

- Tversky, A. & Kahneman, D., 1974. "Judgment under uncertainty – Heuristics and biases". *Science*, 185, s. 1124–1131.
- Tönnies, F., 1991. *Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe der reinen Soziologie*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Urry, J. 2000. "Mobile sociology". *British Journal of Sociology*, 51, s. 185–203.
- Virilio, P., 2008. "Les damnés de l'exode". *Le Nouvel Observateur*, N°2299.
- Weber, M., 1958a. "Methodologische Einleitung". I: M. Weber, *Gesammelte politische Schriften*. Tübingen: Mohr.
- Weber, M., 1958b. "Politik als Beruf". I: M. Weber, *Gesammelte politische Schriften*. Tübingen: Mohr.
- Weber, M., 1988a. "Die 'Objektivität' sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis". I: M. Weber, *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. Tübingen: Mohr.
- Weber, M., 1988b. "Der Sinn der 'Wertfreiheit' der soziologischen und ökonomischen Wissenschaften". I: M. Weber, *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. Tübingen: Mohr.
- Weber, M., 1992. *Wissenschaft als Beruf*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Weinrich, H., 2005. *Lethe. Kunst und Kritik des Vergessens*. München: Verlag C. H. Beck.
- Wilson, E. O., 1998. *Consilience. The Unity of Knowledge*. New York: Random House.

Bo Isenberg

Fil dr (sociologi)
Sociologiska Institutionen, Lunds Universitet
Box 114, SE-22100 LUND, Sverige
T +46 46 2223849
E bo.isenberg@soc.lu.se

Verdsleg og heilag: Ei skisse av den norske journalistikkens felt og kosmologi

Jan Fredrik Hovden

Introduksjon¹

Max Weber – som sjølv var ein akta politisk journalist i si tid – seier i "Politik als Beruf" (1988c) at god journalistikk krev like mykje intellekt som nokon form for vitenskapleg arbeid, men at journalisten må arbeide under svært spesifikke avgrensingar. Weber framheva effekten av tidspress og avisa som organisasjon, to tema som seinare har vore viktige i moderne studiar av nyheitsproduksjon.² Andre viktige tradisjonar innan journalistforskinga har fokusert på journalistikken sin varekarakter og effekten av økonomisk konkurranse på det journalistiske produktet.³

Med utgangspunkt i Pierre Bourdieu sine teoriar om sosiale felt kan ein supplere slike tradisjonelle fokus med eit anna sett av strukturar som er mindre openberre, men truleg minst like viktige som dei førenemnde, nemleg eit journalistisk felt og journalistane sin habitus. Feltomgrepet framhevar journalistikken som eit mikrokosmos med ein viss indre logikk, sine eigne (uformelle) lover og struktur, der deltakarane kjemper ein ulik kamp om intern anerkjenning – ulik fordi deltakarane sine sjansar i desse stridane er knytt til deira relative posisjonar, som igjen er gjeve ved deira akkumulasjon av ulike typar ressursar som er internt viktige

1. Denne artikkelen er ei oppsummering av nokre sentrale poeng i mi dr. avhandling *Profane and Sacred* (Hovden, 2008). For utdjupeing av analysene og metoden syner eg til denne teksten, som og ligg tilgjengeleg i fulltekst på nettet.
2. Nokre klassiske tekstar her er David Manning White's studie av journalistiske portvaktarar (1950), Peter Golding og Philip Elliot's *Making The News* (1979) og Philip Schlesinger's studie av BBC, *Putting Reality Together* (1978)
3. Sjå td. Golding og Murdoch (1991), Allem (2001) og Høst (1996).

(kapital). I strid med profesjonell ideologi som insisterer på eit skilje mellom det private og det profesjonelle liv, er heller ikkje journalistar *tabula rasa* i det dei går inn i yrket. Dei har ein habitus: eit sett disposisjonar, tilbøyelegheiter til å tenke og handle som har opphav i spesifikke sosiale erfaringar, som gjennom deira møte med feltet og karrieren i dette er utmeisla i ein journalistisk habitus.

Som eg skal kome attende til, er det historiske utviklingstrekk i norsk journalistikk som peikar i retning av at ei feltilnærming kan vere fruktbar. To andre argument er elles mangelen av prosopografiske⁴ studiar av journalistiske felt internasjonalt og av norske sosiale felt meir allment.⁵ Samstundes har feltteorien mange tiltalande teoretiske eigenskapar. For det fyrste gjer det ein i stand til å sjå journalistar som kreative og strategiske agentar, uten at ein mistek deira sjølvforklaringar for vitskaplege forklaringar. Det gjer og at ein kan forstå deira praksisar som strukturerte uten å vere ei direkte avspiegling av desse strukturane (som i krass økonomisk- eller klassesdeterminisme, som journalistikk som "berre" eit resultat av avisa sin marknadsposisjon eller journalisten sin klasseposisjon), og minner ein om at førande strukturar kjem i mange former: økonomisk marknad, kjønn, klasse, grad av indre anerkjenning, alder osv. – som må studerast *samstundes* for å framstå som meiningsfulle. For det tredje gjer feltfokuset ein var for journalistikken som ei konfliktfylt, hierarkisk og pluralistisk verd, der dominerande journalistiske klassifikasjonar ("ein god journalist", "ikkje eigentleg journalistikk", "ein naturleg prisvinnar") er eit utkome av daglege stridar i feltet mellom agentar med ulike synspunkt og svært ulike sjansar (gjennom ulik kapital) til å nå fram med sitt syn.

I denne artikkelen vert presentert ei skisse til nokre sentrale strukturar i det norske journalistiske feltet, med utgangspunkt i ein korrespondanseanalyse av surveydata frå 1203 medlemmer i Norsk journalistforening (NJ) og Norsk redaktør-

4. Ein prosopografi er ein type kollektiv biografi av eit sosialt mikrokosmos, der individ sine bakgrunnar og posisjonar (i brei forstand) vert gjort gjenstand for ei omfattande empirisk samling og analyse. For ein introduksjon til den franske prosopografiske tradisjonen, sjå Broady (2002). Av Bourdieu sine verk er *Homo Academicus* (1988) eit av dei meir kjende døme på ein slik analyse.
5. Om feltteorien sjølvstapt er eit veletablert perspektiv i norsk sosiologi, finst det få større feltstudiar av prosopografisk type. Eit unntak er Hjellebrekke og Korsnes (2005; 2007) sine studiar av det norske maktfeltet. Høstaker (1997) sin studie av akademikarar ved fakultet i Bergen bør òg nemnast her.

forening (NR) i 2005.⁶ I tillegg til å antyde skilje i sosial rekruttering og indre posisjonar i feltet, vert samanhengen mellom denne strukturen og posisjonstaking i sentrale debattar i journalistikken drøfta. Til slutt vert gjeve ei meir inngående drøfting av eigenskapar ved den symbolske kapitalen i dette feltet, og denne si rolle i oppretthalding av symbolsk dominanstilhøve.

Journalistyrkets sosiale strukturering

I Noreg vert journalistikken ofte referert til som eit "ope yrke", og som alltid løyner slike tilvisingar til formell likskap ein ulikskap i praksis. Som for alle andre yrke, skil journalistar seg systematisk ut ved eit særskild utval av sosiale bakgrunnar og livserfaringar. Dette var eit tema allereie i den fyrste maktutgreiinga på syttitalet, der det vart konkludert med at yrkesgruppa hadde "en sterk høystatuspreget sosial bakgrunn" og at "de med arbeidere, gårdbrukere og fiskere som fedre er sterkt underrepresenterte" (Lorentzen og Høyer, 1976ii,15). Kva er så situasjonen i dag? Ikkje så ulik.

Eit inntrykk av rekrutteringa til journalistyrket i perioden 1980–90 kan ein få ved å studere tabell 1, som syner dei relative sjansane (odds ratio) for born av fedre i ulike yrkesgrupper til å jobbe som journalist ved 30–35 års alder, samanlikna med born av ufaglærte industriarbeidarar. For samanlikning er same tal inkludert for ingeniørar, kunstnarar, lærarar, juristar og legar.

6. Surveyen vart gjennomført som ein postsurvey til eit utval på 2705 medlemmer av Norsk Journalistlag og til alle medlemmer i Norsk Redaktørforening. Den endelige svarprosenten var 44% (for NJ 46%, for NR 41%).

Tabell 1. Relative odds for å vere i ulike yrkesgrupper ved 30–35 års alder, etter fars yrke. 1950, 1955 og 1960-kohortar. Born av far ufaglært industriarbeidar = 1.

		BARNETS YRKE VED 30–35 ARS ALDER					
		Journalist	Ingeniør	Kunstnar	Lærer	Jurist	Lege
FARS YRKE	N	297	3123	286	4187	143	462
Akademikar	98	3,7	0,9	0,0	2,4	0,0	7,7
Høgare stilling i offentleg administrasjon	627	1,7	1,4	4,0	3,0	5,3	7,8
Lege, tannlege, farmasøyt	282	2,6	0,9	1,8	3,8	8,8	43,7
Jurist	108	0,0	1,6	0,0	2,5	57,0	29,4
Lærer, vidaregåande	602	3,0	1,1	1,7	5,0	1,4	6,2
Leiande stilling i industrien	1961	3,1	1,6	3,3	1,8	5,9	4,2
Lærer, grunnskule	542	1,3	0,9	7,5	3,6	0,0	5,5
Ingeniør	1112	1,6	2,5	3,6	1,9	3,0	5,0
Lågare stilling i offentleg administrasjon	383	0	1,8	1,3	2,0	0,0	3,9
Journalist	97	11,4	1,2	0,0	2,4	8,6	3,8
Handel	2832	1,9	0,9	2,1	1,7	2,6	3,3
Kontor/serviceyrke	3215	1,0	0,8	0,9	1,8	2,1	1,3
Handverkar	2266	0,8	1,0	1,1	1,0	0,7	1,5
Ufaglært industriarbeidar	14001	1	1	1	1	1	1
Bonde	5199	0,7	0,7	0,7	1,5	1,0	0,7
Fiskar	1179	0	0,6	0,0	1,1	0,0	0,6
Anna yrke	12569	1,5	1,2	1,7	1,7	1,6	2,1

Kjelde: SSB Generasjonsdatabasen

Ein kan notere seg fyrst at journalistyrket har ein viss tendens til reproduksjon frå far til born, der eit born av ein journalist har over ti gongar så høg sjanse for å verte journalist enn born av ein ufaglært industriarbeidar, og at denne tendensen framstår noko sterkare enn for born av ingeniørar og lærarar, men langt svakare enn for born av juristar og legar, to yrkesgrupper som framstår langt meir lukka for sosial mobilitet enn journalistyrket. Når dette er sagt er det openbart ei overrekuttering til journalistyrket frå middel- og høgare sosiale lag (born av akademikarar, legar, lærarar på vidaregåande og industrileiarar er klart overrepresenterte) og born frå arbeidarklassene er langt på veg fråverande frå dette "opne" yrket.

I offentlege ordskifte i Noreg som omhandlar journalistar si rekruttering har det vore ein tendens til å drøfte journalistar som ei udifferensiert masse – som i "journalistar" kontra "publikums" politiske preferansar⁷. Eit slikt fokus, om ikkje utan ein viss pedagogisk verdi, er likevel dømd til å ofte løyne dei mest interessante

strukturane og framheve dei mest overflatiske, då konsekvensen av slik sosial ulikskap ikkje stoggar på dørstokken til journalistyrket: Ulike journalistiske posisjonar, publikasjonar og spesialiseringar i Norge rekrutterer svært ulikt sosialt.

Ser ein til dømes på redaktørar, finn me at sjansen for å ha ein slik posisjon stig med den sosiale bakgrunnen, og meir for byredaktørane enn distriktsredaktørane (Hovden, 2008:74). På liknande vis aukar sjansen for å arbeide i ein av dei mest prestisjefulle publikasjonane (i praksis: dei store byavisene og -media) når ein går oppover i det sosiale hierarkiet, men sjansen til å arbeide i dei mindre prestisjefulle – som små lokalaviser – minkar (tabell 2). Eit born av ein lærar som har gått inn i journalistyrket har td. fem gongar mindre sjanse til å arbeide i ei lita lokalavis som born av ufaglærde industriarbeidar, men ni gonger større sjanse for å arbeide i NRK Oslo. Slike skilje er òg markerte i emna journalistar arbeidar med, kulturjournalistar rekrutterer til dømes sosialt høgare enn sportsjournalistar (Ibid: 75). Kort sagt: det journalistiske hierarkiet er òg eit sosialt hierarki, og reflekterer slik til ein viss grad klasseskilnadane i det norske sosiale rommet.⁸ Det kan og nemnast at andre-generasjons journalistar har klart større sjansar til å vere byredaktørar og arbeide i dei store bymedia enn andre med liknande klassebakgrunnar, noko som tyder på at indre posisjonar av makt og status i det journalistiske feltet i ein viss grad er reproduserte via arva journalistisk kapital.⁹

Om ein slik grovt kan vere samd i at journalistikken er prega av ei middelklasse-rekruttering, som Audun Lysbakken gjorde i ein kronikk i Morgenbladet i 2009, er det likevel problematisk å gå frå dette til å sjå journalistikken direkte - avspegle middelklassen sine disposisjonar og kultur. Sjølv om studiar av journaliststudentar syner at ein kan finne tydelege skilnadar i journalistiske orienteringar som fylgjer kjønn- og klassestrukturar – mannlege studentar er t.d. meir tilbøyelege

7. Jamfør til dømes Aarebrot (2003).

8. Om dette er sant på eit generelt nivå, er dette sjølvsagt ei forenkling av ein kompleks struktur. Td. avvik journalistar i magasin og fagtidsskrift (spesielt dei siste) noko frå dette mønsteret ved å kombinere relativt låg journalistisk prestisje ved noko meir privilegerte sosiale bakgrunnar enn journalistar i dei mindre avisene.

9. Ei drøfting som må gå ut av plassensyn er rekrutteringa av journalistelite i høve andre sosiale elitar. Her framstår fyrstnemnde vere kjennemerka av relativ høg sosial mobilitet (kjennemerka ved ein relativ låg alder, få fedre med høgare utdanning og liten eigen utdanning). På mange måtar likner dei slik på dei politiske elitane, men skil seg frå dei ved å vere svært mannsdominert: berre 19% var kvinner (mot 39% av den politiske eliten). Jamfør (Gulbrandsen, Engelstad et al., 2002; Hjellbrekke og Korsnes, 2005).

til å prioritere fotball og lokale jenter som stiller opp i Playboy som viktige saker enn kvinner gjer, og studentar med privilegerte sosiale bakgrunnar verkar oftare ha eit meir elitistisk syn på publikum som ei fjern og nedanforliggende masse (Hovden, 2008:90–101), kan ikkje disposisjonane i habitus uttrykkest nake og usensurert i journalistikken, dei må med ein Freudiansk språkbruk eufemiserast, tilpassast normene og skiljelinjene i journalistiske felt (som kan konseptualiserast på ulike nivå – frå redaksjonen/publikasjonen som mikrofelt til eit meir overgripande nasjonalt felt) og har ulikt realiseringspotensiale gjeve eins posisjon i feltet. Eit einssidig fokus på journalistar sin klassebakgrunn eller berre publikasjonane sitt publikum og marknadsposisjon er begge alvorlege kortslutningar fordi dei misser eit sentralt forklarande element: det journalistiske feltet sin struktur og logikk.

Journalistikken som sosialt felt

Sur la télévision

Tanken om at moderne journalistikk kan forståast fungerande som eit sosialt felt vart fyrst utbrodert av Bourdieu i artikkelen "L'emprise du journalism" (1994).¹⁰ Denne utgjorde ein viktig del av grunnlaget for to fjernsynsforelesingar på *Paris première* i 1996, seinare publisert i *Sur la télévision* (1996c) – på norsk som *Om fjernsynet* i 1998. Boka vakte stor debatt i Frankrike (om ikkje i Norge¹¹). Dels var ho positiv motteken, men boka vart òg kritisert av journalistar og medieforskarar ikkje berre for å oversjå variasjonen i den journalistiske verda, men òg for å undervurdere journalistar sitt innsyn i problema Bourdieu nemnde – som at journalistar aktivt konstruerer verda dei hevdar å representere, fjernsynet si store makt over journalistikken og over vanlege folks verdsbilete, journalistikken si undergraving av dei intellektuelle

10. Merk at ein i forfattarskapen kan finne direkte referansar til eit journalistisk felt allereie midt på åtti-talet (Bourdieu, 1984b; 1984c) og meir implisitt endå tidlegare (han snakkar td. om eit "rom av aviser" <l'espace des journaux> i "The production of belief" frå 1977 (Bourdieu, 1993).

11. Boka fekk nokon positive anmeldingar, men førte ikkje til nokon større debatt. Ein interessant kommentar kom fra Kjartan Fløgstad, som i eit portrettprogram om Georg Johannesen (NRK, "Georg - bit for bit" 14.1.2006) sa at alt Bourdieu skreiv i *Om fjernsynet* var beskrive mykje klarare av Georg Johannesen i *Romanen om Mongstad* (1989).

felta si uavhengigheit, dei politiske debattprogramma sin skjulte sensur gjennom seleksjon av deltakarar og kontroll over meningsytringar osv. I høve *Om fjernsynet* er kritikken forståeleg, om ikkje heilt rettviss. Samanlikna med bøkene som hadde gjort Bourdieu til ein vidgjeten intellektuell i Frankrike, skilde *Om fjernsynet* si pamflettform seg ut: den var svært kort, skriven i ein populær-polemisk stil med få empiriske referansar, og var ikkje basert i ein empirisk feltanalyse som *Homo Academicus* (1988). Men til forsvar formidla boka sentrale innsikter frå eit tema med ein lang forhistorie i Bourdieu sitt forfattarskap (Hovden, 2008: kap 3.), og også inkorporerte resultat frå nyare empiriske arbeid gjort av kollegaer og studentar i (spesielt Patrick Champagne (1990; 1991) er eit viktig referansepunkt i boka sin fyrste del).

Sosiale felt

Kva gjer det så meningsfullt å snakke om eit journalistisk felt i Norge, eit eige sosialt mikrokosmos med ein viss grad av indre logikk? Ein kan ikkje gå utifrå at eit journalistisk felt utan vidare eksisterer, då felt er sosiale strukturar som gradvis oppstår og svekkast som fylgje av sosiale prosessar. Argumentet her er dels historisk, og dels knytt til observasjon av mekanismar som samsvarar med Bourdieu sine skildringar av felt sin vanlege verkemåte (felteffektar).

Her kan ei kort påminning om feltomgrepet vere opplyssande: Feltteorien er ein teori om sosial differensiering i moderne samfunn, med vekt på oppsplittinga i sosiale subsystem og desse sin struktur og verkemåte. Bourdieu held her slik fram sentrale tema i klassisk sosiologi, med arv til til dømes Émile Durkheim sine teoriar om sosial arbeidsdeling og utviklinga av profesjonar med ein eigen type solidaritet ("Soldaten søker militær ære, presten moralsk autoritet, statsmannen makt, industriherren pengar, vitenskapsmannen profesjonell vidkjende" (1997:409)). Den tydelegaste koplinga frå feltteorien til klassisk sosiologi går likevel til Max Weber sine religionssociologiske arbeid, som Bourdieu i sine fyrste feltteoretiske arbeid omtolka til ein strukturell sosiologi (1971b; 1971a). Særskild tydeleg er dei mange parallellane mellom feltomgrepet og Weber sine verdifærer. Weber (1978:812; 1988a; 1988b) såg kunst, vitenskap, jus, religion, politikk og erotisk liv som område i samfunnet som historisk har utvikla særeigne rasjonalitetsformer og auka medvit om deira eigenverdi (Eigenwerte), sin eigen unike Legitimität og Rationalität, ein eigen indre logikk eller lov (Eigengesetzlichkeit), ein

særskild moral og ein relativ fridom frå deira tradisjonelle opphav og andre verdisfærar. Ideen om l'art pour l'art – kunst for kunsten sin eigen del og ikkje for å oppnå religiøse, politiske eller kommersielle mål, er eit klassisk døme på dette. Som Weber sine verdisfærar har Bourdieu sine sosiale felt ein historisk betinga relativ autonomi og ein særskild legalitet (ei tru på eigenverdien av ein særskild type symbolsk kapital – kulturell kapital i det kulturelle feltet, vitskapleg kapital i det vitskaplege feltet osv.). Om Weber sine analyser av idealtypar og vektlegging av medvitne sider ved denne legaliteten står fjernt frå Bourdieu sin relasjonelle sosiologi, er feltomgrepet gjennomsyrt av religionssosiologisk terminologi og innsikter frå Weber. Slik har det norske journalistiske feltet – som alle felt – sine prestar og lekfolk, sine trollmenn og kjettar, det har sin orthodoxy og hetrodoxi, og sin variant av eit religiøst statushierarki. Bourdieu sitt omgrep symbolsk kapital er og – som eg skal kome attende til seinare i artikkelen – tett i slekt med ideen om religiøs karisma hjå Weber, og den journalistiske (symbolske) kapitalen i Noreg har difor fleire viktige fellestrekk med religiøse fenomen.

Det historiske argumentet for eksistensen av eit norsk journalistisk felt (her må ein sjølvsagt tale om ulike grader av autonomi) er dei mange parallellane mellom norsk pressehistories *longue durée* og Bourdieu (1996a:47–112) sine skildringar av andre sosiale felt si utvikling. Slik kan ein lese hovudtrekka i norsk pressehistorie som ein gradvis framvekst av ein særreigen form for indre og ytre aksept for journalistikken som viktig og legitim i seg sjølv, eller i Bourdieu sin omgrepsbruk, framveksten av ein eigen journalistisk kapital). Dels tek dette form av ei indre vending i journalistikken, i retning av le'journalisme pour le'journalisme, særskild påfallande i etterkrigstida, der journalistane og redaktørane med losninga av banda mellom dei politiske partia og avisene, med Odd Raaum (1999:56) sine ord "... følte seg frie til å bestemme både emner og vinkling, og kriteriet skulle ikke være politisk relevans, definert av politikere, men journalistisk interesse, definert av journalister". Framveksten av eit norsk journalistisk felt tek likevel ikkje til med avpartifiseringa, men er ein gradvis tendens gjennom heile førre hundreår og med linjer attende til – og før – nasjonalstaten si etablering¹².

12. For ei større drøfting av norsk pressehistorie i eit feltperspektiv, sjå Hovden, (2008:109-127). Liknande argument er fremja i både Eide (2000) sin norske redaktørhistorie og i Slaatta (2003:49-83).

Data og metode

Journalistiske felt kan skisserast på mange måtar og med ulike typar data, ikkje berre kvantitative. Frå åttitalet og framover tok likevel Bourdieu sine feltanalyser ofte form av statistiske analyser av individ sine kjennemerke. *Distinksjonen* (1984a) er eit døme på denne analysestrategien gjort for det sosiale rommet som heilskap utifrå anonyme surveydata, medan *Homo Academicus* (1988) er eit døme på analyse av eit felt basert på biografiske data (dødsannonsar, kven-er-kven-bøker, avisintervju mm.). Når korrespondanseanalysen vart den føretrekte måten for Bourdieu å konstruere sosiale felt på er dette fordi teknikken ligg nær hans teoriar om den sosiale verda som multivariat, relasjonell og strukturert av bipolare opposisjonar (Bourdieu og Kraus, 1991; Le Roux, Rouanet et al., 2000).

I tidlege fasar av arbeidet forsøkte eg å konstruere feltet basert på biografiske data om dei journalistiske elitane, men for dette føremål framstod datatilfanget å vere mangelfullt. Biografioversyn over norske journalistar var forelda, og mangla òg viktige opplysingar som sosial bakgrunn. Å gjennomføre ein anonym surveystudie framsto difor etterkvart dels naudsynt og dels tiltalande med egne føremonar for feltanalysen. Viktigast her var moglegheita til å få eit stort og breitt utval av individ (og ikkje berre feltet sine elitar som i *Homo Academicus* sitt døme), og til å gjere ei langt meir omfattande registrering av samanliknberre posisjonstakingar i feltet (i form av haldningar o.l.) enn praktisk mogleg med ein biografisk framgangsmåte. Prinsippa for den endelege analysen er gjeve i tekstboksen nedanfor.

For å rekonstruere hovudopposisjonane i det norske journalistiske feltet, den relative distribusjonen av journalistane sine habitusar og deira posisjon i den relative fordelinga av ulike typar av makt (kapital) vart det utforma ei multippel korrespondanseanalyse (spesifikk MCA) på eit utval av 1048 medlemmer av NJ og NR. Den endelege løysinga hadde 12 spørsmål og 49 aktive kategoriar, som for presentasjonsføremål kan grovt grupperast som fylgjer:

Indikatorar på arva kapital (3 variablar, 9 kategoriar): fars yrke (offentleg sektor, undervisning, kultur / privat sektor, teknisk, kontorist / jordbruk, fiske, manuelt arbeid), mors yrke (same kategoriar som for far), far eller mor politiske verv (nasjonale eller regionale verv / lokale verv / ingen politiske verv).

Indikatorar på utdanningskapital og -karriere (2 variablar, 7 kategoriar): utdanningsnivå (ingen høgare utdanning / 1-2 år høgare utdanning / 3-4 år / 5 år eller meir), type journalistutdanning (Høgskulen i Oslo, Volda, Stavanger eller Bodø / anna journalistutdanning / ingen).

Indikatorar for ulike typar spesifikk kapital og profesjonell karriere (7 variablar, 33 kategoriar): år har arbeidd som journalist (<10 år / 10-20 år / >20 år), har motteke journalistisk pris (SKUP eller den store Journalistprisen / annan pris / ingen), er/har vore i jury for journalistisk pris (ja / nei), er/har hatt verv i presseorganisasjonar (nasjonalt nivå / lokal eller regional nivå / nei), er i/har hatt stilling i øvre leing av mediebedrift (stor publikasjon / mindre publikasjon / nei), er i/har hatt mellomleiarstilling i mediebedrift (stor publikasjon / mindre publikasjon / nei), noverande arbeidsgjevar (NRK nasjonalt / NRK regionalt / TV2 eller annan kommersiell kringkastar eller produksjonsselskap / VG eller Dagbladet / Stavanger Aftenblad, Bergens Tidende, Adresseavisa, Aftenposten / øvrig storbypresse / stor lokalavis / lokalavis av medium storleik / lokalavis av mindre storleik / fãdagarsavis / vekepresse / fagpresse / frilansar / uoppgjeve).

Ved 12 aktive variablar (Q) og 49 aktive kategoriar (K) er den totale inertiaen (variansen) til punktiskya 3.08 ((K-Q)/Q), det er 37 (K-Q) ikkje-trivielle aksar, som gjev ein gjennomsnittleg eigenverdi på .833. Dei fem fyrste aksane har fylgjande eigenverdiar og modifiserte ratar (Benzécri) for andel av inertia forklart av aksene (Le Roux og Rouanet, 2004:200): λ_1 .1810 (59%), λ_2 .1296 (13%), λ_3 .1140 (6%), λ_4 .1131 (6%), λ_5 .1109 (5%). Kombinasjonen av eit klart fall i eigenverdi frå akse 2 til 3 (albogekriteriumet) og funnet at akse 3 er ustabil i høve akse 4 (Greenacre, 1984:113) talar for å avgrense analysen til dei to fyrste aksane. Figur 1 viser utvalde aktive og supplerande punkt for analysen. For ei meir detaljert drøfting av konstruksjonen, sjå Hovden (2008: 129-150).

Hovudstrukturar i feltet

Det norske journalistiske feltet framstår å vere konstruert av to hovudopposisjonar. For det fyrste er feltet prega av ein samansett opposisjon mellom dei eldre og yngre journalistane (nord/sør-aksen i kartet), ein generasjonsmotsetnad som fell saman

med ei rekkje sosiale og kapitalmessige skilnadar. Denne motsetnaden utgjer òg ein generell kapitalakse, ved at journalistiske prisar, redaktørstillingar, verv i fagforeiningar og jobb i prestisjefulle publikasjonar m.m. – og slik ære og posisjonar i feltet – er vanlegare blant dei er eldre enn de yngre journalistane. Generasjonskilnadane er òg kjønsskilnadar – 44% av journalistane i vanlig jobb under 35 år er kvinner, men berre 15% av dei over 50, og mediumskilnadar – dei yngre arbeidar oftare i kringkasting, dei eldre oftare i aviser og i fagpresse. De ulike journalistiske generasjonane skil seg òg på mange andre vis: dei er i ulike livsfasar og har ulike livsstilar (dei yngre er oftare einslige, utan born, de går oftare på kafé og er mindre interesserte i klassisk musikk osv.), og dei har svært ulike kollektive erfaringar, dels grunna generelle samfunnsendringar (td. den auka viktigheita av utdanningssystemet, ulike sjansar for å sjølv ha vakse opp med foreldre i manuelle yrke osv.) og dels knytt til endringar i journalistikken sjølv (erfaringar med partipressa, nye journalistiske arbeidsteknikkar, aukande andel som tek journalistutdanning osv.).

Som figuren på neste side antyder, har dei ulike arbeidsstadane og publikasjonane i dette rommet svært ulik tiltrekkingskraft (og inngangskrav) på journalistar etter deira kapitalsamansetting og -volum. Dette vert klårare om vi ser på korleis ulike eigenskapar varierer etter arbeidsstad (tabell 2). Slik ser ein til dømes at sjølv om journalistar i Dagbladet og VG har omlag same kjønns- og aldersfordeling som dei i dei små lokalavisene, har førenemnde ikkje berre oftare ein høgare sosial bakgrunn (dei har td. dobbel så ofte ein far med mastergrad/hovudfag, dei angjev oftare sin far som litteraturinteressert, eller å ha hatt politiske verv på regionalt eller nasjonalt nivå), men òg høgare journalistisk prestisje: Dei har meir enn dobbelt så stor sjanse til å ha vunne ein større journalistisk pris, og nesten åtte gongar så stor sjanse til å ha vore i juryen. Sameleis ser vi at journalistane i magasin og små lokalaviser, som er foreint ved deira felles mangel på journalistisk kapital, skil seg mykje i viktige eigenskapar: ikkje berre er langt fleire av magasinjournalistane kvinner, oppvaksne i Oslo og har fedre med meir utdannings- og kulturell kapital, men dei er òg mindre trulege til å ha vunne ein journalistisk pris eller ha hatt verv i ein presseorganisasjon enn førenemnde. Meir generelt ser vi òg at "the capital is the site of capital" (Bourdieu, 1999:125): ikkje berre er så og seie kvar avis nær polen av symbolsk makt lokalisert i Oslo, men også langt oftare besett av journalistar som har vakse opp i Oslo.

Verdsleg og heilag: Ei skisse av den norske journalistikkens felt og kosmologi

Tabell 2. Utvalde eigenskapar ved journalistar ved ulike institusjonar. NJ- og NR-organiserte 2005. Prosent.¹³

	N=	NRK Oslo/ nasjonal	NRK Distrikt	TV2	Anna kring- kasting	VG/ Dagbladet	Anna storby- presse ^a	Store regionale aviser ^b	Store lokale aviser ^c	Små lokale aviser	Magasin/ Vekeblad	Fag- presse
Fødselsår												
	% Kvinner	52	35	43	48	32	37	30	33	30	51	43
	<1950	14	14	9	1	6	14	25	21	12	19	19
	1950-59	23	20	15	13	30	23	31	23	23	17	39
	1960-69	37	35	23	15	29	24	29	22	26	26	33
	1970- ingen høgare utd.	27	30	52	71	35	39	15	33	39	38	9
Fars utdanningsnivå												
	ingen høgare utd.	29	52	51	46	42	55	57	66	61	50	66
	Hovudfag e.l.	24	15	17	10	21	17	7	10	9	21	12
	1-4 år høgare utd.	47	33	32	44	37	28	36	24	30	29	22
Fars yrke												
	Politikar / offentlig tenestemann	12	5	9	0	9	4	12	4	8	4	3
	Bedriftsleiar / sjølv. næringsdriv.	13	15	7	12	15	12	13	13	11	10	13
	Naturvitar, økonom eller jurist	11	7	18	7	7	10	2	3	6	15	6
	Lærar i vidareg.	14	8	3	11	11	8	4	7	5	9	4
	Ingeniør / teknikar	9	8	6	18	10	6	8	13	3	11	12
	Lærar i grunnsk.	8	8	12	11	6	3	2	4	10	0	3
	Kontorist	9	3	3	13	12	7	7	8	8	4	6
	Journalist og relaterte yrke	6	2	3	0	6	11	13	6	3	9	4
	Primærnærings	3	5	15	4	7	6	7	9	8	7	8
	Handverkar	1	15	7	3	9	13	7	10	11	12	15
	Maskinarbeidar eller ufaglært i	7	17	12	15	6	11	12	11	15	11	12
	Industrien											
	Militære	7	8	6	6	2	7	13	13	11	9	14

13. For eit meir omfattande tabellverk, sjå Hovden (2008:146-150).

	NRK Oslo/ nasjonal	NRK Distrikt	TV2	Anna kring- kasting	VG/ Dagbladet	Anna storby- presse ^a	Store regionale aviser ^b	Store lokale aviser ^c	Små lokale aviser	Magasin/ Vekeblad	Fag- presse	
Far politiske verv												
	Lokalplan	8	15	14	17	14	9	12	16	15	19	
	Regional / landsplan	4	4	3	9	7	11	3	5	4	4	
Egen utdanningstype												
	Humanistisk	33	32	39	31	27	26	27	22	42	20	
	Samfunnsvitenskapleg	62	70	60	81	57	57	36	42	35	50	
	herunder, journalistikk	45	31	23	50	39	37	36	27	26	31	
	Pedagogisk	8	8	6	1	2	5	6	10	8	11	
	Annar	3	9	9	4	5	12	5	9	7	13	
Journalistisk erfaring												
	>20 år	22	30	16	8	42	30	56	41	25	29	39
	10-20 år	46	36	41	20	37	36	28	32	40	38	38
	<10 år	32	34	43	72	21	34	16	26	35	33	23
Journalistpris												
	Fått større pris ^d	2	2	3	0	12	6	2	7	5	3	4
	Fått mindre pris	13	11	6	10	10	8	10	6	7	7	14
Jury for pris												
		4	4	1	2	7	2	1	2	2	3	4
Verv i NJ												
		37	58	26	18	37	39	41	55	52	29	55
Inntekt (tusent)												
	<300 NOK	12	9	14	30	10	4	0	20	22	16	17
	300-500 NOK	69	85	31	54	23	62	46	65	63	52	72
	>500 NOK	19	6	54	16	67	33	54	14	15	32	11

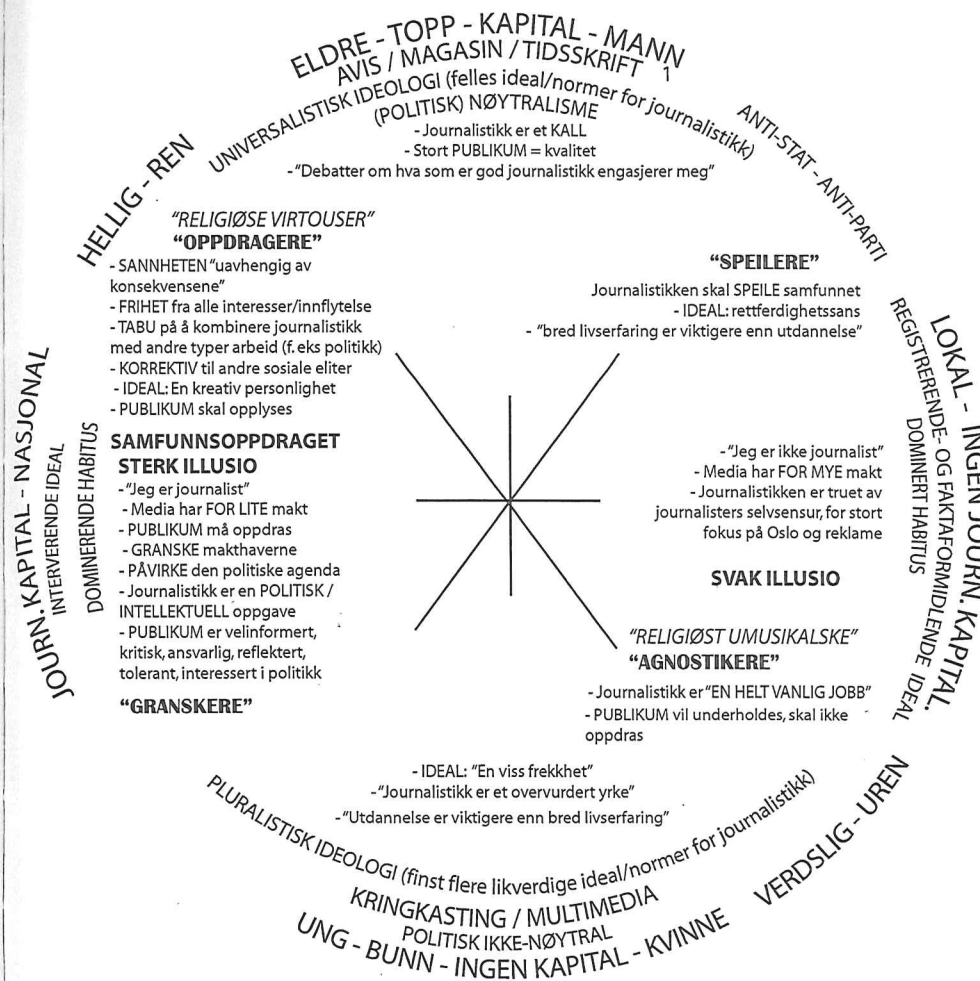
a) Inkluderer også telegrambyrå og andre aviser med nasjonale rekkevidde om enn ofte medium storleik, som Klassekampen, Morgenbladet, Vårt Land og Dagens Næringsliv. b) Aftenposten, Stavanger-Aftenblad, Adresseavisen og Bergens Tidende. c) Lokale aviser med under 6 registrerte medlemmer i NJ vert rekna som små, elles som store. d) Den store journalistprisen, Narvesen-, Hirschfeld- eller SKUP-pris.

Element av ein norsk journalistisk kosmologi

Denne særskilde maktstrukturen, der journalistar er plassert i ulike gradar av dominerande og dominerte relasjonar (eller "journalistiske klasser") valoriserar – for å låne eit omgrep frå Gaston Bachelard (1938) – det symbolske rommet av journalistiske praksisar. Slik Bourdieu i *Distinksjonen* (1984a) demonstrerer korleis kulturelle praksisar får sin sosiale verdi gjennom plasseringa i det sosiale rommet, er det norske journalistiske feltet sitt sosiale kosmos gjennom historiske stridar mellom ujambyrdige agentar dels reflektert i form av eit heilag kosmos, ein symbolsk orden der ulike typar journalistikk og journalistar er hierarkisk ordna i høve indre verdi (jmfør td. skiljet mellom den låge statusen til mange formar for "kulturjournalistikk" assosiert med magasinpressa og kvinnelege journalistar, kontra den høgare statusen til nasjonal politisk journalistikk).

I siste instans framstår dette hierarkiet i stor grad att spegle hovudlogikken i det norske sosiale rommet: Som allereie nemnd er journalistikken sitt symbolske hierarki også eit sosialt hierarki, og omvendt er det òg klare parallellar (homologiar) mellom den indre verdien av ulike journalistiske spesialiseringar og publikasjonar, og deira plassering i det sosiale rommet av lesarar og kjelder (jf. Hovden 2008:66–71). I figur 2 er forsøkt antyda nokre grove element i ein norsk journalistisk kosmologi, der hovudretningane i figuren grovt samsvarar med strukturen til det journalistiske feltet som skissert i figur 1. Av omsyn til plass vil eg berre antyde nokre generelle tendensar.

Ein kan slik identifisere ein karismatisk elite (ofte redaktørar eller spaltistar i dei største nasjonale publikasjonane, eller leiarar for sentrale journalistiske institusjonar) i øvre venstre sektor av feltet som er dei sentrale fortolkarane av den heilage journalistiske tradisjonen og feltet sine kanoniske tekstar (i fyrste rekkje Vær-varsamplakaten og Redaktørplakaten), og som ved sin posisjon er i stand til å utøve stor symbolsk makt og påverke dei symbolske hierarkia og grensene i feltet (spørsmålet om verdige og uverdige praksisar) gjennom deira nærvær i nasjonale media, i juryar for journalistiske prisar og i sentrale organisasjonsverv, og elles alle stadar journalistikken sitt nomos (Berger, 1967:24; Bourdieu, 1996a:264) er debattert. Saman med den øvre middelklasse av journalistisk karisma (til venstre) framstår dei vere karakterisert av eit relativt intenst og intellektualisert journalistisk-religiøst liv, med ein personleg etikk for journalistikken sin frelse og sterk illusio (Bourdieu, 2001:164), ei kjensle av å "vere ein journalist" og å identifisere seg med "samfunnsoppdraget"



Figur 2. Element av ein norsk journalistisk kosmologi¹⁴ (Hovden 2008:196).

14. Figuren er konstruert på basis av ei lesing av korleis journalistane sine posisjonstakingar fordeler seg i feltkonstruksjonen i figur 1 (i form av passive punkt (jf. Le Roux og Rouanet, 2004:204). I motsetnad til tradisjonelle framstillingar av MCA vert her synt berre den generelle vektorretninga (mot nedre venstre, mot toppen osv.), ikkje dei presise koordinatane for enkeltpunkt. Samstundes er informasjonen på fleire spørsmål forsøkt samanfatta til å antyde meir generelle disposisjonar, noko som sjølv sagt må medføre ein stor grad av tolking (figuren har slik eit klart innslag av det Bourdieu (1984a:452) kallar eit "teoretisk skjema").

til pressa. Dei har oftare karismatisk-kreative ideal for si verksemd, og står i antagonistisk relasjon til andre sosiale elitar, med sterke, nesten Brahminske reinheittabu knytt til kontakt med desse. Dette står i sterk kontrast til folkereligiositeten til dei journalistiske massane, som i mindre grad framstår vere personleg engasjert i elitane sine journalistiske ideal. Særskild dei mest dominerte journalistane framstår med Weber sin term vere "religiøst umusikalske" og i nokre høve endåtil kjeterske (som å vere usamd i viktigheita av uavhengig journalistikk), og å ha ei svakare kjensle av å "vere ein journalist" (jf. og Hovden 2010). Ofte er dette unge personar i kortvarige engasjement, med uheroiske arbeidsoppgåver som gjer det vanskeleg å identifisere seg med statuselitane sin proklamasjon av felles ideal og krav til journalistar.

Til denne opposisjonen mellom venstre og høgre side av feltet, mellom det journalistiske heilage og vanheilage, journalistisk reinsle og ureinsle, er det ein toppbotn opposisjon (knytt til volum av journalistisk kapital) som skil dei yngre og dei eldre journalistane (og menn og kvinner) og ulike ideal for journalistikken: mellom ein journalistisk universalisme (at same ideal bør gjelde for alle, alle journalistar bør ha same grunnkompetanse o.l.) versus ein journalistisk pluralisme. Dei eldre insisterer òg sterkare på tradisjonelle ideal for objektivitet og nøytralitet i journalistikken, noko som kan ha samanheng med erfaringar med partipressa, men mogleg òg mindre forståing av at journalistisk praksis nødvendigvis må ha politiske effektar.

Journalistisk karisma og feltets symbolske økonomi

Så langt har eg nytta omgrepet "journalistisk kapital" for å antyde indre anerkjening og prestisje blant journalistar. Dette vert likevel lett ein svart boks som krev nærare spesifisering: Kva typar tilgangar og førestillingar er knytt til slik "journalistisk karisma", og korleis vert slik karismatisk makt utøvd? Skil "journalistisk karisma" seg grunnleggande frå karismaen knytt til andre typar felt? (det akademiske, det politiske, kunstfeltet etc.)? I siste rekke er spørsmålet om det særigne ved denne symbolske kapitalen òg eit spørsmål om det journalistiske feltet sin autonomi.

Dette krev fyrst ei omgrepsmessig avklaring. Journalistisk kapital er ei form for makt i feltet med eigenskapar ¹⁵ av det Bourdieu (1991:170) kallar symbolsk kapital. På liknande vis som i andre felt, har den historiske framveksten av det norske journalistiske feltet gått hand i hand med framveksten av særigne journal-

istiske karismatiske ideal – idear om den "gode journalist", "den store redaktør", "den gode penn" osv. I motsetnad til pengar eller utdanningspapir er slik symbolsk kapital utan formelle veksleordningar, men er knytt til eigenskapar og tilgangar som gjev ei meir eller mindre "udiskutabel" anerkjening hos dei fleste felt-deltakarane ("ein uvanleg god journalist", "eit journalistisk geni" osv.). Journalistisk kapital gjev slik innehavarane noko nært det Weber (1988b:268) kalla karismatisk autoritet, eit herredøme over menn "som dei herska underkaster seg ved deira tru på dei ekstraordinære kvalitetane til ein spesifikk person". Noko av det særigne med symbolsk kapital er slik ei viss blindheit for kapitalen som kapital: 1) At journalistisk ære også er "akkumulert arbeid" og krev tid for å opparbeide, 2) at alle deltakarar ikkje har like muligheiter til å opparbeide seg slik symbolsk kapital (og den er slik ikkje utan vidare "fortent" utifrå karismatiske førestillingar om uvanlege journalistiske "evner"), og 3) at slik ære er sentral for tilgang til sentrale posisjonar i feltet og utøving av symbolsk makt med strategiske føremoner.

Gjeve sitt karismatiske preg er denne kapitalen vanskeleg å gripe. Kva er "god journalistikk" og "ein god journalist" i journalistane sine auger? Der lærebøkene lister opp klare kriterer for nyheitsverdiar (vesentlegheit, konflikt, konsekvens osv.) er "journalistiske vurderingar" som Stuart Hall (1972) har påpeikt, i praksis svært vage og tilnærma uformulerbare ("All 'true' journalists are supposed to possess it: Few can or are willing to define it"). Noko av det same er illustrert av Høyer og Ihlen (1998) sine studiar av jobbutlysingar for norske journalistar: krav til konkret kompetanse var så og seie fråverande, til fordel for tilnærma sjamanistiske¹⁶ kvalite- tar ("nase for nyheiter", "svolten" osv.).¹⁷

15. Ei vanleg misforståing er å sjå symbolsk kapital som ein type kapital som står i eit motsetningstilhøve til andre kapitalformer, men det er meir korrekt å sjå dette som ei form kapital teken i den grad den er miskjend som kapital. Td. er Weber (1988a) si skildring av ideen om økonomisk suksess som prov på guddommeleg utveljing i den protestantiske etikken eit godt døme på at økonomisk kapital kan fungere som symbolsk kapital.
16. Jamfør td. parallellane til Fredrik Barth (1994) si beskriving av trålbasen som ein moderne sjaman.
17. Om sistnemnde nok òg attspeglar den store variasjonen i utdanning- og karriereveggar til yrkesområdet, fortel det noko om viktigheita av slik "taus kunnskap" i journalistikken, som i all profesjonsutøving (jf. Dreyfus, Athanasiou et al., 1986).

Eksemplariske journalistar

Ein veg til å forstå nokon av den journalistiske kapitalen sine særtrekk er via norske journalistar sine rollemodellar og prisvinnarar. Tabell 3 lister opp dei 50 oftast nemnde førebileta gjeve i surveyen i 2005, og antydar nokon underliggande klassifiserande prinsipp.

Tabell 3. Journalistiske rollemodellar. Topp 50 rangert etter popularitet. NJ- og NR-organiserte, 2005. Prosent av total.¹⁸

Hegge, Per Egil (Aftenposten) 7,4 %	Geelmuyden, Nils C. (DN) 0,8 %	Johansen, Jahn Otto (NRK) 0,5 %
Osvold, Sissel B. (Dagbladet) 5,1 %	Hafstad, Anne (Aftenp.) 0,8 %	Kapuscinski, Ryszard 0,5 %
Valebrokk, Kåre (TV2) 3,0 %	Bye, Erik (NRK) 0,7 %	Mannes, Siri Lill (TV2) 0,5 %
Grosvold, Anne (NRK) 2,7 %	Fisk, Robert 0,7 %	Olufsen, Bernt (VG) 0,5 %
Stangehelle, Harald (Aftenp.) 2,7 %	Woodward/Bernstein 0,7 %	Østlie, Kjetil (Aftenp.) 0,5 %
Steinfeld, Hans-W (NRK) 2,5 %	Borch, Christian (NRK) 0,7 %	Botnen, Bjarte (Vårt Land) 0,4 %
Kristansen, Tomm (NRK) 2,1 %	Engdal, Eskil (DN) 0,7 %	Børde, Håkon (NRK) 0,4 %
Holm, Arne O. (NRK) 1,5 %	Jacobsen, Alf R. (NRK) 0,7 %	Egeland, John Olav (Dagbl.) 0,4 %
Skouen, Arne (Dagbladet) 1,4 %	Piilger, Jon 0,7 %	Guillou, Jan 0,4 %
Sørbø, Kari (NRK) 1,3 %	Borgen, Erling (NRK) 0,6 %	Hansson, Steinar (Dagsavisen) 0,4 %
Seierstad, Åsne (freelancer) 1,2 %	Braanen, Bjørgulv (Klassek.) 0,6 %	Heiskog, Gerhard (TV2) 0,4 %
Simonsen, Marie (Dagbladet) 1,2 %	Duckert, Hege (Dagbladet) 0,6 %	Læg Reid, Erling (NRK) 0,4 %
Wailraff, Günther 1,2 %	Olsen, Inger Anne (Aftenp.) 0,6 %	Moore, Michael 0,4 %
Forr, Gudleiv (Dagbl.) 1,0 %	Steinsland, Tonje (TV2) 0,6 %	Nilsen, Fritz (NRK) 0,4 %
Hansen, Bjørn (NRK) 1,0 %	Thompson, Hunter S 0,6 %	Nordahl, Bjørn Olav (DN) 0,4 %
Kokkvold, Per Edgar (NP) 1,0 %	Tønset, Arne Egil (NRK) 0,6 %	Olsen, Knut (NRK) 0,4 %
Omdal, Sven Egil (SA) 0,9 %	Hegnar, Trygve (Kapital) 0,5 %	

Eit fyrste slåande trekk ved lista er variasjonen: den uredde krigsjournalisten, den gravande journalisten, kommentatoren med den skarpe og gode penn, den pågåande TV-debattleiaren, kulturpersonen osv. Til ein viss grad kan ein nok slik sjå den journalistiske kapitalen som dels beståande av nokså ulike og dels motstridande undergrupper av symbolsk kapital (og slik, ulike karismatiske førestill-

18. I spørjeskjemaet vart journalistane bedne om å oppgje "to personer som du mener er gode journalistiske forbilder". 54% oppgav minst eit navn, 10% svarte ikkje på spørsmålet, 22% sa at dei ikkje hadde nokon slike førebilete og 13% at dei ikkje kom på nokon namn. Prosentane i tabellen er utrekna frå alle som har levert skjema, uavhengig av om dei som har oppgjeve ein rollemodell.

ingar).¹⁹ Vidare ser vi at nesten alle nemnde førebilete er norske: Berre ein av dei femti, Guillou, er frå eit anna nordisk land, noko som truleg kan lesast som ein indikator på feltet sin nasjonale karakter. For det andre er det ei markert preferanse for eldre journalistar (dei ti fyrste hadde ein snittalder på 59 år), noko som ikkje er overraskande gjeve at kapital fyrst av alt krev tid å akkumulere (Bourdieu, 1986:600). Alder er likevel underordna kapitalen akkumulert, og relativt unge journalistar kan gjennom symboltungt arbeid verte introdusert (om ofte flyktig) i journalistane sin panteon (Åsne Seierstad er eit nærliggande døme). Journalistane er òg ofte kjennemerka ved tunge æresdistinksjonar: Av dei ti oftast nemnde hadde fem vunne Den store journalistprisen (Osvold, Grosvold, Stanghelle, Kristiansen, Holm), tre ein av prisen sine forlauparar, Narvesen- og Hirschfeld-prisen (Hegge, Steinfeld, Skouen) og to SKUP-prisen for undersøkte journalistikk (Stanghelle, Holm).

Vi ser òg at dei fleste førebileta i mange år har hatt høgt profilerte posisjonar i ein (og ofte fleire) nasjonale (Oslo-) media, særskild i nyheits- og dei politiske avdelingane til Dagbladet, Aftenposten og NRK TV. Dei jobbar i tradisjonelle nyheitssjangrar (utanrikskorrespondentar og nyheitsankar er særskild overrepresenterte), og er ofte kommentatorar og redaktørar av politisk- eller samfunns/kulturrelatert stoff. Førebileta representerer slik på ingen måte eit tilfeldig utval av journalistiske publikasjonar eller journalistisk verksemd, men kjem frå dei mest prestisjefulle posisjonane i feltet. Samstundes varierer førebileta òg med eigen posisjon i feltet, ein type Anaximander-effekt²⁰, der journalistar er meir trulege til å velje rollemodellar som liknar på seg sjølv i høve alder, kjønn, medium og spesialisering (m.a.o. kapitalsamansetjing). Ein mannleg journalist i sekstiåra er td. 15 gongar meir truleg til å nemne Per Egil Hegge enn ein kvinneleg journalist i tredve-åra er.

19. Dette er neppe særmerkt for feltet: Alle sosiale felt er jo per definisjon eit rom av stridar om feltet sine grenser og slik også den symbolske kapitalen sin karakter. Den svært store pluralismen i det journalistiske feltet er likevel påfallande, og kan tolkast som uttrykk for ein svak autonomi.

20. Anaximander (ca. 600 F.Kr) sa ein gong at dersom løver, hestar og oksar kunne teikne, ville dei teikne Gud som henhaldsvis løve, hest og okse.

Ein karismatisk økonomi

At dei fleste førebileta arbeidar i store nasjonale media fortel oss noko viktig om feltøkonomien: ei stor nasjonal avis, i motsetnad til ei lokalavis, kan grunna mange fleire lesarar (og slik høgare inntekt) ha råd til å ha fleire tilsette, ein langt høgare grad av journalistisk spesialisering (td. å tilsette eigne kommentatorar for politikk og kultur), og sette fleire medarbeidarar til å arbeide med ei sak over lengre periodar. At slike ting openbart aukar sjansane dramatisk for å vinne journalistiske prisar syner korleis ein publikasjon sin økonomiske kapital kan konverterast nokså lett til symbolsk kapital (frå ei "stor avis" til "viktig/god avis"). Ei stor avis kan òg tilby sine tilsette betre løn og eit stort publikum (og endå viktigare, moglegheita til å ha eit konstant nærvær blant andre journalistar, og slik danne basis for ein sosial kapital som er viktig når posisjonar og prisar skal besettast), og slik tiltrekke seg journalistar som igjen bidreg med sin symbolske kapital. Konvertering skjer og andre vegen (frå symbolsk til økonomisk kapital), både på individnivå (td. i betra jobb- og lønsmuligheiter for ein prisvinnande journalist) og på publikasjonsnivå (som i eit større publikum, eller i økonomiske føremoner knytt til statleg subsidiopolitikk).

Dette illustrerer truleg eit særskild kjennemerke med det norske journalistiske feltet – og det ein kan kalle heteronyme felt meir allment: I motsetnad til dei mest autonome intellektuelle felta, der symbolsk og økonomisk kapital langt på veg framstår som motsetnadsfulle og uforeinlege, er den symbolske og økonomiske kapitalen i det norske journalistiske feltet i stor grad to sider av same mynt, lett å konvertere og i eit sterkt gjensidig avhengigheitstilhøve. Dette bidreg til ei viss mystifisering av at symbolsk (heilag) makt i det journalistiske feltet oftast kviler på økonomisk (verdsleg) makt, og gjev dei store publikasjonane og journalistane som jobbar i dei det Bourdieu (1990:133) med ei utviding av Weber sitt omgrep kallar "a theodicy of their own privilege". Ein vil og vente at dette er ein situasjon som gjer feltet prega av strukturell allodoxia (å mistake ein ting for ein annan), som å mistake økonomisk suksess (eit stort publikum) for symbolsk suksess (intern prestisje) og ein demokratisk suksess (oppfylling av samfunnsoppdraget), og slik ei grunnleggande svakheit vis-à-vis det økonomiske feltet.

Dette illustrerer òg eit anna poeng, at journalistisk konkurranse alltid er samstundes økonomisk og symbolsk. I strid med påstandar om at økonomiske perspektiv no vert stadig viktigare for å forstå norsk journalistikk (td. Roppen, 2004) er

framveksten av eit norsk journalistisk felt derimot eit argument for at medieøkonomiske praksisar alltid må sjåast som del av ein meir generell sosiologi av journalistisk praksis.

Journalistiske prisar og symbolsk vald

Studerer ein dei mest prestisjefulle journalistiske prisane, er logikken ikkje uventa svært lik den skissert ovanfor for dei nemnde førebileta: Typiske prisvinnarar er sjefsredaktørar og journalistar i prestisjetunge spesialiseringar (underredaktørar, kommentatorar og andre) som arbeider med utanriks-, politikk-, økonomi- og samfunnsstoff, ofte i NRK, Dagbladet og Aftenposten (Hovden, 2008:190–193).

Som prisar flest, har journalistiske prisar mange funksjonar, uavhengig av dei medvitne formål for dei som deler dei ut. Dei løner ikkje den typiske journalistikken, men unntaka frå verdsleg journalistisk arbeid, det er "journalistikkens beste klær" (Schultz, 2005:156–8), og kan slik bidra til å oppretthalde trua på at det journalistiske samfunnsoppdraget som ein heilag baldakin (jf. Berger, 1967:33) overheng og heilaggjer òg den mest profane journalistiske kvardagen, etter liknande måte som Mauss (2001:117) påpeiker at trollmenn i tradisjonelle kulturar ofte er klar over mangelen på eigne magiske evner, men trur på andre sin magi. Samstundes er slike prisar eit institusjonsrite (Bourdieu, 2000:243) som ikkje berre befester mottakaren sin opphøgde status i gruppa, men òg jury medlemene sin opphøgde status med ein rett til å felle dom.

Journalistiske prisar er slik ikkje berre hyggelige feiringar av framstående kollegaer, dei er òg eit viktig døme på klassifiserande strider knytt til kampen om den symbolske kapitalen og er ei handling som alltid må ha eit sterkt innslag av det Bourdieu (2000:170) kallar symbolsk vald. Under dekke av å dele ut "generelle" prisar er jury medlemmene i ein privilegert posisjon til fremje sitt syn på kva som er "ekte journalistikk" og ikkje (noko som alltid er eit synspunkt frå ein ståstad i feltet og til ein viss grad arbitrær). Ved å slik skilje "verdige" frå utelatne og difor "uverdige" praksisar og deltakarar i feltet (som sports- og magasinjournalistikk) bidreg prisane til å oppretthalde eit symbolsk hierarki, og indirekte jury medlemene sin eigen posisjon, ved å svært ofte feire folk som liknar på seg sjølv, med liknande investeringar og saksfelt (jury medlemmer er svært ofte tidlegare prisvinnarar).

Dette illustrerer og ei meir allmenn utfordring for alle forskarar av "profesjonar": journalistar eksisterer ikkje. "Journalist" er ingen vitskapleg kategori, men ein sosial kategori nedfelt i språket som gjennom rutiner har fått eit skin av sanning (jf. Durkheim, 1964:18)). Dels er dette problemet openbart ved å sjå på historikken: nemninga "journalist" har alltid vore omstridd og skiftande, som tydeleggjord ved dei skiftande medlemskriteriene i dei journalistiske organisasjonane, der grupper utanfor den tradisjonelle dagspressa har måtte kjempe for å få innpass i journalistiske organisasjonane, og andre har vorte regelrett ekskluderte.²¹). Likande stridar om kven som er "ekte" journalistar og driv "ekte journalistikk" (og ikkje) kan ein finne att som leitmotif i mange av dei argaste debattane blant journalistar, td. i spørsmålet om Se og Hør etter ei omlegginga i 2003 av kunne kalle seg ei avis og slik sleppe moms (Hovden, 2008:170–171). Sistnemde debatt illustrerer òg svært godt eit anna kjennemerke ved journalistikken sin feltkarakter, ved at tilsynelatande juridiske og administrative problemstillingar i feltet sin logikk raskt vert omgjort til ei kosmisk hending, som manar gamle antagonistar ut i ein strid kjempa med bipolare klassifikasjonar: "journalistikk" kontra "underhaldning", "demokratiske forpliktingar" kontra "rein kommersiell verksemd", "aviser" kontra "magasin", eller med andre ord, ein strid om dei verdige og uverdige, reint og ureint, heilag og verdsleg. Utan ei klar forståing av denne grunnstriden i journalistikken vert forskaren òg lett ein utøvar av symbolsk vald gjennom å berre omgjere hegemoniske klassifikasjonar til vitskaplege beskrivingar.

Litteratur

- Allern, S. (2001). *Nyhetsverdier : Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Aarebrot, F. (2003). *Når presse og publikum spriker*. Foredrag Media 2000, Bergen.

21. NRK-arbeidarar vart akseptert som medlemmer i NJ frå 1947, men berre dersom deira hovedyrke var å "redigere dagsnytt og drive reportasje". Sportsreportarar sitt medlemskap var debattert heftig fram på femti-talet, og journalistar frå "den periodiske presse" vart ikkje kollektivt akseptert av Norsk presseforbund før 1964 (Ottosen, 1996:250-252). "Informatorar" vart ekskluderte kollektivt frå medlemskap i NJ etter årsmøtevedtak i 1997 (ei hending omtalt av Odd Raaum (1999:40) som ei "etisk rensing").

- Bachelard, G. (1938). *La formation de l'esprit scientifique : contribution a une psychanalyse de la connaissance objective*. Paris: J. Vrin.
- Barth, F. (1994). 'Modeller av sosial organisasjon', i *Manifestasjon og prosess* (s. 31–45). Oslo: Universitetsforlaget.
- Berger, P.L. (1967). *The Sacred Canopy: Elements of a Sociology of Religion*. New York: Anchor Books.
- Bourdieu, P. (1971a). 'Genèse et structure du champ religieux', *Revue française de sociologie* 3: 295–334.
- Bourdieu, P. (1971b). 'Une interprétation de la théorie de la religion selon Max Weber', *Archives européennes de sociologie* 1: 3–21.
- Bourdieu, P. (1984a). *Distinction : a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Bourdieu, P. (1984b). 'La délégation et le fétichisme politique', *Actes de la recherche en sciences sociales* 53–54: 49–55.
- Bourdieu, P. (1984c). 'Le hit-parade des intellectuels français ou qui sera juge de la légitimité des juges?', *Actes de la recherche en sciences sociales* 52–53: 95–100.
- Bourdieu, P. (1986). 'The Forms of Capital', i J. G. Richardson. *Handbook for Theory and Research for The Sociology of Education* (s. 241–258). New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1988). *Homo academicus*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Oxford: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1991). 'On symbolic power', i *Language and symbolic power* (s. 163–170). London: Polity.
- Bourdieu, P. (1993). 'The production of belief', i *The Field of Cultural Production* (s. 74–111). Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1994). 'L'emprise du journalisme', *Actes RSS* 101–102: 3–9.
- Bourdieu, P. (1996a). *The rules of art : genesis and structure of the literary field*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1996b). *The state nobility : elite schools in the field of power*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1996c). *Sur la télévision. Le champ journalistique et la télévision*. Paris: College de France.
- Bourdieu, P. (1999). *The Weight of the World : social suffering in contemporary*

- society. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (2000). *Pascalian meditations*. Oxford: Polity Press.
- Bourdieu, P. (2001). 'Habitus, Herrschaft und Freiheit', i M. Steinrück. *Wie die Kultur zum Bauern kommt. Über Bildung, Klassen und Erziehung* (s. 162–173). Hamburg: VSA-Verlag.
- Bourdieu, P. og B. Kraus (1991). "Meanwhile, I have come to know all the diseases of sociological understanding", i P. Bourdieu, J.-C. Chamboredon og J.-C. Passeron. *The Craft of Sociology* (s. 247–259). Berlin: de Gruyter.
- Broady, D. (2002). 'French prosopography', *Poetics* 30: 381–385.
- Champagne, P. (1990). *Faire l'opinion*. Paris: Minuit.
- Champagne, P. (1991). 'La construction médiatique des malaises sociaux', *Actes de la recherche en sciences sociales* 90: 64–75.
- Dreyfus, H.L., T. Athanasiou, et al. (1986). *Mind over machine : the power of human intuition and expertise in the era of the computer*. New York: Free Press.
- Durkheim, É. (1964). *The Rules of Sociological Method*. New York: Free Press.
- Durkheim, É. (1997). *The division of labor in society*. New York: Free Press.
- Eide, M. (2000). *Den redigerende makt : redaktørrollens norske historie*. Kristiansand: IJ-forlaget/Høyskoleforlaget.
- Golding, P. og P. Elliot (1979). *Making the News*. London: Longman.
- Golding, P. og G. Murdoch (1991). 'Culture, Communications, and Political Economy', i J. Curran og M. Gurevitch. *Mass Media and Society* (s. 77–92). London: Edward Arnold.
- Greenacre, M. (1984). *Theory and applications of correspondence analysis*. London: Academic Press.
- Gulbrandsen, T., F. Engelstad, et al. (2002). *Norske makteliter*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Hall, S. (1972). 'The Determination of News Photographs'. *Working Papers in Cultural Studies* 3. Birmingham, University of Birmingham.
- Hjellbrekke, J. og O. Korsnes (2005). 'Sosial kapital-struktur i norske elitar', *Tidsskrift for samfunnsforskning* 4: 467–498.
- Hjellbrekke, J., O. Korsnes, et al. (2007). 'The Norwegian Field of Power anno 2000', *European Societies* 2: 245–273.
- Hovden, J.F. (2008). Profane and Sacred. *A Study of the Norwegian Journalistic Field*. Institute for Information and Media Studies. Bergen, University of

- Bergen. Dr. polit.-avhandling. [<http://hdl.handle.net/1956/2724>].
- Hovden, J.F. (2010). "Oppdragarar, granskarar, speglarar og agnostikarar. Skisse til ein norsk journalisttypologi", Allern, S., Roppen, J. (red.), *Det journalistiske samfunnsoppdraget*. Høyskoleforlaget, Oslo.
- Høst, S. (1996). *Aviskonkurransen : nye og gamle teorier belyst gjennom Apressens utvikling*. Fredrikstad: Institutt for journalistikk.
- Høstaker, R. (1997). *University Life: A Study of the Relations Between Political Processes and Institutional Conditions in Two University Units*. LOS. Bergen, University of Bergen. Dr. polit.-avhandling.
- Høyer, S. og Ø. Ihlen (1998). 'Journalisters utdanning of yrkeserfaring. Et historisk tilbakeblikk', *Norsk medietidsskrift* 2.
- Jambu, M. (1991). *Exploratory and Multivariate Data Analysis*. London: Academic Press.
- Le Roux, B. og H. Rouanet (2004). *Geometric Data Analysis*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Le Roux, B., H. Rouanet, et al. (2000). 'The Geometric Analysis of Questionnaires: The Lesson of Bourdieu's La Distinction', *Bulletin de Méthodologie Sociologique* 65: 5–15.
- Lorentzen, P.E. og S. Høyer (1976). *Norske journalister: Et gruppeportrett*. Oslo, Maktutredningen.
- Lysbakken, A. (2009). *Middelklassens speil*. Morgenbladet, 13. februar. Oslo.
- Mauss, M. (2001). *A general theory of magic*. London: Routledge.
- Ottosen, R. (1996). *Fra fjærpenn til Internett : journalister i organisasjon og samfunn*. Oslo: Aschehoug/Norsk journalistlag.
- Raaum, O. (1999). *Pressen er løs! Fronter i journalistenes faglige frigjøring*. Oslo: Pax.
- Roppen, J. (2004). *Medieindustrien. Innføring i medieøkonomi*. Oslo: Samlaget.
- Schlesinger, P. (1978). *Putting "reality" together : BBC news*. London: Constable.
- Schultz, I. (2005). *Bag om nyhetskriteriene*. Institutt for Kommunikasjon, Journalistik og Datalogi. Roskilde, Roskilde Universitetscenter.
- Slaatta, T. (2003). *Den norske medieorden : posisjoner og privilegier*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Weber, M. (1978). *Economy and society*. Berkeley: UCP.

- Weber, M. (1988a). 'Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus', i *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie I* (s. 17–206). Tübingen: Mohr.
- Weber, M. (1988b). 'Die Wirtschaftsethik der Weltreligionen', i *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie I* (s. 237–573). Tübingen: Mohr.
- Weber, M. (1988c). 'Politik als Beruf', i *Gesammelte Politische Schriften* (s. 505–560). Tübingen: Mohr.
- White, D.M. (1950). 'The Gatekeeper', *Journalism Quarterly* 27: 383–90.

Simon's finals: Can self-defeating predictions be righted beforehand?

Per Otnes

Abstract: Simon's proof that self-defeating election predictions can be righted beforehand has been both praised and criticized. But the present argument is first to base criticisms both on mathematical graph forms, and on graph realism, whether they are consistent with actual election data and election research findings. In conclusion we find that in both events the proof is not valid for election results close to 50–50 %. In the c. 48–52 % interval it gives several, not one unique, prediction result(s), on both sides of 50–50 %, the decisive divide. This is the interval where most actual elections are won or lost, so the proof does not exclude 'manipulations', it might even invite them. – A new type of proof, by computability or recursive maths, can resolve some, but not all such problems.

Introduction

Herbert A. Simon (1916–2004), gave an "elegant and justly famous proof" (Elster 1978¹) that (some) self-defeating predictions can be corrected beforehand (Simon 1954, 1957). This proof met severe criticism in the 1980ies. All these critics (details below) have, however, focused on its dubious use of mathematics, while the *graph forms* on which his proof relies has eluded criticism – until now. For the proof is exposed mainly as a number of graphs, reproduced here, only enlarged to 100 x 100 mm on graph paper (next pages).²

1. Here cited after Aubert 1982a:324.
2. This simple change, 75 by 75 into 100 by 100 mm, bears out more clearly the fact that the graphs assume extreme election outcomes, perhaps for illustrative purposes.