengelse av et forsvar for profesjonalitet, finner vi innlegg under dette temaet som tar opp hvor vanskelig det er for mediene å gjøre gode etiske vurderinger i saker som handler om sensitive tema.

«Arbeiderpartiet har aldri vært noen søndagsskole. Den siste ukas oppgjør om makt, tillit og #metoo i Trøndelag Ap er så kraftfull og dramatisk at det savner sitt sidestykke. For mediene har det vært en usedvanlig krevende situasjon å dekke. Giske-saken representerer på mange måter en slags presseetisk unntakstilstand» (Olufsen, 2020).

I forhold til å gjøre de presseetiske vurderingene skriver journalister, tross av formaliserte retningslinjer gjennom Vær-varsom-plakaten, ikke har «et oppslagsverk» når de tøffe beslutningene tas;

«Her befinner journalister og redaktører seg på slagmarken i åpent lende, midt mellom skyttergravene. På den ene side blir det umulig å unnlate å rapportere om hvilke våpen som tas i bruk og hvordan målet rammes. På den annen side må man ivareta rimelige hensyn til personvern.» (Olufsen, 2020).

Journalisten sier videre at i noen situasjoner vil det være umulig for pressen å ikke omtale sensitive tema og ta hensyn til alle personene som er involvert i sakene, dersom de skal gjøre jobben sin skikkelig.

«spørsmålet er om valget av en person til en av samfunnets desiderte maktposisjoner kan sammenlignes med en anmeldelse av kritikkverdige forhold på vegne av fellesskapet. Svaret på dette spørsmål kan ikke være annet enn at det er umulig å rapportere om maktkampen uten å fortelle om varselet.» (Olufsen, 2020).

I forhold til Giskes kritikk av at mediene omtale av varslene og anmeldelsen som kom mot han, svarer journalisten at;

«(...) generelt eksisterer det ikke noe referatprivilegium for pressen ved omtalen av anmeldelser i motsetning til det som gjelder for siktelser. Men Giske-saken er altså ingen straffesak. Det er en tillitssak.» (Olufsen, 2020).

Journalisten anerkjenner først Giskes argument, men avviser at dette er gjeldende for hans situasjon. Forsvaret her går på at Giske-saken ikke er en straffesak, men en såkalt «tillitssak» om hvorvidt en maktperson er egnet for sin posisjon. Denne distinksjonen endrer dermed ifølge journalisten premissene for mediene dekning og dermed også de etiske vurderingene som bør tas. Han forsvarer også mediene dekning av saken, enda pressens arbeid gikk ut over Giskes liv og rykte, på bakgrunn av profesjonelle idealer og verdier for journalistikken. Vi kan forstå dette som at journalisten setter samfunnskontrakten opp mot et enkeltindivid, og spør hva som er viktigst.

«Jeg tviler ikke på at Trond Giske er gitt utallige muligheter til å imøtegå påstandene fra varslere. Han har selv valgt å kommunisere via Facebook.» (Olufsen, 2020).

«VG fikk verifisert at videoen var autentisk og spilt inn natt til søndag på en bar i Oslo. Vi kontaktet kvinnen som var på videoen og hadde en dialog med henne. Det eneste hun kunne siteres på er gjengitt i artikkelen: «Vi danset og hadde det hyggelig, så ble det litt mye, så jeg og venninnen min dro derfra». VG har ikke forsøkt å fremstille situasjonen i baren annerledes enn det kvinnen ga uttrykk for. Vårt inntrykk etter samtalene med henne, var at kvelden var hyggelig, men på et tidspunkt syntes hun situasjonen ble noe ubehagelig. VG har ikke karakterisert det som skjer på videoen, men nøkternt beskrevet det den viser. Giske bidro ikke med sin versjon overfor VG» (Steiro sitert av Lohne, 2019).

«Ingen har påstått at videoen viser trakasserende oppførsel, men den var likevel av en slik karakter at Giske mistet støtte hos de i Trøndelag Ap som skulle vurdere om han

hadde tilstrekkelig tillit til å få et styreverv i fylkespartiet. Den journalistiske dekningen av dette er viktig og legitim, selv om VG har beklaget sin første sak fordi den på grunn av mangler etterlot et inntrykk av at jentene var utsatt for et overtramp. Pressens oppgave er å belyse og kommentere slike politiske prosesser, også når de inneholder elementer som er pikante og «skandaløse» i sin natur.» (Ramnefjell sitert av Gilbrant, 2019)

Hvis vi ser alle disse uttalelsene som et bilde på en etisk holdning blant pressefolk, kan man si at pressen forsvarer sin profesjonalitet ved å vise til samfunnets behov for en kritisk vaktbikkje. De forsikrer sine lesere om at de etiske avgjørelsene er krevende, og at dersom man trår feil, så er de åpne om det.

### ***Anerkjennelse + avvisning***

Et annen respons fra journalistene som vi ser i debatter om presseetikk er at det legger ikke skjul på at det blir begått feil. I denne debatten ser vi mindre av uttalelser som blander anerkjennelse og avvisning. Det gis uttrykk for at pressen er mer mottakelig for kritikk som gjelder etikk enn de er i de andre tre debattene. Det er likevel et svært påfallende element i forhold til disse uttalelsene - de er ikke skrevet av journalister som selv jobber for mediehuset som mottar kritikk. Altså, de journalistene som åpent innrømmer og anerkjenner at det gjøres feil i norsk presse, gjør det egentlig ikke på vegne av seg selv og sitt mediehus. De går inn i debatten med noe avstand til det de snakker om, fordi det gjelder ikke hva de selv har skrevet. I forhold til VGs håndtering av Bar Vulkan saken med Trond Giske, vi kan se den avstanden andre journalister tar til de feilene som har blitt begått i uttalelser som;

«Det er et godt spørsmål om media har evnet å se nyansene i #metoo-dekningen fra Arbeiderpartiet og se på det hele fra Trond Giskes perspektiv. Det kan også være grunnlag for å se på «samtidighets-kriteriet» med et mer moderne blikk.» (Olufsen, 2020).

«Naturligvis begås det overtramp og gjøres feil. Før som nå. På noen områder er det blitt verre, på andre bedre i norsk presse. Kildekritikken går i pluss, vernet av personer både mot seg selv og andre går i minus.» (Fjeld, 2018).

«Det er lite omstridt at VGs dekning i saken [Bar-Vulkan saken red.anm.] var kritikkverdige.» (Leder Aftenposten, 2019).

«Det er nå klart at VG, flaggskipet i Schibsted og i den norske mediebransjen, både har misbrukt en kilde på det aller groveste, og forfalsket en nyhet.» (Fjellheim, 2019).

«Det ble tidlig klart at VGs beskrivelse av Sofies dansing med Giske var mangelfull.»  
(Leder Dagsavisen, 2019).

Med andre ord, journalister som ikke selv jobber for det mediehuset som blir kritisert i en spesifikk sak om håndteringen av en skandale fremstår ivrige til å anerkjenne den kritikken som kommer. Vi kan derfor spørre oss, hva med de journalistene som jobber for det mediehuset som blir kritisert? Hva sier de?

«Den siste uken har VG fått kritikk for artikkelen. Noen mener det var galt å omtale videoen i det hele tatt. Det er vi ikke enige i. Etter vårt syn har hendelsen offentlig interesse. Det var riktig å omtale saken. Likevel er det grunn til å ta selvkritikk. Problemet med VGs artikkel var at den ikke ga et tilstrekkelig bilde av hendelsesforløpet i baren. I den videre deknningen har det kommet frem at kvinnen som opptrer på filmen, opplevde kontakten med Giske som uproblematisk.» (VG, 2019a).

«VGs vurdering er fortsatt at bekymringsmeldingen og Sandlis kritikk var relevant. I vårt arbeid kontaktet vi relevante kilder. De er presist gjengitt. Når noen har gitt andre opplysninger til ulike medier, har VG videreformidlet disse for å opplyse saken best mulig. Det gjelder også Giskes kritikk av VG» (Steiro sitert av Lohne, 2019).

«Det er samsvar mellom VGs rapport og det PFU uttaler. Overordnet er vi enige i utvalgets vurderinger. VG har flere ganger erkjent feilene PFU har felt oss for - både i offentligheten og i vårt tilsvarende til PFU. Vi tar med oss avgjørelsen videre og skal lære av den. Så registrerer vi at PFU også kritiserer VG for kontakten med Sofie i forbindelse med rapporten, og avventer nå endelige formuleringer fra PFU». (Steiro sitert av Johansen, 2019)

### ***Beklagelse***

I noen innlegg som ble publisert av VG i forbindelse med den tidligere nevnte saken, forekom det en annen form for anerkjennelse, nemlig beklagelse. Det er to ting man må legge merke til i disse uttalelsene. For det første blir det beskrevet at dette er ikke noe som vanligvis skjer. Dette var en alvorlig feil, og en feil som man opplever er uvanlig og ikke opp til VGs standard. Det andre vi må legge merke til er at journalistene her forsvarer profesjonaliteten sin ved å vise til at de har gjennomgått saken nøye og vurdert den over flere dager for å gjøre det riktige. Det er med andre ord ikke nødvendigvis en uforbeholden beklagelse. Det kan heller beskrives som en beklagelse som fremdeles forsøker å opprettholde en forklaring om at dette er en feil som ikke vanligvis skjer i redaksjonen. Vi ser dette i uttalelser som;

«Det er viktig å få frem at da denne saken ble publisert, var det min overbevisning at den var riktig, og ga uttrykk for kvinnens syn. Da var det en overraskelse da NRK kort tid etterpå publiserte en sak med andre sitater og en annen fremstilling. Da gikk det gradvis opp for oss etter hvert at vi hadde begått en feil. Det tok dager, og da måtte vi beklage. Det var riktig å gjøre.» (Steiro, sitert av Johannesse, Brekken og Vågenes, 2019).

«Det vi vet, er at denne kvinnen har krav på en unnskyldning. Vi forstår allerede nå at det er skjedd en alvorlig feil. Det er jeg oppriktig lei meg for. Vi har beklaget saken tidligere, og det er det grunn til å gjøre igjen. Nøyaktig hva som har gått galt, kan vi ikke svare på ennå.» (Steiro sitert av Johannessen, Brekken og Vågenes, 2019)

«vi beklager overfor alle som er blitt rammet av denne saken. Det er en kvinne her som har havnet i en situasjon hun ikke burde være i, saken har rammet Giske, og jeg vil beklage overfor våre lesere. Dette er slike feil som ikke skal skje. Jeg opplever det er uvanlig at slike feil skjer, og det er ikke en slik standard vi skal ha i VG.» (Steiro sitert av Johannessen, Brekken og Vågenes, 2019).

### ***Advarsel***

I den siste formen for forsvar som dukker opp i denne debatten er advarsel. Dette er en form for forsvar som også i denne debatten avdekker hvordan journalistene ønsker at debatter knyttet til dette temaet skal foregå. Her blir det blant annet advart mot å bruke beskrivelser av pressen som «blodtørstig» fordi man mener at dette gir et feil inntrykk av pressens opptreden. Vi kan tolke dette som at pressen mener slike karakteristikk er truende for deres troverdighet. Vi finner advarsler i uttalelser som;

«Grensene flyttes, for folkeskikk og god presseskikk. Det skjer noe med oss. Det som var utenkelig for bare noen få år siden, er ikke bare tenkelig i dag – men faktisk laseggjørlig og bredt akseptert. Der verdens mektigste mann leder an, er det forståelig at andre følger etter. Jeg tror ikke at ellers så sedate og runde Erna Solberg hadde brukt ordet «blodtørstig» om norsk presse uten at den farlige klovnen i Det Hvite Hus hadde gått foran.» (Fjeld, 2018).

«Solberg bør ikkje male med brei pensel, og berre slå fast at pressa har vore «blodtørstig». Det er godt mogeleg at delar av mediedekninga har vore problematisk, men Solberg si generalisering bidrar ikkje til å nyansere dette» (Leder BT, 2018).

## CASE 4: Clickbait i norsk presse

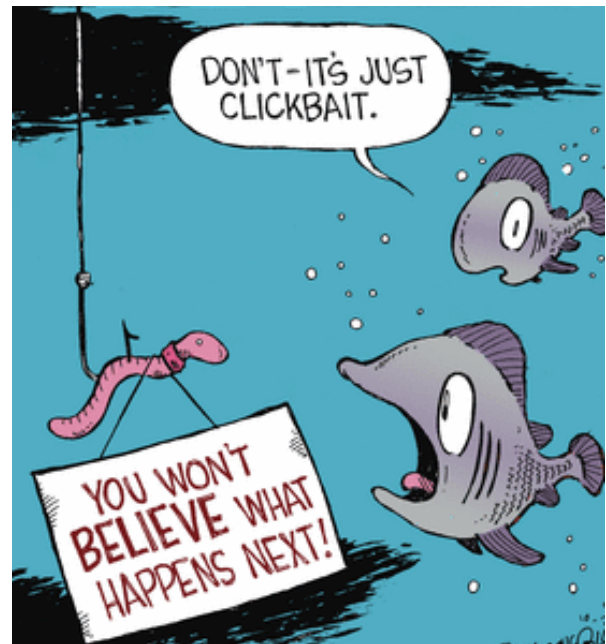
### Bakgrunn og premisser

For å kunne analysere denne debatten er vi nødt til å se det journalistiske produktet fra to sider; journalistikk som public service på den ene siden og journalistikk som en salgbar vare for en kommersiell bedrift på den andre. Dette er to verdier som kan både fungere godt sammen og kan skape utfordringer. Disse verdiene er integrerte i den daglige journalistiske virksomheten hvor det stilles krav til at journalisten ivaretar begge. En nyhet kan både være salgbar og public service, ved at den omhandler en samfunnsrelevant hendelse eller nyhet, samtidig som den vekker oppmerksomhet og får publikum til å klikke på saken. Det kan også være et misforhold mellom de to verdiene, hvor mediene for eksempel fokuserer mer på en sak som selger og vekker mye oppmerksomhet, men som er av mindre samfunnsmessig verdi, enn en sak som er rent underholdningsmessig mindre interessant, men som er relevant for samfunnet. Dette kan for eksempel resultere i at nyhetssaker som ikke selger like godt, ikke blir dekket (Svensson, 1998, s. 173).

I dagens mediemarked hvor publikum hovedsakelig leser sine nyheter på nettet, er bruk av clickbait eller klikkagn blitt viktig for å generere interesse. Et klikkagn kan beskrives som en overskrift eller et innslag som skal vekke oppmerksomhet og få publikum til å klikke inn på en nettsak (Kalsnes, 2019, s.29). Klikkagn bruker en narrativ strategi som kalles forward reference som handler om å gi leseren akkurat nok informasjon til å vekke nysgjerrigheten deres (Pengnate, Chen og Young, 2021, s.2). Denne nysgjerrigheten får leseren til å klikke seg inn på saken for å lese hele historien. Klikkagn er derfor en effektiv måte å få publikum til å bruke mer tid på siden, og klikke seg inn på nye sider hvor avisen kan ha mer annonsørinnhold. Dette gjøres ofte ved å lage en overskrift som er provoserende eller sjokkerende. Begrepet «klikkjournlistikk» som blir brukt i debatten og min analyse, referer til journalistikk som bruker klikkagn aktivt. Målet med klikkagn er hovedsakelig å generere et høyt antall klikk eller websidevisninger. Dette går ofte på bekostning av målet om å gi leseren relevant informasjon (Pengnate, Chen og Young, 2021, s. 3). Klikkjournlistikk blir derfor ofte anklaget for å være rettet mot det kommersielle målet om å tjene penger, i stedet for ha fokus på publikums behov for kvalitetsinformasjon.



Ordet klikkagn har en negativ undertone ved at man gjerne forventer at nyhetssaken inneholder en villedende eller overdreven overskrift som skal vekke følelser og interesse. Vi kan si at klikkjournalistikk ligger ligget et sted mellom falske nyheter og «ekte» nyheter (Kalsnes, 2019, s. 29), fordi de er ofte spisset eller noe misvisende. Debatten om clickbait i journalistikken er en debatt som grunnleggende sett handler om hvorvidt pressen oppfyller sin rolle og plikt som informasjonskilde for samfunnet. Det handler også om pressen om de



lar seg påvirke av markedskreftene som vil tjene mest mulig på simpel journalistikk. Debatt rundt bruk av clickbait er derfor av betydning for kontrakten mellom pressen og samfunnet.

## **Kritikernes argumenter**

I debatten om bruk av klikkagn i norsk presse møter vi hovedsakelig på tre argumenter fra kritikerne: Disse kan beskrives kort som; klikkjournalistikk har lav kvalitet, det fører til misinformasjon og til slutt at journalistene tar ikke kritikken innover seg. I den første av disse formene for kritikk ligger det en respekt for det journalistiske arbeidet i bunn. Her prøver man vise til at kvaliteten på journalistikken har mye å si for samfunnet. Den andre typen kritikk handler grunnleggende sett om hva som skjer dersom klikkjournalistikk tar helt over for kvalitetsjournalistikk. Det er en form for advarsel fra kritikerens side om hva bruk av klikkagn kan føre til for samfunnets borgere. Til slutt blir det også i denne debatten antydning av journalister ikke tar kritikken de mottar på alvor.

### ***Manglende kvalitet***

Den første kritikken som dukker opp i denne debatten handler altså om at journalistikken mister kvalitet når man benytter klikkagn. Her beskylder kritikerne journalistikken for å ikke lenger oppfyller de kravene vi har til den ved at de er mer fokusert på antall klikk, fremfor sakens relevans eller informasjonsverdi.

«Det de får når de klikker på den tabloide overskrifter er ikke kvalitetsjournalistikk, det er suppe kokt på en spiker. Spikersuppe gjemt bak en betalingsmur blir ikke indrefilet, det er fortsatt spikersuppe» (Lindblad, 2014).

«Journalistikk på sitt beste påvirker samfunnet. Bare så synd den litt for sjelden er i nærheten av sitt beste» (Åmås, 2019).

«Det slår oss som noe friskt når pressen på generelt grunnlag utropes til demokratiets edle ridder og eneste forsvarer. Til det må man kunne peke på iøynefallende moteksempler: Reduksjonistiske studiodebatter med avbrytelser, spissformuleringer og *soundbites* minner mer om skoleavisenes verbale gjørmebryting enn om demokratisk deliberasjon. Eller – ved enkel observasjon på tabloidenes nettsteder ser vi at pressen har flere svin på skogen» (Bang, Brønn og Fuglseth, 2019).

«For hver supersak er det saker som ikke utnyttes godt nok, saker som forvitrer fordi man ikke får på plass nødvendige fakta eller gode nok kilder. Saker som aldri burde vært publisert.» (Fjellstad, 2017).

### ***Fører til misinformasjon***

Det andre argumentet som ofte dukker opp i denne debatten er hvilke konsekvenser det har for samfunnet at journalistene er mer opptatt av hvor mange som leser, fremfor kvaliteten på innholdet de leser. Her kommer kritikerne med bekymringer om at journalistikken er villedende og misinformasjon. Noen hevder også at klikkjournlistikk kan være desinformasjon;

«Clickbait» kan ha uheldige konsekvenser. Iblant er overskriftene forkortet eller forvridt på en slik måte at formuleringen blir svært villedende. Problemet tilhører ikke bare den såkalt «gule presse», men er utbredt i alle de store nettavisene i Norge» (Antonsen, 2018).

«I dag er de fleste nettaviser avhengige av reklameinntekter, og reklameinntektene er igjen avhengige av antall lesere. Det finnes dermed et insentiv for å villedde leserne. Nettavisene genererer flere klikk hvis de fremstiller sakene som mer sensasjonelle enn de egentlig er.» (Antonsen, 2018).

«I beste fall er slike «clickbait»-overskrifter irriterende, i verste fall leder de til desinformasjon.» (Antonsen, 2018).

«Grunnen til at overskriftene er villedende, er at de gir leserne et feilaktig inntrykk. Den mest nærliggende tolkningen viser seg å ikke stemme, mens tolkningen Dagbladet mener de har dekning for, typisk bare er tilgjengelig etter at man har lest saken. Det er vanskelig å tro at Dagblad-desken ikke kunne forutsi at en overskrift som «Voldsom smitteøkning», ville gi et feilaktig inntrykk. Problemet kunne enkelt vært unngått, men med resultatet at overskriften ville vært mindre sensasjonell. Riktignok blir misforståelsen oppklart hvis leseren klikker seg videre til saken, men det gjør dessverre bare mindretallet.» (Hjortland og Antonsen, 2021).

### ***Manglende profesjonalitet***

Det tredje argumentet som flere kritikere ofte kommer tilbake til i denne debatten, er at journalister ikke tar på alvor sin rolle som samfunnets viktigste informasjonsdistributør når de publiserer klikksaker.

«Hansen [Frode Hansen, Dagbladets redaktør red.anm.] minner om at Dagbladet har brukt tilsvarende overskrifter lenge før avisens digitale utgaver, og ikke minst at rivaler som VG og TV2 også bruker samme format. Men ingen av delene imøtegår kritikken. Overskriftene blir ikke mindre villedende av at andre utgivelser også bruker «clickbait», og heller ikke av at det tabloide virkemiddelet eksisterte før nettavisene.» (Hjortland og Antonsen, 2021).

«Pressen er sin egen største trussel. De graver sin egen digitale grav. Måten de møter den nye hverdagen på er en mye større trussel mot journalistens fremtidige lønningsposer enn noen teknologi.» (Lindblad, 2014).

«Konfrontert med at slike saker [pressens dekning av kronprinsbarnas skolevalg red.anm.] ikke er interessante, så svarer redaktørene at "jo slike saker er veldig populære. De får mange klikk".» (Lindblad, 2014).

«Saker vurderes ikke ut fra journalistisk substans, men ut fra underliggende og styrende kommersielle hensyn. Det dreier seg ikke egentlig om journalistisk virke, men om salgbare produkter. Konsekvensene er ofte grelle, og det som i beste fall fortjener notis-plass sprenget ut over forsider i glorete farger.»

## Pressens forsvar

I denne debatten er det hovedsakelig fire ulike måter å svare på som vi ser går igjen. Disse kan vi beskrive som avvisning, forsvar av profesjonalitet, beklagelse og skyldforskyving. Av de fire er det spesielt forsvar av profesjonalitet og skyldforskyving som er de mest interessante da henholdsvis omdefinerer premisset i kritikken og skyver skylden for klikkjournalistikk over på publikummet.

### *Forsvar av profesjonalitet*

Som vi har sett er en av de vanligste argumentene mot «klikkjournalistikk», er at denne formen for journalistikk ikke møter forventningene om hva journalistikk bør være. Responsen til journalistene i forhold til dette handler i stor grad om å forklare hvorfor journalistikken er som den er og at dette ikke betyr at den er av dårlig kvalitet.

«I papiravisens gullalder ble de stramme, korthogde titlene på forsiden diskutert. Korte signalord, gjerne også humor og doble betydninger. Man har alltid hatt en tittel eller ingress for å få leserne videre inn i teksten. Det er tabloidjournalistisk barnelærdom. Titler skal pirre, være oppsiktsvekkende, men også dekkende. På mobil har titlene vesentlig mindre plass. Få ord er ekstremt viktig for tydelighet og synlighet.» (Hansen, 2020).

«Det er ingenting nytt ved at tradisjonelle medier både satser på utenriks- og innenrikspolitikk OG sport, kjendis og kuriosa. De som har lang erfaring med å styre forsiden på store medier vet at folk nettopp liker en blanding. Heldigvis er vi ikke dønn alvorlige hele tiden. Eller helt tullete.» (Hansen, 2020).

Nyhetsredaktør i Dagbladet Frode Hansen legger fram tabloide virkemidler som et helt selvsagt journalistisk grep som tjener samfunnet på den måten at det får flere til å lese en viktig sak i denne uttalelsen;

«er det ikke viktig at saken leses av flest mulig? Vi bruker naturligvis tabloide virkemidler når det gjelder tittel og ingress. Det kan gjøre forskjellen på om 10 000 eller 300 000 leser en viktig og god kommentar» (Hansen, 2020)

Videre i sitt innlegg forsøker Hansen å snu hele kritikken, og omdefinere betydningen av journalistikk som har fokus på klikk, slik som hans avis. Han forsøker å legge det fram som en positiv egenskap ved deres journalistikk i denne uttalelsen;

«La meg i så fall riste litt tilbake til de som ikke skjønner hvorfor god presentert tabloidjournalistikk, for meg et hedersord, når ut til 1,4 millioner unike mobilbrukere via Dagbladet hver eneste dag.» (Hansen 2020)

Det er særlig to ting som er interessant med dette utsagnet. For det første må vi legge merke til at redaktøren her skriver «tabloidjournalistikk» fremfor «klikkjournlistikk». Dagbladet fikk i denne saken ikke kritikk for å drive tabloid journalistikk, men for å aktivt drive med clickbait. Vi kan spørre oss om det er en vesentlig forskjell på disse to begrepene, og om den har betydning. Uten å vite intensjonen til Hansen med dette utsagnet, kan vi likevel konstatere at tabloidjournalistikk er en bred journalistisk sjanger og format som alle aviser i Norge bruker. Klikkjournlistikk er et mer ladet begrep som skaper flere negative assosiasjoner til overdrevne overskrifter, villedende innhold og dårlig kvalitet. Hansen blander dermed tabloidjournalistikk inn i en diskusjon om clickbait, enten bevisst eller ubevisst, i sitt svar som leder debatten litt på siden av den opprinnelige tematikken.

Den andre som er interessant med denne uttalelsen, og som vi kan finne i mange innlegg om dette temaet, er at Hansen legger vekt antall lesere. Med disse uttalelsene kan vi tolke det slik at journalistene påstår at det er en verdi i seg selv at saken blir lest av flest mulig. Dette er noe vi også kan se i andre uttalelser slik som denne;

«Hvorfor skriver dere om dette? Hvem bryr seg! Klikkhorer! Er det virkelig noen som får betalt for å lage sak om dette? Det er langt fra uvanlige meldinger å se under et solid knippe av sakene som publiseres i norske nettaviser. Og det er ikke alltid like lett å skulle forsvare hvorfor man vi skriver om en realitydeltaker som har vært på fylla, hva Kari Nordkvinne tjente, at røykere savner taxfreehandel eller at huset til et tosifret antall millioner legges ut for salg. Frem til vi ser tallene da.» (Hjalmarson, 2020).

### ***Avvisning***

I denne debatten finner vi langt mindre grad direkte avvisninger av kritikken. Det kan være flere grunner til dette, som for eksempel at debatten har flere saklige argumenter fra kritikernes side som er vanskelig for journalistene å avvise. Det kan også være fordi debatten reiser grunnleggende spørsmål rundt dualiteten hos mediene som både en kommersiell bedrift og samfunnsinstitusjon. I de fem allmenne profesjonsnormene som Deuze snakket om, finner vi ikke en norm knyttet direkte knyttet til salgbarhet. Det er med andre ord ikke en uttalt verdi

for profesjonell journalistikk at den fungerer som en kommersiell vare. Dette gjør det muligens krevende å forsvare journalistikk og saker som har et tydelig formål om å være en sak ment for å vekke oppmerksomhet fremfor å informere.

En uttalelse som er interessant å omtale likevel er hentet igjen fra Hansen som på et vis avviser kritikken han har mottatt med dette utsagnet;

«det er feil å hevde at vi jager klikk for enhver pris.» (Hansen, 2020).

En viktig del av denne setningen er de siste tre ordene, altså «for enhver pris». Ved å si dette avviser han ikke at Dagbladet jakter etter klikk, men kun at de ikke gjør det på tross av alle moralske og etiske regler. På den måten forsvarer han deler av den profesjonelle integriteten til avisen ved å vise til at de verdsetter og respekterer journalistiske idealer. I forlengelsen av denne uttalelsen kommer Hansen også med en forklaring på hvorfor avisen handler slik de gjør. Han forklarer at det har med den digitale utviklingen i samfunnet hvor mobilen i større grad er verktøyet for å konsumere nyheter, og at de jobber aktivt med å følge med på hva leserne ønsker;

«Årsaken til den digitale veksten er en gjennomarbeidet strategi i den digitale transformasjonen, der alt handler om mobil først. Organisasjonen jobber digitalt og etter lesermønsteret til leserne og seerne» (Hansen, 2020).

### *Skyldforskyving*

En svært interessant måte som dukker opp i enkelte av innleggene i denne debatten er det jeg har valgt å kalle en skyldforskyving. Dette innebærer at journalistene flytter ansvaret for innholdet i pressen over på publikum. Dette fremstår som et slags «det er ikke oss, det er dere»-forsvar hvor journalisten skylder på publikum for at de skriver «klikksaker».

«Lar du være å klikke deg inn på sakene du mener det er håpløst at vi bruker ressurser på å lage, så får de sakene en leser mindre. Hvis du da blir sittende og tenke «men et klikk, hva har det å si?», så er du kanskje ikke så opptatt av å stemme ved valget heller? For du har bare en stemme der også!» (Hjalmarson, 2020).

«Kanskje lar du være å klikke inn på saken om laget ditt fordi du sikkert har lest det på Facebook eller Twitter? Det er selvfølgelig helt opp til deg. Men klikker du deg ikke inn på den typen saker du vil ha mer av hos oss, så kan du heller ikke klage på at vi ikke skriver om det.» (Hjalmarson, 2020).

«Alle elsker dyrenyheter. Ikke nekt, vi ser deg i real time, selv om du sier «utenriks» når du blir spurt hva som er viktigst for deg. Klønete katter er morsomt! En serie bilder med søte kaniner gjør dagen litt bedre. Derfor klikker du, og derfor trykker vi.» (Kristiansen, 2014).

«Vi gjør det enkelt og sier at klikk er lesere. Og vi vil ha lesere. For det er nå en gang sånn det fungerer. Vi lager et produkt, og leserne, abonnentene eller kundene om du vil, gir oss tilbakemelding på hva de liker.» (Hjalmarson, 2020).

«Det er ikke tilfeldig at aviser satser på delinger i sosiale medier. Når leserne i ekspressfart har byttet ut papiravis med å lese artikler på mobiltelefonen, er konsekvensen en mer fragmentert mediebruk.» (Kristiansen, 2014).

Som en forlengelse av denne kategorien ser vi også at journalistene ikke bare legger skylden på klikkjournalistikk på sine lesere, men også på sine konkurrenter. Det er ikke uvanlig i denne debatten å se journalister gå svært hardt ut mot andre journalister eller mediehus for å drive klikkjournalistikk. Det kan vi se i uttalelser som;

«Korte, pirrende innsalg er også noe en rekke andre aktører bruker til daglig. Et kort sveip innom norske nettaviser i dag viser at de aller fleste nasjonale medier bruker slike virkemidler med titler som «Her går det galt» (VG), «Sjokkfunn» (VG), «Perfekt» (VG), «Skadelig» (TV2), «Skjer dette, er det katastrofe» (TV2), «Hårreisende» (TV2), «Nervepirrende» (TV2) og «Absurd» (TV2)». (Hansen, 2020).

Og denne kommentaren fra en journalist i Dagbladet;

«noen ganger går klikkgrådigheten utover både etikk og kvalitet. Denne uka avslørte Aftenposten at Nordlys' nettsted Buzzit har plagiert andre nettsteders artikler, delvis eller helt. Blant annet fant journalist Jan Gunnar Furuly 50 saker fra Huffington Post og flere fra Cosmopolitan.» (Kristiansen, 2014).

Helt til slutt er det verdt å merke seg at journalistene ikke gir skylden på mediebedriftseierne, annonsørmarkedet eller mediepolitikk for deres bruk av clickbait. Skylden for bruken av clickbait legges hovedsakelig på publikum, og delvis på konkurrenter.

## Kapittel 6 Diskusjon

På bakgrunn av innleggene som har blitt analysert i denne studien kan vi skissere noen hovedtendenser for den norske mediedebatten. Ut fra RQ1 kan vi oppsummere to tendenser for hvordan mediekritikken ser ut i tekstene det er tatt utgangspunkt i. Den første tendensen er at kritikerne i de ulike debattene i stor grad reflekterer de samme perspektivene på mediernes møte med kritikk som vi finner hos teoretikere som Raaum, Figenschou mm. Det hevdes altså i stor grad at mediene avfeier kritikk og ikke tar den på alvor. Vi kan dermed si at det er en oppfatning både i befolkningen og blant akademikere at mediene er dårlige til å ta imot kritiske tilbakemeldinger, særlig når det kommer fra kilder utenfor bransjen.

Den andre tendensen vi kan se er at flere av kritikerne snakker om negative konsekvenser den moderne journalistikken kan ha for demokratiet. Det blir advart, og ved flere anledninger hevdet, at kvaliteten på journalistikken ikke er tilfredsstillende. Denne type argumentasjon bruker ofte nye journalistiske metoder som klikkagn som eksempler på hvordan journalistikken i dag ikke er god nok. Det blir også advart om at slurvete arbeid kan føre til falsk informasjon og misforståelser.

Mediekritikken som ligger til grunn for analysen kan i all hovedsak beskrives som «instruerende» fordi den oppfyller kriteriene for mediekritikk av høyere kvalitet, altså ved å være saklig, informert og upersonlig. Jeg vil påstå at dette er sterkt påvirket av debattplattformens retoriske affordances, altså mulighetene og begrensningene som er til stede i den retoriske situasjonen. Kritikerne er nødt til å opptre saklig dersom argumentene skal godtas av den ultimate publikum, altså leseren. I debatten knyttet til falske nyheter er kvaliteten på kritikken noe lavere og man ser her tilfeller av ubegrunnet kritikk. I innlegg hvor journalistene viser til kommentarer hentet fra sosiale medier som Facebook (saken om Amundsen) eller Twitter (saken med Helgheim), ser vi en mer nedlatende tone, ubegrunnede argumenter og sviktende kvalitet på mediekritikken. Det er dermed rimelig å beskrive den retoriske situasjonen knyttet til mediedebatten analysert i denne studien som førende for kritikk og respons.

Gjennom RQ2 og RQ3 har vi kunne identifisere ti forskjellige forsvarsstrategier fra de fire debattene. Jeg har beskrevet disse som avfeiling, direkte avvisning, forsvar av profesjonalitet, beklagelse, aksept, anerkjennelse + avvisning, mistenkeliggjøring, skyldforskyving, personangrep og advarsel. Når og hvordan disse blir brukt har betydning for hvordan vi skal



forstå strategiene i sammenheng med pressens kontrakt med samfunnet. Jeg vil nå gå nærmere inn på de ulike kategoriene, hvor de fungerer og hvordan vi kan forstå dem opp mot samfunnskontrakten.

## **Avvisning eller avfeining - når og hvordan?**

I analysen bruker jeg to begreper i forhold til for kritikk og respons knyttet til det å ikke anerkjenne en kritikers argumenter. Det ene er avfeining og det andre er avvisning. Forskjellen mellom disse er helt sentral; avfeining handler om ulike måter å børste av seg kritikk. Det kan være ved å latterliggjøre den, ikke ta den innover seg, ikke diskutere den på en saklig måte og lignende. Avvisning, er på den andre siden, å saklig argumentere mot kritikken ved å forklare eller å bevise hvorfor den ikke stemmer. Dette er en helt annen form for forsvar som ikke bør blandes med det å avfeie kritikk. Etter min vurdering brukes disse to litt om hverandre blant kritikerne. Vi bør for studiens skyld, og også videre i forståelsen av pressekritikk og forsvarsstrategier fra pressens side, være tydelige når vi ser på de to begrepene.

### ***Avfeining***

At pressen *avfeier* kritikk er et gjennomgående perspektiv både blant teoretikere innenfor medieforskning, og hos mange av pressens kritikere. I alle debattene i denne studien kommer kritikere med argumenter som handler om at pressen ikke ta innover seg hva kritikeren sier, forsøker å skjule feil, latterliggjør debatter og argumenter som setter de i et dårlig lys og bevisst unngår å svare. Vi ser eksempler på at pressen avfeier kritikk i innlegg knyttet til debatten om skandalehåndtering i saken om Per Sandbergs reise til Iran og hans forhold med Bahareh Letnes. Her bruker journalisten ironi og sarkasme som respons på kritikken som ble reist mot mediene. Det blir det harselert med stereotypier av journalister som «ufeilbarlige og selvopptatte» og blodtørstige flokkdyr uten et moralsk kompass. Målet med dette er å ta av brodden på kritikerens argumenter ved å latterliggjøre dem og redusere inntrykket av kvaliteten på mediekritikken.

Dersom kritikernes argumentasjon og uttalelser blir forstått som nok et ubegrunnet angrep på profesjonelle aktører, vil det være en effektiv måte å forsvare seg. Avfeining kan på den måten være en strategi som synes hensiktsmessig i visse situasjoner. Det er imidlertid også tilfeller

hvor avfeining bør unngås som forsvarsstrategi i kampen om å opprettholde troverdighet og legitimitet. Det er fordi man ved å latterliggjøre kritikk kan ende opp med å sette de selv i en posisjon hvor man fremstår som arrogant og dermed nettopp bevise akkurat det de forsøker å avkrefte. En bevissthet rundt bruken av avfeining som forsvar synes dermed fornuftig.

### ***Avvisning***

Når vi ser på det å *avvise* kritikk, skjer dette gjennom å ulike måter å bevise at kritikeren tar feil. I debatter som mistenkeliggjør journalistenes intensjoner, slik som debatten om falske nyheter er spesielt preget av, finner vi flere direkte avvisninger. Det kan vi se eksemplifisert gjennom uttalelsen til redaktøren i Nordlys som sier blankt nei, og fortsetter med «vi formidler korrekt informasjon» på spørsmålet om de har skrevet noe som kan være feil. Et annet eksempel er der journalist Vegard Møller snakker om hvordan han siterte direkte det som ble sagt av Trump i innlegget hvor han forsvarer seg mot anklagene om at han har forvrengt president Trumps uttalelser om stemmegivning. Hans beskrivelse av situasjonen handlet om å få fram sannheten, og hadde ikke med hans personlige syn på Trump å gjøre.

I debatten om venstrevridde medier blir det i stor grad brukt statistikk og tall for å forsøke å nyansere bildet som kritikeren tegner om en norsk presse som venstreorientert. Journalistene prøver her å sette forskningen og tallene som kritikere bruker inn i en ny tolkningsramme eller for å direkte avvise at faktaene som kommer fram har noen reell betydning. Her blir det blant annet argumentert for at undersøkelsene ikke viser det fulle bildet ved at studien for eksempel ikke forklarer at journalister som er i stortingets presselosje har mer mangfold. Et annet argument som kommer opp flere ganger fra journalistenes side er at avisene i stor grad har en borgerlig profil, og at eventuelle sympatier dermed blir balansert.

### ***Skyldforskyving***

Skyldforskyvning er en forsvarsstrategi som dukker opp i en av de fire debattene. Dette er en strategi hvor man forsøker å skyve ansvaret for et problem over på noen andre. I debatten om clickbait ser vi at journalister flytter skylden for at de skriver klikksaker over på publikum. Det er med andre ord ikke journalistene og medienes skyld at det er mye klikkjournalistikk. Det er publikum som velger innholdet de vil se, og det de klikker mest på, er det som det lages mest av. Her gjør man narr av kritikernes argumenter ved å påstå at de egentlig ikke

mener det de sier. Journalistenes argument baserer seg på følgende belegg: du klikker jo på saken, derfor er du interessert i å lese den. Dette er en kategori som ligner på det Groenhard og Bardoel omtaler som «evasion» hvor man altså mener kritikken er riktig, men tar ikke skylden for problemet (2011, s. 12).

### ***Forsvar av profesjonalitet***

I denne studien ser vi gjentatte ganger at journalister responderer på kritikk ved å argumentere for journalistisk profesjonalitet. Her blir journalistiske metoder, idealer og vurderinger vist til som en måte å fremheve at det gjøres grundig arbeid knyttet til hver sak, og det at ikke er slik at man publiserer innhold uten å ha i tankene hvordan det blir oppfattet. Vi ser eksempler på dette i alle debattene, men særlig knyttet til debattene om falske nyheter, presseetikk og venstrevridd presse. Her blir det brukt eksempler på hvordan de jobber med informasjon og hvilke vurderinger de tar. Beskrivelser av pressens samfunnsrolle blir forklaringen på hvorfor de gjør som de gjør, og også hvorfor de handler rett. Profesjonsnormene blir også vist til, gjerne ved å bruke et mer alminnelig språk. Man forklarer hva slags standard pressen holder seg selv til, og dermed hvorfor kritikken ikke har legitimitet. Eksempler på dette er der journalisten i Nordlys forklarer at journalister er mest kritiske til den sittende makten, som da innlegg ble skrevet var Høyre og Frp. Dette er forklaringen på at journalistikken er kritisk til høyresiden. Det har med andre ord ikke med journalistenes politiske overbevisning å gjøre, men snarere med hvem som sitter med makten og journalistenes rolle i forhold til maktutøvere.

Forsvar av profesjonalitet er noe som dukker opp i alle debattene i denne studien, som viser at en slik strategi fungerer i flere sammenhenger. Lawrence og Moon kunne identifisere lignende strategi fra sin studie av den amerikanske pressen (2021, s. 168). Vi kan tolke dette som at det å respondere på kritikk ved å forklare og vise til journalistiske arbeidsmetoder og normer er en forsvarsstrategi som er ligger langt fram i rekken. Forsvar av profesjonalitet er en nyttig strategi fordi man bringer publikummet inn i dilemmaer man som journalist står overfor, forklarer hvordan man håndterer slike og beviser at man handler forsvarlig.

## **Anerkjennelse - når og hvordan?**

En annen form for respons som pressen benytter er å anerkjenne eller godta kritikken. Jeg har valgt å kategorisere dette som en forsvarsstrategi fra pressens side. Dette kan i utgangspunktet fremstå som en selvmotsigelse - hvorfor skulle det å anerkjenne kritikk være et forsvar for pressen? For å svare på dette spørsmålet må vi tilbake til et grunnleggende element i samfunnskontrakten: tillit mellom folket og mediene. Tillit må være til stede for at mediene som maktinstitusjon skal ha legitimitet. Ved å anerkjenne at kritikeren har noen poenger, viser pressen at de er ydmyke overfor sitt publikum og ønsker å rette opp eventuelle feil som begås. Å innrømme feil er en form for tillitsvekkende atferd fordi det viser at deres stolthet går ikke på bekostning av samfunnets interesser, slik de ofte blir beskyldt for. Man tar brodden av de mest kritiske argumentene ved å selv vise at man er ikke er ufeilbarlig. På denne måten kan det å anerkjenne kritikk være en effektiv og hensiktsmessig måte å opprettholde tillit og forsvare sin legitimitet.

Vi kan si at anerkjennelse som forsvar tar ulike former. Det er særlig tre jeg ønsker å trekke fram; beklagelse, aksept og den siste som vi kan kalle «anerkjennelse + avvisning». Disse tre forekommer i spesifikke situasjoner i de ulike debattene, hvor det er helt avgjørende i hvilken grad kritikeren viser til konkrete eksempler, eller kommer med en mer generell kritikk. Tendensen her at jo mer konkret kritikken er, jo større er sjansen for at responsen er mer ydmyk og anerkjennende fra pressens side. Det er med andre ord mer sannsynlig at pressen vil beklage eller akseptere et argument dersom det dreier seg om en enkelthendelse.

### ***Beklagelse***

Den mest ydmyke formen for anerkjennelse av kritikk som en forsvarsstrategi er beklagelsen. Beklagelse forekommer i saker hvor det er liten eller ingen tvil om at det er journalisten eller redaksjonen som har begått en feil. Det er med andre ord ikke en spesielt vanlig strategi med mindre det blir ansett som umulig å unngå. Et godt eksempel på forsvarsstrategien «beklagelse» kan vi se i innleggene publisert av VG og uttalelser av redaktør Gard Steiro i etterkant av «bar-vulkan»-saken. Beklagelsene kom etter flere dager med hard kritikk mot avisen og journalisten som skrev saken, både utenfra og innad i bransjen. Avisen ble anklaget for å ha utnyttet en kilde ved å feilsitere og skape et falskt narrativ. Etter at mer informasjon kom fram i saken, ble det for vanskelig for redaksjonen å fastholde sitt utgangspunkt, og Steiro måtte til slutt beklage.

Dette er saker hvor det er relativt lett for en kritiker å peke ut feil som er begått. Slike saker resulterer derfor ikke en lang diskusjon fra pressens side, og blir ryddet opp i fort.

Beklagelsene som er funnet i denne studien, er nokså korte innlegg hvor man påstår at dette er et enkelt tilfelle som avviker fra deres normale praksis, gjerne oppfulgt med en forklaring på hvilke kriterier man normalt sett jobber etter. Dette er derfor en måte å forsøke å gjenopprette tilliten, samtidig som man opprettholder sin egen stolthet ved å ikke legge seg flat. Det er kritisk for forståelsen av beklagelse som en forsvarsstrategi at man legger merke til når og hvordan den brukes. Det blir forekommer ingen beklagelser i debatter hvor kritikere direkte eller indirekte truer pressens troverdighet, slik som debatten om venstrevridde medier, eller debatten om falske nyheter. Dette er tydelig også i den amerikanske studien til Lawrence og Moon (2021).

### ***Aksept***

En annen form for anerkjennelse er aksept. Her sier man seg enig i kritikken, uten å i etterkant komme med en avvisning eller avfeiring. Det kan også være uttalelser hvor journalisten selv fremmer en form for mediekritikk hvor man påpeker at det for eksempel gjøres feil, og at man som bransje må være åpen for å diskutere disse. Denne kategorien er lik det von Krogh og Svensson beskriver som «acceptance» hvor man innrømmer at feil er begått (2017, s.59).

I denne studien har det kun blitt funnet denne formen for anerkjennelse i debatten om skandalehåndtering. Det videre to viktige funn i disse uttalelsene;

- Uttalelsene er knyttet til en spesifikk sak hvor det er lite kontroversielt å anerkjenne kritikken
- Uttalelsene kommer utelukkende fra journalister som ikke jobber i det mediehuset som blir kritisert

Dette tyder på at det er en tendens til å ikke ønske å fullt ut akseptere kritikk rettet mot mediene generelt og redaksjonen eller mediehuset man jobber for selv. Vi kan tolke dette som et uttrykk for det Figenschou beskriver som «feil og kritikkverdige forhold tilskrives enkeltindivider som tvinges til å ta ansvar, mens mediene samlet sett ofte befester sine normer og samler seg bak profesjonsidealer som følge av feil og skandaler» (2020, s. 85). Et annet alternativ er å se på dette som en måte å drive selvjustis. Uttalelsene i denne studien heller

mot det siste, ved at de er saklige og nøkterne i sin natur. Man angriper ikke sine bransjekolleger, men konstaterer at feil er begått og at slike ting ikke burde skje.

### ***Anerkjennelse + avvísning***

Den siste kategorien er den formen for anerkjennelse som ligger tettest opp mot avvísning eller avfeing. Vi kan si at denne typen ligger et sted mellom anerkjennelse og avvísning ved at man delvis motsier kritikken og delvis aksepterer den. I innleggene som er analysert i denne studien forekommer dette som regel ved at det kommer en anerkjennende bemerkning rett i forkant av et argument som avvís resten av kritikerens poenger. D Strategien kan sammenlignes med det von Krogh og Svensson beskriver som «ambivalence» som blir beskrevet som *an actor responds in an incoherent way- partially accepting and partially denying – depending on circumstance»* (2017, s.59-61). Den har også likhetstrekk med det Krogh og Svensson beskriver som «thankful denial» ved at man anerkjenner problemstillingen som blir tatt opp, men avvís resten av kritikken. Det kan være at man sier seg enig i at et problem eksisterer, men fraskriver seg ansvarsbyrden (von Krogh og Svensson, 2017, s. 59). Anerkjennelse + avvísning ligger nærmest den siste kategorien til von Krogh og Svensson, altså «thankful denial» fordi den avvísende delen av denne strategien er en forutsetning for forståelsen av strategiens virkning.

Groenhardt og Bardoel identifiserte flere strategier som ligger midt på skalaen mellom avvísning og aksept. Her omtaler man kategoriene som «justification», «evasion» og «mitigation». Det som skiller disse, er hva man unnskylder seg med. «Justification» er den mest brukte, hvor man ofte viser til profesjonelle idealer og vaktbikkjerollen (2011, s 11). Jeg beskriver den samme type uttalelser som «forsvar av profesjonalitet» fordi jeg mener det mer nøyaktig beskriver argumentet. «Mitigation» er en taktikk hvor man skylder på vanskelige arbeidsforhold som for eksempel tidspress for å forklare feil som er begått. Dette har jeg ikke funnet i min studie. «Evasion» handler om å minimere ansvarsbyrden, og derfor på von Krogh og Svensson sin «thankful denial». Forskjellen er at von Krogh og Svensson i stedet for unnskyldninger og minimering, heller fant forsøk på å nyansere kritikken og bidra med ny informasjon i debatten (2017, s. 61). Slik sett tyder funnene til von Krogh og Svensson på at pressen er mer åpne for kritikk enn det man fant i Groenhardt og Bardoel sin studie. Dette kan vi også finne hos den norske pressen.

For å oppsummere, kan vi altså finne ulike tolkninger av uttalelser som ligger midt mellom aksept og avvisning. Det handler om hvordan man forstår argumentets innhold og intensjon. Her kommer min aktive bruk av sitater for å illustrere strategiene til sin rett fordi man kan lettere forstå nøyaktig hva som skiller den ene kategorien fra den andre. Funnene som faller under kategorien «anerkjennelse + avvisning» i denne analysen kan vi beskrive de som en form for respons som viser en ydmykhet og selvinnsikt, samtidig som man ikke sier seg enig i kritikken. Det er en sympatisk tilnærming til debatten som er hensiktsmessig for ivaretagelse av tillit og troverdighet. Det er etter min vurdering en nokså effektiv måte å respondere på komplekse problemstillinger hvor kritikerne har belegg for sine argumenter. I denne studien spesielt mange eksempler på denne strategien i debatten om venstrevridde medier. Her er det ikke er mulig for pressen å avvise premisset for debatten. Vi ser derfor ulike måter hvor man forsøker å veie opp eller avvise ved å for eksempel vise til profesjonsidealer og journalistisk integritet.

## **Motangrep – Når og hvordan?**

I flere av debattene som er analysert dukker det opp en mer aggressiv form for forsvar - et motangrep. Dette er en spesiell form for forsvar som dukker opp i enkelte debatter hvor temperaturen er høy, og det er kvaliteten på mediekritikken ser ut til å være lavere. Vi ser spesielt bruk av motangrep i debatten om falske nyheter, hvor det i større grad florerer mediekritikk av typen Cheruiyot omtalte som «urimelig» hvor journalister ofte blir beskrevet som løgnaktige og utspekulerte.

Det er tre former for motangrep som er spesielt fremtredende; Mistenkeliggjøring, advarsler og personangrep.

### ***Mistenkeliggjøring***

Mistenkeliggjøring er av de mildeste formene for forsvar innenfor kategorien motangrep. Dette er et forsvar for journalisten forsøker å stille spørsmål ved kritikerens intensjoner og bakgrunn for sin kritikk. Ved å mistenkeliggjøre kritikeren undergraver man verdien og troverdigheten i deres argumenter. Man kunne ha slått sammen denne kategorien med andre former for angrep på kritiker, noe som gjøres i studien til Lawrence og Moon og studien til

von Krogh og Svensson. Jeg har valgt å skille mellom «mistenkeliggjøring» og «personangrep» fordi det er store forskjeller i tone, bruk av argumenter og saklighet. Mistenkeliggjøring er en langt mindre aggressiv form for motangrep, som derfor brukes i andre sammenhenger enn personangrep.

Mistenkeliggjøring brukes som en strategi for avlede debatten. Vi ser denne formen for forsvar i både debatten om venstrevridde medier og i debatten om falske nyheter i mediene. I begge disse debattene blir det stilt spørsmål ved, og mer eller mindre påstått at mediene ikke er objektive, nyanserte og troverdige i sin dekning av nyheter. Journalistene svarer med samme mynt ved å hevde at mot at politikere og andre kritikere på sin side har en skjult agenda. Slik kan man for eksempel skape et inntrykk av at mediene blir utsatt for urettferdige og kyniske angrep fra maktpersoner som har skjulte hensikter. Mistenkeliggjøring kan være en effektiv strategi for å avlede en ubehagelig debatt hvor troverdigheten til mediene er truet og kritikerne har poenger som er vanskelig å direkte avvise. Det kan også være en hensiktsmessig strategi for å hente sympati fra publikummet ved å framstå som en aktør som blir utsatt for et maktspill hvor politikere eller andre forsøker å kontrollere hva de skriver.

### ***Advarsel***

Advarsel er en interessant forsvarsstrategi som var spesielt mye benyttet i debatten om falske nyheter. Dette er en strategi hvor journalisten henter om ytterste konsekvens av noen former for mediekritikk. På den måten forsøker journalistene, bevisst eller ubevisst, å påvirke rammene for hva som er akseptert å si og ikke. Advarsel er et motangrep fordi man ofte sammenligner kritikeren eller hans ord med personer med et dårlig rykte. På den måten etterlater man et inntrykk av at kritikeren er like urimelig som personen man sammenligner dem med. I denne studien blir forholdet mellom pressen i USA og Donald Trump nevnt et skrekkeeksempel på hvordan man ikke ønsker at kritikken mot mediene i Norge skal bli. Å bruke mediedebatten i USA som et eksempel kan virke som en avsporing, men grepet er effektivt fordi det evner å gjøre to ting;

- For det første er konflikten mellom tidligere president Trump og mediene et svært relevant og dagsaktuelt eksempel da de fleste av disse innleggene er skrevet. Det gir journalisten en mulighet til å illustrere sine argumenter, og sette de inn i et lys av en undertrykket og sårbar institusjon som kjemper for demokratiet.



- For det andre vil journalisten kunne hente godvilje og sympati hos publikum ved bruk av disse eksemplene fordi Trump er upopulær i Norge. Journalistene utnytter i denne situasjon en negativ holdning blant det norske folk på en maktperson i et annet land, som et forsvar for sin egen legitimitet og rolle i det norske samfunnet.

En annen ting som er interessant med advarsel som forsvarsstrategi er at man også finner eksempler på dette i studien til Lawrence og Moon av den amerikanske pressen. Her benytter den amerikanske pressen blant annet Sovjetunionen som et skrekkeeksempel (Lawrence og Moon, 2021, s. 166) på samme måte som den norske pressen bruker USA. Man omtaler imidlertid ikke denne strategien som en kategori i seg selv, hvorav den inngår i kategorien «open confrontation with the white house». De andre studiene jeg har nevnt i denne avhandlingen, nevner ikke bruk av advarsler. Da dette er en nokså utpreget måte å forsvare seg på blant journalistene i denne studien, er det interessant å gjøre videre forskning på denne forsvarsstrategien.

### *Personangrep*

Personangrep er den mest aggressive formen for forsvar som man ser eksempler på i denne studien. I denne kategorien finner vi uttalelser hvor journalistene går til angrep på kritikeren. Vi ser dette ved at man bruker mer tid på å undergrave troverdigheten til kritikeren, fremfor å svare på hans eller hennes påstander eller argumenter. Det kan være at journalisten indirekte kaller kritikeren for «dum» ved å hinte til at personen ikke har fulgt med i avisen eller vet hva han snakker om. Det er også uttalelser hvor man forsøker å sverte kritikerens troverdighet ved å vise til tidligere oppførsel og uttalelser som er kritikkverdige slik som Møller viser til med Helgheims Twitter-konto. Vi ser også flere eksempler på at journalister bruker partikollegeres oppførsel og uttalelser som en måte å svekke en kritikers uttalelser. Eksempler på dette finner vi spesielt i innleggene knyttet til debatten rundt Per Willy Amundsens kritikk av avisen Nordlys, hvor man bruker historier og uttalelser knyttet til Anders Anundsen, Carl Ivar Hagen og Sylvi Listhaug som argumenter mot Amundsen.

I denne studien som analyserer redaksjonsstyrte medier finner vi slik argumentasjon kun i debatten om falske nyheter. Vi kan tolke dette på tre måter;

- For det første kan vi se på personangrep som form for forsvar man forsøker å være varsom med. Det er hensiktsmessig med tanke på at personangrep ikke tjener samfunnsdebatten, og heller ikke mediernes legitimitet da det er en usaklig avsporing. I modellen til Groenhard og Bardoel ble ikke angrep identifisert som en strategi. von Krogh og Svensson fant på sin side et eksempel på et angrep som en forsvarsstrategi i podkasten til MattsonHelin (2017, s. 59-61).
- For det andre kan vi tolke debatten rundt falske nyheter som spesielt truende og provoserende for pressen. På den måten oppstår det en toleranse for bruk av hard retorikk. Dette ser vi også i studien til Lawrence og Moon, hvor «åpen konfrontasjon med det hvite hus» ble identifisert som en forsvarsstrategi (2021). Her ble det altså brukt energi på å undergrave Donald Trumps troverdighet på lignende måte som det blir gjort i denne studien.
- Den tredje måten vi kan tolke angrep som forsvaret har med proporsjonalitet å gjøre. Altså man svarer med samme styrke som man blir angrepet. Innleggene og uttalelsene som journalistene svarer på viser i sine innlegg har en nedlatende språkbruk og tone. Journalistene ser dermed ut til å tillate seg å benytte lignende tone.

von Krogh og Svensson diskuterer om deres funn av bruk av angrep som forsvarsstrategi har med podkast-mediets format og relasjonen mellom kritiker og mediene å gjøre (2017, s.60). Plattformens affordances alltid vil spille inn på den retoriske kommunikasjonen, så slik sett er argumentene kloke. Jeg vil imidlertid påpeke at debattens tone og tematikk sannsynligvis har en større betydning for angrep som forsvarsstrategi fordi enkelte debatter, slik som falske nyheter, er spesielt provoserende. Mediekritikk som oppleves støtende eller ubegrunnet blir også, som nevnt tidligere, svært dårlig mottatt av journalister. Mediekritikk av lav kvalitet kan dermed frembringe en hardere debatt med bruk av angrep som forsvar.

## Bruk av forsvarsstrategier i de fire debattene – Oversikt 1.2

Oversikt 1.2 nedenfor er basert på innleggene bruk i denne studien, og et overordnet inntrykk av de pressens respons i de fire debattene. Oversikten er ment for å illustrere forskjeller og likheter mellom bruk av forsvarsstrategier funnet i denne studien. Funnene som blir presentert må forstås ut fra studiens begrensede ramme.

- **Ofte:** Forsvarsstrategien opptrer i de fleste innlegg. Det er en svært fremtredende måte å argumentere på. Forsvarsstrategien finnes gjerne flere ganger i samme innlegg
- **Nokså ofte:** Forsvarsstrategien opptrer i over halvparten av innleggene. Argumentasjonen kan gå igjen flere ganger i samme innlegg, men ikke i like stor grad som kategorien over.
- **Noen ganger:** Forsvarsstrategien opptrer i cirka 30-50 % av innleggene. Argumentasjonen er mindre fremtredende.
- **Sjelden:** Forsvarsstrategien opptrer kun i spesifikke tilfeller. Bruk av forsvarsstrategien synes å være uvanlig.
- **Ikke funnet:** Forsvarsstrategien er ikke funnet i studiens datamateriale. En slik forsvarsstrategi kan likevel eksistere i debatten, til tross for at det ikke er identifisert her.

	<b>Falske nyheter</b>	<b>Venstrevridd presse</b>	<b>Skandalehåndtering</b>	<b>Clickbait</b>
Personangrep	Nokså ofte	Sjelden	Ikke funnet	Ikke funnet
Mistenkeliggjøring	Nokså ofte	Nokså ofte	Noen ganger	Ikke funnet
Advarsel	Ofte	Nokså ofte	Noen ganger	Sjelden
Aksept	Ikke funnet	Noen ganger	Nokså ofte	Nokså ofte
Anerkjennelse + avvisning	Sjelden	Ofte	Ofte	Ofte
Beklagelse	Aldri	Aldri	Noen ganger	Aldri

Forsvar av profesjonalitet	Ofte	Ofte	Ofte	Noen ganger
Direkte avvisning	Ofte	Ofte	Noen ganger	Noen ganger
Avfeiing	Nokså ofte	Nokså ofte	Noen ganger	Noen ganger
Skyldforskyving	Ikke funnet	Ikke funnet	Ikke funnet	Ofte

## Forsvarsstrategiene i forhold til tidligere forskning – Oversikt 2.2

Oversikt 2.2 viser noen lignende forsvarsstrategier som blir omtalt i tidligere forskning. Sammenligningen av tidligere kategorier er ikke fullstendig eller nødvendigvis helt nøyaktig, da det er ulike måter å tolke argumentasjonen på som blir brukt av journalistene. Flere forsvarsstrategier identifisert i denne studien kan bli kategorisert annerledes ved bruk av tidligere modeller.

Strategi	Argument	Tone	Lignende kategorier
Avvisning	Kritikken er uriktig.	Nøytral	Rejection og refutation Groenhart/Bardoel Dismiss - von Krogh, Svensson Denial - Coombs
Avfeiing	Kritikken er latterlig	Nedlatende	Rejection og refutation - Groenhart/Bardoel Dismiss - von Krogh/ Svensson Denial – Coombs
Skyldforskyving	Kritikken tar opp et problem, men vi har ikke skylden for det	Nøytral, Noe ironisk	Evasion – Groenhart/ Bardoel Thankful denial – von Krogh/Svensson Excuse – Coombs

Forsvar av profesjonalitet	Kritikken er ikke helt riktig. Inneholder en forklaring basert på profesjonelle idealer	Nøytral, Respektfull	Justification – Groenhart /Bardoel Defense of professionalism – Lawrence/ Moon
Aksept	Kritikken har gode poenger	Respektfull, Nøytral	Acceptance – von Krogh/ Svensson Justification – Groenhart/Bardoel
Anerkjennelse + avvisning	Kritikken tar opp et problem som må diskuteres, men eksemplet er feil.	Nøytral, Respektfull	Thankful denial – von Krogh/Svensson
Beklagelse	Kritikken tar opp et problem	Nøytral, Ydmyk	Full apology – Coombs Apology- von Krogh/Svensson
Personangrep	Kritiker bør ikke stoles på eller tas på alvor.	Nedlatende, Sarkastisk	Attack – von Krogh/Svensson Open confrontation with the white house- Lawrence/ Moon Attack accuser – Coombs
Advarsel	Kritiker benytter argumentasjon som skader debatten. Sammenligner kritiker med andre	Kritisk	
Mistenkeliggjøring	Kritiker kan ha uærlige hensikter med kritikken	Kritisk	

## En ny tid for norsk mediedebatt?

I denne studien har vi sett flere eksempler på at offentlige debatter rundt mediernes praksis, idealer, prosesser og systemer reiser grunnleggende spørsmål og problemstillinger. Ved å offentlig diskutere, forklare og forsvare sin institusjon og sitt virke, gir mediekritiske debatter pressen en mulighet til å vise lojalitet, ydmykhet, kompetanse og forsvare sin prosess og idealer overfor sitt publikum og samfunnet som helhet. Det gir også grunnlag for en konstruktiv utvikling av bransjen og profesjonsidealene. Ved å stille de ubehagelige spørsmålene, påpeke feil og kreve svar kan mediekritikken være med på å sikre kvalitet, gjennomsiktighet og hensynsfulle beslutninger i nyhetsproduksjonen. I så måte er

mediedebatter en positiv del av et demokratisk samfunn der pressen fungerer som en maktinstitusjon.

I alle de fire debattene ser vi at kritikerne har ofte gode poenger og fakta på sin side. Debatten om falske nyheter for eksempel reiser spørsmål rundt misinformasjon og falsk informasjon som finnes i pressen. Dette er en stor utfordring for pressen å svare på fordi det er et faktum at det jevnlig publiseres feilaktig informasjon i norsk presse. Pressen vil derfor aldri ha troverdighet i argumentasjon som benekter dette. Man må dermed vise ydmykhet og anerkjenne kritikere som retter slike argumenter til en viss grad. Dette er komplisert fordi man ved å innrømme at kritikeren har rett i sine anklager, kan stå i fare for å etterlate et inntrykk av at journalistikken generelt sett er lite troverdig. Vi ser lignende problemsstillinger i alle de fire debattene. Balansen mellom å akseptere og være ydmyk overfor kritikk, og samtidig fastholde troen på eget virke og idealer er utfordrende.

Perspektivene fra Figenschou, Raaum og andre om at pressen hovedsakelig avviser kritikk er verdifulle observasjoner. Det er imidlertid viktig å poengtere at dette er et perspektiv som ikke nødvendigvis forklarer kompleksiteten i mediedebatter og relasjoner mellom medier og kritikere i dag. En slik tolkning er for smal. Vi kan med et slikt utgangspunkt risikere å svartmale alle former for respons fra pressens side, og ikke evne å forstå nyansene i ulike måter å debattere. Det er likevel legitimt å si at det ligger en motstand hos pressen for å ta innover seg kritikk, spesielt fra personer utenfor bransjen. Her er det to problemsstillinger som må balanseres; På den ene siden kan mediene ved å foretrekke «den analyserende mediekritikken» som er kritikk fra kilder som ofte har erfaring selv fra yrket som journalist. Slik kan man stå i fare for å gi mest plass til en type kritiker og dermed kan andre perspektiver kan gå tapt. På den andre siden er det nødvendig for pressen å opprettholde autonomi og kontroll over sin egen virksomhet. Det er viktig for presseinstitusjonen at man bevarer en grad av stolthet i møte med kritikk, hvor man ikke umiddelbart legger seg flat for kritikernes føtter. De må med andre ord ha mot til å forsvare de beslutninger som blir tatt. Slik er motstanden mot kritikk viktig.

For den norske pressen viser spekteret av måter å respondere på kritikk at man i større grad er interessert i en offentlig debatt om journalistikk. Vi ser gjennom strategier som i denne studien faller under «forsvar av profesjonalitet» at pressen er ivrige på å forklare de utfordringene man møter. Slik hjelper man publikummet til å bedre forstå hvilke problemsstillinger man står overfor. I tillegg til å i større grad se ut til å akseptere kritikk og innrømme feil, bedriver journalister selv en aktiv form for mediekritikk. Bildet av den

arrogante journalisten som aldri tar til seg andres tilbakemelding og ler av kritikerne, er en stereotypi som ikke beskriver norske journalisters deltakelse i offentlige debatter. Både avvisning og avfeiring av kritikk foregår, men det langt fra den eneste måten pressen svarer på. Vi må forstå pressens deltakelse i mediedebatt og respons på kritikk som et komplekst sett med metoder for å oppnå troverdighet og legitimitet, og for å holde på det.

## **Videre forskning**

Denne studien har tatt utgangspunkt i debattplattformer som krever en bestemt grad av seriøsitet fra sine debattanter. Studien har dermed tatt for deg det man kan beskrive som nokså rimelige argumenter. For videre forskning på pressen forsvar mot kritikk er det aktuelt å ta utgangspunkt i andre debattarenaer. Ut fra innleggene i denne studien hvor journalister viser til debatter som har foregått på sosiale medieplattformer, kan mediekritikken synes så være av lavere kvalitet med en høyere grad av «ubegrunnede», «støtende» og «urimelige» former for mediekritikk. Det kunne være interessant å studere konsekvensene av kritikk på andre medier og journalisters håndtering av kritikk på disse plattformene.

## Oppsummering og konklusjon

Problemsstillingen for denne studien er hvordan norske journalister i dag forsvarer seg mot kritikk. Vi har sett at mediefolk benytter forskjellige strategier når de deltar i den offentlige debatter som dreier seg om deres bransje. Dette har resultert i at vi kan identifisere ti forskjellige strategier, hvor det er et bredt spekter av taktikker fra mer kyniske strategier som personangrep til mer ydmyke former som beklagelse og aksept. Det er fire sentrale funn i denne studien:

### **1: Ulike debatter fremprovoserer ulike forsvarsstrategier**

Vi ser at ulike debatter kan fremprovosere enkelte typer forsvar slik som personangrep og skyldforskyving i enkelte debatter. Det er derfor viktig i studier av mediernes respons på kritikk å vurdere hvilke typer mediekritikk man responderer på, og hva tonen i debatten er. Mediekritikk av typene «støtende», «urimelige» og «ubegrunnede» blir mottatt svært negativt av journalister. Mediekritikk av disse typene framprovoserer dermed ofte et forsvar fra pressens side som er mer avvisende og med en mer nedlatende tone. Et godt eksempel på det er nettopp personangrep. Groenhardt og Bardoel mente at dette ikke var en strategi mediene bruker når de håndterer kritikk. Som denne studien og studiene til Lawrence/Moon og von Krogh/Svensson viser er angrep på kritiker en strategi som bli benyttet av pressen i gitte situasjoner. Vi kan si det svært ofte ligger en proporsjonalitet i forsvarsstrategiene – personangrep blir møtt med personangrep, angrep på pressens troverdighet blir møtt med mistenkeliggjøring av kritiker og en saklig kritiker blir møtt med samme nivå av saklighet. Som medieforskere må man forstå nyansene og kompleksiteten i forsvarsstrategiene for å kunne gjøre en vurdering av virkning og motivasjon.

### **2: Bruk av advarsler**

En interessant forsvarsstrategi som ikke har blitt identifisert tidligere er bruken av advarsler. Bruken av disse er svært utpreget i flere av debattene, spesielt i debatten om falske nyheter. Dette er en forsvarsstrategi hvor journalistene forsøker å lage rammer for debatten i form av hva man kan si og hva man ikke burde si. Det er også en måte å uttrykke preferanser for enkelte former for mediekritikk. Denne strategien er interessant fordi den viser at norske journalister



er opptatt av hvordan pressekritikk foregår i andre land. Man ser på utviklingen spesielt i USA med bekymring.

### **3: Utfordrende å kategorisere**

Det tredje viktige funnet i denne studien er at forsvarsstrategier som ligger midt mellom aksept og avvisning, kan være vanskelig å kategorisere. Det er en fordel for studier av mediekritikk og respons på mediekritikk at man analyserer innholdet og formen på argumentene som blir brukt fremfor å være opptatt av å få disse til å høre inn i en bestemt kategori. Ved å se på argumentenes bestanddeler vil man i større grad kunne sammenligne forsvarsstrategier og mediekritikk fra ulike debatter. Det er også min vurdering at studier av mediedebatter er tjent med at man i større grad illustrerer kategoriene som blir identifisert med konkrete eksempler. Slik ivaretar man i større grad kravet om etterprøvbarehet og legger til rette for videre forskning og sammenligning.

### **4: Norsk presse er mer åpne for kritikk**

Helt til slutt kan vi gjennom denne studien spore en økt vilje til å debattere journalistisk praksis fra pressens side i dag. Gjennom sin deltakelse i debatten forsøker pressen å informere om hva de holder på med, hvilke vurderinger som blir tatt og hvorfor de gjør det. Dette er en måte å slippe publikummet inn bak en ellers lukket dør hvor man utstyrrer publikummet til å bli bedre til å vurdere mediene og deres arbeid. På den måten er pressens møte med kritikk i dag med på å forbedre en offentlig meningsutveksling knyttet til yrket.

På bakgrunn av funnene fra denne studien er det min vurdering at journalister i Norge i dag forholder seg annerledes til kritikk enn det man gjorde tidligere. Man er mer åpne og positive til å møte saklig kritikk også fra utenforstående aktører. Vi kan dermed si at det er mulig å snakke om en ny tid for norsk mediedebatt.

## Litteratur

- Allern, S., Pollack, E. (2009) Den mediale skandalen, I: Allern, S. og Pollack, E. (red.) *Skandalenes markeds plass: politikk, moral og mediedrev*. Bergen: Fagbokforlaget, s. 9-24
- Bitzer, L.F (1992) The rhetorical situation. *Philosophy & rhetoric*. 25(1), s. 1-14
- Bjerke, P. (2009) *Refleks eller refleksjon? En sosiologisk analyse av journalistisk profesjonsmoral*, Doktoravhandling. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Blach-Ørsten, M., Burkal, R. (2014) Credibility and the media as a political institution, I: Hornmoen, H. og Orgeret, K.S (red.) *Defending Democracy - Nordic and global diversities in media and journalism*. Gøteborg: Nordicom, s. 67-81.
- Blanchard, M.A. (1998) Reclaiming freedom of the press: A Hutchins Commission dream or nightmare? *Communication Law and Policy*, 3 (3), s. 371-387.
- Carlson, M. (2017) *Journalistic Authority: Legitimizing News in the Digital era*. New York: Columbia University Press.
- Cheruiyot, D. (2018) Popular Criticism that matters, *Journalism practice*, 12(8), s. 1008-1018.
- Deuze, M. (2005) What is journalism? *SAGE publications*, 6(4), s. 442-464.
- Eide, M. (2011) *Hva er journalistikk*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Figenschou, T. (2020) Nyhetsbruk, mistillit og mediekritikk i et medielandskap i endring, *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 61(1), s.83-86.
- Grimen, H. (2009) *Hva er tillit*. Oslo: Universitetsforlaget
- Groenhart, H.P, Bardoel, J.L.H. (2011) A profession in defense? An analysis of letters from editors-in-chief as a media accountability instrument, *Medien-Journal*, 35 (3), s. 6-18.
- Grønmo, S. (2004) *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget
- Harrison, J. (2019) Public service journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, s. 1-19.

- Hanitzsch, T. mfl. (2019) Role orientations - Journalist`s view on their place in Society, I: Hanitzsch, T. mfl. (red) *Worlds of Journalism - Journalistic cultures around the globe*. New York: Columbia University Press, s. 161-198.
- Hornmoen, H., Steensen, S. (2021) *Journalistikkens filosofi*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Kalsnes, B. (2019) *Falske nyheter: løgn, desinformasjon og propaganda i den digitale offentligheten*. Oslo: Cappelen Damm.
- Klujeff, M.L, Roer, H. (2006) Retorikkens genkomst i det 20. århundre, I: Klujeff, M.L og Roer, H (red.) Retorikkens aktualitet - Grundbog i retorisk analyse. København: Hans Reitzels Forlag, s. 9-41.
- Lawrence, R.G., Moon, Y.E. (2021) "We Aren`t fake news: The information politics of the 2018 #FreePress editorial Campaign, *Journalism studies*, 22(2), s. 155-173.
- Lull, J., Hinerman, S. (1997) The Search for scandal I: Lull, J. og Hinerman, S. (red.) *Media scandal*. New York: Columbia University Press. s. 1-33.
- Muñoz-Torres, J. (2012) Truth and objectivity in journalism, *Journalism studies*, 13(4), s. 566-582.
- Oltedal, A. (2001) *Den myndige journalisten - Korleis forstås journalisten sitt samfunnsansvar*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Panievsky, A. (2021) The strategic Bias: How journalists respond to Antimedia populism, *The international of Press/Politics*, s.1-19.
- Pengate, S., Chen, J., Young, A. (2021) Effects of clickbait headlines on user responses: an empirical investigation, *Journal of International technology and information management*, 30(3), s. 1-18.
- Pihl-Thingvad, S. (2015) Professional ideals and daily practice in journalism, *SAGE journals*, 16 (3), s. 392-411.
- Pressens faglige utvalg. (1936) *Vær Varsom-plakaten*. Tilgjengelig fra: <https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>.
- Raaum, O. (1999) *Pressen er løs! fronter i journalistenes faglige frigjøring*. Oslo: Pax Forlag.
- Raaum, O. (1986) *Pressens tøyelige etikk - journalistikkens yrkesmoral og selvjustis*. Oslo: Universitetsforlaget.

Reid, J. (2020) *The media often conflates malicious criticism with genuine critique: why it shouldn't*. Tilgjengelig fra: <https://theconversation.com/the-media-often-conflates-malicious-criticism-with-genuine-critique-why-it-shouldnt-141486>. (Hentet 24.08.21).

Schwebs, T., Østbye, H. (2017) *Media i samfunnet*. Oslo: Det Norske Samlaget.

Skovholt, K., Veum, A. (2014) *Tekstanalyse Ei innføring*, Oslo: Cappelen Damm

Skrede, J. (2017) *Kritisk diskursanalyse*. Oslo: Cappelen Damm

Sjøvaag, H. (2010) The Reciprocity of Journalism's social contract, *Journalism Studies*, 11, s. 874-888.

Sjøvaag, H. (2012) Journalistisk ideologi, I: Eide, M., Larsen, L.O og Sjøvaag, H. (red.) *Nytt på nett og brett: journalistikk i forandring*. Oslo: Universitetsforlaget, s. 70-85.

Sjøvaag, H. (2013) Journalistic autonomy - between structure, agency and institution, *Nordicom Review*, 34, s.155-166.

Sjøvaag, H. (2018) Journalism's social contract, *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, s. 1-19.

Stjern, A. (2022) Mari Skurdal om å bli kritisert: - God motstand får deg til å tenke klarere, *Journalisten* 22. mars. Tilgjengelig fra: <https://journalisten.no/digitalisering-klassekampen-kortnytt/mari-skurdal-om-a-bli-kritisert-god-motstand-far-deg-til-a-tenke-klarere/507810>. (Hentet 23.03.22).

Stiernstedt, F. (2014) Introduktion till mediekritiken I: Fredrik Stiernstedt (red.) *Mediekritik*. Lund: Studentlitteratur, s. 7-23.

Svensson, G. (1998) Mediekritik och mediemakt: Bidrag till en kartering av mediekritikens fält, *Sociologisk Forskning*, 35 (3), s 171-194.

von Krogh, T., Svensson, G. (2017) Media responses to media criticism, *Nordicom Review*, s. 47-64.

Østbye, H. mfl. (2013) *Metodebok for mediefag 4.utg*. Oslo: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

## Kilder til analysen

- Aalborg, B. (2018) #Løgnpressen. *Vårt Land*, 2.mars. Tilgjengelig fra: <https://www.verdidebatt.no/innlegg/11716881-lognpressen> (Hentet 29.11. 21).
- Aftenposten. (2019) Aftenposten mener: mediekritikken fortjener bedre, *Aftenposten*, 26. august. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/meninger/leder/i/b5aeGq/aftenposten-mener-mediekritikken-fortjener-bedre>. (Hentet 12.12.21).
- Antonsen, P. (2018) Logikksjekk: «Clickbait»-logikk, *Morgenbladet*, 3. april. Tilgjengelig fra: <https://www.morgenbladet.no/aktuelt/2018/04/03/logikksjekk-clickbait-logikk/> (Hentet 21.11.21).
- Bang, T., Brønn, P., Fuglseth, K. (2019) Debatten om PR virker uinformert, anekdotisk og ikke så lite fordomsfull, *Aftenposten*, 25. juni. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/zGV4q9/debatten-om-pr-virker-uinformert-anekdotisk-og-ikke-saa-lite-fordomsfu>. (Hentet 02.11.21).
- Bergens Tidende. (2018) Uverdigg mediekritikk, *Bergens Tidende*, 16. august. Tilgjengelig fra: <https://www.bt.no/btmeneringer/leder/i/7lAMa4/uverdigg-mediekritikk>. (Hentet 01.12.21).
- Clemet, K. (2021) Norske journalister blir stadig mer venstrevridde. Hva gjør det med journalistikken? *Aftenposten*, 22.mai. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/i/GapMx6/norske-journalister-blir-stadig-mer-venstrevridde-hva-gjoer-det-med-jo> (Hentet 14.10.21).
- Dagbladet. (2018) Også i Norge har politikere begynt å herme etter Trumps angrep på pressen, *Dagbladet*, 26. april. Tilgjengelig fra: <https://www.dagbladet.no/kultur/ogsaa-i-norge-har-politikere-begynt-a-herme-etter-trumps-angrep-pa-pressen/69744797>. (Hentet 10.10.21).
- Dagsavisen. (2019) VG og Giskes dansevideo, *Dagsavisen*, 21. mars. Tilgjengelig fra: <https://www.dagsavisen.no/debatt/2019/03/21/vg-og-giskes-dansevideo/>. (Hentet 12.12.21).
- Fjellheim, S. (2019) VG har begått et svik mot journalistikken, *Nettavisen*, 21. mars. Tilgjengelig fra: <https://www.nettavisen.no/nyheter/vg-har-begatt-et-svik-mot-journalistikken/s/12-95-3423627211>. (Hentet 15.11.21).
- Fjeld, K. (2018) Journalist - vakthund eller flokkdyr? *Østlendingen*, 24. august. Tilgjengelig fra: [https://www.ostlendingen.no/debatt/politikk/medier/journalist-vakthund-eller-flokkdyr/o/5-69-633212?onboarding\\_mode=true](https://www.ostlendingen.no/debatt/politikk/medier/journalist-vakthund-eller-flokkdyr/o/5-69-633212?onboarding_mode=true). (Hentet 18.11.21).
- Fjellstad, E. (2017) Er du flink nok? Tradisjonelle ferdigheter som språk, fagkunnskaper og etikk går aldri av moten, *m24*, 27. desember. Tilgjengelig fra: <https://m24.no/debatt-eivind->

fjellstad-institutt-for-journalistikk/er-du-flink-nok-tradisjonelle-ferdigheter-som-sprak-fagkunnskap-og-etikk-gar-aldri-av-moten/173644. (Hentet 15.12.21).

Gilbrant, J. (2019) - Videoen har blitt et trumfkort for Giske, *Dagbladet*, 1. mars. Tilgjengelig fra: <https://www.dagbladet.no/nyheter/videoen-er-blitt-et-trumfkort-for-giske/70822171>. (Hentet 25.11.21).

Gooding, G. (2020) Alltid dobbeltsjekk en NTB-påstand om dobbeltstemming, *Nettavisen*, 5. September. Tilgjengelig fra: <https://www.nettavisen.no/nyheter/alltid-dobbeltsjekk-en-ntb-pastand-om-dobbelststemming/s/12-95-3424014486> (Hentet 30.10.21).

Hansen, F. (2020) Dagbladet svarer på kritikken: Derfor vil du lese dette, *m24*, 14. desember. Tilgjengelig fra: <https://m24.no/dagbladet-debatt-frode-hansen/dagbladet-svarer-pa-kritikken-derfor-vil-du lese-dette/276671>. (Hentet 17.11.21).

Herbjørnsrud, D. (2015) - Du vil ikke tro hva journalister stemmer, *Kampanje*, 5.mai. Tilgjengelig fra: <https://kampanje.com/medier/2015/05/--stol-pa-journalistene/> (Hentet 16.10.21).

Hjalmarsson, L. (2020) Hvorfor får noen betalt for å lage den saken? Fordi du ber om det., *Sandefjords Blad*, 28. juli. Tilgjengelig fra: <https://www.sb.no/hvorfor-far-noen-betalt-for-a-lage-den-saken-fordi-du-ber-om-det/o/5-73-1130938>. (Hentet 17.11.21).

Hjortland, O., Antonsen, P. (2021) Akkurat nå! RASER mot Dagbladet, *Morgenbladet*, 5. januar. Tilgjengelig fra: <https://www.morgenbladet.no/ideer/2021/01/05/akkurat-na-raser-mot-dagbladet/>. (Hentet 21.11.21).

Holstad, E. (2021) Legg ned! Legg ned! Legg ned!, *iTromso*, 13. februar. Tilgjengelig fra: <https://www.itromso.no/meninger/i/23OlWB/legg-ned-legg-ned-legg-ned> (Hentet 19.10.21).

Ingebretsen, C. (2017) Frp-politikere mener avisa Nordlys skriver fake news, NRK, 29. januar. Tilgjengelig fra: [https://www.nrk.no/kultur/frp-politikere-mener-avisa-nordlys-skriver-\\_fake-news\\_-1.13348450](https://www.nrk.no/kultur/frp-politikere-mener-avisa-nordlys-skriver-_fake-news_-1.13348450). (Hentet 20.10.21).

Jacobsen, S. (2017) Justisministeren i fri dressur på Facebook, *iTromso*, 14. juli. Tilgjengelig fra: <https://www.itromso.no/nyheter/i/nwp2Vd/justisministeren-i-fri-dressur-pa-facebook> (Hentet 03.12.21).

Johannessen, N., Brekken, B., Vågenes, H. (2019) Gard Steiro til VGs lesere: Fryktelig, fryktelig lei meg, *VG*. 21. mars. Tilgjengelig fra: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/kJJwpv/gard-steiro-til-vgs-lesere-fryktelig-fryktelig-lei-meg>. (Hentet 25.11.21).

Johansen, Ø.D. (2019) VG felt i PFU for Bar Vulkan-saken, VG, 28.august. Tilgjengelig fra: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/50weLW/vg-felt-i-pfu-for-bar-vulkan-saken>. (Hentet 24.11.21).

Kaarbø, R. (2019) Når media lyver, *Dagsavisen*, 30. januar. Tilgjengelig fra: <https://www.dagsavisen.no/nyheter/2019/01/30/nar-media-lyver/> (Hentet 15.11.21).

Kristiansen, C. (2014) Derfor er vi så sjukt besatte av sosiale medier, *Dagbladet*, 2.oktober. Tilgjengelig fra: <https://www.dagbladet.no/kultur/derfor-er-vi-sa-sjukt-besatte-av-sosiale-medier/60199827>. (Hentet 15.12.21).

Lindblad, S. (2014) Mediene- sin egen største trussel, *Journalisten*, 19. juni. Tilgjengelig fra: <https://journalisten.no/stale-lindblad-nettbetaling-sosiale-medier/mediene--sin-egen-storste-trussel/134404>. (Hentet 30.11.21).

Lindblad, S. (2019) Skandaleoppslag på VG.no bidrar til å spre falske nyheter, *m24*, 29.november. Tilgjengelig fra: <https://m24.no/falske-nyheter-stale-lindblad-vg/skandaleoppslag-pa-vgno-bidrar-til-a-spre-falske-nyheter/239086> (Hentet 02.12.21).

Lindebø, K. (2018) Valgpraten: - Norske medier er i all hovedsak borgerlige, *Journalisten*, 29.august. Tilgjengelig fra: <https://journalisten.no/dagsavisen-lars-west-johnsen-valg-2019/valgpraten--norske-medier-er-i-all-hovedsak-borgerlige/374466> (Hentet 14.12.21).

Loe, E. (2014) Pressen og sannheten, *Journalisten*, 5.mars. Tilgjengelig fra: <https://journalisten.no/tv-2-erik-loe-stabaek/pressen-og-sannheten/135975>. (Hentet 21.10.21).

Lohne, L. (2019) Giske om VG-oppslag: - Urimelig. VG, 22. mars. Tilgjengelig fra: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/ka536X/giske-om-vg-oppslag-urimelig>. (Hentet 24.05.22).

Lystad, J. E. (2017) Ikke kast uttrykket «falske nyheter» på skraphaugen. *Adresseavisen*, 7. Mars. Tilgjengelig fra: <https://www.midtnorskdebatt.no/meninger/2017/03/07/Ikke-kast-uttrykket-%C2%ABfalske-nyheter%C2%BB-p%C3%A5-skraphaugen-14399365.ece> (Hentet 10.12.21).

Lundemo, T. (2017) Falske nyheter? Kast uttrykket på skraphaugen. *Adresseavisen*, 11. februar. Tilgjengelig fra: <https://www.midtnorskdebatt.no/meninger/2017/02/11/Falske-nyheter-Kast-uttrykket-p%C3%A5-skraphaugen-14201639.ece> (02.12.21).

Mathiesen, A.P. (2017) Smålig angrep mot Jagland, *Nettavisen*, 20. september. Tilgjengelig fra: <https://www.nettavisen.no/meninger/anlovmathiesen/smilig-angrep-mot-jagland/s/12-95-3423442968> (Hentet 06.12.21).

Møller, V. (2020a) Vi vil ikke ha «trumpisme» i Norge, *Journalisten*, 8. september. <https://journalisten.no/donald-trump-fredrik-graesvik-jon-helgheim/vi-vil-ikke-ha-trumpisme-i-norge/426580> (Hentet 10.10.21).

Møller, (2020b) La meg forklare hvorfor det er feil av Helgheim å anklage det Græsvik driver med for falske nyheter, *m24*, 14. september. Tilgjengelig fra: <https://m24.no/fredrik-graesvik-frp-jon-helgheim/la-meg-forklare-hvorfor-det-er-feil-av-helgheim-a-anklage-det-graesvik-driver-med-for-falske-nyheter/267731> (Hentet 10.12.21).

Olufsen, B. (2020) Giske-saken et eksempel på presseetisk unntakstilstand, *m24*, 31. august. Tilgjengelig fra: <https://m24.no/bernt-olufsen-trond-giske/giske-saken-et-eksempel-pa-presseetisk-unntakstilstand/266366>. (Hentet 14.10.21).

Ramnefjell, G. (2013) Medie-Høyre, *Dagbladet*, 11. april. Tilgjengelig fra: <https://www.dagbladet.no/kultur/medie-hoslashyre/62947536>. (Hentet 04.12.21).

Solvang, O. (2017) Amundsen og Frp truer med Nordlys-boikott: - Man må gni seg i øynene. *Nordlys*, 29. januar. Tilgjengelig fra: <https://www.nordlys.no/politikk/arbeiderpartiet/fremskrittspartiet/amundsen-og-frp-truer-med-nordlys-boikott-man-ma-gni-seg-i-oynene/s/5-34-561052> (Hentet 20.11.21).

Stavanger Aftenblad. (2018) Trumps angrep på mediene, *Stavanger Aftenblad*, 31. juli. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenbladet.no/meninger/leder/i/gPe3ok/trumps-angrep-paa-mediene> (Hentet 13.10.21).

Storedal, M. (2021) - Fikk trollet til å sprekke, *Avisa Oslo*, 7. Januar. <https://www.ao.no/fikk-trollet-til-a-sprekke/o/5-128-21451> (Hentet 10.12.21).

Thorsen, T.E. (2021) Er vi mediefolk så «venstrevridde» som den årlige undersøkelsen skal ha det til?, *Varden*, 11. mai. <https://www.varden.no/meninger/er-vi-mediefolk-sa-venstrevridde-som-den-arlige-undersokelsen-skal-ha-det-til/> (Hentet 16.10.21).

Ulstein, H. (2019) Ble det litt mye, VG? *Dagsavisen*, 28. august. Tilgjengelig fra: <https://www.dagsavisen.no/debatt/kommentar/2019/08/28/ble-det-litt-mye-vg/>. (Hentet 04.12.21).

VG. (2018) Venstrevridde journalister, *VG*, 7.mai. <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/L0GpJV/venstrevridde-journalister> (Hentet 16.10.21).

VG. (2019a) VGs dekning av Giske-videoen, *VG*, 27. februar. Tilgjengelig fra: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/wEqvKG/vgs-dekning-av-giske-videoen>. (Hentet 24.11.21).

VG. (2019b) Evalueringen av VGs dekning av Trond Giske-videoen, *VG*, 27. mars. Tilgjengelig fra: <https://vgc.no/vg-2019-evalueringsrapport.pdf>. (Hentet 24.05.22).



Åmås, K.O. (2017) Angrepene på mediene er en farlig undergraving av tilliten til samfunnsinstitusjonene. *Aftenposten*, 11. Februar.  
<https://www.aftenposten.no/meninger/kommentar/i/k94WX/angrepene-paa-mediene-er-en-farlig-undergraving-av-tilliten-til-samfunn> (Hentet 17.01.22).

Åmås, K.O. (2019) Å beholde tilliten er en tøff jobb for journalistikken. *Aftenposten*, 25.mai.  
<https://www.aftenposten.no/kultur/kommentar/i/qLQgXg/aa-beholde-tilliten-er-en-toeff-jobb-for-journalistikken-knut-olav-aamaa> (Hentet 17.11.21).