



CBS

COPENHAGEN
BUSINESS SCHOOL
HANDELSHØJSKOLEN

Mediernes Realitet

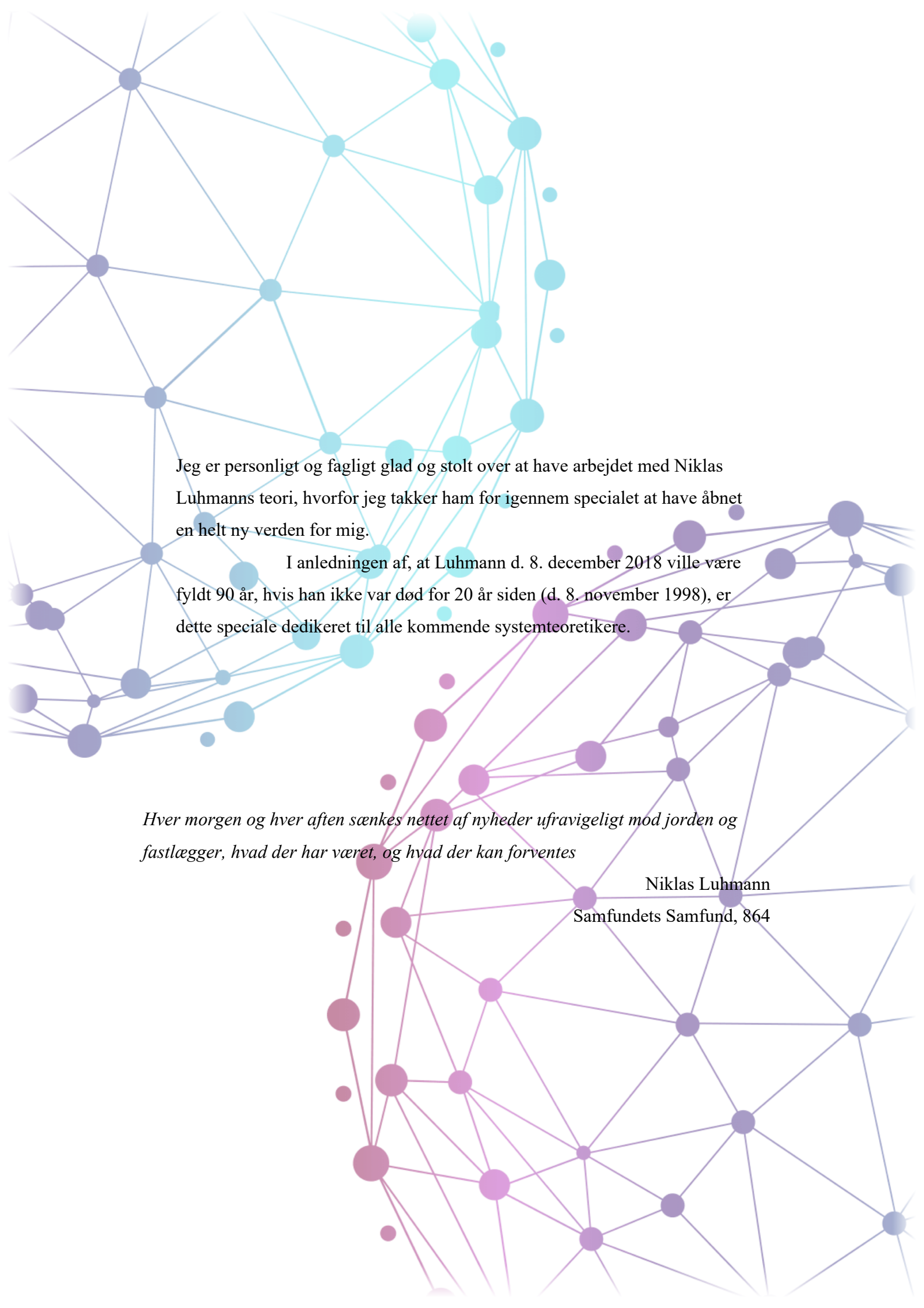
- et systemteoretisk studie af de
danske mediers rolle i samfundet

Jacob Munk Østbjerg
Studienummer: 23077
Vejleder: Anne Vestergaard

Kandidatspeciale
Cand.Merc.(Kom.)
15. november 2018

Anslag: 182.000

Normalsider: 80,0



Jeg er personligt og fagligt glad og stolt over at have arbejdet med Niklas Luhmanns teori, hvorfor jeg takker ham for igennem specialet at have åbnet en helt ny verden for mig.

I anledningen af, at Luhmann d. 8. december 2018 ville være fyldt 90 år, hvis han ikke var død for 20 år siden (d. 8. november 1998), er dette speciale dedikeret til alle kommende systemteoretikere.

Hver morgen og hver aften sænkes nettet af nyheder ufravigeligt mod jorden og fastlægger, hvad der har været, og hvad der kan forventes

Niklas Luhmann
Samfundets Samfund, 864

Forord

Dette speciale springer ud af et makkerskab, jeg havde med Mie Tuekær Albrechtsen indtil maj 2018. Vi skiltes efter de indledende faser, grundet uoverensstemmelse ift. specialets teoretiske vinkel, og derfor er kun sektionerne *Videnskabsteori* og *Metode* baseret på dette samarbejde.

Abstract

In its essence revolution brings radical change, which is also the case for digitization. For all the digital services the global community appreciate it for, the disruptive impact of digitization redefines society and everything there were before. Especially media, a central pillar in social life, are still adapting to the digital age. That is why this master's thesis sets out to deepen our understanding of conventional media in modern times by investigating how media is affected by digital disruption.

As the thesis' title reveals, referring to German sociologist Niklas Luhmann's *The Reality of the Mass Media* (1996), Luhmann's systems theory is the pivotal point of the study, and not just the theoretical scope. As the project comply with inductive approach, the selection of system theory is grounded in the empirical material. In this case the data was gathered through six interviews with seven executive editors of leading media organizations in Denmark. According to constructivist principles the interlocutors' communication contribute to and derive from the construction of media as a system, and thus served as the ontological subject of the thesis.

Through thorough examination of Luhmann's extensive body of literature the theory contributes to the methodology as a framework – the self-reference model – based on the concepts self-reference, difference and autopoiesis, is developed for analyzing the data. The analysis identifies characteristics of the constructs of systems as organization, program and system. On the organization level I find that systems being individual and clusters of media differentiate themselves on parameters *culture*, *structure* and *nature*. On the program level *access* and *speed* are classified the factors that describe the collective evolution of the industry. When combined they reveal a third factor – the fundamental need of *attention*. On the system level I find that the media's coupling to the *political* system is weakened while its connection to the *economic* system is strong. Lastly this level reveals above findings are caused by the emergence of social media, which has reshaped all mass media, meaning *news*, *advertising* and *entertainment* all compete with each other today. Finally, after discussing the findings, the study concludes that digitization has revamped the mass media system, and news media today rather contribute to the function it previously possessed more control over – that of conducting society's systems' self-observation.

Indholdsfortegnelse

1	INDLEDNING	4	4	ANALYSERESULTATER	54
1.1	PROBLEMFELT	5	4.1	ORGANISATION/OMVERDEN:	
1.2	FORMÅL OG RELEVANS	6		ORGANISATORISKE MULIGHEDER	56
1.3	SPECIALETS OPBYGNING	7	4.1.1	KULTUR	57
			4.1.2	STRUKTUR	58
			4.1.3	NATUR	59
			4.1.4	DELKONKLUSION	61
2	TEORI	8	4.2	PROGRAM/OMVERDEN: LUHMANN'S	
2.1	VALG AF TEORI	9		DIGITALISEREDE NYHEDSPROGRAM	61
2.2	SYSTEMTEORI	10	4.2.1	ADGANG	62
2.2.1	GENEREL SYSTEMTEORI	10	4.2.2	HASTIGHED	63
2.2.1.1	Tidlig sociologisk anvendelse	11	4.2.3	OPMÆRKSOMHED	64
2.2.2	LUHMANN'S SYSTEMTEORI	12	4.2.4	DELKONKLUSION	65
2.2.2.1	Sociale systemer	13	4.3	SYSTEM/OMVERDEN:	
2.2.2.1.1	Funktionssystemer	15		MASSEMEDIESYSTEMETS AUTOPOIESIS	65
2.2.2.2	Luhmann's nøglebegreber	18	4.3.1	ÅBENHED: STRUKTURELLE KOBLINGER	66
2.2.2.2.1	Selvreferentiel autopoiesis	19	4.3.2	LUKKETHED: OPERATIONEL AUTONOMI	68
2.2.2.2.2	Difference	21	4.3.3	DELKONKLUSION	71
2.2.2.2.3	Evolution	24	4.4	KONKLUSION PÅ SYSTEMANALYSE	72
2.2.3	MASSEMEDIERNES REALITET	25			
2.2.3.1	Massemediesystemet	26	5	DISKUSSION	73
2.2.3.1.1	Programmer	27	5.1	UNDERSØGELSENS RESULTATER	74
2.2.3.1.2	Nyheder	29	5.1.1	DIGITALT KOMPROMIS	75
			5.1.2	FÆLLESVERDEN I FRAGMENTER	75
			5.1.3	FUNKTION > SYSTEM	76
3	METODOLOGI	32	5.2	UNDERSØGELSENS	
3.1	VIDENSKABSTEORI	33		METODE, EMPIRI OG TEORI	77
3.1.1	KONSTRUKTIVISME	34	6	KONKLUSION	79
3.1.2	DEN SAMFUNDSSKABTE VIRKELIGHED	35	7	LITTERATURLISTE	82
3.2	METODE	37	8	BILAG	90
3.2.1	INDSAMLING AF EMPIRI	38			
3.2.1.1	Interviewpersoner	39			
3.2.1.2	Kvalitativ metode	41			
3.2.1.2.1	Interviewet	42			
3.2.1.2.2	Eliten som empiri	43			
3.2.1.3	Datas troværdighed	44			
3.2.2	ANALYSESTRATEGI	46			
3.2.2.1	Systemteoretisk metode	46			
3.2.2.2	Systemteori operationaliseret	48			
3.2.2.3	Selvreferencemodellen	50			



I

Indledning

1 Indledning

Medierne har altid haft en helt central rolle i samfundet, da de er forbindelsen mellem mennesker og information. Af samme grund kalder man medierne samfundets sammenhængskraft. Det har de været siden ophævelsen af censuren for den europæiske presse, som skulle blive starten på oplysningstiden. Og stadig den dag i dag betegner man mediernes opgave som oplysning af samfundets borgere.

En så vigtig samfundsinstitution påkalder sig naturligvis også en vis bevågenhed, og mediernes rolle beskrives derfor også i akademiske sammenhænge – nogle gange på højde med virksomheders og politikeres rolle. I Niklas Luhmanns systemteori, der opdeler samfundet i kommunikationssystemer, der hver især har én specifik funktion i opretholdelsen af samfundet, tildeles medierne deres eget selvstændige system på lige fod med eksempelvis det økonomiske og det politiske system. “Massemedierne holder samfundet vågent”, begrundet han (Luhmann, 2002, 35).

Som et resultat af deres samfundsmæssige ansvar, har medierne også ført an i mangfoldiggørelsen af informationsteknologier, og allerede med radio og TV blev globaliseringen mulig. Dog ikke i sammenligning med den digitale revolution, der med digitaliseringen af information gav os internettet, som har forbundet mennesker og information verden over med hinanden. På godt og ondt.

Den samme udvikling, medierne selv var med til at sætte i gang, har vist sig at have sine omkostninger; den danske mediebruger snakker om *fake news* og *clickbait*, imens “Den traditionelle værdikæde i [medie]virksomhederne er brudt sammen” (Kulturministeriet, 2017, 152). Og da jeg spurgte medierne selv, tyder noget på, at de muligvis ikke har en rolle i fremtiden:

“Hvis den udvikling, som vi ser lige nu, får lov til at fortsætte, så er halvdelen af de traditionelle danske medier døde indenfor et sted mellem 5 og 10 år fra nu”

(Poul Madsen, Ekstra Bladet, 458)

1.1 Problemfelt

Disruption er bølgen, der afvikler det, der ikke kan følge med den digitale tidsalder – og hvis ikke du rider på den, så rammer den dig. Dette har fået regeringen til at nedsætte et *disruptionråd*, der skal hjælpe Danmark *forlæns ind i fremtiden* (Beskæftigelsesministeriet, 2017). Og “Mediebranchen var oven i købet en af de første brancher, der kom på den digitale innovations- eller destruktionsrejse.” (Kulturministeriet, 2017, 2). “Den danske mediebranches globalisering og disruption er derfor også et af tidens mest pressende kultur-politiske spørgsmål” (Kulturministeriet, 2017, 152).

Mens to år gamle tal fra Epinion viser, at det er medierne, der i højest grad kan forvente massiv digital disruption inden for den nærmeste fremtid, fortæller DR's medieudviklingsrapport fra i år, at 90 % af danskerne får deres daglige dosis af nyheder (Epinion, 2016; DR Medieforskning, 2018). Umiddelbart stiller det en række spørgsmål til mediernes rolle i et moderne samfund og disruptions påvirkning. Det er derfor interessant at undersøge forholdet mellem medierne og samfundet i en akademisk kontekst for at belyse digitaliseringens betydning for mediernes rolle i samfundet.

Af den grund sætter dette speciale sig for at undersøge mediernes selvopfattelse, da vi ved, at medierne med deres kommunikation konstruerer det system, der i et systemteoretisk perspektiv udfører en bestemt samfundsmæssig funktion. Dette danner således følgende problemformulering, som jeg med specialet søger at besvare:

*Hvordan påvirker digitaliseringen danske medier,
og hvilken betydning har den for deres funktion i samfundet?*

I det følgende vil jeg forklare, hvordan specialet undersøger denne problemstilling, ved at redegøre for udformningen af studiets forløb og formidling. Først vil jeg afklare specialets bidrag.

1.2 Formål og relevans

Organisationers rolle i samfundet har aldrig været mere diskuteret, end den er i dag. Også inden for den akademiske verden, hvor man snakker om virksomheders ansvar inden for bl.a. områderne *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Sustainability*, som jeg selv har brugt størstedelen af mit studie på. I takt med at fokus på medier og IT-virksomheders ansvarlighed er vokset i den offentlige debat de seneste år, er den akademiske verden begyndt også at rette fokus på brancher. Det er relevant at diskutere i tider, hvor medierne forbindes med *misinformation*, hvilket selvsagt strider mod deres foromtalte rolle. Som nævnt er *fake news* og *clickbait* i dag faste udtryk, vi kender fra vores hverdag – endda i en sådan grad, at begge var nomineret til Dansk Sprognævns Årets Ord 2017 (Tuxen, 2018). I øvrigt sammen med *disruption*. Men mest kritisk for samfundets sammenhængskraft er det, at journalister sammen med bankrådgivere, ejendomsmæglere, bilforhandlere og politikere er de faggrupper med den laveste troværdighed i Danmark (Radius, 2018).

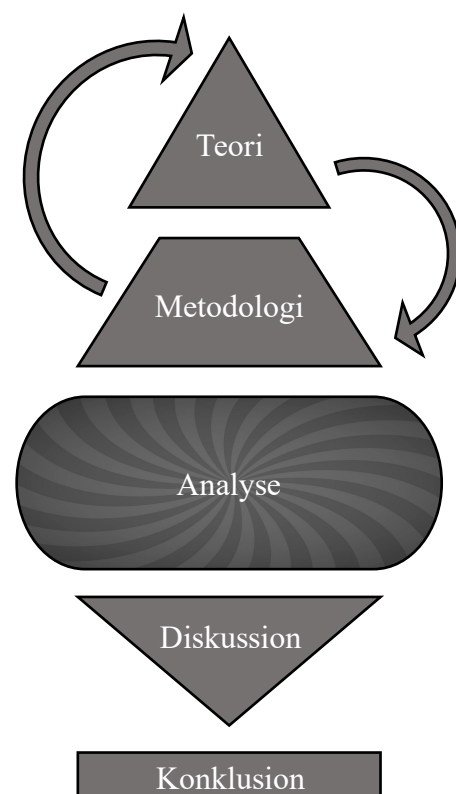
Derfor består specialets aktualitet i at bidrage til den akademiske samtale om, hvilken samfundsmæssig rolle medierne har i nutidens Danmark. Dog bruger specialet ikke gængs CSR-teori, men anvender en mere utraditionel teoretisk ramme til sådan et emnevalg. Det skyldes, at Luhmann

benytter sin systemteori som en universel samfundsteori, der beskriver højkomplekse sammenhænge og ikke normative idealer (Fryd, 2013). Jeg finder det oplagt at benytte en teori, der behandler organisationer eller industrier som systemer med funktion i samfundet, men det er unikt, at et allerede defineret system passer så godt ift. én branche, som medierne gør. Det skyldes, at systemer og deres funktion er kommunikativt konstrueret. Dette medvirker også til specialets vinkel, idet jeg interesserer mig for konstruktionen af mediernes system snarere end deres funktion. Med dette søger specialet at inspirere til en muligvis overset anvendelighed af teorien, da den kan forklare de reelle betydninger i systemerne af funktion som et normativt ideal, eksempelvis CSR kan opstille. Dette kræver naturligvis yderligere undersøgelser, der må studere andre genstandsfelter.

1.3 Specialets opbygning

I dette afsnit forklares, hvordan specialet er bygget op. Det giver et overblik over specialets undersøgelsesforløbet, da det ikke følger samme kronologi som præsentationen i den følgende del af specialet, der kunne give indtrykket af, at det er en deduktivt studie.

Specialet er et empirisk studie, der beror på induktiv metode – eller *grounded theory*, da valg af teori er ledt af empirien. Det er således data – der er indsamlet på baggrund af den umiddelbare undren fra mit videnskabsteoretiske ståsted, konstruktivismen – som har ledt til den systemteoretiske linse. Denne fremgangsmåde er da også anbefalet flere steder, når det kommer til systemteori. Eksempelvis af Luhmann selv, der ser det som den optimale måde at arbejde med teorien, men også som den bedste måde at producere ny viden på (Luhmann, 2000). Altså gik der et litteraturstudie af Luhmanns tekst-korpus forud for udviklingen af ovenstående problemstilling, samt analyseapparatet, der anvendes til at besvare denne. På den måde har den metodologiske og den teoretiske sektion gensidig indflydelse på hinanden, og sammen anvendes de på empirien i analysesektionen. Afslutningsvist diskuteres analysens resultater ift. specialet, inden jeg bringer min konklusion.



Figur 1: Læsevejledning (egen model)



Teori

2 Teori

I denne sektion redegør jeg for den anvendte teori i specialet, Niklas Luhmanns systemteori. Eftersom vi her har at gøre med et massivt forfatterskab, baserer gennemgangen sig på et litteraturstudie, hvor jeg har valgt at gengive det af hans materiale, som giver læseren de fornødne forudsætninger til at forstå begreber og koncepter, der anvendes i specialet. Således kunne en introduktion til Luhmann sagtens forekomme i en helt anderledes form, afhængigt af formål. Af samme grund indfører jeg læseren i systemteoriens utroligt komplekse univers, ved indledningsvist at berøre de historiske omstændigheder, inden teksten bevæger sig over i teoriens byggesten, inden den afslutningsvist præsenteres i en praktisk anvendelse af Luhmann selv. Belejligt for læseren såvel som mig og ikke mindst specialet finder denne anvendelse sted inden for samme område som netop specialets undersøgelse, hvorfor det har en sammenfattende funktion af specialets dele. Som det bliver beskrevet i metodologisektionen, følger specialet en induktiv tilgang, hvorfor valget af teori er “grounded” i empirien. Derfor vil jeg først berøre hvilke overvejelser, der er blevet gjort inden valget faldt på Luhmann og systemteorien.

2.1 Valg af teori

Når man undersøger medierne ift. samfundet, er der andre teoretikere, som kunne være relevante. Inden jeg valgt Luhmann, havde jeg følgende i mine overvejelser. Marshall McLuhan, da han med sin *Understanding media: The extension of Man* (1964), ses som en fundamental figur i medieteorien og nærmest med ordene “The medium is the message” alene for en stund fjernede fokus fra budskabet og for evigt gjorde opmærksom på selve mediets rolle i kommunikation. En anden stor figur inden for emnet er Denis McQuail, der siden 1983, med sin første udgave af det, der i dag hedder *McQuail's Mass Communication Theory*, har beskrevet massemedierne og deres rolle ift. samfundet. Yderligere kan James W. Carey nævnes, da han med *Communication as Culture* (1989) opridser den, stadig meget gældende, forestilling af mediers rolle som tosidet. På den ene side opstillede han transmissionsopfattelsen, hvor mediernes rolle udelukkende er transmission – at overføre information fra A til B – over for den rituelle opfattelse, hvormed han argumenterer for at medierne har funktionen at konstruere en fællesverden. Endeligt, og mest væsentligt, er der Habermas, som med et lige så omfattende forfatterskab som Luhmann selv, iblandt andre emner beskæftiger sig med offentlighedsteori. Særligt i *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (1962), spiller medierne en væsentlig rolle i konstruktionen af den offentlige sfære, et forum hvor deliberativt demokrati finder sted, som en af de mest fundamentale mekanismer i samfundet.

2.2 Systemteori

System, sb., itk.

1. helhed der består af indbyrdes forbundne el. sammenhængende dele.
2. genstande, fænomener el.lign. som er indbyrdes forbundne eller sammenhængende eller på anden måde påvirker hinanden.
3. tilstand præget af overskuelighed og orden.

(Den Danske Ordbog)

System i sig selv er et ord med mange betydninger, da begrebet bruges inden for mange områder, som alle har tilpasset det en specifik kontekst. Selvom systemers natur varierer enormt, har de det til fælles, at ovenstående definition afspejler dem hver især. Systemer kendetegner ganske simpelt sammenhængen mellem *del* og *helhed* – hvad end der er om et fodboldhold eller computerprogram. Den samme definition af system gælder i systemteori, hvorfor man også finder mange forskellige former for systemteorier. Længe har man inden for biologiens videnskab studeret systemteorier, hvor man betragter eksempelvis organismer eller organers funktioner ift. den kontekst, de indgår i. De fleste kender, om end overfladisk, til *økosystemet* og *det kardiovaskulære system* – sidstnævnte blot som blodets kredsløb.

Selvom samfundsvidenskabelig systemteori stammer biologien, skal den forstås væsentligt anderledes, hvilket fremgår tydeligt af den følgende redegørelse for specialets teoretiske perspektiv. Hvad, der her kan ligne en slavisk gennemgang af, hvordan systemteorien har udviklet sig, har sin relevans i at være et fundamentalt hjælpemiddel til at forstå Luhmanns egen systemteori, eftersom mange af de koncepter, der gennemsyrrer hans teoriapparat, tager afsæt – både som overensstemmelser og diskrepanser – i netop disse teoretikere, som har defineret hovedstrømninger inden for systemteori. Samtidig får man en idé om systemteoris uoverskuelige størrelse og kompleksitet.

2.2.1 Generel systemteori

Den østrigske biolog Ludwig von Bertalanffy, der oprindeligt beskæftigede sig med *organismisk systemteori*, bragte sin baggrund med sig over i sine filosofiske studier, da han satte sig for at udvikle en *generel systemteori*, som netop skulle være, og blive, generel – altså universel på tværs af videnskaberne. Til trods for, at hans første store værk om emnet (1968) først kom 30 år efter – dels pga. Anden Verdenskrig – præsenterede han sine idéer allerede i 1937 (Drack & Schwarz, 2010). Yderligere skyldes den lange mellemliggende periode, hvor omfattende udvikling af en universel teori må være. Til måtte von Bertalanffy involvere en række forskere med andre ekspertiser: Jf. bl.a. Alexander Lazslo, systemteoretiker Ervin Laszlos søn, gjorde matematikeren Anatol Rapoport, fysiologen Ralph

Gerard og økonomen Kenneth Boulding ham selskab i denne forbindelse (Laszlo & Krippner, 1998). Allerede dengang påpegede von Bertalanffy, at der var en tendens til, at videnskaberne i højere grad flød sammen, hvorfor han i håbet om at sikre en hensigtsmæssig integration opstillede fælles principper for denne sammensmeltning:

“Developing unifying principles running »vertically« through the universe of the individual sciences, this theory brings us nearer the goal of the unity of science. This can lead to a much-needed integration in scientific education”

(Von Bertalanffy, 1968, 38)

Von Bertalanffy har jf. flere revolutioneret videnskaben, og hans egen vurdering – her udtrykt i sine egne ord – synes da heller ikke bleg for at anerkende, hvad han har bedrevet: “The 19th and first half of the 20th century conceived of the *world as chaos*. [...] Now we are looking for another basic outlook on the world – *the world as organization*” (Lilienfeld, 1978, 7). Mens jeg tvivler på, at han ville sige det samme i dag, er jeg sikker på, at det ikke ville være en fejl at kategorisere den generelle systemteori under det, Thomas Kuhn ville betegne som et *paradigmeskift*. Fysikken, som var den hidtil dominerende videnskab, blev også brugt til at forklare ting, som man i dag ville sige lå udenfor dennes område. Således blev bl.a. samfundets forhold forklaret, som var det fysik, der beror på *kausalitet*. Altså en årsags-virkningssammenhæng, hvor “som følge af A så B”. Denne lineære tilgang gør biologiens *korrelation* op med. Den kan bedst forklares som, netop, et system:

“I systemteorien opfattes handlinger på den måde som sociale strukturer eller roller, der er gensidigt afhængige og gensidigt definerer hinanden, ligesom lærer og elev definerer hinanden”

(Fuglsang, 2004, 117)

2.2.1.1 Tidlig sociologisk anvendelse

En af de første til at introducere systemteorien på det samfundsvidenskabelige område var sociologen Talcott Parsons, som i dag anses som den primære repræsentant for den “klassiske” systemteori, der afdækker nogle af de mest basale forståelser inden for systemteori. Parsons (1991) drager ligesom andre systemteoretikere parallellen mellem det sociale system, eksempelvis samfundet, og det biologiske, eksempelvis kroppen. Han mente, at mennesker og grupper ligesom organer, har en rolle i den kontekst, hvori de indgår (Adams et al., 2013). Idéen om *funktion* har siden været det, jeg bedst kan beskrive som en “konvention” i systemteori generelt, da det er et gennemgående fundament i senere fortolknings udlægning. Det er samtidig årsagen til, at Parsons’ systemteori betragtes som hørende under *funktionalismen* (Fuglsang, 2004). Dog er Parsons’ tidligere forfatterskab (bl.a. 1937)

mest optaget af handlinger, og hvordan disse struktureres, hvilket har resulteret i et perspektiv, som siden har fået meget kritik. Eksempelvis skeler han jf. sine kritikere for meget til de “oprindelige” systemer fra biologien, når formålet med handlinger af og i et socialt system, ligesom i et biologisk, har individets/systemets funktion for øje. Parsons mener nemlig, at sociale systemer har principper tilsvarende naturens ultimative principper, som biologien indretter sig efter, såsom naturlig selektion, fotosyntese osv. (Parsons, 1991). Dette er den centrale forskel mellem Parsons og den systemteori, som anvendes i dette speciale, som er væsentligt mere abstrakt.

2.2.2 Luhmanns systemteori

Siden Parsons har den samfundsvidenskabelige systemteori udviklet sig, dels gennem Parsons’ kritikere som Robert Merton eller Jeffrey C. Alexander, men især pga. den tyske sociolog Niklas Luhmann har feltet vundet indpas. Han bruges ofte som synonym med systemteori, men som påpeget, er dét mange ting, og han bør rettelig nærmere forstås som grundlægger af det, man kan kalde *moderne systemteori*. Luhmanns teori bygger i høj grad på Parsons, som han også studerede hos, men ligesom von Bertalanffy, som også var en stor inspiration, insisterer Luhmann på inddragelsen af andre videnskaber, eksempelvis optager Luhmann koncepter fra matematiker George Spencer-Browns såvel som biologerne Humberto Maturana og Francisco Varela (Luhmann, 2000). Begge koncepter berører senere afsnit. Det er altså i mere end én forstand, at Luhmanns systemteori har et konstruktivistisk perspektiv (Fuglsang & Olsen, 2004). Ikke kun, men specielt med teoriens facettering synes inspirationen fra von Bertalanffy tydelig, men ses det også helt grundlæggende i Luhmanns næsten biologiske *korrelation*, altså en reciprok afhængighed, hvilket står i kontrast til Parsons’ mere lineære forståelse. For i modsætning til Parsons er Luhmanns systemteori “imidlertid ikke en konventionel handlingsteori, hvor handlinger ses som forankret i interesser eller motiver hos de handlende individer. Pointen med [Luhmanns] systemteorien er tværtimod, at handlinger må forstås på baggrund af den helhed, de indgår i” (Fuglsang, 2004, 116).

“Stillet overfor det hyperkomplekse samfunds mangfoldighed kan en teori, der vil være denne kompleksitet voksen, ikke begrænse sig til teorier af middeldækkevidde for forskellige enkeltområder”

(Rasmussen, 2000, 13)

Således anerkendte Luhmann ikke Parsons’ teori som universel. Den kunne anvendes på dele – enkelte systemer – og deres handlinger, men ikke helheden. Dertil kræver det en *grand theory*, med et abstraktionsniveau, der er altfavnende – atter resonerer von Bertalanffy i Luhmanns ambitioner. For at være altfavnende skulle forskeren selv, eller *iagttageren*, også inddrages. En opfattelse, som

Luhmann har fra den nært beslægtede videnskab *kybernetikken*, der beskæftiger sig med *autonome* systemer. Særligt *andenordenskybernetikken* anført af Heinz von Foerster i 1970erne, hvor “fokus er flyttet fra *det*, der iagttages til *den*, der iagttager” (Rasmussen, 2002, 12). Videnskaben hedder, som den gør, fordi den med sine egne ord går ud på at iagttage iagttagelser, hvilket medførte begrebet *andenordensiagttagelser*. Denne “selvinddragelse” betyder, at en observation, som man kender fra naturvidenskabelig forstand, ikke eksisterer i Luhmanns overbevisning. Naturligvis har det konsekvenser at være altfavnende i en sådan grad, som Luhmann er. Hans teoriunivers er så omfattende, at det er langt fra muligt, eller relevant, at berøre alt i et speciale. Afslutningsvist er det vigtigt at påpege, at Luhmann samtidig mente, at teorien skulle være realistisk (Luhmann, 2000). Dette har heller ikke hjulpet til at gøre teorien mere simpel, set i lyset det føromtalt hyperkomplekse samfunds udfordringer. Jf. Luhmann skyldes det tværtimod, at en realistisk teori, der altså afspejler virkeligheden, som den er; kompleks, ikke altid er lige “logisk pæn”:

“Vi kan derfor ikke forudsætte, at det er muligt med rent logiske midler at eliminere modsigelser i det sociale og således heller ikke i teorien om det sociale. Hvis det sociale liv ikke selv arbejder på en logisk set pæn måde, kan der heller ikke formuleres en teori om det sociale, som er logisk modsigelsesfri”

(Luhmann, 2000, 418).

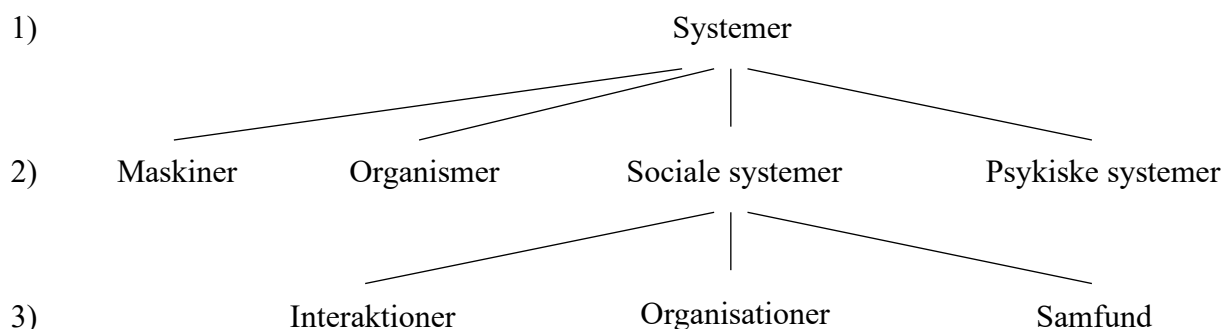
Således stiller Luhmann sig i kontrast til meget andet teori, der har en anden forståelse af orden og tilbøjelighed til adskillelse med rene linjer. Hos Luhmann hænger alt sammen, også modsigelser. Det er en af de kontraintuitive logikker, man skal lære at acceptere som præmis som akademiker i Luhmanns skole. Som tidligere påpeget tjener dette afsnit som en indføring i Luhmanns filosofi bag systemteorien, som er så karakteristisk. I det næste afsnit redegør jeg for sociale systemers karakter, som videre tjener som grundlag for forklaring af de efterfølgende begreber, der er centrale for specialet.

2.2.2.1 Sociale systemer

Udover sociale systemer skelner Luhmann mellem *maskiner*, organismer eller *levende systemer* og *psykiske systemer* (Luhmann, 2000). Typerne af system afgøres af deres *operative niveau*, altså hvordan de opererer. Med maskiner menes der ganske enkelt maskiner, som opererer mekanisk. Som jeg har nævnt, er systemteorien kommet til samfundsvidenskaberne fra biologien, læren om liv, hvorfor operationerne for de levende systemer synes logiske – liv. Altså kan et levende system være en celle eller en organisme. Luhmann synes at inkludere disse to, udelukkende fordi de allerede eksisterede snarere end deres relevans for netop hans fokus, men de leder samtidige systemteoretikere *in*

spe lige i en fælde. For på ægte luhmannsk manér spørger man sig selv: “Hvordan opererer psykiske og sociale systemer så?”

Luhmann definerer sociale systemers operationer som “meningsfuldt-kommunikative operationer” (Luhmann, 2000, 78). Han forklarer, at “når man definerer kommunikation, definerer man samfund – og definition skal her forstås i sin helt præcise betydning: bestemmelse af grænser” (Luhmann, 1997, 68). Altså skal samfundets grænser forstås som kommunikations grænser. Selvom det lyder en smule fabulerende, hænger det i virkeligheden meget godt sammen, fordi uden en social kontekst ville kommunikation være overflødig. Psykiske systemer kaldes også bevidste systemer, fordi deres operationer foregår i *bevidstheden*. Sociale og psykiske systemer har det til fælles, at både kommunikation og bevidsthed opererer med *mening*, hvorfor de to systemer er nært beslægtede, men uhyre vigtige ikke at forveksle eller tro er én og samme ting, eller to sider af samme sag, hvilket ikke er tilfældet (Luhmann, 2000). Mening er bindeledet mellem kommunikation og bevidsthed, hvilket betyder, at de to altså ikke er direkte forbundet, men at mening kan “kommunikere” med begge. “Sociale systemer består if. Luhmann ikke af individer, men af kommunikation” (Sørensen, 2006, 96). Når Luhmann siger, at sociale systemers operationer er kommunikative, betyder det også, at det ikke er os mennesker, der kommunikerer med hinanden, men at vores kommunikation gør. Populært blandt “oversættelser” til menneskesprog af luhmannsk teori siges det ofte “kommunikation kommunikerer” (Schuldt, 2006 m.fl.). I denne opfattelse er vi mennesker altså kun tilknyttet sociale systemer i social forstand. Vi er også tilknyttet psykiske systemer, men på en væsentlig anden måde end ved sociale systemer. Faktisk ligger vi i snitfladen mellem tre systemer, da vi også er tilknyttet levende systemer, hvilket i virkeligheden ikke er så svært at forholde sig til, som det umiddelbart kan virke.



Figur 2: Gengivelse af Luhmann, 2000, 37

Som det fremgår af Figur 2, er der foruden de fire systemtyper yderligere tre *former* for *systemdannelse* inden for sociale systemer. Det spænder fra *samfundssystemet*, som er det altomfattende socialsystem, til mindre, mere intime *interaktionssystemer*. Sidstnævnte, i modsætning til samfund,

“lukker alt ind, som kan behandles *nærværende*, og de kan i givet fald afgøre blandt de nærværende, hvad der skal behandles som nærværende, og hvad der ikke skal” (Luhmann, 2000, 474). Samfundet er altså det ultimative sociale system, da det ingen omverden har og rummer *alt* socialt, hvilket som bekendt gør samfundet hyperkomplekst. Indimellem findes der forskellige former for *organisations-systemer*. Altså kan sociale systemer fremstå i forskellige typer af systemdannelser, alt efter hvilken *struktur* af meningsfuld kommunikation, der skal bearbejdes. “De er, kunne man også sige, nødvendige reduktioner af kompleksitet” (Luhmann, 2016, 361). Dertil inddeler samfundet i meningssammenhænge vha. begrebet *systemdifferentiering*; den mest typiske, hvor man anskuer systemer i samfundet som værende *funktionelt differentieret*, er ligeledes den, som anvendes i dette speciale.

2.2.2.1.1 Funktionssystemer

Parsons’ funktionstanke forblev et gennemgående element for systemteori, hvilket altså ikke er en undtagelse hos Luhmann. Men hvor Parsons som nævnt betragtede systemer udføre funktioner “tildelt” af samfundet, kan man sige, at Luhmann er mere inspireret af von Bertalanffy og van Foerster, da hans teori, som her vil udlægges, trækker på inspiration fra korrelativitet- og autonomi-begreberne. Her “[definerer] hvert funktionssystem selv sin egen identitet – og det udelukkende, som vi skal se ved en veludbygget semantik for egen meningsskabelse, refleksion og autonomi” (Luhmann, 2016, 593).

“Der er altid sammenhænge mellem et systems uddifferentiering og dets interne differentiering, for den interne differentiering vælger former, som ikke findes tilsvarende i omverdenen. Funktionel differentiering er den mest radikale form, hvor denne regel slår igennem, da der naturligvis ikke i omverdenen findes inddelinger, der er afstemt med systemets funktioner”

(Luhmann, 2016, 592)

Så simpelt kan Luhmann beskrive det, der også kaldes funktionssystemer, hvor alle *former*, der korresponderer med en *funktion*, tilhører dets pågældende system. Der skal her mindes om, at der er tale om kommunikation og ikke mennesker, hvorfor en differentiering skal ske på vilkår tilpasset kommunikation med henblik på at reducere kompleksiteten. Dertil definerer Luhmann begrebet *medier* til at hjælpe med dette. Udover de to lettere tilgængelige, *sproget* og *udbredelsesmedier*, der henholdsvis sætter rammerne for hvordan kommunikation “forstås” og “distribueres”, handler det om *symbolsk generaliserede kommunikationsmedier* (Luhmann, 2016). De mest velkendte er *ejendom/penge*, *sandhed*, *lov* og *magt*, der er medier for henholdsvis *det økonomiske system*

(Luhmann, 1988), *det videnskabelige system* (Luhmann, 1990), *retssystemet* (Luhmann, 1993) og *det politiske system* (Luhmann, 1998a). Nogle af de mere svært tilgængelige er *religionssystemet* (Luhmann, 1998b) og *uddannelsessystemet* (Luhmann, 1998c), som benytter medierne *tro* og *barnet*. Dertil har han også defineret et system for *kunst* (Luhmann, 1995), og endelig har han med *passion* som medie for *kærlighed* demonstreret teoriens spændvidde, alsidighed og abstraktionsniveau (Luhmann, 1982):

“På meget forskellig måde og for meget forskellige interaktionskonstellationer drejer det sig i alle disse tilfælde om at konditionere kommunikationens selektion således, at den samtidig kan virke som motivationsmiddel altså være tilstrækkelig til at sikre antagelse af selektionsforslagene”

(Luhmann, 2000, 203)

Med andre ord har forskellige funktionssystemer individuelle behov for afgrænsningen for udvælgelsen af den kommunikation, der tilknytter sig. Dertil har systemer *binære koder*, der orienteret mod den pågældende funktion muliggør dette. “Mens systemet med funktionsorienteringen forsvare sine egne valgmuligheders overlegenhed (sikring af fremtiden via penge og ikke via tillid til Gud, uddannelse via skoler og ikke via socialisering), reflekterer det via sin kodes negative værdi nødvendigheden af kriterier for alle sine egne operationer” (Luhmann, 2016, 596). Eksempler på nogle positiv/negativ-binærkoder for funktionssystemer; sand/usand for det videnskabelige system, eje/ikke eje for det økonomiske system og ret/uret for retssystemet. Således skal det altså forstås, at systemer er så effektive til at reducere kompleksiteten gennem selektioner som disse, at de fravælger alt, hvad der ikke understøtter deres operationers mål, selvopretholdelse.

Når først funktionssystemer er etablerede, er de altså helt autonome og kan derfor ikke agere stedfortrædere for hinanden. Hvert funktionssystem skal ses som et afgrænset, fortættet rum, som kun selv kan opfylde den ydelse, systemets selvopretholdte funktion afføder. I forlængelse af sidstnævnte citat kan det forklares således: Det økonomiske system skal opretholde en sikring af fremtiden via ejendom, og hvis denne fejler, kan det religiøse system gennem opretholdelse af troen på Gud ikke hjælpe med eller erstatte førstnævnte. “Forventning opstår gennem begrænsning af spillerummet for muligheder. [...] Forventningen nyder godt af fortætningen” (Luhmann, 2000, 343). Denne “selvfiksering” er et resultat af andenordensagttagelse og medvirker altså til, at funktionssystemer skaber *forventninger* til dem selv, som altså bliver betingelser, der skal opfyldes (modsat svigtes). Selvom et system allerede har reduceret kompleksiteten til blot at være kommunikationen målrettet én funktion, forklarer Luhmann samtidig, at “ingen organisation i et funktionssystems

område kan trække alle funktionssystemets operationer til sig og gennemføre dem som sine egne”, og at den eneste måde, systemer opfylder deres forventninger på, derfor er ved at realisere flere *organisatoriske muligheder* (Luhmann, 2016, 666). Man kan altså sige, at der sker yderligere interne systemdannelser af “delsystemer” med dertilhørende “delfunktioner”, eller at systemet differentierer sig videre indad. Det kaldes også “»funktionelt uddifferentierede subsystemer«”, hvilket er en passende forklaring ift. relationen til de overliggende systemer (Qvortrup, 2000, 175). Altså organiserer sociale systemer sig efter forventninger: “Disse systemers strukturer kan derfor defineres som generaliserede adfærdsforventninger”, og afhænger, som navnet antyder, af symbolsk generaliserede kommunikationsmedier, og er dermed individuelle fra system til system (Luhmann, 2000, 136). Der artikuleres således forventninger om en konkret adfærd til disse organisatoriske muligheder, altså de underliggende systemkonstellationer. Det kan potentielt være alle, da “*ethvert* funktionssystem reflekterer på inklusion af *alle* individer, men inklusion kun relaterer sig til egne operationer” (Luhmann, 2016, 609). Det kan altså spænde fra de nærværende interaktioner – altså små systemer – til forskellige størrelser af organisationer, og graden af forventninger varierer derfor også alt efter størrelsen af (del)systemet.

“Den opfattelse, at sociale systemer ikke består af individer, og at de heller ikke kan dannes gennem kropslige eller psykiske processer, betyder naturligvis ikke, at der ikke findes individer i de sociale systemers verden”

(Luhmann, 2000, 303).

Da det er et system *lavet* af kommunikation og ikke mennesker, kan man altså sige, at forventninger artikuleres gennem den kommunikation, der konstruerer systemet. Samtidig kan individer altså bidrage med kommunikation til flere systemer, og naturligvis at des mere nogen kommunikativt bidrager, des mere er pågældende individ en del af systemet. Det betyder også, at nogle vil kunne opleve, at nogle forventninger berører deres medvirken, måske endda direkte bliver stillet til dem.

Luhmann inddeler *forventningsstrukturer* i de fire niveauer: *personer*, *roller*, *programmer* og *værdier*. “Ved *personer* forstår vi ikke psykiske systemer endsige hele mennesker. En person er snarere konstitueret for at kunne ordne adfærdsforventninger, som kan indfris gennem personen selv og kun gennem den” (Luhmann, 2000, 369). Luhmann forklarer yderligere, at “personen selv” dog også inkluderer mennesket som psykisk og levende system, da disse kan være nødvendige for at opfylde forventningerne. Essensen er, at forventninger bindes til personer netop i kraft af personens sammensætning. Det er i kontrast til roller, som man kan sige, er det præcis omvendte. “Nærmere bestemt er en rolle i omfang skåret til efter, hvad et enkelt-menneske kan yde,

men set i forhold til den individuelle person er begrebet både mere specielt og abstrakt” (Luhmann, 2000, 370). Det skyldes, at en rolle blot beskæftiger sig med en del af et menneskes adfærd, men samtidig at det er en adfærd, andre også skal kunne udføre. Roller, eller rolleadgang som det også hedder, kaldes derfor også karrierer, men det forholder sig altså ikke udelukkende til systemer, man bidrager til i professionel henseende. Programmer er komplekser og vil typisk tilhøre organisationer, snarere end interaktion, da disse kræver en højere grad af koordinering. “Programniveauet selvstændiggør sig i forhold til rolleniveauet, når det gælder nøjagtigt denne abstraktionsgevinst, når altså adfærden reguleres og må gøres forventelig af mere end en person” (Luhmann, 2000, 371). Luhmanns eksempler herpå strækker sig fra kirurgiske indgreb til processen fra koloni til selvstændig stat, og disse er endda *engangsprogrammer*, kontinuerlige programmer synes mere abstrakte, da disse læner sig op ad værdier. Værdier fungerer nemlig som samfundets referencepunkter og er altså adfærdsforventninger på tværs af samfundet og dermed også på tværs af funktionssystemer. “Hvis programmer skal kunne udføre deres særlige opgave bedst muligt, må de ofte være formuleret komplekst, kunne ændres og være ustabile i detaljen. Set i forhold hertil letter værdikonsensus kommunikationen om programmet” (Luhmann, 2000, 372). Altså er værdier ikke defineret internt i de enkelte systemer, men ydre referencepunkter ift. programmers forventningsfastlæggelse. Altså kan det slutes, at alle forventningsniveauer har referencepunkter uden for systemet, da roller er afhængige af personer, som uanset hvad selv vil have andre tilknytninger samtidig. På den måde opererer et autonomt funktionelt differentieret system på baggrund af sin omverden.

2.2.2.2 Luhmanns nøglebegreber

Når nu Luhmanns funktionelt differentierede systemer er så komplicerede at begribe, som de er, så er det værd at dykke ned i hans værktøjskasse, hvis man vil have svar på undrende spørgsmål såsom: “Hvorledes afgøres det at kommunikation tilhører et system og ikke (nog)et andet?” og “Hvordan kan systemer, der består af kommunikation og ikke mennesker, alligevel omfatte menneskers personer og roller etc.?” Det er faktisk nødvendigt, hvis man vil bruge teorien til noget som helst nyttigt. Det er i Luhmanns verden nemlig heller ikke nok at vide, *hvad* systemer er og gør, det er nemlig ligegyldigt, hvis ikke man ved, *hvordan* det lader sig gøre. Derfor vil jeg i dette afsnit kort forklare mekanismerne. Luhmanns gigantiske teoriapparat er konstrueret af en række begreber, hvoraf nogle er velkendte koncepter fra den klassiske sociologi, mens andre, som nævnt, aldrig var tiltænkt en plads i Luhmanns abstrakte univers. Blandt de begreber, som jeg ikke aktiverer i specialet, kan der nævnes *subjektivitet*, *individualitet*, *interpenetration*, *relationer*, *konflikt*, *rationalitet*, *inten-*

tionalitet og *tid*. I dette afsnit afdækker jeg dem, som er centrale for den resterende del af specialet, da de er fundamentale for metoden og ligeledes integrerede i analysen.

2.2.2.2.1 Selvreferentiel autopoiesis

At et system uden indblanding udefra etablerer funktion og fastlægger forventninger og samtidig opretholder det hele udelukkende vha. kommunikation, synes umiddelbart uoverskueligt. Dette kræver til en start at henvise til Figur 2, hvor Luhmann stiller sociale og psykiske systemer op som alternativer til mekaniske og levende systemer – det er nemlig i disse, han tog sit afsæt. Inden universel teori om systemer anså man maskiner og organismer som adskilte områder, der på overfladen intet har til fælles. Tager man som systemteoretiker et mere abstrakt perspektiv, giver det mening at bruge *system* som fællesbetegnelse, og opdele dem som enten *åbne* eller *lukkede* systemer.

“Det betyder blot, at et levende system selv strukturerer sit forhold til omverdenen. Et menneske, der spiser, styrer selv denne aktivitet, mens en maskine, der anses for at være et lukket system, skal have hjælp ude fra”

(Fuglsang, 2004, 119).

Det er et koncept, von Bertalanffy medbragte fra sin baggrund i biologien, hvor man skelner mellem systemerne som værende operativt lukkede eller åbne. Et lukket system kan kendetegnes ved, “at det opretholder sig selv homeostatisk, dvs. internt stabilt; efter opnåelsen af en ligevægtstilstand forandrer det sig ikke længere”, hvor et åbent system “derimod ikke nødvendigvis [når] frem til at udvikle en sådan ligevægtstilstand; det *kan* ganske vist opnå en stationær tilstand af homeostase, men denne tilstand er selv variabel, opløselig og midlertidig” (Kneer & Nassehi, 1997, 27). Med andre ord handler det om systemers *udvekslingsrelationer*; enten skal der *input* og *output* til at opretholde funktionen, eller også skal der ikke. Et eksempel kan være en maskine, der skal bruge (udefra-kommende) energi for at fungere, imens celler selv er i stand til at fungere.

I ægte Luhmann-stil kan hans nye betragtning af systemer ikke rationaliseres med eksisterende begreber, snarere kræver den deres fundamentale forståelser udfordret. Således mente han, at mange systemer, også dem allerede beskrevet, hverken havde lukkede systemers statiske *ekvilibrum*, men heller ikke åbne systemers afhængighed af omverdenen. If. Luhmann beror systemer, i særdeleshed sociale og psykiske, på “en bestemt cirkulær struktur eller, for at bruge Maturanas ord, autopoiesis, en cirkulær selvproduktion” (Luhmann, 2007, 75). Luhmann har, som nævnt, lånt begrebet *autopoiesis* af de chilenske biologer Humberto Maturana og Francisco Varela, der introducerede det i forbindelse med deres arbejde med “levende væseners egenartede organisering”.

“Autopoietiske systemer er levende dannelser, som fremstiller og opretholder sig selv. Det sker, idet de selv producerer og fremstiller de komponenter og bestanddele, som de består af; de skaber m.a.o. fortløbende deres egen organisation gennem deres egen opereren”

(Kneer & Nassehi, 1997, 53).

Luhmann benytter autopoiesis præcis som her beskrevet, blot på sociale dannelser og ikke levende. Det er derfor heller ikke gennem biologiske processer, autopoiesen finder sted, men gennem de kommunikativt-meningsfulde operationer. Det er altså igen, ligesom beskrevet i forudgående afsnit, kommunikation, der konstant opretholder systemers funktion. “Systemet er ikke kun autonomt på strukturelt, men også på operativt niveau” (Luhmann, 2016, 75). Altså er kommunikationen i et system grundlag for den følgende kommunikation, hvilket forventningsfastlæggelse er et godt eksempel på. Forventningerne og dermed de (kommunikative) handlinger, som forventes heraf, “placeres” på baggrund af de forudgående kommunikative operationer. Luhmann beskriver det som et konstant “loop” af *feedback*, eftersom kommunikationen hverken kan være in- eller output. Denne cirkulære bevægelse, der skaber en konstant henvendelse til afsenderen selv, som altså således ikke kan undgå også selv at være modtageren, kalder Luhmann *selvreference*.

“Man kan betegne et system som selvreferentielt, når det selv konstituerer de elementer, det består af, som funktionsenheder, og når det lader en henvisning til denne selvkonstitution løbe med i alle relationer mellem disse elementer og altså på denne måde løbende reproducerer selvkonstitutionen”

(Luhmann, 2000, 72)

Også dette begreb har Luhmann fra andenordenskybernetikken, og ligesom iagttagelse altid har referencepunkt i *selvet*, gælder det samme for kommunikation. Dermed bliver al kommunikation selvreferentiell. Men dermed ikke sagt, at det kommunikerede blot er gentagelse. Det er det udelukkende i det omfang, systemet har brug for det. Udgangspunktet er at producere den kommunikation, der skal til for at opretholde funktionen, også hvis det er noget andet, end det hidtil har krævet. Eksempelvis har retssystemet ændret sig over årene, mens dets funktion – at opretholde lov og orden – er forblevet den samme. Men for at et system skal kunne opretholde funktionen og “følge med”, betyder det også, at autopoiesis, dette hverken-eller ift. åbne og lukkede systemer, snarere skal ses som et både-og.

“Selvreference fremstiller rekursiv, cirkelformet lukkethed. Men lukkethed tjener ikke som et formål i sig selv, heller ikke som den eneste mekanisme til opretholdelse eller som et sikkerhedsprincip. Den er snarere mulighedsbetingelse for åbenhed”

(Luhmann, 2000, 511)

Blandt systemteoretikere gengives det ofte: “Sociale systemers lukkethed er deres åbenhed”, og den paradoksale præmis giver blandt andet mulighed for det, Luhmann kalder *strukturelle koblinger*. De er på sin vis forudsætningen for, at autopoietiske systemer overhovedet kan eksistere. De åbner systemet op uden at ændre på dets lukkethed. De påvirker ikke systemet internt, men sørger for, at det er relevant for sine omgivelser ved at være *koblet*. Psykiske og sociale systemer er eksempelvis koblet gennem mening som fælles grundlag. Det ses eksempelvis, når adfærdsforventinger kan ses som fæstet fra begges perspektiv: “I det ene tilfælde etableres den [strukturen] som bevidsthed, i det andet som kommunikation” (Luhmann, 2000, 315). Men funktionssystemer kan også være kobled. Eksempelvis er det politiske systems program for økonomisk politik koblet til det økonomiske system. “De bidrager ikke med operationer, som kan reproducere selve systemet – og det vil i vores tilfælde sige: ingen kommunikation. Men de ophidser systemet med irritationer, de forstyrrer systemet på en måde, som derefter internt bringes i en form, som systemet kan arbejde med” (Luhmann, 1997, 74). For forståelse forklarer Luhmann, at det i Maturana og Varelas ord altså skal forstås vinkelret på autopoiesis.

2.2.2.2.2 Difference

Alt består i kommunikation, det burde være indlysende nu, da det har været et tilbagevendende tema fra funktionssystemers differentiering og sammens strukturdannelse til den selvreferentielle autopoiese samt koblinger til andre systemer. Derfor er det at forstå, hvordan kommunikation bærer sig ad, når det kommer til at konstruere disse *identiteter*, ikke helt simpelt heller. Faktisk gør Luhmann det yderligere kompliceret ved ikke at interessere sig for identitet, men snarere *difference*.

“Vi begynder altså ikke med identitet men med difference”

(Luhmann, 2000, 114).

Han forklarer: “Kun sådan er det muligt at give et tilfælde informationsværdi og dermed opbygge en orden; for information er intet andet end en hændelse, der forbinder differencer – a difference that makes a difference” (Luhmann, 2000, 114). Med den afsluttende reference til Gregory Bateson menes der således, at identitet som noget særskilt ift. “det andet” kun eksisterer i kraft af distinktion. Denne

distinktion er blevet italesat flere gange som en *skelnen* i tidligere i specialet, når systemer foretager sig differentiering udad eller “indad”, hvor der sker en definition ift. alt øvrigt.

“Et systems autopoiesis medproducerer altså samtidig systemets grænser. (Det skaber for eksempel ikke omverdenen!). Eller sagt på en anden måde: systemet skaber sig selv som en form, der adskiller en inderside: systemet, og en yderside: omverdenen. Og formens inderside er den eneste side, hvorpå de operationer kan reproducere sig selv, som producerer formen, forskellen, systemet”

(Luhmann, 1997, 46)

Altså er system/omverden den grundlæggende forskel, hvad end det er et funktionssystem, et del-system eller forventning. Forskellen ses i alle systemets (kommunikative) operationer, men tydeligst er den i differentieringen, hvor mediet gennem den binære kode afgrænser sig som system ved distinktion, eksempelvis ret/uret: “For specificering er selv en form, altså en distinktion. Den består i et valg fra et selvkonstrueret selektionsområde (information), og denne form kan kun dannes i systemet selv” (Luhmann, 2016, 75). Det er altså koden, der agerer som systemets “væg”, hvorfor det er vigtigt at belyse, hvordan denne filtrerer dét, der hører til, fra dét, der ikke gør.

Et begreb, der i den sammenhæng kræver forklaring, som også vender tilbage i citaterne på de forgående sider, er *form*. På ironisk vis kan man sige, at Luhmanns brug af ordet er præmissen for flere af ordets facetterede sproglige betydninger, da det netop handler om denne skelnen mellem identitet og det øvrige. Det er her, Luhmann, som før omtalt, låner fra George Spencer-Brown (1969) det, som sidstnævnte kalder *formkalkule*. Selv forklarer Spencer-Brown, at temaet for denne er “når et rum bliver kløvet”, og sammenligner formbegrebet med en levende organismes hud, der adskiller det ydre og indre. Et forhåbentlig meget genkendeligt billede på nuværende tidspunkt, men i modsætning til hidtil ønskes der her at henlede vores opmærksomhed på forskellen, altså dét mellem det indre og ydre, “ huden”. “Vi antager som givet ideen om distinktion og ideen om indikation (henvisning), og at vi ikke kan foretage en henvisning uden at drage en distinktion. Vi opfatter derfor distinktionens form som formen” (Spencer-Brown anført i Qvortrup, 2000, 64). Og selvom Spencer-Browns eksempel på total afskæring er en cirkel, ser distinktionens tegn således ud:



Figur 3: Gengivelse af Spencer-Browns symbol for form

Eftersom store dele af kalkulen koncentrerer sig om matematiske betragtninger, benytter Luhmann den blot som afsæt til en række sociologiske slutninger. Eksempelvis betyder systemernes autonomi,

at det er dem selv, der afskærer sig fra omverdenen, men ved at slutte sig om sig selv i et nærmest “ensartet” system, hvorfor de ikke besidder evnen til at beskrive andet end sig selv. “Der er, sådan som det formuleres i temmelig gådefulde formuleringer, ingen forskel mellem selvreference og difference. Eller [...] der er ingen forskel på selvreference og iagttagelse” (Luhmann, 2007, 71). De kan således ikke beskrive deres omverden, eller sågar den negative værdi af systemets binærkode, hvilket forklarer at, det ikke er kontraster, men *A* over for *ikke-A*, hvilket kan være *B*, såvel som *C*, etc.

“Former skal herefter [ses] [...] som grænselinjer, som markeringer af en forskel der tvinger til at gøre sig klart, hvilken side man betegner, det vil sige, på hvilken side af form man befinder sig, altså vores udgangspunkt for yderligere operationer. [...] I den forstand er form udfoldet selvreference”

(Luhmann, 2016, 70)

Dermed giver betragtningen $\overline{\text{system}}$ omverden også kun mening at tale om “på indersiden”, da systemet netop eksisterer i kraft af denne distinktion, hvilket ikke gælder omverdenen. Desuden er det systemets selvreference og ikke omverdenens. Og tager man Luhmanns tolkning videre, kunne man illustrere uddifferentiering af eksempelvis programmer eller organisation således:



Figur 4: En systemteoretisk udlægning af uddifferentiering

Figur 4 skal altså ikke forstås i Spencer-Browns syntaks, da den her groft regnet ville symbolisere en “distinktion med undtagelse af *a* og *b*”. Figuren skal ses i et luhmannsk perspektiv med distinktionerne *a* og *b* i system/omverden-distinktionen. Det kan eksempelvis være to programmer i det videnskabelige system, der koncentrerer sig om respektive teori og metode.

Netop adfærdsforventninger som uddifferentiering i systemer, som forudgående afsnit afslutningsvist fortæller, er gennemførlige vha. strukturelle koblinger, altså relationer “uden for” systemet, forklarer distinktionsbegrebet hvordan opstår. Luhmann selv dvæler ikke meget ved, hvordan interne distinktioner – eller systemer i det hele taget – påbegynder en differentiering men blot hvordan de pågår, men det gør Spencer-Brown. På logisk vis foranlediges disse også i omverdenen.

“Et motiv kan da forstås som en bevægelse i omverdenen, nærmere bestemt som en irritation, der kan fremprovokere systemdannelse, men hvis systemiske betydning udelukkende afhænger af systemet selv”

(Borch, 2000, 108)

Den bagvedliggende hensigt, eller *motivet*, ved at foretage distinktionen og altså “oprette” systemer til at varetage bestemte funktioner, er altså en aktivitet i omverdenen (Spencer-Brown, 1969). Denne bevægelse kan i Luhmanns systemteori omsættes til en udvikling i samfundet, altså at dette er blevet udvidet eller ændret, og der dermed er noget nyt at forholde sig til. Altså når der opstår noget nyt, vil det økonomiske og det politiske system organisere sig til også at tage hensyn til dette, men som nævnt med en betydning, der afhænger af systemerne selv, så de kan processere dette nye forhold.

2.2.2.2.3 Evolution

Autopoiesis og difference er uadskillelige begreber – systemers autopoiesis bæres af differencer. Systemer definerer autonomt deres identitet gennem en konstant skelnen til omverdenen gennem distinktioner. Begge begreber beror også på den tidslige dimension i Luhmanns teori; “Evolutionskonceptet” (Luhmann, 2016, 895). Som det netop er blevet forklaret, er motivet for distinktioner en bevægelse i omverdenen, altså at noget i omverdenen, samfundet, ikke *er* som det *var*. Den cirkulære autopoiesis er også afhængig af tid for at kunne reproducere et *selv* ift. omverdenen. Hvis omverdenen ikke ændrer sig, forbliver også systemet statisk. Systemers autopoietiske skabelse har netop til formål kontinuerligt at foretage distinktioner, så systemet kan tilpasse sig, skulle noget i omverdenen forandre sig. Altså befinder der sig i tidsdimensionen også differencer, blot som de bevægelser et system gør gennem en udvikling. Derfor bliver Luhmanns teori også kaldt en *evolutionær* teori. Systemer tilpasser sig altså omverdenen gennem autopoiesen, der omsætter omverdenens irritationer til systemets form for mening.

“Aldrig kan [irritationer] tilregnes »omverdenen« (som enhed), men kræver identifikation af bestemte kilder til forstyrrelse og ikke kan opfattes på andre måder”

(Luhmann, 2016, 628)

Af denne grund er der også mange, der bruger Luhmann som forandringsteori ved at observere et system, en afmærket enhed, over tid og identificere mulige forandringer. Skulle der ske en ændring i omgivelserne, kan det sociale system forholde sig på én af tre måder: fornægte, anerkende eller acceptere forandringen. Selvom de to førstnævnte er forskellige, har de det til fælles, at de afstår fra at tilslutte sig forandringen. Ved accept tilslutter systemet sig forandringen: “Ifølge Luhmann vil delsystemerne i udgangspunktet være immune over for forandringer og søge at opretholde deres

struktur [...] Tilslutning til forandring behøver ikke at betyde, at systemet forandrer sig radikalt. Muligvis sker der blot det, at nogle elementer erstattes med andre for at sikre systemets overlevelse” (Fuglsang, 2004, 136). Det er altså systemets uafhængighed af omverdenen, der på én og samme tid gør det muligt, at det selv kan definere, hvordan en forstyrrelse fra omverdenen skal fortolkes internt for således at stille systemet mest gunstigt ift. omverdenen.

“Operativ lukkethed og autopoietisk autonomi gør det muligt for et system at være stærkt kompatibelt med uorden i omverdenen. Så længe strukturelle koblinger kan kontrolleres og irritationer opfanges og bearbejdes, kan omverdenen i øvrigt forblive uigennemsigtig, stærkt kompliceret og ukontrollerbar”

(Luhmann, 2016, 612)

Med specialets fokus på disruption in mente, hvilket ordret oversættes til forstyrrelse, giver det mening at inddrage denne betragtning af systemteoriens tidslige dimension, hvor udvikling ligeledes er differencer, blot over tid. Som det senere vil fremgå i specialet, kan det bruges til både at vise tidligere gennemgået udvikling, men også en aktuel udvikling. “Autopoiesis er altså for hvert af systemerne et konstant princip [...] Men dermed er endnu ikke sagt, hvilke historiske udgangssituationer der via strukturelle koblinger bestemmer retningen af strukturernes specificering. Det er kun sagt, at man for at besvare dette spørgsmål må undersøge systemet selv” (Luhmann, 2016, 74). Netop dette er, hvad jeg med dette speciale foretager mig – undersøger selve systemet ift. dets omverden – og til at give en historisk udgangssituation benytter jeg Luhmanns egen undersøgelse af samme genstandsfelt.

2.2.3 Massemediernes realitet

Foruden de konkrete systemer jeg allerede har nævnt, som Luhmann specifikt har dedikeret dele af sit forfatterskab til, beskæftigede han sig i den sidste del af sin karriere og liv med endnu at behandle medier som et selvstændigt system. Eller snarere massemedierne, som han betegnede dem. I 1996 udgav Luhmann *Massemediernes Realitet* – en udvidelse af en forelæsningsrække han havde afholdt to år forinden (Luhmann, 2002). Eftersom Luhmann selv har beskæftiget sig med et område, der er næsten identisk med dette speciale, er det væsentligt at se hans iagttagelser omkring *massemedie-systemet*. Der er sket meget i henhold til massemedierne, som Luhmann definerer som “alle indretninger i samfundet, som ved udbredelsen af kommunikation betjener sig af tekniske midler til mangfoldiggørelse” (Luhmann, 2002, 10). Så selvom eksemplerne, der gives, er aviser, bøger og disketter, og hans bedste beskrivelser af området for fremtiden er fotografisk og elektronisk *kopiering*, er relationen til specialet tydelig.

2.2.3.1 Massemediesystemet

Hvor funktionssystemer sædvanligt har en funktion, som ofte ligger lige for – se blot tidligere eksempler; det økonomiske, det videnskabelige og det politiske system samt religions-, rets- og uddannelsessystemet – kan det samme ikke siges om massemediesystemet.

“Meget taler for, at der her er opstået et særligt funktionssystem endnu uden et klart begreb (men faktisk havde traditionen heller ikke engang et ord for det, vi i dag kalder familie) og uden anerkendt funktionstildeling”

(Luhmann, 2016, 868)

Følgende beskrivelse, og ikke definition, af massemediesystems funktion, er forbilledligt luhmannsk. idet den – med en vittig reference til Kants transcendentalfilosofi – er spækket med paradokser: “Mediernes funktion [er] at producere det moderne menneskes grundlæggende »transcendentale illusion« om at der findes en fælles-verden” (Qvortrup, 2000, 235). Det skyldes naturligvis, at det, som vi alle er klar over, er umuligt at opnå en fuldstændigt fælles verden, hvorfor funktionen er umulig. Men ikke desto mindre er det vigtigt at forstå, at massemedierne skaber den illusion, ved at skabe denne “ikke-fælles fællesverden” som trods alt udgør netop samfundet. Det er derfor et uhyre vigtigt funktionssystem. Ikke blot fordi man som moderne menneske må erkende, at den virkelighed, man har at forholde sig til, er ufuldkommen, men også fordi Luhmann tildeler systemet det symbolsk generaliserede kommunikationsmedium: *den offentlige mening* (Luhmann, 2002). En ikke-fælles offentlig mening foranlediger naturligvis en vis undren, men indtil videre skal vi hæfte os ved at dette “blot” betyder, at mediet orienterer systemet mod sin egen omverden samt selve kommunikationens grundlag; mening, der som nævnt er forbindelsen til psyken og dermed bevidsthed. I praksis betyder det, at den offentlige mening hverken er folkestemningen eller fornuftig folkeoplysning, men at “den er systemets »helligånd«, den kommunikative ståen til rådighed for resultaterne af kommunikation” (Luhmann, 2016, 872). Dette læner sig mere op ad, at være en ydelse, selve formålet med en funktion – dét det giver tilbage til omverdenen. Selv for Luhmann er det usædvanligt, at et system er så optaget af dets omverden. På den måde kan massemediesystemet i særdeleshed forstås som et funktionssystem, der, i højere grad end andre systemer, orienterer sig mod dets omverden: “Efter alt dette ligger massemediernes funktion i at dirigere samfundssystemets selviagttagelse [...] Det drejer sig om en universel, ikke om en objektspecifik iagttagelse” (Luhmann, 2002, 122). Altså kan man sige, at “Dens funktion ligger ikke i samfundsmæssig integration, men i at gøre en iagttagen af iagttagere mulig” (Luhmann, 2016, 865). Dette betyder at “massemediernes funktion består i den bestandige skabelse og bearbejdning af irritation” af andre funktionssystemer.

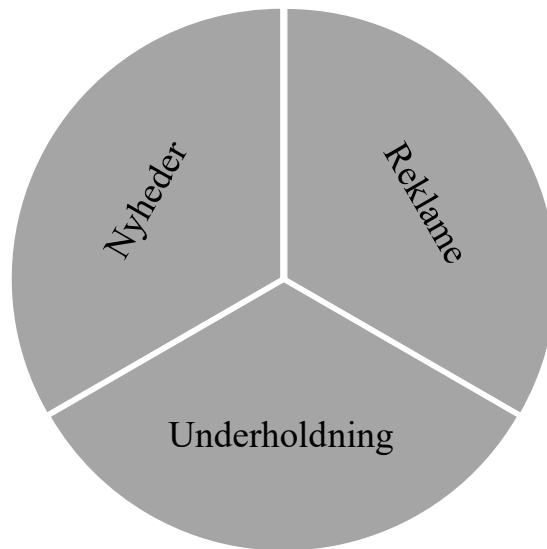
“Som faktisk effekt af denne cirkulære og vedvarende aktivitet i skabelsen og interpenetrationen af irritation [...] opstår de beskrivelser af verden og samfundet, i forhold til hvilke det moderne samfund orienterer sig inden for og uden for sit massemediesystem”

(Luhmann, 2002, 123)

Når man betragter massemediers ageren, er dette ikke en helt grundløs antagelse, hvilket betyder, at “man kan konstatere, at beskrivelserne af verden og samfundet (med alle dets funktionssystemer) mobiliseres af funktionssystemet massemedier” – altså at samtlige sociale systemers autopoiesis understøttes af massemedierne (Luhmann, 2016, 871). Det giver således også fin mening, at “massemediesystemets kode er forskellen mellem information og ikke-information”, da information er nødvendig for både beskrivelser og i særdeleshed kommunikation (Luhmann 2002, 28). Dette tilføjer endnu en komplikation til den ikke-fælles fællesverden, for man fristes til at spørge, hvad er så information? Eller snarere: Hvad er ikke-information? Luhmann forklarer, at informationer udvælges vha. deres informationsværdi, men at den forsvinder, idet information bekendtgøres, altså “ved at blive bearbejdet i tiden gør [systemet] alt det allerede kendte til ikke-information” (Luhmann, 2016, 869). Ergo nedbryder systemer kontinuerligt sig selv gennem denne *de-aktualisering* og tvinges altså til konstant at finde ny information. Faktisk er komplikationen dobbelt, dermed trefoldig i alt, da der i information er indlejret en fundamental usikkerhed: “Systemet må leve med mistanken om manipulation, fordi det på denne måde udfolder sin egen paradoksi – dvs. enheden i differencen mellem information og ikke-information – og giver den tilbage til systemet” (Luhmann, 2002, 58). Alle disse ting er vigtige at have in mente, når man behandler den offentlige mening gennem funktionssystemet massemedierne.

2.2.3.1.1 Programmer

Pga. denne for massemediesystemet så særegne fremmediagttagelse af andre systemers selviagttagelse er antallet af systemets strukturelle koblinger lige så talrige og mangfoldige, som der er systemer, der kommunikerer. For at strukturere sig ift. dem har Luhmann som en indledende uddifferentiering inddelt systemets adfærdsforventninger i tre kategoriserede programmer, som bearbejder koden information/ikke-information på hver sin måde: “Uden at sigte mod en systematisk deduktion eller begrundelse af en lukket typologi skelner vi induktivt mellem: nyheder og features, reklame, og underholdning” (Luhmann, 2002, 37).



Figur 5: Luhmanns inddeling af mediesystemet (egen model)

Fordi massemediesystemet er udadrettet og understøtter andre autopoieser, gør det samme sig altså gældende for dets programmer ift. deres koblede systemer. Nogle koblinger synes tydeligere end andre. “Især reklamen, som referer til markedet, hvis realitet ikke er særligt inspirerende” tilknytter sig det økonomiske system i meget høj grad (Luhmann, 2002, 83). Selvom programmer er systemers måde at interagere med hinanden på, er dette stadig en helt særlig grad, og reklamen kan næsten kaldes en hybrid. I Luhmanns optik kunne man sige, at den muligvis omfavner manipulations-elementet af systemkoden mere end de andre.

“Reklamen kan ganske vist siges at være motiveret af håbet om salg, men den latente funktion ligger i produktionen og stabiliseringen af kriterier for den gode smag til folk, der ikke længere af sig selv råder over sådanne, altså at levere sikre domme vedrørende de symbolske kvaliteter i objekter og adfærdsformer”

(Luhmann, 2016, 870)

Underholdnings natur kan variere meget, og koblinger vil derfor gøre det samme, men der er én gennemgående kobling, om end den ikke er helt så tydelig som reklamens. “Dens princip om opløsning af en selvskabt uvished gennem informationssekvenser finder man også i kunsten, især i romanen, men også i musikken, i dans, på teatret” (Luhmann, 2002, 87). Koden for underholdning definerer Luhmann *triviel/ikke-triviel*, og reklamens må formodes at læne sig op at den økonomiske kode; *eje/ikke-eje*, og den kunne antages at lyde “*sælge/ikke-sælge*”. Det er ingen hemmelighed, at Luhmann ikke bryder sig meget om nogen af dem, og han koncentrerer sig da heller ikke meget om

de to programmer, hvilket heller ikke vil være tilfældet her, da mit fokus ligger på det sidste af de tre; programmet nyheder.

2.2.3.1.2 Nyheder

Luhmann afsætter lige så meget plads til nyhedsprogrammet, som de andre to tilsammen, og han påpeger da også, at det er det, der tydeligst påvirker det overordnede massemediesystem. Programmets tydeligste kobling er til det politiske system; "politikken profiterer af omtaler i medierne og føler sig samtidig irriteret af dem" (Luhmann, 2002, 88). Det politiske system ville nok italesætte koblingen anderledes: "Massemedierne „manipulerer“ den offentlige mening. De forfølger en interesse, som ikke kommunikeres med. De producerer „bias“" (Luhmann, 2002, 56). Begges interesse i *den offentlige mening* er tydelig, og nyhedsprogrammets evolutionære transformation – altså det, man kan kalde processen for tilvejebringelse af information – er da også det, vi kender som *journalistik* (Luhmann, 2002). Her kan man, i modsætning til reklamen, tale om en professionalisering af operationerne, hvor der, i hvert fald i fagets udgangspunkt, efterstræbes minimal manipulation, da "der stoles på, at de [nyhederne] holder stik, og at de er sande" (Luhmann, 2002, 41). Men dermed ikke sagt, at sandhed er et krav, systemet opstiller – det er det jo i det videnskabelige system – da vi som bekendt ved, at "fællesverdenen" er en illusion, en løgn. Men for mange usandheder ville resultere i illusionens sammenbrud, og altså programmets samme, hvorfor det tilstræber at forsyne samfundet med sandheder. "Det centrale spørgsmål er, hvordan den fællesverden, som præsenteres, er struktureret" (Luhmann anført i Qvortrup, 2000, 236). Af den grund skelner Luhmann også mellem information, som er verificerbar, og meddelelser, der ikke er (Luhmann, 2002). Nyheder kan kun meddele, men dermed ikke sagt, at det ikke kan være information. Men:

"Problemet i meddelelser ligger ikke her, men i deres selektion, og dette har vidtrækkende konsekvenser for det, man kan kalde mediekommunikationens klimatisering"

(Luhmann, 2002, 53)

Skiftet fra massemediesystemet til nyhedsprogrammet betyder altså også et skift, hvor man går fra at beskæftige sig med informationsværdi til nu at fokusere på nyhedsværdi, og hvordan man konditionerer information som nyheder. "I det omfang den usandsynlige information bliver udpeget og udvalgt til meddelelse, trænger spørgsmålet sig på om grundene til selektionen" (Luhmann, 2002, 55).

Det naturlige sted at starte denne selektion er derfor i det overliggende kodeproblem, at information bliver til ikke-information. Dette medfører logisk "nyhedernes temporære, forgængelige

natur” (Luhmann, 2002, 52). Man kan kalde det en konstant de-aktualisering af sig selv, ydelsen og kommunikationen, der reproducerer systemet. Luhmann nævner også, at “der må med alle midler vækkes det indtryk med en dertil udviklet journalistisk skrivemåde, at det netop forgange stadig er nutid, stadig er interessant, stadig informerer” (Luhmann, 2002, 40). Med andre ord iagttages begivenheder ikke før, de bliver kendt af iagttageren, men alligevel er det nyhedsprogrammets funktion at gøre begivenheder iagttagelige så simultant som muligt med, at begivenheden finder sted, hvilket fremskynder denne de-aktualisering. Og netop *aktualitet* er da også et af nyhedskriterierne – som nedsat af Johan Galtung og Mari Ruge (1965) og senere tilpasset og opdateret af mange andre – journalister i lang tid er blevet uddannet i, sikrer godt journalistisk håndværk (Harcup & O’Neill, 2001). Kriterierne varierer afhængigt af kilden, men *væsentlighed*, *identifikation*, *sensation* og *konflikt* udgør ofte de øvrige af VISAK, som de kaldes. Jf. Luhmann er det én af de selvinstitutionaliserede mekanismer, systemet benytter sig af. Andre kunne være kritik i form af anerkendelse som Cavlingprisen, Danmarks mest prestigefyldte journalistpris, eller i form klageinstansen Presse-nævnet, ligesom det kunne være retningslinjerne for god presseskik eller dennes restlige ophav, medieansvarsloven (Cavlingprisen, Pressenævnet, Rosendal et al., 2013 og Medieansvarsloven). “Pointen er, at der ikke er nogen uden for medierne der skal bestemme hvad medierne vil sige: Det gør de selv” (Qvortrup, 2000, 237). Luhmann har identificeret ti *selektorer*, betingelser der karakteriser informationerne omkring de emner, som udvælges af nyhedsprogrammet (Luhmann, 2002, 42-52). De tæller:

- 1) *Nyhed* – nylig hændelse;
- 2) *Konflikt*;
- 3) *Kvantitet* – talrigt omfang;
- 4) *Lokale anstrøg* – geografisk nærhed;
- 5) *Normbrud* – det usædvanlige – typisk skandaler;
- 6) *Moral*;
- 7) *Personificering* – forbindelsen mellem personer og handlinger;
- 8) *Rekursivitet* – tilbagevenden pga. fællesskabets hukommelse og efterspørgsel;
- 9) *Holdninger*;
- 10) *Mediet* – tilpasningen af alt det foregående til formatets rammer og organisationens intention

Det er således jf. Luhmann disse ti principper, der afgør hvad, der kommer til at udgøre nyhederne. Her er det dog særdeles vigtigt at være opmærksom på det allersidste, *intention*, hvilket kan betyde en hel del:

“Det kan godt være at alt det, de skriver eller sender, passer, men det besvarer ikke spørgsmålet: hvorfor? Det kan dreje sig om forretningsmæssig succes, eller om at fremme ideologiske optioner [...] Massemedierne synes så vel at pleje som at

undergrave deres egen troværdighed. De »dekonstruerer« sig selv, eftersom de med deres egne operationer reproducerer den stadige modsigelse mellem deres konstative og deres performative tekstkomponenter.”

(Luhmann, 2002, 56)

Om end dette gælder massemedierne, altså ikke kun nyhedsprogrammet men også reklamer og underholdning, stiller det væsentlige spørgsmål vedrørende den allerede omtalte manipulation, der er indlejret i medier. Dengang vurderede Luhmann problemet som begrænset, overdrevet og ikke mindst til stede *systeminternt*, altså i korte træk ikke i en størrelsesorden man skulle bekymre sig om. Han påpeger dog:

“Med digitaliseringen må man forvente en forøgelse af manipulationsmulighederne”

(Luhmann, 2002, 57)



Metodologi

3 Metodologi

I denne sektion udlægger jeg specialets videnskabsteoretiske standpunkt og dets metode. Hensigten er at belyse beslutninger, som har formet en stringent proces fra den indledende dataindsamling til den endelige databehandling, altså hvordan jeg i specialet har produceret den viden, som præsenteres, og under hvilke betingelser denne er opstået (Nielsen, 2007). Specialets induktive tilgang betyder, at videnskabsteorien skal ses som fundamentet, og også er baggrund for det efterfølgende, men ikke adskilt på en måde, der ikke tillader henvisninger frem og tilbage. Metoden tilbyder fleksibilitet til løbende at indregne opdagelser, og sikrer således, at man til slut opnår en helhed uden diskrepans mellem grundlag og indhold. Som det fremgår i specialets teoridel, er Luhmanns systemteori et stort begrebsapparat, og derfor også enormt omsiggribende, hvilket betyder, at denne sektion også har systemteoretiske træk.

3.1 Videnskabsteori

I følgende afsnit redegør jeg for specialets videnskabsteoretiske ståsted, som i dette tilfælde også er det perspektiv, jeg som akademiker bekender mig til: konstruktivisme her repræsenteret ved socialkonstruktivisme. Man kunne have valgt en anden "linse", men da jeg deler denne måde at anskue verden og væren på, hvor netop subjektivisme og individualisme er i fokus, ville andre muligheder være modstridende med netop disse.

"Med disse overvejelser opnår konceptet om det selvreferentielle system også central betydning for videnskabsteorien. [...] systemteorien har indoptaget det eksplosive stof, selvreference, og rakt det videre til videnskabsteorien som systembegrebets kerne"

(Luhmann, 2000, 550).

Luhmanns teori anvendes også som videnskabsteoretisk perspektiv, men som nævnt i teoridelen kaldes den også den konstruktivistiske systemteori, naturligvis fordi han også er meget influeret af dette paradigme. Flere af hans koncepter – såsom differentiering, systemer og individets medvirken – synes da også påtrængende i det følgende afsnit, hvor jeg tager mit afsæt i Berger og Luckmanns videnssociologi, som kort bliver forklaret. Dette bidrager til at give læseren en klar forståelse af specialets *ontologi* og sikrer samtidig, at der fremgår en tydelig kohærens mellem denne og specialets *epistemologiske* tilgang, som udlægges i det efterfølgende afsnit.

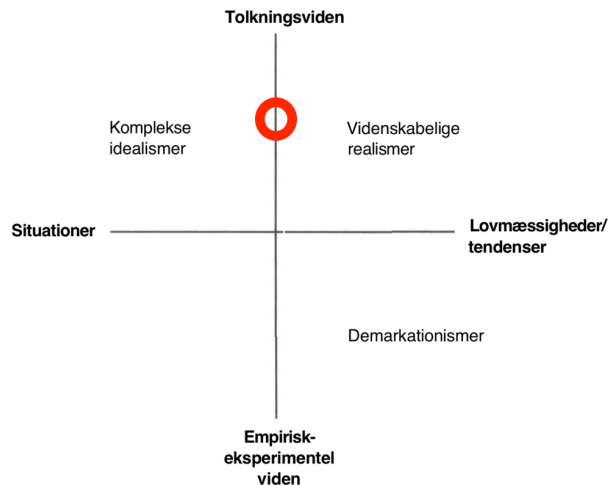
3.1.1 Konstruktivisme

“For kemikeren var helium-atomet et molekyle, fordi det ud fra den kinetiske gas-teori opførte sig som et sådant. For fysikeren derimod var helium-atomet ikke et molekyle, fordi det ikke udviste noget molekulært spektrum”

(Kuhn, 1962, 81).

Selvom det godt kunne lyde sådan, er citatet ikke et eksempel, Thomas Kuhn brugte til at beskrive konstruktivisme, som han desuden heller ikke bekendte sig til. Citatet er derimod et af hans argumenter for *inkommensurabilitetstesens*, nemlig at *paradigmer*, som han opkaldte dem, ikke er sammenlignelige (Kuhn, 1962). Med det mente han, som paradoksalt nok selv havde en baggrund i både historie og fysik, at man ikke kan “have frugtbare videnskabelige diskussioner på tværs af paradigmerne” (Koch, 2004, 101). Karl Popper, en anden videnskabsteoretiker, som heller ikke var konstruktivist, var uenig i, at en *interparadigmatisk* diskussion er absolut umulig. Han påpeger, ligesom Kuhn, at det er umuligt, medmindre én, ret væsentligt, forudsætning imødekommes; Fælles tilslutning: “a rational and fruitful discussion is impossible unless the participants share a common framework of basic assumptions or, at least, unless they have agreed on such a framework” (Popper, 1965, 34).

Men hvorfor indlede et afsnit om konstruktivisme med noget, der tilsyneladende ikke handler om konstruktivisme? Simpelthen fordi denne, videnskabsteoriens måske vigtigste debat mellem to af videnskabsteoriens måske vigtigste skikkelser, drager malende analogier til den konstruktivistiske grundtanke. En radikal tolkning af inkommensurabilitetstesens kan endda illustrere den ontologiske relativitet, der er så karakteristisk for konstruktivisme, nemlig at Kuhns kemiker og fysiker qua deres individuelle baggrund har individuelle verdensopfattelser (Wenneberg, 2000). Dette er tilbagevendende i alle konstruktivismer, men især i dem, der kaldes socialkonstruktivisme, for som jeg antyder, er der ikke kun én, men flere (Collin, 2003). “Videnskabsteoretisk er det derfor også af afgørende betydning at skelne mellem forskellige former for socialkonstruktivisme” (Rasborg, 2004, 350).



Figur 6:  Berger og Luckmanns placering i kategorisering af paradigmer fra Fuglsang og Olsen, 2004,31

Til at forklare specialets position bruges Peter L. Berger og Thomas Luckmanns fremstilling, som de udlagde den først i *Den samfundsskabte virkelighed* (1966). I modsætning til andre socialkonstruktivismen er denne blevet en generel samfundsteori, fordi den, som det vil fremgå af redegørelsen, ikke blot beskriver, hvordan mennesket er et produkt af samfundet, men også hvordan samfundet er et produkt af mennesket. Det er ret usædvanligt for en socialkonstruktivisme, som ikke blot beskæftiger sig med individet og situationer, men også med samfundet og tendenser.

3.1.2 Den samfundsskabte virkelighed

Som det allerede fremgår, er socialkonstruktivismens grundstof ontologisk relativitet, man kan i denne sammenhæng kalde det for subjektiv virkelighed. Dette, muligvis for nogle, kontroversielle eller radikale synspunkt afdækker Peter L. Berger og Thomas Luckmann i deres videnssociologi. Et af argumenterne lyder, at virkeligheden opstår i dét, den opleves (Berger & Luckmann, 1966). Man kan sige, at virkeligheden eksisterer som den enkeltes fortolkning af de observationer, vedkommende må gøre sig på baggrund af sin allerede tilegnede viden. Dette ville ligeledes være forklaringen på, hvorfor Kuhns kemiker og fysiker ikke deler opfattelse om, hvorvidt helium-atomet er et molekyle eller ej. For at blive på et metatekstuel niveau, ville en socialkonstruktivist argumentere for, at dette altså er årsagen til, at der findes, og at der *kan* findes, forskellige paradigmer samtidig og altså ikke kun ét – selvom videnskabsfolk, der måtte vedkende sig disse, ikke nødvendigvis ville dele dette synspunkt. Jf. Berger og Luckmann gælder dette ikke blot i videnskabelig sammenhæng, men i al almindelighed.

“Hvad er virkeligt? Hvordan kan man vide det? Disse spørgsmål hører til de ældste, ikke blot for den rent filosofiske undersøgelse, men for den menneskelige tanke som sådan”

(Berger & Luckmann, 1966, 13).

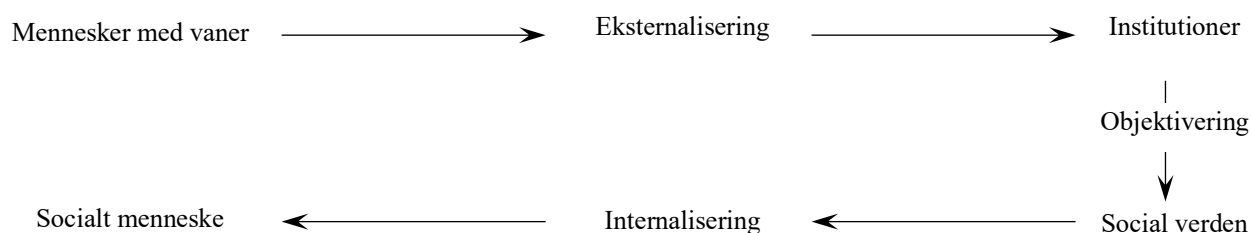
En subjektiv virkelighed er ikke ensbetydende med, at vi alle, hver især, har hver vores virkelighed. Tværtimod: “Hverdagens virkelighed oplever jeg desuden som en intersubjektiv verden, en verden jeg deler med andre” (Berger & Luckmann, 1966, 68). Virkeligheden konstrueres socialt, ergo af og mellem mennesker. Årsagen hertil skal findes i, at den akkumulerede viden, som vi har tilegnet os, er individuel, men hverken forbeholdt andre eller nødvendigvis inkongruent med andres viden – der er stadig sammenfald. Et gængs udtryk, mange bruger hyppigt, er *commonsense*. Men i netop denne sammenhæng benyttes det faktisk om den vidensbase, der gælder i bred forstand og dermed udgør “den intersubjektive commonsense-verden”, som Berger og Luckmann kalder *hverdagens virkelighed* (Berger & Luckmann, 1966, 33). Som eksempel herpå gives den sociale orden, altså et fænomen, der ingenlunde er givet fra naturens side, men som det pågældende samfunds medlemmer indordner sig under. Berger og Luckmann argumenterer for, at denne fælles virkelighed er blevet opnået gennem *primærsocialisering* (Berger & Luckmann, 1966, 154). Denne betragtning er ydermere interessant, fordi det vidner om, at der ikke kun er *én* socialisering, eller *én* virkelighed for den sags skyld. Forfatterne mener således, at der er tale om *sub-verdener* opnået gennem *sekundærsocialisering*: “Vi har ikke kendskab til noget samfund, hvor der ikke findes en *vis* arbejdsdeling, og som følge heraf en *vis* social vidensfordeling – og så snart dette er tilfældet, bliver sekundærsocialisering nødvendig” (Berger & Luckmann, 1966, 162). Hermed antydes, at en sekundærsocialisering kunne være dét at tage en uddannelse, eftersom der dertil hører en tilegnelse af viden, der relaterer sig til pågældende uddannelse, og som ikke ville være viden for én uden denne uddannelse. Oversat til en bredere sammenhæng kunne sekundærsocialisering også være viden baseret på nationalitet, køn, religion, etc. Men som det fremgår, er disse sub-verdener ikke individuelle, men blot mindre “fællesskaber”, hvorfor der stadig er en commonsense, blot kun disse, færre medlemmer imellem. Berger og Luckmann forklarer således:

“De »subverdener« der internaliseres under sekundærsocialiseringen er i almindelighed del-virkeligheder, i modsætning til den »basis«-verden man har opnået under primærsocialiseringen. Og dog er de også mere eller mindre sammenhængende

virkeligheder, der er karakteriseret ved så vel normative og følelsesprægede, som erkendelsesmæssige komponenter”

(Berger & Luckmann, 1966, 162).

Både primærsocialisering og sekundærsocialisering ville være dét, som Berger og Luckmann kalder *internalisering* af hhv. basis- og sub-verden. Men eftersom disse verdener er konstrueret af social konsensus, kræver det samtidig, at individerne accepterer og agerer efter spillereglerne – også kaldet *eksternalisering*. Således kan man beskrive forløbet for skabelsen, og altså opretholdelsen, af verdnerne som en cirkulær kontinuerlig proces.

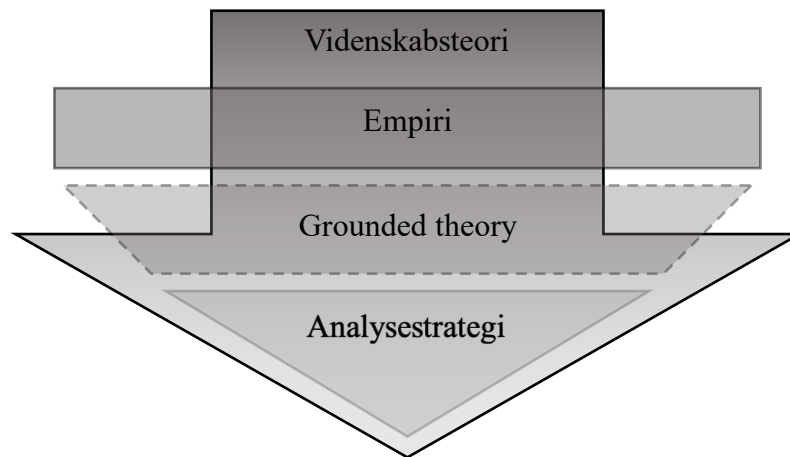


Figur 7: Gengivelse af Wenneberg, 2000, 90

⌐-processen illustrerer samtidig Berger og Luckmanns hovedargumenter: 1) at samfundet er et menneskeligt produkt, 2) at samfundet er en objektiv virkelighed og 3) at mennesket er et socialt produkt, og altså et produkt af de(t) samfund individet indgår i (Wenneberg, 2000, 90).

3.2 Metode

Med ontologien afklaret, altså specialets definition af virkeligheden og viden, vil jeg her forklare epistemologien, eller erkendelsesteorien, hvordan viden bliver til. Socialkonstruktivisternes og ægteparret Kenneth J. Gergen og Mary Gergen kalder konstruktivisme for metodologiens *frigørelse* (Gergen & Gergen, 2008a). Det skyldes sandsynligvis, at der ikke er én bestemt arbejdsgang, man som forsker skal efterleve. Snarere er tanken det omvendte: At den subjektive oplevelse skal udgøre danne grundlag for fremgangsmetoden. Derfor tager specialet i dette tilfælde ligeledes udgangspunkt i forskeren, hvorfra det vil udfolde sig, som jeg viser i dette afsnit. Denne tilgang kaldes *induktion*, eller “grounded theory” fordi tilgangens teorivalg tager afsæt i empirien: “Analysearbejdet består i at søge efter »indlejrede« begreber og forståelsesmæssige sammenhænge, som kan afdækkes i data-materialet” (Nielsen, 2007, 38).



Figur 8: Specialets metodiske induktive fremgangsmåde på den videnskabsteoretiske baggrund (egen model)

Konstruktivismens ontologiske relativitet betyder altså, at datamaterialet skal findes i den intersubjektive interaktion, hvor virkeligheden opleves og skabes. Følgelig udgør kvalitative data i form af interview specialets empiriske grundlag, da viden som bekendt opstår mennesker imellem (Gergen & Gergen, 2008b). En elementær forudsætning for en interaktion er, som også fremhæves af Berger og Luckmann: “Sproget, som vi her kan definere som et system over vokale tegn, er samfundets vigtigste tegnsystem” (Berger & Luckmann, 1966, 52). Således skal valg af teori i den induktive tilgang afgøres af empirien – og ikke omvendt – inden teorien anvendes på empirien i analysen. Der er altså gået en indsamling af empiri forud for specialets ovenstående teoridel. Denne beskrives i metodens førstedel og efterfølges af en del, hvor teoriens analysestrategi for empirien udlægges.

3.2.1 Indsamling af empiri

Som det vil blive beskrevet herunder, er specialets primære empiri og empiriske grundlag indsamlet gennem interview med fremtrædende personer fra danske nyhedsmedier. Til det har jeg udarbejdet den kvalitative metode med udgangspunkt i Steinar Kvale og Svend Brinkmanns præsentation af samme i *Interview – Det kvalitative forskningsinterview som håndværk* (2015). Med henblik på interviewpersonernes baggrund har jeg også ladet metoden drage inspiration fra Harriet Zuckermans *Interviewing an Ultra-Elite* (1972), der omhandler netop det at interviewe *eliten*. Efter en kort introduktion af interviewpersonerne og deres organisationer vil jeg redegøre nærmere for de metodiske overvejelser.

3.2.1.1 Interviewpersoner

Interviewperson	Titel	Organisation
Jørgen Ramskov	Ansvarshavende chefredaktør, Administrerende direktør	Radio24Syv
Lea Korsgaard	Ansvarshavende chefredaktør, Medstifter	Zetland
Poul Madsen	Ansvarshavende chefredaktør	Eksstra Bladet
Thomas Falbe & Hans Christian Kromann	Nyhedschef & Redaktionschef	DR
Christian Jensen	Ansvarshavende chefredaktør	Politiken
Jacob Nybroe	Ansvarshavende chefredaktør	Jyllands-Posten

Tabel 1: Interviewpersonernes titler og tilhørsforhold

Jf. medieansvarsloven skal der være en, der er juridisk ansvarlig for de journalistiske beslutninger for landsdækkende massemedier som radio, fjernsyn og tidsskrifter, der trykkes, mangfoldiggøres eller på anden måde udbredes til offentligheden (Medieansvarsloven). Typisk blandt større medier er det den ansvarshavende chefredaktør. I forbindelse med specialet har jeg haft samtaler med vedkommende for følgende medier i kronologisk rækkefølge; Radio24syv, Zetland, Ekstra Bladet, DR, Politiken og Jyllands-Posten.

Som en del af mediaaftalen mellem regeringen og dens samarbejdspartnere i 2010 blev det besluttet, at radiokanalen FM4 skulle sendes i udbud, og at der dermed skulle skabes konkurrence på public service-radio, som DR hidtil var eneste udbyder af (Kulturministeriet, 2010). Således opstod den licensfinansierede public service, endog privatejede (af Berlingske Media og People Group) radiostation Radio24syv i 2011. Det er en taleradio, der udover at følge de krav, som følger med licens og public service, skal levere satire, kultur- og debatstof (Radio24syv 1, u.å.). Jørgen Ramskov er uddannet journalist og er, udover sin rolle som ansvarshavende chefredaktør, også administrerende direktør for Radio24syv (Radio24syv 2, u.å.).

Betalingsmediet Zetland er i høj grad et produkt af den digitale tidsalder. Siden 2012 har man ved at publicere journalistiske singler i form af lange, velskrevne featurehistorier ønsket at skabe fremtidens kvalitetsmedie. Med Zetland Live introducerede de scenejournalistikken, hvor abonnenter har mulighed for at deltage og bidrage med idéer. I 2016 relancerede Zetland sig som modspillet til den øvrige danske presse "Danmarks nye, langsomme medie, der skærer gennem nyhedsstøjen ved at udkomme alle hverdage med få, gennemarbejdede artikler om tidens vigtigste begivenheder og strømninger: Alt, hvad du behøver vide. Ikke mere, end du kan nå at læse" (Zetland

1, u.å.). Foruden at være ansvarshavende chefredaktør og medstifter har Lea Korsgaard en bachelor i journalistik og en kandidat i mediesociologi (Kommunikationsforum, 2007).

Ekstra Bladet udspringer af Politiken og fik fra 1905 egen redaktion og dermed isoleret. Gennem årene har Ekstra Bladet været karakteriseret som "... samfundsrevseren og vagthunden i forhold til magthavere af enhver art" (Ekstra Bladet 1, u.å.). Ekstra Bladet udkommer 24 timer i døgnet, alle ugens dage – både online, på tv, i radio og på print med journalistik, "der går til kanten" (Ekstra Bladet 2, u.å.). Ekstra Bladet leverer gratis nyheder, men har også en betalingsproduktkanal med Ekstra Bladet+, hvor man kan erhverve sig et digitalt abonnement mod betaling (Ekstra Bladet 3, u.å.). Siden 2007 har Poul Madsen, "en mand der, alt efter hvem man taler med, er professionel og ambitiøs eller hæmningsløs og hensynsløs i jagten på at gøre Ekstra Bladet til landets førende formiddagsavis", været ansvarshavende chefredaktør for Ekstra Bladet. (Brovall, 2011).

Radioordningen blev grundlagt i 1925, og i 1927 blev Statsradiofonien landsdækkende, først senere fik det navnet Danmarks Radio, som siden 1996 blot kaldes DR (DR, 2011.). DR's formål er at samle, udfordre og oplyse Danmark (DR, 2017). Som Danmarks nationale public service-medie skal formidlingen ske i overensstemmelse med radio- og fjernsynsloven og dermed sikre befolkningen "et bredt udbud af programmer og tjenester omfattende nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning" (Bekendtgørelse, 2006). DR er desuden statsejet og finansieret af medielicens. Nyhedschef Thomas Falbe er nyhedsdirektør, Sandy Frenchs stedfortræder og ledsages i interviewet af redaktionschef for DR Nyheder Digital, Hans Christian Kromann.

Dagbladet Politiken udspringer af en radikal, socialliberal tradition og blev stiftet i 1884. Dengang udkom Politiken som "organet for den højeste oplysning i det danske folk" (Høy-Jensen, 2008). Siden 1970 har Politiken været uafhængig af politiske og økonomiske interesser, og målgruppen er af Politiken "defineret som de moderne fællesskabsorienterede" (JP/Politikens Hus, u.å.). Efter en fusion i 2003 er Politiken siden blevet udgivet med Ekstra Bladet og Jyllands-Posten af JP/Politikens Hus. Papiravisen udkommer både på hverdage og i weekenden, mens man på Pol.dk kan tilgå nyheder gratis eller via en betalingsabonnement for yderligere indhold. Christian Jensen er uddannet journalist og har siden 2016 været ansvarshavende chefredaktør på Politiken. Forinden besad han samme stilling hos Dagbladet Information.

Som det eneste af medvirkende medier, ligger Jyllands-Postens hovedsæde ikke i København, men i, som man kan forestille sig, Jylland, i Aarhus. Og hvad der startede med at være en regional avis, har i dag udviklet sig til at være en af landets største aviser. I 1871 blev Jyllands-Posten stiftet, af seks mænd, der var utilfredse med kvaliteten af de øvrige og "ønsket om kvalitet og

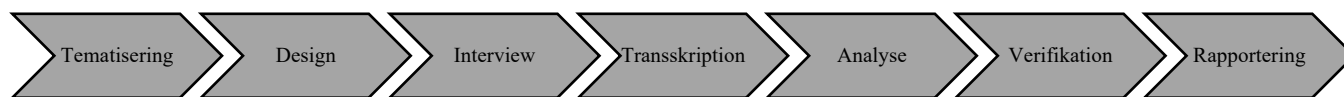
ambitionen om hver dag at lave en god, velredigeret og velskreven avis er i dag uændret” (Jyllands-Posten 1, u.å.). Jyllands-Postens karakteriserer sin mission “Som uafhængigt liberalt mediehus at formidle alle ytringer og holdninger, der udfordrer og styrker læsernes viden” (Jyllands-Posten 2, u.å.). Jacob Nybroe har været ansvarshavende chefredaktør siden 2016 og har en fortid som nyheds- og souschef på TV2 Nyhederne, hvor han bl.a. var med til at lancere TV2 Business (Tilitz, 2016).

3.2.1.2 Kvalitativ metode

Formålet med *det kvalitative forskningsinterview* er, jf. Kvale og Brinkmann, som dette afsnit er baseret på, at “forstå verden ud fra subjekternes synspunkter, udfolde betydningen af deres oplevelser og afdække deres levede verden forud for videnskabelige forklaringer” (Kvale & Brinkmann, 2015, 19). Begrebet *subjekt* anvendes for at illustrere, at interviewpersonerne ikke er *objekter*, men i stedet opfattes som individer, der aktivt deltager i meningsskabelse, og yderligere forklarer subjektivitetsbegrebet fra socialkonstruktivismen ikke kun, hvordan de medvirker, men også hvordan denne mening er individuel fra person til person. Endvidere indikerer begrebet et magtforhold, hvor subjektet underkastes diskurser, magtrelationer og ideologier, som ligeledes påvirker, hvad subjektet taler om og på hvilken måde (Kvale & Brinkmann, 2015). Desuden skal interviewpersonerne forstås som *informanter* og ikke *respondenter*, da informanten ikke udelukkende anses for at være svarleverandør, men også har mulighed for at påvirke interviewforløbet, i modsætning til ved et kvantitativt interview (Andersen & Lund, 2009).

Jeg har valgt at benytte det semistrukturerede interview, der betragtes som ustruktureret og ikke-standardiseret, og foretager dermed flere metodiske beslutninger i selve interviewsituationen. Det skyldes, at jeg tilstræber en struktur, der nærmer sig en *hverdagssamtale* med fri spontanitet, men stadig rummer en bestemt tilgang og spørgeteknik for at opretholde et professionelt interview (Kvale & Brinkmann, 2015). På den måde fungerer interviewet som en proces, hvor interviewer og informant sammen, gennem den fælles, sociale relation frembringer viden. Dette understøtter også det konstruktivistiske epistemologi, hvor viden opstår intersubjektivt i interaktionen mellem individer, og de bearbejder deres virkelighed. Det er ligeledes i overensstemmelse med den induktive tilgang, hvor et dybdegående empirisk grundlag er afsættet for ny viden.

3.2.1.2.1 Interviewet



Figur 9: Illustration af Kvale og Brinkmanns faser for kvalitative interview (egen model)

Som det fremgår af Figur 9, skal man i forbindelse med interview tage hensyn til flere faser, der er forbundet som en serie, for at få det optimale ud af sine kvalitative data – alt lige fra de indledende forberedelser til den endelige rapportering, altså dette speciale. Den indledende forberedelse fremhæves som essentiel, da der i denne fase skal gøres research og tilrettelægges interview (Kvale og Brinkmann, 2015). Med andre ord, det er nemmere at sikre den optimale empiri under forberedelsen, altså tematisering og design, end bagefter. Selvfølgelig er der også selve interviewfasen, men eftersom det er semistruktureret, er kontrollen begrænset. Jeg har derfor udarbejdet spørgeark for i så høj grad som muligt at holde fokus på de relevante emner og have den rette progression i samtalen. Idet jeg benytter semistrukturerede interview, bliver flere spørgsmål naturligt tilpasset og flettet ind i samtalen, hvorfor de ikke nødvendigvis afspejler interviewguiden i formulering, men substans. Som det fremgår, er spørgearkene ikke ens, fordi det ikke er hensigten at sammenholde svar til identiske spørgsmål, og fordi de varierende samtalepartnere gør hver situation unik med et konstruktivistiske ståsted. Derfor har jeg udarbejdet ét spørgeark pr. interviewperson (Bilag 1-6). De er baseret på hver deres interviewguide (Bilag 7-12). Udover spørgearkets formulering fremgår også de underliggende forskningsspørgsmål, som altså ikke er spørgsmålene, der stilles i interviewet, selvom de grundlæggende er magen til, blot formuleret i akademiske udtryk, hvor hensigten er mere eksplicit. Det er de spørgsmål, jeg gik ind til samtalen med, baseret på min egen akademiske baggrund. Fordi spørgsmålenes baggrund er den samme, og interviewet først tilpasses, når der kommer en anden part, ses det også, at de alle tager samme udgangspunkt – en generisk, fælles interviewguide (Bilag 13). Der hvor interview afviger den generiske interviewguide, er markeret med en asterisk. Min induktive tilgangsvinkel er også styrende ift. interviewguidens opbygning. Spørgsmålene dækker de overordnede temaer, som repræsenterer de emner, som min forforståelse og begrænsede viden om feltet fastlog som de mest iøjnefaldende perspektiver at italesætte (Kvale & Brinkmann, 2015). Dette frembringer et godt overblik og sikrer, at interviewspørgsmålene også er relevante for undersøgelsen. Interviewguiden inklusiv *tematiske* og *dynamiske underspørgsmål* er således inddelt i fire overordnede sektioner, som i kronologisk rækkefølge diskuteres: mediernes rolle i samfundet, medieudvikling, nyhedsbilledet og en sammenfattende del, der sammenholder mediernes rolle i samfundet med medieudviklingen og nyhedsbilledet. De tematiske interviewspørgsmål bidrager til en øget

produktion af viden inden for ovennævnte sektioner, mens de dynamiske spørgsmål fokuserer på den interpersonelle relation og dermed stimulerer interaktionselementet i min konstruktivistiske tilgang (Kvale & Brinkmann, 2015). Man kan sige, at de tematiske spørgsmål er interviewets *hvad* og bidrager til teoretiske indlejringer i samtalen, mens de dynamiske spørgsmål er *hvordan*, og anvendes til at fremme konstruktionen af en relation. Generelt for gode relationer gælder det, at førstehåndsindtryk er godt. Det gælder også mht. interview, hvorfor de første minutter af interviewet er afgørende for det videre forløb. Jeg forsøger fra begyndelsen at skabe en positiv kontakt, så informanten kan tale frit og afslappet. Typisk skal man et stykke ind i et interview, før kontakten er helt etableret, og informanten for alvor begynder at dele, derfor skal man heller ikke lægge ud med de vigtige spørgsmål, men inden da oparbejde *report*, eller tillid (Kvale & Brinkmann, 2015). Jeg indleder således interviewet med en *briefing*, der indeholder redegørelse af formål, kontekst og eventuelle afklaringer ift. lydoptagelse, anonymitet eller mulige spørgsmål fra informantens side. Dette er sket ved samtlige interview, men da det nogle af gangene er foretaget forud for lydoptagelsens start, fremgår det ikke af transskriptionen (Bilag 14-19).

Den sidste sektion af interviewguiden fungerer som en *debriefing*, hvor jeg afrundende sammenfatter hovedpointerne fra samtalen, således at informanten har mulighed for at kommentere på "konklusionerne" og samtalen generelt (Kvale & Brinkmann, 2015). I nogle interview fortsætter debriefing efter lydoptagelsen stopper, hvorfor de heller ikke nødvendigvis fremstår i helhed i transskriptionerne.

3.2.1.2.2 Eliten som empiri

Da interviewpersonerne tilhører *eliten*, på mere end én måde – hvilket vil fremgå af det følgende – er det hertil relevant at inddrage Harriet Zuckermans betragtninger om at interviewe netop denne gruppe af personer. Zuckermans metoder og teknikker stammer fra interview med modtagere af Nobelprisen inden for videnskaberne, som hun definerede begrebet *eliten* ud fra: "[They] As a whole occupy a position in the topmost stratum, as defined both by fellow scientists and by the public at large" (Zuckerman, 1972, 160). Siden er hendes strategier og taktikker blevet brugt i andre undersøgelser baseret på interview med andre personer med indflydelse, prestige og magt i den institutionelle sfære, og elitebegrebet har nu en bredere anvendelighed (Zuckerman, 1972). Derfor vil jeg argumentere for, at de medvirkende personer med deres roller ligeledes er en del af *eliten* inden for den danske mediebranche, såvel som samfundet, hvis man tænker på mediebranchens indflydelse, prestige og magt i samfundet. Man kan endda sige, at de er med til at sætte dagsordenen, og ydermere har det overordnede ansvar for de journalistiske beslutninger, der træffes for det pågældende medie. Derfor er

refleksioner om ekspertinterview relevante at tage med i min metodiske anvendelse i specialet, hvor man kan betragte informanter som en del af “ultra-eliten”.

“Top elites are unwilling to devote time that otherwise might be fruitfully spent to projects they consider trivial” (Zuckerman, 1972, 165). Dette tillægger forberedelsen endnu større vigtighed, da en samtale altså skal præsenteres som et tilbud og en forespørgsel, de medvirkende gider bruge deres tid på. Til det indhentede jeg bl.a. statistik og analyser om medieudvikling, som illustrerede specialets formål på en måde, som er relevant for nyhedsmedier, da jeg kontaktede interviewpersonerne over mail. Ligesom interviewguiden blev mailen individuelt tilpasset til organisationen og informanten, for yderligere at indikere interessen i dem, og ikke hvem som helst. Et aspekt hertil var bl.a. at læse om informantens egen baggrund, hvilket ligeledes viste sig brugbart i interviewsituationen, hvor det åbnede for interessante vinkler og forstørrede udbyttet. Dette hjælper yderligere i etableringen af en god relation, som Zuckerman også påpeger: “It is prosaic but true that most respondents, and ultra-elites in particular, appreciate being treated as individuals. Standardized interviewing is less effective than procedures designed with the competence of top elites in mind” (Zuckerman, 1972, 174).

Et andet aspekt af interviewpersonerne som elite ligger i deres baggrund, eller sekundær socialisering, om man vil. De er alle uddannede journalister eller inden for journalistik og har givetvis erfaring og talent for faget og stor indsigt i feltet. Dette betyder også, at de alle har en vis forståelse for fagets greb og værktøjer, som i dette tilfælde betyder, at de er mig overlegne i interviewmetoder. Informanterne kan, grundet egen ekspertise, således manipulere med mig som interviewer – ikke kun med hensyn til indhold, men også med hensyn på at kontrollere interviewets struktur og retning (Zuckerman, 1972). Jeg forsøger at minimere manipulation ved ikke at maskere specialets formål som relevant for begge parter, og i vores begges interesse at gå så ærligt til værks som muligt. Ved at lægge vægt på interessen i den pågældende persons viden qua sin rolle og person, skal de have opfattelsen af, at interviewet ikke er magen til dem, de ellers giver, hvor en mere defensiv indgangsvinkel vil være naturlig.

3.2.1.3 Datas troværdighed

For at dokumentere specialets empiriske ægthed, er alle interview vedlagt i bilagene, samt uploadet som lydfiler (Bilag 14-19). Det skal dog nævnes, at jeg ikke fundet det relevant at transskribere interview ordret, det skal man høre lydfilerne for. Jeg har tilføjet sproglige rettelser, udeladt halvfærdige sætninger samt markeringen af latter og pauser, ligesom andre lyde heller ikke inkluderes, da alt dette i den sammenhæng, det anvendes, blot ville skabe mere forvirring end klarhed. Ét interview, Zetland,

blev foretaget pr. telefon, mens der i et andet, Jyllands-Posten, blev brugt kropssprog, men som konstruktivist er jeg mere optaget af, *hvad* informanternes betragtninger, holdninger og indsigter er, end *hvordan* disse blev overført. Derfor har jeg gengivet deres informationer så tæt som muligt på informationen, i flere tilfælde tættere end på ordlyden. Selvsagt har jeg ikke truffet nogle uetiske beslutninger i min transskription, og udskriften ligger mestendels eksakt oven på lydfilen. Selv de få afvigelser, ligger skrift og lyd tæt på hinanden.

Til at fastslå troværdigheden af den fremlagte empiri ved undersøgelser nævner Kvale og Brinkmann *reliabilitet* og *validitet*. Til at måle kvaliteten af specialet skeler man til dets validitet, hvormed der menes “the extent to which our observations indeed reflect the phenomena or variables of interest to us” (Pervin, 1984, 48). Med andre ord menes der med validitet, hvorledes metoden rent faktisk viser det, som er intentionen, hvilket hjælper med at sige noget om sandheden, rigtigheden og styrken af undersøgelsen – og dermed at vurdere, hvorvidt gyldigheden er korrekt ræsonneret på baggrund af sine præmisser. I denne kvalitative undersøgelse gennemsyrrer validering hele forskningsprocessen. Dette sikrer, at undersøgelsen fører til gyldig videnskabelig viden (Kvale & Brinkmann, 2015). Med henblik på at sikre validiteten og troværdigheden af specialet har jeg, som det ses, været grundig med at klarlægge designet for den empiriske indsamling, ligesom de udførte interview er yderst velforberedte og gennemtænkte (Nielsen, 2007). Kombinationen af ovenstående metodevalg har således bidraget til en elementær validitet af undersøgelsen, da jeg har opnået et gennemgribende kendskab til det undersøgte område inden for den ønskede kontekst, hvilket ville være vanskelig at opnå med andre metodiske rammer.

Reliabilitet henviser til konsistensen i den producerede viden, samt hvorledes undersøgelsen kan repliceres på et andet tidspunkt af andre forskere (Kvale & Brinkmann, 2015). Dokumentationsmaterialets omfang taler for empiriens pålidelighed (Nielsen, 2007). Ift. generaliserbarheden af undersøgelsen kan man sige, at enhver person ville kunne gennemføre de samme metodiske skridt, som jeg har foretaget, så som at udføre interviewet. Reliabilitet har dog ikke været det centrale ved udarbejdelsen af specialets metode, da “en stærk vægt på reliabilitet [kan] modvirke kreative fornyelser og variabilitet. Disse har bedre betingelser, når interviewere får lov til at følge deres egen interviewstil, improvisere undervejs og følge op på lovende nye indfald” (Kvale & Brinkmann, 2015, 318). Ydermere betyder forskeren også noget i det konstruktivistiske perspektiv, idet jeg er præget af min forforståelse, som påvirker min dannelse af viden. En anden som forsker ville have et andet udgangspunkt og utvivlsomt komme frem til andre ting. Dette gør replikation umulig, men det kan tilnærmes, eftersom den interviewende part står for minimal “empiri-

produktion”. Det samme interview kunne aldrig afvikles en gang til, da det er semistruktureret og afhænger af mange variable. Desuden man skal tage højde for, at informanternes oplevelse kan være en anden – på trods af samme metodiske fremgangsmåde, da denne kan nå at ændre sig, fra den indsamles, til den bliver rapporteret. Så tidselementet vil altid være en udfordring for undersøgelser med denne form for kvalitative data. Det følgende afsnit kan således også ses som yderligere initiativ for at højne specialets reliabilitet, validitet og troværdighed, da jeg her udlægger, hvordan jeg processerer empirien.

3.2.2 Analysestrategi

I dette afsnit forklares hvordan specialet samler problemstilling, empiri og teori i analysen. Valget af systemteori er sket på gennem den induktive tilgang, hvor jeg har jeg studeret empirien med min videnskabsteoretiske linse, konstruktivisme, og valgt den teori, der metodisk kan besvare problemstillingen ud fra det tilgængelige datagrundlag (Nielsen, 2007). Således er teorivalget *grounded* i empirien og understøtter den naturlige progression i specialets metodik. For udvælgelse af teori, henviser jeg til specialets teorisektion.

Gennem et systemteoretisk analyseapparat kommer det empiriske grundlag i et konstruktivistisk perspektiv til at fremstå som kommunikationen i et system. Og ved at have fokus på mediernes rolle i samfundet, bliver al kommunikationen funktionsorienteret, og altså har vi med funktionssystemer at gøre. Gennem kommunikationen vil jeg således forklare hvordan den teknologiske udvikling har påvirket det medieerne, som et funktionssystem i Luhmanns perspektiv.

3.2.2.1 Systemteoretisk metode

Trods navnet kræver systemteoretisk metode ikke et skema, som er indrettet systematisk, og som skal følges slavisk. Luhmann selv anbefaler at anvende teorien i forbindelse med empiriske undersøgelser, da dette er de mest frugtbare forhold til at producere ny viden (Luhmann, 2000). Det betyder også, at systemteorien anvendes i undersøgelser af meget varierende karakter, eksempelvis som det ses i samlingen af systemteoretiske analyser, *Luhmann anvendt* (Rasmussen, 2002). Det giver altså ikke mening at tale om systemteorien som ét værktøj.

“Men er systemteorien et værktøj, så er den et meget plastisk værktøj. Snarere end et klart afgrænset værktøj, er den et omfattende tilbud om analysestrategier, begreber, beskrivelser og problemstillinger, som man som analytiker kan lade sig

inspirere af. Empiriske analyser i et systemteoretisk perspektiv er derfor også som regel en kombination af anvendelse og tilegnelse af teorien”

(Harste & Knudsen, 2014, 10)

Selvom jeg har at gøre med en teori, som består af fast definerede begreber – flere af dem inkluderet i teordelens redegørelse – er teorien flydende og præsenterer sig forskelligt afhængig af den kontekst, man som forsker placerer den i.

For at studere dette, konstruerede massemediesystem, er der kun én ting at observere: kommunikation. “Den basale proces i sociale systemer, den proces, der producerer de elementer, som disse systemer består af, kan under disse omstændigheder kun være kommunikation” (Luhmann, 2000, 179). Man kan sige, at systemteoriens ontologi er kommunikation. Man kan ikke observere et systems handlinger, da der altid vil gå kommunikation forud for en handling, som altså vil være et resultat af dette. Det er i dette tilfælde de kommunikative operationer i nyhedsprogrammet af massemediesystemet, der udgør genstandsfeltet. Kommunikative handlinger kan være alt fra eksplicitte italesættelser til implicitte hentydninger eller skildringer. Kommunikation er som bekendt baseret på mening, og altså har al kommunikation mening.

“Man kan derfor ikke forstå kommunikationsprocessen fuldstændigt, hvis man ikke ser andet end rækken af meddelelser, hvor den ene udlæser den anden. I kommunikationen indgår altid også selektiviteten i det meddelte, i informationen, og i forståelsen, og netop differencerne, som muliggør denne enhed, udgør kommunikationens væsen”

(Luhmann, 2000, 206)

Sociale systemers autopoiesis ligger dermed også i kommunikationen, altså systemets reproduktion af sig selv, pga. dets operative lukkethed. For at opretholde systemet må al kommunikationen indeholde differencer, der adskiller system og omverden. Altså kan jeg – gennem det udsnit af nyhedsprogrammet, jeg har talt med – identificere system/omverdenen-differencer og dermed konstruere en enhed ved blot at forstå *meningen* i mine interview: “Selv hvis en kommunikation bliver forstået af dem, som den retter sig mod, er det ikke sikkert, at den også antages og bekræftes. Tværtimod: »Ethvert udtalt ord fremprovokerer den modsatte mening«” (Luhmann, 2000, 200). Hvad der for interviewpersonerne virker som (selv)beskrivelse af deres rolle i samfundet, kan i denne forstand anskues som en skelnen mellem identitet og difference, og medvirker til at undersøgelsen konstruerer funktionssystemets selviagttagelse. Eller med andre ord:

“Denne systemets rudimentære selviagttagelse på niveauet for dets operationer bliver til selvbeskrivelse, hvis den producerer semantiske artefakter, som yderligere kommunikation kan relateres til, og som systemets enhed kan betegnes med”

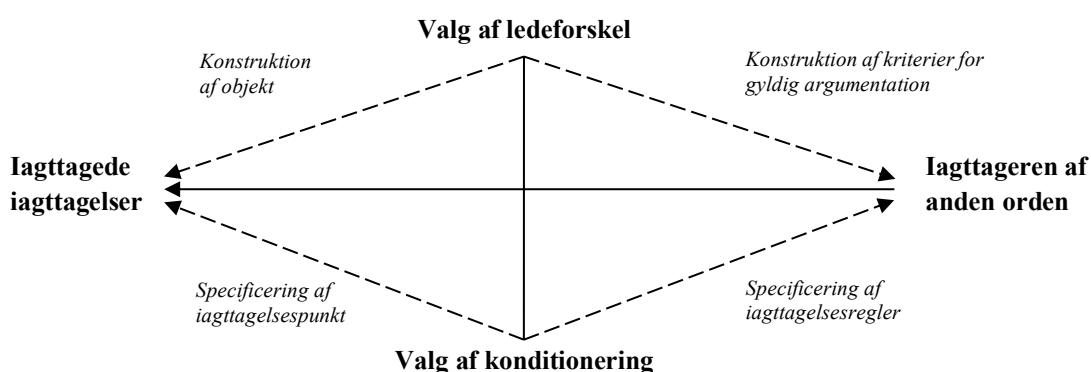
(Luhmann, 2000, 521)

Interviewene kommer altså til at medvirke til systemets kommunikative autopoiesis ved at være en del af den kontinuerlige selvdefinition. For at observere kommunikation er det nødvendigt, at der er en iagttagelse. Eller rettere andenordensiagttagelse, hvor man ikke betragter systemer som iagttagede, men som iagttagende: “Altså iagttagelsen af det iagttagne, hvilket skyldes, at al iagttagelse inden for rammerne af en lukket systemforståelse er knyttet til og afhængig af iagttageren” (Rasmussen, 2002, 12). Hvor man normalt vil tale om simple iagttagelser som *selviagttagelse* eller *fremmediagttagelse*, er dette altså en fremmediagttagelse af en selviagttagelse: “Iagttageren kan optræde to gange: som fremmediagttager, der ser at et andet system iagttager sig selv, eller som selviagttager, det vil sige som en, der iagttager sig selv, relaterer sig selv til sig selv, siger noget om sig selv” (Luhmann, 2007, 84). Her henter jeg inspiration fra det, Ole Thyssen kalder *erkendelsens trekant* (Thyssen, 2006). Han beskriver denne form for *triangulære erkendelse* således: “Trekantens spidser er en iagttager, som kan kaldes Jeg, en anden iagttager, som kan kaldes Du, og en iagttaget verden, som kan kaldes Det” (Thyssen, 2006, 56). Dette følger også Luhmanns devise “jeg ser noget, som du ikke ser”, eller “man kan ikke se, hvad man ikke ser, når man ser, hvad man ser” som det lidt mere snørklet forklares (Schuldt, 2006, 9 og 16). I mit speciale kan man således sige, at Det som Du iagttager er Du selv. Det skyldes, som Luhmann-citatet i videnskabsteoridelen påpeger, at systemteorien har indtaget “eksplosivstoffet” selvreference, hvilket betyder at al iagttagelse gøres med udgangspunkt i selvet. Her beskæftiger jeg mig med *refleksion*, som jf. Luhmann er det højeste niveau inden for selvreference og “er et begreb, der dækker over, hvordan sociale systemer tematiserer og beskriver sig selv” (Tække, 2007, 123).

3.2.2.2 Systemteori operationaliseret

Groft sagt kan analysestrategien beskrives som en identitetsanalyse på et kollektiv baseret på difference i den selvreferentielle kommunikation. Eller bare systemteoretisk analyse. Ved at tilgå interview som data, der alt sammen kommer fra det samme system, bliver fokus for analysen at fremhæve de meningssammenhænge internt i systemet. Men da man i seks forskellige interview kan finde forskellige udsagn om samme emne, endda nogle som vil være indbyrdes modstridende, handler det ikke om at forkaste disse uoverensstemmelser. “Også et paradoks har mening. Kun sådan er logik overhovedet mulig. Ellers ville man ved den første den bedste modsigelse falde i et meningshul og

forsvinde” (Luhmann, 2000, 135). Paradoxer falsificerer altså ikke hinanden og behøver således ikke at betyde, at hele analysen skal forkastes. Man kan kalde det *lokale meningsstykker*. Inden for systemer skal alt altså ikke være identisk for at opretholde systemets autopoiesis. Spørgsmålet er derfor snarere, hvor udstrakt uniformiteten er. Eller rettere hvor høj graden af “*kondensering af forventninger former*” er (Andersen, 2014, 62). Dermed kan man ud fra de former, der ligger i kommunikationen, se, om den udtrykte forventning er en *norm* i det pågældende system, hvis det fremgår generelt i systemets adfærdsforventninger. Begge begreber forklares i teoridelen, forventningsstrukturerne er indlejret i de former, som Spencer-Brown brugte til at definere, hvad var systemets funktion, altså ydelse til dets omverden gennem sine delsystemer. I empirien leder jeg altså efter de distinktioner, interviewpersonerne kommer med, for at kunne forklare, hvad de som system yder, hvordan de gør det og hvorfor. Det er muligt at udvinde mening fra deres udsagn, da en form altid vil være implicit: “forståelse er praktisk talt altid en misforståelse uden forståelse af mis’et” (Luhmann, 2002, 122).



Figur 10: Gengivelse af Andersen, 2014, 43

Jeg baserer min systemteoretiske erkendelsesteori på Niels Åkerstrøm Andersens semantiske analysestrategi, da den er den grundlæggende analyse for systemanalysen, og “det primært er gennem semantiske analyser, at det systemteoretiske arbejde får sin empiriske forankring og følsomhed” (Andersen, 2014, 45). Analysen hedder, som den gør, fordi man her skelner mellem semantik og mening, altså hvordan mening skabes gennem bestemte begreber, hvorfor den også passer ideelt til det empiriske grundlag. Som det ses i Figur 10, skal man som iagttager af anden orden tage højde for *konditionering* og *ledeforskel* for at kunne iagttage de iagttagnes iagttagelser. “Konditionering skaber analysestrategiens empirifølsomhed og består i fastlæggelse af betingelser for, hvornår hvilken side af ledeforskellen kan markeres” (Andersen, 2014, 44). Den tohovedede pil indikerer forholdet mellem konditioneringen og ledeforskellen, eller lededifferencen. Denne er den difference, eller

distinktion, man gør i analysen. I dette tilfælde vil det være system/omverden-distinktionen, da ønsket som bekendt er at undersøge systemets refleksion, altså hvordan det tematiserer og beskriver sig selv, og “Kun inden for denne difference er det muligt at tematisere enten systemet eller omverdenen og derigennem den kompleksitet, der betegnes som system eller som omverden, som enhed” (Luhmann, 2000, 520). Denne konditionering og lededifference betyder:

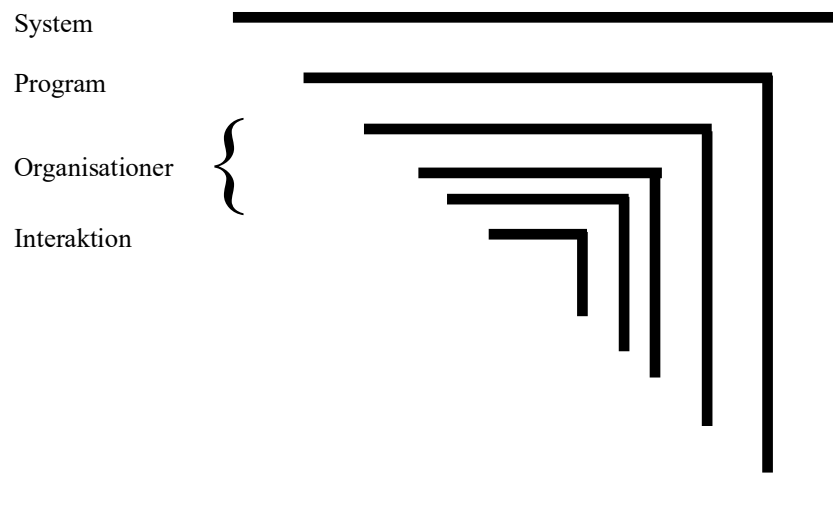
“Vi kommer til at kigge på et systems iagttagelser som nogle, der enten refererer til systemet selv eller til systemet omverden. Vort blik bliver dirigeret i retning af altid at se, hvordan det iagttagende system kløver verden i sig selv og i sin omverden, når det iagttager, d.v.s. hvordan det iagttagende system bliver til i sin skelnen mellem system og omverden”

(Andersen, 1999, 115).

Desuden er det vigtigt at vælge en *systemreference*, eller et *iagttagelsespunkt*. “Det gør en vigtig forskel for andens [*sic*] ordens iagttagelserne, om man iagttager en kommunikation med fx interaktionen, organisationen eller samfundet som sin systemreference” (Andersen, 2014, 44). Det står på nuværende tidspunkt klart, at systemreferencen for min iagttagelse er massemediesystemet, eftersom jeg har brugt hele metodedelen på at konstruere denne som enhed. Jeg kan derfor heller ikke styre interviewpersonernes systemreference mere, end jeg forsøger gennem de spørgsmål og teknikker, jeg anvender i interviewsituationen. Eftersom det ikke er til at kontrollere, hvor deres systemreference er, og at den forbliver det samme, har jeg udviklet *selvreferencemodellen* til at filtrere kommunikationen efter interviewpersonens systemreference på det pågældende tidspunkt. Den skal ses som analysens *framework*.

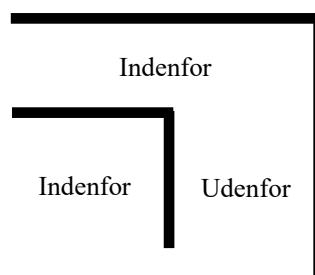
3.2.2.3 Selvreferencemodellen

Det er en præmis for selvreference, at al iagttagelse tager udgangspunkt i iagttageren. Selvreference betyder derfor ikke kun, at jeg kun kan bestemme mit eget iagttagelsespunkt, og kun har begrænset indflydelse på interviewpersonernes muligvis skiftende iagttagelsespunkt. Det kræver også, at jeg anerkender min position som iagttager, og betyder dermed, at jeg som forsker selv må indtræde i ligningen, således at jeg er min selvreference bevidst.



Figur 11: Systemets uddifferentiering – Interviewpersonens selvreferencer (egen model)

Man kan således sige, at jeg foretager dataindsamlingen, mødet med interviewpersonerne i et interaktionssystem, den allermest nærværende systemdannelse af Luhmanns systemer, som i Figur 11. “Enhver social kontakt bliver forstået som system, hele vejen op til samfundet, der forstås som den samlede hensyntagen til alle mulige kontakter” (Luhmann, 2000, 51). Så, som det ses i Figur 12, selvom systemet er specialets systemreference, kan interviewpersonen selv trække sin reference til de andre organisatoriske muligheder, vedkommende relaterer sig til. “Et hvilket som helst »udenfor« er derfor altid allerede et »indenfor«. Arbejdet med at definere et »udenfor« sker »indenfor« og bevæger sig sådan set aldrig »udenfor«” (Andersen, 2014, 67).



Figur 12: Gengivelse af Andersen, 2014, 67

Som nævnt forsøger jeg med interviewet, og med min ramme værende systemet, at fokusere denne *udenforgørelse indenfor*, men system/omverden-differencen kan skifte mellem de forskellige uddifferentieringer, delsystemer og systemdannelser i systemet. Grunden til, at det bliver i systemet, er systemets forventningsstruktur. Selvom jeg møder eksempelvis personen Poul Madsen, og møder ham på hans kontor på Rådhuspladsen til en samtale om medierne, afholder intet ham fra at trække en selvreference til hans rolle som forælder eller forbruger. Men da interviewpersonerne er markante

bidragsydere til massemediesystemets og dets nyhedsprogram givet deres fremtrædende roller pga. systemets selvforstærkende autopoiesis, vil virkningen af interviewet italesætte netop de adfærdsforventninger, der stilles til dem. Det værende som rolle eller program.

“Da man som individ er omverden til en mængde sociale systemer (familien, arbejdet, skolen, idrætsklubben osv.), må man reflekteret kunne skelne systemerne fra hinanden, og støjrit bidrage korrekt i forhold til deres forskellige meningsgrænser, samt i forhold til de roller, der er forventning til, man spiller i dem hver især”

(Tække, 2007, 122)

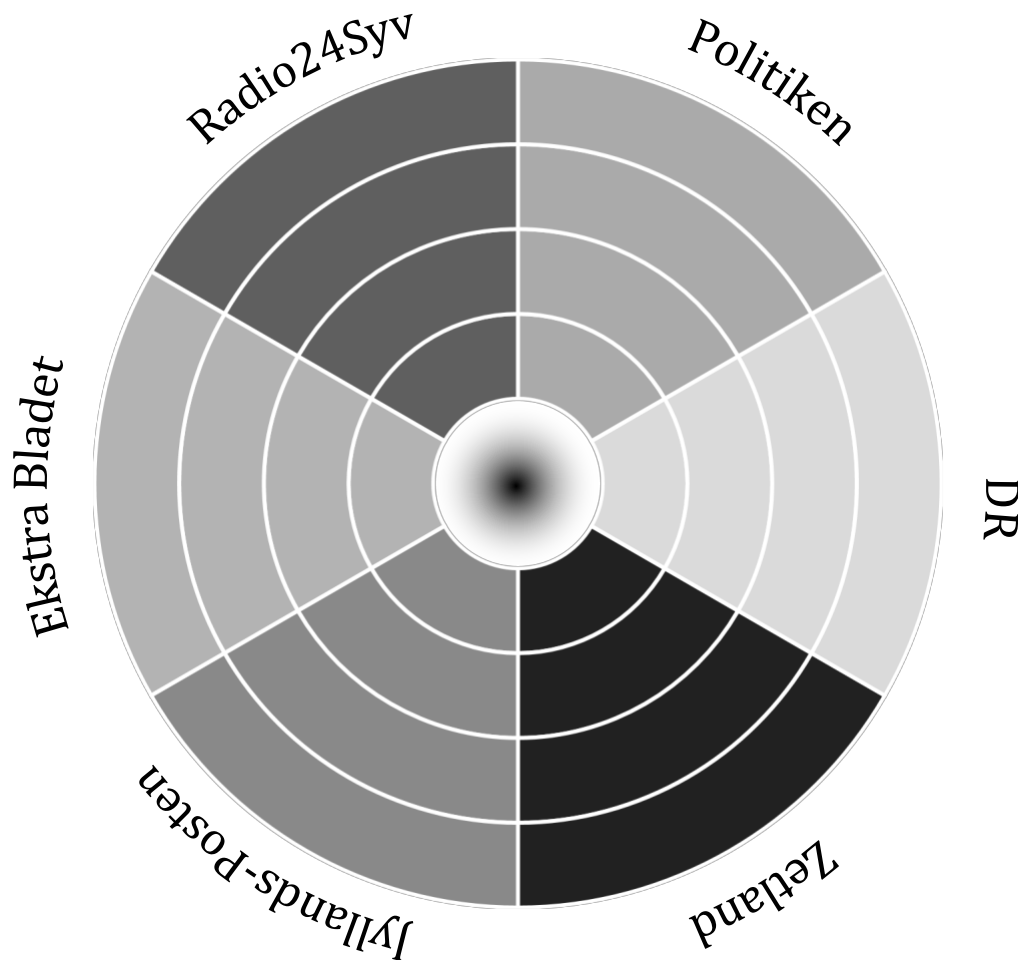
Selvom interviewpersonerne ikke trækker selvreferencerne uden for massemediesystemet, indbyder samtalerne og spørgsmålne, som netop motiverer system-omverden distinktionen, altså til mere end én selvreference. Således er det et spørgsmål om, hvor vedkommende trækker selvreferencen til, men typisk vil dette være foranlediget af den implicite forskel, spørgsmålet bruger. Til at illustrere dette har jeg udviklet *selvreferencemodellen*, som kombinerer adfærdsforventningerne; personer, roller, programmer, systemer med systemdannelserne; interaktionssystemer, organisationssystemer, samfundssystemet; som undersystemer i funktionssystemet massemedierne.

Systemdannelser	Interaktioner		Organisationer			Samfund
Adfærdsforventninger	Person	Rolle	Programmer			Værdier
Selvreference	Person	Rolle*	Organisation	Program	System	Omverden
Iagttagere	Lea Korsgaard	†,•	Zetland	Nyheder	Massmedierne	Samfundet
	Jørgen Ramskov	†,°	Radio24syv			
	Poul Madsen	†	Ekstra Bladet			
	Thomas Falbe & Hans Christian Kromann	‡ & §	DR			
	Christian Jensen	†	Politiken			
	Jacob Nybroe	†	Jyllands-Posten			

*Roller: †: Ansvarshavende chefredaktør; ‡: Nyhedschef; §: Redaktionschef; •: Medstifter; °: Administrerende direktør

Tabel 2: Skematisk opstilling af selvreferencemodellen (egen model)

Som det fremgår af tabel 3, kan der trækkes selvreferencer til forskellige adfærdsforventninger og systemdannelser, interviewpersonerne indgår i. Specifikt interesserer jeg mig her for niveauerne organisation, program og system, da rollen blot er den del af personen, der har relevans i det omfang, som kvalificerer dem til den rolle, de altså besidder i organisationen, hvorfor denne ville være dobbelt, hvis den medregnedes.



Figur 13: Selvreferencemodellen (egen model)

I den visuelle opstilling af modellen, Figur 13, er de fire selvreferencer således inddelt i niveauer ind- og udad. Kernen repræsenterer således mig, forskeren eller iagttageren, hvor undersøgelsens iagttagelse af det selviagttagende system går fra. Således er den inderste systemvæg interaktionen, mødet mellem iagttagere og system. Derudfra går distinktionerne system/omverden, afhængigt af den systemreference personen trækker i øjeblikket, helt ud til den yderste væg, hvor systemet slutter, og omverdenen, samfundet, *er*. Organisationernes navne indikerer referenceretningen, at kolonnerne fra tabellen her er rækker og omvendt, så referencerne fra den enkelte person kan kun trækkes inden for niveauerne i de tragtliggende siloer, kolonnerne.

A large, bold white number '4' is centered on the left side of the page. It is overlaid on a complex network diagram. The network consists of numerous circular nodes of varying sizes, connected by thin lines. The nodes are colored in a gradient: dark purple at the top, transitioning through blue to light blue at the bottom. The network is shaped like a dome or a bowl, with the base at the bottom. In the background, a faint, light gray map of the world is visible, showing the continents. The overall background is a solid light gray.

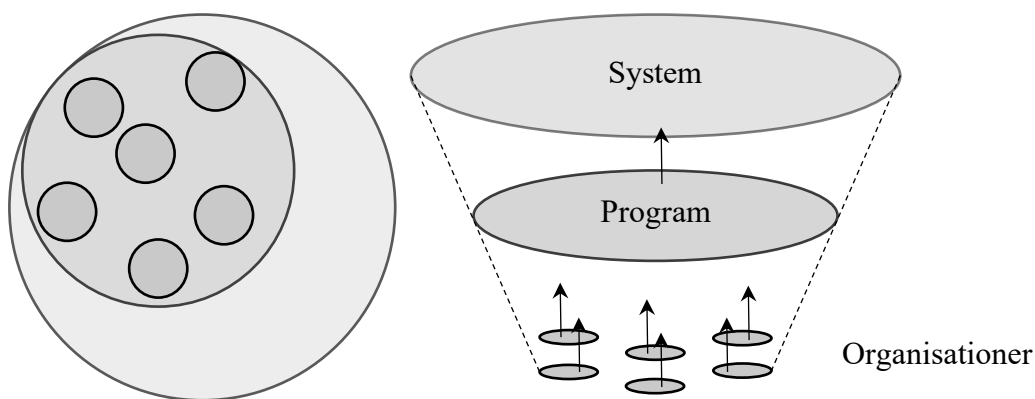
4

Analyseresultater

4 Analyseresultater

I denne sektion gennemgås resultaterne af systemanalysen – undersøgelsen foretaget på baggrund af specialets metodologiske udgangspunkt forklaret ovenfor. Eftersom analysen tager udgangspunkt i Luhmanns systemteori, beskæftiger den sig med konstruktionen af de forskellige systemer, jeg har identificeret vha. interviewpersonernes selvreferencer. Referencer vil derfor ligeledes henviser til bilagene 14-19 via mediets navn. Gennem selvreferencemodellen (se Figur 13) analyserer jeg den autopoietiske kommunikation, der konstant definerer et afgrænset system fra dets omverden gennem former, altså distinktioner. Kommunikationen skal som bekendt findes i interaktionen – her interviewsituationen – mens adfærdsforventningerne, som kommer til udtryk, kan relatere sig til selvreferencer i systemer længere ude. Derfor sker konstruktionen indefra udad.

Som forventet peger ingen af interviewpersonerne på adfærdsforventninger til deres *person*. Flere af interviewpersonerne, som alle er væsentlige stemmer i systemet, nævner ligesom Lea Korsgaard, Zetlands toneangivende medstifter, ingen særlig afhængighed fra system til hende på dette niveau. De referencer til forventninger, der befinder sig på det inderste niveau, er i deres tilknytning til systemet som *roller*. Disse har de dog hverken fra *system-* eller *program-plan*, men alene i kraft af den *organisation*, de tilhører. Politikens chefredaktør, Christian Jensen, opsummerer fint denne person- og rolle-uaafhængighed: “Det er min og vores opgave og den til alle tiders siddende ledelse og medarbejdere på Politiken at lave nye fortolkninger til nye tider af det, der var og er idéen med Politiken” (Politiken, 241).



Figur 14: Organisationers selvreferentielle konstruktion af programmer og systemer

Derfor vil analysen altså beskæftige sig med organisation som det inderste niveau. I praksis betyder det, at analysen præsenterer indefra-udad-konstruktionen i et perspektiv nedefra og op, som det ses til højre i Figur 14. Lagene skal forstås som intern uddifferentiering, som figuren viser til venstre, og må ikke forstås adskilt, men blot som en delmængde af det omkringliggende – delsystemer så at sige.

Systemanalysen struktureres derfor også efter de forskellige selvreferencer: Første del tager afsæt i differencen organisation/omverden og identificerer de mulige konstruktioner af organisationer i programmet. Anden del tager således afsæt i differencen program/omverden, ligesom Luhmanns eget nyhedsprogram, og kortlægger dennes udvikling siden. Tredje del tager sit afsæt i differencen system/omverden, hvor massemediesystemet generelt studeres, herunder nyhedsprogrammet koblinger uden for system såvel som dets forhold til systemets øvrige programmer, reklame og underholdning.

4.1 Organisation/omverden: organisatoriske muligheder

På det selvreferentielle niveau, hvor interviewpersonernes systemdifference kan defineres organisation/omverden, er det altså autopoiesis på organisationsplan, der belyses. I dette afsnit identificerer jeg de organisatoriske muligheder, altså systemdannelserne inden for denne difference. Man kan i dette tilfælde se, at organisation er, hvordan de differentierer sig internt i det marked, vi kan kalde *nyhedsbilledet*. De stræber alle tydeligt efter at have en demokratisk funktion i form af *samfundets vagthund* eller *fjerde statsmagt*, ved at være *kritiske* og *faktuelle*, etc. (Bilag 20; Bilag 21). Men eftersom funktionsspørgsmålet ikke er relevant i dette speciale, skal autoipoiesis på dette niveau nærmere ses som *identitet*.

“De fleste medier [prøver] jo at vælge noget, der giver deres farve. Vi har formuleret det sådan, at vi skal udfordre det bestående nyhedsbillede. Dvs. hvis alle siger: »Det her er historien«. Så skal vi finde ud af, om det også *er* historien”

(Radio24syv, 474)

Den første del af citatet er altså passende ift. flere af organisationerne; de prøver hver især at få deres egen *farve*, som skal adskille dem fra resten. Anden del viser så, at Jørgen Ramskov og Radio24syv definerer sig som den, der udfordrer de øvrige medier idet de udfordrer dem. Citatet fortæller to ting: På den ene side, at systemer som organisationer både kan være en enkelt organisation, som Radio24syv, og en gruppe, ja en organisation, af organisationer. På den anden side fortæller citatet, at organisationer kan have samme farve på en difference af højere niveau – såsom den næste der behandles, program/omverden – selvom de ikke har det på dette. Det vender jeg tilbage til i næste afsnit. Det er altså ikke kun organisation, som i klassisk forstand, jeg her fremhæver, men også som *organisering*. Jeg har identificeret differencer inden for tre kategorier, som jeg definerer *kultur*, *struktur* og *natur*.

4.1.1 Kultur

Naturligvis er der internt i hvert mediehus en stærk autopoiesis, der medvirker til at adskille dem som netop organisationer. Denne autopoiesis lægger meget vægt på et element af *kultur*, som ikke handler nær så meget om differentiering fra omverdenen, som det handler om at definering af sig selv som *enhed*: “måden vi gør det på”. Flere nævner, at de lægger meget vægt på, er *væsentlighed*, hvorefter de på vidt forskellige måder forklarer, hvordan de opnår det (Zetland, 101; DR, 66; Politiken, 42; Jyllands-Posten, 160). Der, hvor de forskellige kulturer adskiller sig, er deres forankring i faglige vurderinger og prioriteringer for at opnå denne væsentlighed. Radio24syv vægter sig eksempelvis debatstof højt, mens Zetland fokuserer på forklaring af de “store systemiske historier” (Radio24syv, 98; Zetland, 251).

“På den måde har vi jo også et emnevalg, som kommer til at farve vores avis”

(Jyllands-Posten, 78)

En af måderne, kulturen kommer til udtryk på, er således, som Jacob Nybroe nævner herover, hvad medierne vælger at præsentere som deres slutprodukt. Han mener, at dette bestemmes af kriterierne: “Væsentlighed, relevans og fascination. Og det er fordelingen af dem, der gør smagen af et medie” (Jyllands-Posten, 158). Ikke overraskende ift. ovenstående karakteriserer han Jyllands-Posten primært ved førstnævnte, væsentlighed. Jf. Nybroes er det i diametral modsætning til Ekstra Bladet, som Poul Madsen da også tilsmager anderledes: “Vi plejer at definere det ud fra tre søjler eller tre glas, som vi skal fylde i. Den ene er *breaking news/afsløringer*, så er der *sport*, og så er der *underholdning*” (Ekstra Bladet, 63). Der vil Zetland “hellere fortælle substans end indgå i person-fnidder”, hvor Ekstra Bladet læner sig op ad en model, der ikke behøver at være pure alvor (Zetland, 260; Ekstra Bladet, 25). Rationalet bag kan bedst forklares ved, at virkeligheden heller ikke er det, og at mediedækningen bør følge denne. Thomas Falbe ser det snarere som en middelvej, hvor det hverken skal være systemisk, men heller ikke underholdende: “Det er oplysningsforpligtelsen, der er det drivende for DR og DR’s journalistiske virke i alle mulige afskygninger” (DR, 23). Og endelige er der Politiken, der, som Jensen lægger meget vægt på: “er skabt som et sammenhængende verdensbillede, der gør op mod det eksisterende verdensbillede - både inden for politik, kultur og økonomi” (Politiken, 37). Her har vi altså at gøre med en nærmest selvstændig, kulturelt betinget forståelse af virkeligheden. Ikke blot en måde at gøre det på, men også at opfatte det på.

4.1.2 Struktur

Når man i kulturen ser en meget stærk autopoietisk afmærkning af individuelle medier som organisationer, da de alle fokuserer meget på deres unikke særegenhed, kunne man forestille sig, at man ikke ville kunne identificere “større” systemer inden for samme differentielle niveau. Men der er også iblandt medierne en erkendelse af, at nogle forhold er fælles, og man på den måde anerkender systemer af *strukturel* karakter.

Det sted, en struktur viser sig tydeligst, er i den principielle præmis for det at være et medie, nemlig mediet: “Aviserne har selvfølgelig deres position, lige som TV har en anden position. Og radio har sin position. Men der sker en glidning” (Radio24syv, 158). Disse er rammerne, man som nyhedsmedie i dag, uanset hvad kulturen dikterer, må indordne sig under. Nogle begrænsninger ligger, som Ramskov nævner, i mediet som radio, der ikke egner sig til formidling af tal og processer, der let kan afbildes i et grafisk medie, men snarere emotionelle historier, mens andre kan være selve rammens begrænsning, som Madsen påpeger: “En kernekøber af Ekstra Bladet som papiravis bliver mere end et år ældre hvert eneste år” (Radio24syv, 151; Ekstra Bladet, 352). Citatet indikerer den førnævnte glidning: Digitaliseringen. Den er tosidet: På én og samme tid er den, som Madsen siger, en usund udvikling for sin papiravis, men også, som Jensen siger, en *inspirerende ramme*: “en ny medievirkelighed, hvor alting forandrer sig ift. måden, som vi forbruger indhold og oplyser på”, (Politiken, 140). Hvordan man takler den, er afgørende. Hos Korsgaards væsentligt yngre Zetland kalder man “den gamle model” en “forretningsmodel, som ikke er langtidsholdbar” (Zetland, 144)

“Vi tænker som en tech-virksomhed, hvis man nu bare ser de features, vi har lavet på siden. Den moderne medieforbruger i dag synes, det er helt naturligt, at f.eks. platformen naturligt finder frem til der, hvor du er nået til i artiklen. Det er vi vant tilovre fra Netflix”

(Zetland, 150)

Dette står i stærk kontrast til Politiken, hvor “Det er ret vigtigt, at der er en forbindelse mellem den vision, som vi arbejder på i dag 134 år efter og det udgangspunkt, Politiken havde” (Politiken, 33). Og når Korsgaard dertil supplerer, at Zetland desuden i højere grad arbejder som en tech-virksomhed end en medievirksomhed – måske endda for meget ift. Madsen – kunne der argumenteres for, at der også ligger en strukturel forskel i det at være evt. yngre eller ældre medier (Zetland, 159; Ekstra Bladet, 440). I hvert fald hvordan man håndterer den digitale glidning, hvilket tilsyneladende beror på mediets alder.

Denne systemdifference viser en yderligere inddeling, som synes tydeligst blandt aviser, hvor den da også oprindeligt stammer fra. Afledt af *omnibus*, latin for “for alle”, lavede man i sin tid aviser *for alle*, altså brede målgrupper: “Omnibusaviserne - altså de seriøse aviser” (Radio24syv, 240). Som modsvar til disse, på mange måder, store aviser opstod *tabloidaviser*. Nybroe, der tilhører førstnævnte, forklarer, at det er *mikset* mellem de tre kriterier tidligere nævnt, som afgør, at man er “en seriøs eller røvkedelig morgenavis eller et superunderholdende, poppet tabloidblad” (Jyllands-Posten, 172). Fra det andet perspektiv, Madsens beskrivelser, ser man forklaringen på de journalistiske valg lede tilbage til tabloidformatet, der, som en tablet, skal være let fordøjeligt: Det er direkte og letforståelig journalistik, hvilket betyder færre nuancer og derfor også ord (Ekstra Bladet, 111). Det er derfor vigtigt at påpege, at én måde ikke er mere rigtig en den anden, men blot anderledes.

“Det er jo evnen til at kommunikere meget kort og præcis, men sandfærdigt. Og en lang nuanceret artikel kan jo på mange måder være mindre sandfærdig end en kort skarpvinklet artikel”

(Ekstra Bladet, 124)

4.1.3 Natur

Endelig finder man i organisation/omverden-differencens autopoiesis det lag, jeg har valgt at definere som *natur*. Hvor kultur er organisationens aktive afgrænsning, og struktur er dens begrænsninger, skal natur forstås som de indlejrede kvaliteter, der ligesom genetisk arvemateriale er grundvilkår og udgangspunkt for alt.

For at forstå organisationernes natur skal man altså se på, hvilken type fundament der danner grundlag for netop organisationen. “Det der roderi med at blande publicisme og public service sammen, det er noget rod. Der er stor forskel på dem” (Radio24syv, 42). Selvom alle nyhedsorganisationer af en vis karakter modtager penge fra staten, er det under meget forskellige vilkår. Publicisterne er privatejede medier, som kan få mediestøtte, imens public service-virksomheder er statsfinansiering (Jyllands-Posten, 82). Selvom ingen af delene påvirker deres uafhængighed, som er lige intakt trods den økonomiske uligevægt, medfører det meget forskellige konsekvenser. Publicisterne er markedsdrevne og styres af kommercielle mekanismer: “Når man er privatmedie, som vi er, så er der jo også en forretning i det. Det skal man jo aldrig glemme. Udover at man er publicist, så er man også en, som skal leve af at være publicist” (Ekstra Bladet, 79). Derudover hel eller delvis finansiering fra staten følger der med public service en række krav til form og omfang: “De skal skabe et kundegrundlag og forretningsgrundlaget på dét. Det skal vi ikke” (DR, 225). *Vi*, public service-medierne, omfatter i dette speciale DR og Radio24syv. Fra deres perspektiv er det en frihed som

medie ikke at skulle bekymre sig om indtjening til at sikre driften (Radio24syv, 352, 369; DR, 55). Samtidig kan det ses som en tvang, hvor publicisterne er de frie i deres totale selvbestemmelse. Som konkurrent kan Hans Christian Kromann fra DR godt se det positive i det: “Den fordel, de så har kørende for sig, det er at ved at kunne ignorere den brede offentlighed og ikke nå alle, kan de jo supersegmentere” (DR, 214-215). Man kan dermed også sige, at de to afsæt, public service og publicisme, operationaliserer journalistikken i hver deres bundforskellige retning.

“Vi ser det som en kæmpe gave, at vi har den her uafhængighed, den publicistiske renhed af kommercielle og politiske interesser. Det er ikke et benspænd – det er en gave, det er det, der hjælper os med at skille os ud fra alt det andet. Det skal være en absolut tillidsvækkende nyhedsorganisation, eller organisation i det hele taget”

(DR, 185)

En fundamental difference er, at man som en service for offentligheden er til for alle, i bogstavelig forstand omnibus – blot denne gang som naturel difference og ikke strukturel, som set ovenfor.

En anden naturel difference, der er tæt forbundet med publicisme kontra public service, er idealerne, som medier er skabt på baggrund af. Det tydeligste ideal er, at man som publicist også kan inkludere holdninger blandt det, man medierer, altså agerer medium for (Politiken, 71; Jyllands-Posten, 53). Dertil har pågældende medier et isoleret holdnings- eller meningsunivers, men idealerne medvirker stærkt til formningen af kulturelle differencer. Eksempelvis når Politiken skal ses som et sammenhængende verdensbillede, er naturen grundlaget for dette.

“Vi udgives på et socialt-liberalt grundlag, der er uafhængigt af partipolitik, men vores ideologiske udgangspunkt og dét, som jeg repræsenterer, er et socialt-liberalt menneskesyn”

(Politiken, 114)

Politiken er lige så uafhængige som DR, men kan blot også skrive, hvad de mener om det, de skriver om. Det gælder også andre publicister, eksempelvis Jyllands-Posten og Berlingske, der driver henholdsvis liberal og borgerlig avis (Radio24syv, 547; Jyllands-Posten, 63, 97). Signifikant for public service er det, at de ikke må drive holdninger bestemte steder hen – dermed ikke sagt, at de ikke må introducere forskellige holdninger, som på Radio24syv: “Der står faktisk i vores sendetilladelse, at vi skal have værter med markante holdninger og værdier. Normalt i public service så har man jo det, som jeg kalder »tennisdommerværten«” (Radio24syv, 486). På den måde er der konkurrence på public service-nyhedsmarkedet, i hvert fald inden for taleradio, da DR navnligt fokuserer på “*un-biased* journalistik” (Radio24syv, 86; DR, 20, 378).

4.1.4 Delkonklusion

Ovenfor har jeg gennemgået de stærkeste kulturelle, strukturelle og naturlige differencer, der udgør autopoiesis på organisationsplan. Det er disse, der medvirker til at medier fremstår forskellige, når man møder dem i mediebilledet. Selvom det fra interviewpersonerne og deres organisationers synspunkt i høj grad er dem selv, der definerer deres medie, viser al autopoiesis klare cirkulære bevægelser, altså har deres ord primært en repeterende, selvforstærkende effekt, da der er adfærdsforventninger indlejret i den eksisterende kultur, givne struktur eller historiske natur. Selvreferencen organisation/omverden forklarer således, hvordan både enkelte- og grupper af medier identificerer sig, ved at differentiere sig. Dette stemmer godt overens med autopoiesis-begrebet, der netop dækker den konstante selv-reproduktion, som der kan på organisationsplan.

4.2 Program/omverden: Luhmanns digitaliserede nyhedsprogram

Som det påpeges indledningsvist i ovenstående systemdifference, organisation/omverden, kan systemer differentiere sig på ét niveau uden at gøre det på et andet, højere niveau. Således finder man inden for selvreferencen for program/omverden fællesbeskrivelser, eller det Luhmann kalder *værdikonsensus*, da den, også fra interviewpersonernes side, forudsætter en generalisering og kondensering af mening, når man samler disse underliggende systemer under ét. Når der inden for program/omverden-differencen er en samlet beskrivelse, findes der således heller ikke former, altså distinktioner, der adskiller den *nuværende* systemdannelse. Derfor er differencerne på det selvreferentielle niveau ift. programmet selv, blot gennem systemteoriens tidslige dimension. Systemers evolution sker over tid ved, at autopoiesis ændrer det selv, der reproduceres – hvorfor der systemet, følger med omverdenens.

Passende kan denne evolution ses i forlængelse af Luhmanns beskrivelse fra 1994, der redegøres for i afsnit 2.2.3 (Luhmann, 2002). Og digitaliseringen synes især at have påvirket systemteoriens temporale faktor: “Alting er virkeligheden kommet på speed. Det er nyhedsformidlingen, opmærksomheden, folks tålmodighed i forhold til at sætte sig ind i ting. Så tidsfaktoren er jo den største forandring, der er sket i hele mediebildet de sidste 20 år” (Ekstra Bladet, 151). I det følgende fremhæver jeg dermed de mest betydningsfulde konsekvenser for medierne, forårsaget af programets evolution.

4.2.1 Adgang

Globalisering skyldes i høj grad fremkomsten af digital teknologi, og sammen har de en gensidigt forstærkende effekt på hinanden, hvilket resulterer i den stadigt stigende forbundethed: "I dag ved vi jo langt mere om verden, end vi vidste for 15-20 år siden pga. af nettet. På godt og ondt" (Radio24syv, 536). En tydelig forskel fra før digitaliseringen ramte aviserne, er adgangen til brugere. Når avissalget er omkring 25 % af, hvad det var for 20 år siden, skyldes det ikke, at der er færre læsere, men at de tilgår indholdet på andre måder (Ekstra Bladet, 356). Madsen nævnte det som en usund udvikling for papiravisens strukturelle differentiering, men alle medierne i dag, uanset deres individuelle struktur, har det til fælles, at deres fremtid vil være digital. Det betyder ikke for medierne, at de har mistet adgang til brugerne, men blot at deres eksisterende strukturer ikke er lige så tætte på deres publikum som tidligere. Derfor befinder medierne sig i et klart defineret valg: "Det er en enormt velkommen forandring, at vi er enten meget, meget tætte på folk, eller også er vi i den anden ende" (Jyllands-Posten, 400). For at bevare adgang til publikum må medierne udvikle sig med dem.

"Det er en del af hele medieudviklingen, at det kræver mange kanaler, i gammel-
dags forstand, for at nå flest muligt mennesker i dag"

(DR, 119)

Men selvom tilgangen af flere, nye kanaler har betydet et fald i adgangen via traditionelle, er de nye kanaler samtidig mere effektive end de gamle: "Det handler jo i høj grad om, at en digital virkelighed giver mange flere muligheder for formidling, end papiravisen gør" (Ekstra Bladet, 335). Blandt de nye tiltag, findes nye journalistiske og teknologiske virkemidler, og helt nye produkter, som alt sammen øger effektiviteten af medierne (Ekstra Bladet, 363; DR, 285; Jyllands-Posten, 330). På den måde kan man se det som en transition fra kanaler, der er forældede til mere tidssvarende af slagsen. Derfor har digitaliseringen også haft en positiv virkning, og den totale adgang er steget: "På den positive side har den jo gjort, at vi i dag er i kontakt med flere end nogensinde før!" (Radio24syv, 300). Denne adgang via nye kanaler er opnået ved at ændre fokus fra afsenderen til at orientere sig mod modtageren – medierne betegner det som en *demokratisering* (Radio24syv, 542; DR, 143, 237; Politiken, 172, 221). Man kunne også sige, at det er brugerne, der har adgang til mediet snarere end omvendt: "Aldrig nogen sinde har så mange mennesker orienteret sig om, hvad der foregår i verden" (Jyllands-Posten, 429). I så fald kunne man tale et skift i "magtbalancen", hvis brugeren har kontrollen over adgangen.

4.2.2 Hastighed

Uanset hvordan man tolker den nye medievirkelighed ift. hvem, der har adgang til hvem, så er kontakten til publikum steget, men det er ikke kun adgangen til brugere, der er steget med evolutionen, men også adgangen til data: "Digitalisering har også gjort, at det som journalist er muligt at researche langt hurtigere og langt bedre" (Radio24syv, 302). Som citatet fortæller, har forandringen ikke kun muliggjort en bedre journalistik, men også en hurtigere journalistik. Hastigheden er skrue markant op, og en af grundene findes bl.a. i overgangen fra den, af medierne kontrollerede, sporadiske kontakt til brugernes digitale adgang døgnet rundt: "Man vil ikke modtage en avis om morgenen, man sidder ikke og venter til kl. 19 [...], som man gjorde i gamle dage på at se TV2 Nyheder. Tempoet vokser jo hele tiden i det, vi foretager os" (Ekstra Bladet, 146). Mens dette taler for, at adgangen er i brugernes favør, viser det samtidig, at digitaliseringen har betydet en ændring i tidsdimensionen af mediebrug. "Hele vores *workflow* er vendt på hovedet. Altså vi udkommer jo hele tiden. Tidligere udkom vi en gang i døgnet, og nu udkommer vi jo hvert sekund" (Politiken, 190). Mens hastigheden har sine positive sider – hurtigere udgivelse, fejlrettelser og opfølgende historier, bl.a. vha. adgangen til brugere – så har den samtidig øget muligheden betragteligt for, at fejl overhovedet kan forekomme (Radio24syv, 305, 350; Ekstra Bladet, 158, 258).

"Der er kommet et højere produktionskrav og tempoet er blevet sat op, som jeg tror udfordrer nogle af de klassiske gamle dyder, og det er ærgerligt [...] For det er de dyder der ligger til grund for god journalistisk"

(Zetland, 189)

Derfor må nyhedsmedier i dag acceptere at det er en balancegang mellem kvalitet og hastighed, hvor det handler om at sikre begge (Politiken, 192). Som et forsøg på at imødekomme dette ser man en tendens med serier af flere, kortere historier – eller dele af historier – der hele tiden kommer med det *sidste nye* frem for færre, lange historier, der opridser hele forløbet bagefter (Radio24syv, 314; Ekstra Bladet, 381). Udviklingen af den høje hastighed er dog ikke alene drevet af medierne, men "Problemet er jo bare, at det er så forsvindende få, der har tid til at læse noget, der er så langt" (Ekstra Bladet, 626). Ergo er hastighed som et resultat af digitaliseringen generelt ikke nødvendigvis unikt for medierne, men ikke desto mindre en radikal evolution, der har stillet programmet i en konflikt med sine principper, hvilket komplicerer dets autopoiesis, eftersom begge ønskes indvendigt i systemet nyhedsprogrammet.

4.2.3 Opmærksomhed

Tidligere brugte en avislæser 30 minutter på at læse i en avis, i dag er det tal 8-10, og en digital artikel er lukket igen efter 25 sekunder (Ekstra Bladet, 133). Desuden: “Har medieudviklingen bare udvidet antallet af muligheder for selv at definere, hvornår man gør sig tilgængelig, hvor vi jo i et eller andet omfang forsøger at følge med” (DR, 135). Ikke nok med at et moderne medie har mindre adgang til brugerne end tidligere, grundet den høje hastighed, det er også generelt blevet langt sværere at etablere kontakt med brugerne, fordi de selv i højere grad kontrollerer adgangen.

Det er således en kombination af, at “*folk* har segmenteret sig inden for kanaler eller platforme”, og at “det, vi kan se, er, at jo mere vi har gennemarbejdet et stykke journalistisk og brugt *tid* på det, jo mere *tid* bruger *folk* også på det” – og vice versa med omvendt fortegn (DR, 128, 309 [mine kursiveringer]). Det vindue, hvor der opstår en krydsning af medierne, som tilbyder sig, og brugerne efterspørger deres produkt, nyheder, er dér, det nye mediemarkeds valuta (ud)veksles:

“Det er folks tid! [...] Vi kæmper om opmærksomhed og at folk synes, at det er relevant at bruge os”

(Ekstra Bladet, 88).

Således kan man sige, at sammenfaldet mellem to selvstændige differencer, *hastighed* og *adgang*, skaber en ny, tredje difference: folks tid, eller bare *opmærksomhed*. Denne nye “handelsvare” på mediemarkedet, som i sidste ende afgør mediernes succes, medfører nogle udfordringer og muligheder – men mest af alt redefinerer og skærper den konkurrencesituationen:

“Der er vi nødt til at være meget hurtigere på: frem med pointen og fang folk hurtigt ind, fordi vi er i en konstant kamp mod alle om folks opmærksomhed. For der er ikke mere opmærksomhed at give af, så vi må ind og stjæle fra hinanden hele tiden”

(DR, 165)

Ikke overraskende er den generelle opfattelse af øget konkurrence blandt medierne ikke rendyrket begejstring, om end Ramskov påpeger det sunde set fra et konkurrencemæssigt perspektiv (Radio24syv, 317). Korsgaard repræsenterer et mere kritisk syn på konsekvensen af evolutionen: “Det der accelererede tempo i journalistikken og mediebilledet i det hele taget har haft den effekt, den ulykkelige effekt, at det bare i stigende grad er dem, der råber højest, som får opmærksomheden” (Zetland, 82). Oversat til journalistik, kan man gøre flere ting for at råbe højt, bl.a. i en organisatorisk differentiering, Zetland ikke identificerer sig med, tabloiden, finder man eksempler: “Der er ikke noget så virkningsfuldt som rubrikker. Vi sidder også og ændrer vores rubrikker hele tiden, hvis folk ikke klikker nok på en historie, som vi ved, er god. [...] Og det er jo tabloidkunst, når det er bedst,

ikke?” (Ekstra Bladet, 518). Endelig kan konkurrencen om opmærksomhed dog også anskues på en helt anden måde, som en trussel for mediernes eksistensgrundlag, væsentligheden – der som bekendt var det mest bredeste kulturelle organisatoriske difference.

“Ietheden i at sluge den fascinerende del af nyhederne er en trussel mod den tid, man har tilbage til væsentligheden. Så vi skal finde måder at fortælle vores væsentlige historier på, som er fascinerende eller let annammelig”

(Jyllands-Posten, 180-182)

Tabloide eller ej, skal medierne altså finde nye måder at iscenesætte væsentligheden på, eftersom dette tilsyneladende ikke længere vejer tungere end den opmærksomhed den tiltrækker sig.

4.2.4 Delkonklusion

Som et fælles nyhedsprogram har medierne gennemgået, og undergår stadig, en markant evolution. Som system har programmet forandret sig som en tilpasning til omverdenens moderne tidsalder. Det har medført differencer i faktorerne hastighed og adgang, som tidligere havde marginal betydning i konstruktionen af programmet og nu fylder mere, mens væsentligheden er nedprioriteret, måske under afvikling på vej over i “omverdenen”. Mest bemærkelsesværdigt må siges at være de to differencer som i fællesskab udløser en tredje. Som en reaktion kunne de opstilles således:

$$\uparrow \text{Hastighed} + \downarrow \text{Adgang} = \text{Opmærksomhed} > \text{væsentlighed}$$

Selvom øget hastighed og reduceret adgang naturligvis er vigtige forandringer, nyhedsprogrammet ikke har negligeret, er disse mindre opsigtsvækkende, da disse springer direkte ud af den digitale udvikling. I kontrast er den specifikke påvirkning fra skiftet i fokus til opmærksomhed interessant, da den muligvis er i konflikt med en central del af programmets identifikation, væsentligheden.

4.3 System/omverden: massemediesystemets autopoiesis

Vha. de to foregående systemreferencer er det muligt at identificere programmets evolution og organisationernes differencer. Sammenholdt hjælper det til en forståelse af, hvorfor medierne på organisationsplan ikke håndterer forandringer, som er fælles for hele programmet, på samme måde. Den øgede hastighed eksempelvis: Ramskov forklarer, at missionen med Radio24syv er at: “Vi skal generobre hastigheden som radioens kendetegn”, mens Korsgaard eksempelvis kan fortælle at: “Grunden til at vi har stiftet Zetland og hele visionen bag vores digitale avis. Det er at bruge teknologi til ikke at sætte tempoet op”, hvorimod: “Det vigtigste i dag er, at der er en oplevelse blandt danskerne af, at hvis der sker noget i Danmark eller i verden, så er Ekstra Bladet først” (Radio24syv, 95; Zetland, 77; Ekstra Bladet, 404).

På det selvreferentielle niveau, som tager systemreferencen system/omverden, behandler jeg kommunikation, der orienterer sig mod funktionssystemer, altså de største systemdannelser foruden samfundet, den altomsluttende omverden. Som det fremgår af det følgende, retter kommunikationen sig ikke kun mod massemediesystemet, men også øvrige systemer. Det skyldes, at systemets autopoiesis er den “yderste” difference, som altså grænser op til samfundet – i kontrast til differentieringerne på planene for organisation og program, som foregår internt ift. denne differentiering. Her befinder specialet sig altså så at sige på “membranen”, hvor man ser alt det, der er systemet, indad og alt det, der er ikke-systemet, udad. Det skyldes, at denne autopoiesis er netop der, hvor samfundets kompleksitet reduceres og omsættes til mening internt i systemet. Dette afsnit illustrerer således også sociale systemers autopoietiske lukkethed-åbenhed. I selvreferencen system/omverden behandler jeg denne påvirkning udefra ved først at kigge udad, inden jeg retter blikket indad.

4.3.1 Åbenhed: Strukturelle Koblinger

Til en start giver det mening stadig at forholde sig til nyhedsprogrammet, som blev behandlet ovenfor, da programmer som bekendt opstår pga. de systemirritationer, der kommer fra omverdenen, og er systemets måde at bearbejde disse på. Samtidig orienterer programmerne sig uden for systemet for at indfri de forventninger, der stilles til dem internt. De forbindelser til eksterne systemer, jeg i dette afsnit behandler, ville være det, der i Luhmanns andre ord kunne kaldes nyhedsprogrammets strukturelle koblinger.

Ligesom hos Luhmann er koblingen mellem nyhedsprogrammet og det politiske system tydelig. Dog ikke pga. den gensidigt favorable forbindelse – hvilket var Luhmanns argument – at medierne ved at dække politikken får væsentligt indhold på siderne til deres læsere, og politikerne let kan få formidlet deres budskaber, om end de må leve med irritationerne, der følger med.

“Du kan sige, at hele magtsystemet - ikke kun politik, men også erhvervsliv og alle mulige andre - de har jo opbygget kommunikationsafdelinger, som gør, at vores tilgang til magthavere i det her land er blevet meget mindre, end den var tidligere. Du har ikke adgang til en politiker i dag, som du havde for 20-25 år siden”

(Ekstra Bladet, 189)

I luhmannsk forstand giver det kun god mening, at afdelinger, der håndterer kommunikationen mellem det politiske system og nyhedsprogrammet, skaber mere kommunikation – som jo er enheden for social aktivitet – og dermed fungerer som en barriere, der kun gør forbindelsen mere træg. En

konsekvens af dette, som peger på den stadig tydelige kobling, kan man se i “den såkaldte politikerlede”, der indikerer en fortsat forbundethed mellem politikere og medier:

“[Den er der] fordi, at man anser politikerne som værende mere længere væk fra en almindelig hverdag og en almindelig befolkning, end jeg tror, man gjorde for 10, 15 og 20 år siden. Da journalistikken og medierne jo altid har været bindeled mellem befolkningen og magten, så er det jo klart, at når det er sværere at komme til magten, så vil man også føle en distance”

(Ekstra Bladet, 206)

Rationalet, at øget distance mellem politikken og medier også øger distancen mellem politikken og mediebrugere, giver i grunden fin mening. Læg dertil, at forbindelsen i nogle tilfælde er helt ophørt – i hvert fald for de traditionelle medier: “Se hvor mange politiske partier, der begynder at lave deres egne medier, fordi de ikke bryder sig om nuværende, eller at der bliver stillet kritiske spørgsmål til dem” (Radio24syv, 175). På den måde kan man sige, at det politiske system har erstattet medierne med nye og, set fra deres perspektiv, bedre, da politikken får samme gevinst som før, men slipper for irritationen. Dette taler dog imod at distancen mellem politikken og mediebrugerne skulle være øget, måske den snarere er mindsket. I så fald ville forklaringen for politikerleden være, at mediebrugerne ikke får mediernes kritiske vinkel på politikken, hvilket paradoksalt har en negativ effekt.

Altså er den kobling mellem nyhedsprogrammet og det politiske system, som Luhmann argumenterer for, ikke ligeså stærk i dette speciale. Men dette betyder ikke at der ikke er anden kobling mellem de to. Ramskov giver udtryk for, at den politiske forbindelse, kan være en større udfordring end den teknologiske udvikling: “Det jeg kan være bekymret over, er det medieforlig, som måske er på vej til at rykke meget ved den balance” (Radio24syv, 22). Balancen Ramskov henviser til er styrkeforholdet mellem public service og publicisme, hvis rammer staten i varierende grad har indflydelse på via henholdsvis mediestøtte og licensfinansiering, som tidligere beskrevet.

“Der er et stykke dobbeltmoral i det [...] Vi vil gerne se os selv, som et helt uafhængigt værktøj, der undersøger den stat, som der så samtidig skal fodre os med den anden hånd. Det er vi jo ikke ret vilde med i virkeligheden. Så det uafhængige billede af os er vigtigt, i særlig grad når det handler om at være vogter af demokratiet og den fjerde statsmagt”

(Jyllands-Posten, 83)

Om end ovenstående citat viser en tydelig kobling til det politiske system – der således stadig er der, blot i en anden form end den, Luhmann identificerede – fremgår en anden kobling, som man endda kunne argumentere for, var bindeleddet til den første: koblingen til det økonomiske system.

Koblingen mellem nyhedsprogrammet og det økonomiske system består ikke kun i den politiske kobling. Man finder tydelige økonomiske træk i medierne, eksempelvis som differencen organisation/omverden, hvor man bl.a. kunne se medier som forretninger, hvor nogle var mere kommercielle end andre, da brugere også er kunder, der skal finansiere virksomheden. Det er noget, der optager programmet, uanset om organisationen er public service eller publicist; "Så er medier jo også i dag presset på økonomi. Langt de fleste medier har en svag økonomi i dag" (Radio24syv, 529). Det skyldes, jf. Korsgaard, den nye konkurrencesituation, som har stillet flere medier i en position, der ikke er den optimale ift. markedet: "Man kan sige, at hvor de store avishuse kæmper med at blive små nok til at kunne drive en forretning på det nye mediemarked, kæmper vi, de nye, med at blive store nok til at kunne kæmpe på det nye mediemarked" (Zetland, 204).

"vores store svøbe er, at vi tjener alle vores penge på print, så der er ingen penge i det digitale. [...] Økonomien hos os er sådan at vi tjener nok 20-25 % på vores digitale medier og 75 % på print"

(Jyllands-Posten, 204)

Hvor de nye medier, som Zetland, der tænker som en tech-virksomhed, har økonomiske udfordringer i at vokse, ligger de gamle avishuses problemer i deres forældede finansieringsmodel. Udviklingen peger på, at de ældre mediers økonomien skal minde om Zetlands medlemsskabsmodel (Zetland, 115). Den digitale udvikling har nemlig vendt mediernes finansiering på hovedet: "Engang var det sådan at JP's økonomi var 30 % abonnement og 70 % annoncer. Nu er det omvendt" (Jyllands-Posten, 317). Altså er nyhedsprogrammets ydre forhold i komplet kontrast til tidligere, hvilket egentlig er en nøjagtig afspejling af forholdene inden for systemet.

4.3.2 Lukkethed: Operationel autonomi

Det er som nævnt i funktionssystemers autopoiesis, at omverdenens kompleksitet omsættes til former, som systemet kan arbejde med. Den teknologiske udvikling, digitaliseringen, har ramt hele det sociale system, man kalder samfundet, men optages forskelligt fra system til system. Afsnittet ovenfor afslører således, hvordan nyhedsprogrammets udadvendte forbindelser, strukturelle koblinger, til økonomi og politik er blevet påvirket. Denne forandring kan også ses som en systemirritation, der internt i massemediesystemet har skabt forstyrrelser. Luhmann adskilte stramt de tre programmer dedikeret til henholdsvis underholdning, nyheder og reklamer, som det ses i Figur 5. Et eksempel herpå ses i annoncefinansiering af ældre medier: "Vi har fx i JP/Politikens Hus det, der hedder SPOT-deal [...] Det er sådan nogle tilbud, I kan se i aviserne - det firma ejer vi, men det har ikke en skid med vores publicistiske kerne at gøre" (Jyllands-Posten, 336). Men når traditionel annoncering og

print ikke genererer økonomi, må medierne udvikle nye rentable modeller: “Der er taget rigtig mange greb for at øge primært den digitale omsætning: *branded content*” eksempelvis (DR, 207). Sponseret indhold, som det også kaldes, er et håndgribeligt eksempel på en forstyrrelse af forholdet mellem de to, af Luhmann definerede, programmer – nyheder og reklame. De interne grænser er i dag mere uklare og flyder endda også sammen, som man ser i organisation/omverden-differencen, som viser, hvordan medierne ikke kun forholder sig til nyheder, men også meninger, nogle ønsker sågar at være komplette verdensbilleder, eller som hos bl.a. Ekstra Bladet, der har inkorporeret underholdning som et kvalitetsparameter (Ekstra Bladet, 65; Politiken, 110).

Årsagen til alt dette skal findes i måden, massemediesystemet har inkorporeret den teknologiske udvikling, primært i form digitalisering, som analysen allerede har vist flere gange. Den digitale medievirkelighed har nedbrudt paralleliteten, der adskiller mediernes platforme.

“Aviserne begynder jo at lave podcast og andre laver fjernsyn. DR har meget lange, skriftlige redegørelser på deres hjemmeside. Vi har en filmfotograf ansat til at lave små film. Så medier konvergerer mod at være medie”

(Radio24syv, 137)

De mere eller mindre frivillige initiativer, introduktionen af den digitale teknologi har sat i gang, har i dag betydet at: “Alle udgivere er jo i en eller anden form også blevet teknologiudviklere” (DR, 268). Så det er ikke blevet nemmere at afgøre, hvad det vil sige at være et medie i dag. Adspurgte svarede Ramskov og Korsgaard henholdsvis: “Medier er jo en meget bred definition eller betegnelse”, og: “Når I siger medier, så mener I nyhedsmedier, ikke? Altså ikke Netflix” (Radio24syv, 61; Zetland, 37). For med digital teknologi er der kommet nye medier, digitale medier, og sågar sociale medier. Grænserne er tydeligvis ikke længere klart defineret:

“Forskellen på os og Facebook er, at folk jo fejlagtigt ser Facebook, Instagram, Twitter og andre som medier. Og egentlig er det jo en distributionsform. Og vi er et medie fordi vi laver indhold”

(Ekstra Bladet, 90).

Ganske rigtigt passer sociale medier i luhmannsk forstand ikke ind i massemediesystemets traditionelle programmer, eftersom hverken laver underholdning, reklame eller nyheder. Omvendt passer de fint ind, da de forsyner mediebrugeren med underholdning, reklame og nyheder. De er nemlig, lige nøjagtigt, en distributionsform. Et medie. I denne sammenhæng et medie for medierne, og: “Så er det jo udfordringen, at der kommer en tredjeaktør ind med nogle principper for hvordan man gør tingene” (DR, 49). For som medie er det en realitet, at man ikke er et medie uden modtagere.

“Omvendt kan man jo ikke underkende det faktum, at 3,3 mio. danskere vist er på Facebook nu. Det er også en vej til enormt mange mennesker” (Ekstra Bladet, 443). Som de økonomiske koblinger viste, kommer denne vej med en pris.

“Medier har aldrig haft så stor en *reach* som nu. Men vi har måske aldrig haft så få, der vil betale. Og så er der Facebook og Google, som æder 80% af alle annonce-indtægterne, ikke. Det skal man også lige huske”

(Radio24syv, 567-569)

Sociale medier udgør på den måde både venner og fjender, da de på den ene side tilbyder en effektiv distributionskanal, men på den anden lever af mediernes indhold og annoncer (Zetland, 279; Ekstra Bladet, 448).

Det er i høj grad også sociale medier, der har *demokratiseret* medieforbruget. Forstået på den måde, at demokratiseringen består i, at stort set alle medietilbud er blevet samlet på samme platform: “Så på den måde er Facebook en slags moderne aviskiosk; du går ind, og så ser du på hylden: »Hvad er der? Hvad tiltrækker mig? Hvad har jeg lyst til at investere mine penge i?«” (Zetland, 300). Her er det igen vigtigt at huske, at: “Pengene er jo to ting: Man kan betale med sin pung og sine øjne, som bruger af medier. Pung er abonnement og øjne er annonce. Og det er jo ikke fremmed, at annonce i den grad har flyttet sig mod Google og Facebook” (Jyllands-Posten, 284). Alt – og alle – har flyttet sig mod sociale medier:

“Også fra private. På Facebook slås vi jo med, at folk også er der af sociale årsager, så udover de andre medier, der også vil være der, alle dem, der vil sælge noget og alle dem, der laver sjove tegninger, så vil folk også bare se hvad deres venner laver”

(DR, 167).

Selve ordvalget demokratisering henviser ikke (kun) til, at mange af politikernes medier henvender sig via sociale medier (Ekstra Bladet, 232). Sociale medier er demokratiske, netop fordi de er sociale i ordets fundamentale forstand, hvor folk styrer deres relationer: “De demokratiserer adgangen til at ytre sig. Medierne har ikke monopol mere på, at man kan komme til orde” (Radio24syv, 414). Således er det ikke kun programmerne, reklamer, underholdning og nyheder, der ligger side om side på sociale medier, det er alle sociale aktører. På den måde intensiverer sociale medier konkurrencen om opmærksomhed yderligere: “Jeg tror, at vi er klar over, at vi er en del af noget større. [...] det ikke så let mere, som det har været tidligere. Vi skal kunne præstere mere og bedre journalistik for at få den opmærksomhed” (Ekstra Bladet, 659).

Rent faktisk kan man sige, at nyhedsmedier ikke blot konkurrerer mod hinanden, ej heller stopper konkurrencen ved de andre programmer, underholdning og reklame – den er udvidet til også at omfatte sociale medier: “Facebook og Instagram er langt større konkurrenter for os end traditionelle medier” (Ekstra Bladet, 89). Det skyldes ikke at de, som nævnt, har konkurrerende indhold, men: “På sociale medier er man jo sådan set kun garant for det, man selv skriver. Alle kan jo skrive hvad som helst” (Politiken, 211). Og ligesom med nyheder har fascination også en fordel ift. opmærksomhed på sociale medier: “Der er en tendens til, at løgnehistorier spredes meget hurtigere end sande historier. Fordi løgnehistorier typisk er mere spændende” (Radio24syv, 605). Så ikke nok med at nyheder, reklamer og underholdning alle kæmper om samme opmærksomhed, de kæmper også mod venner, politikere og løgnere. De kæmper så meget, at de bevæger sig ind på hinandens områder:

“Specielt under terrorangreb og ulykker er Twitter jo hovedkilden.”

(Ekstra Bladet, 487)

Hvor alt dette muligvis gavner reklame og underholdning, og især i sidste ende brugeren, gælder det ikke for nyheder: “Der er jo folk, som i dag er koblet ude fra det, som vi kan kalde »det normale medie-økosystem«. De lever alene ude i den der kloak af halve og hele løgne” (Radio24syv, 528). Én ting er dog sikker. Massemediesystemets operationelle autonomi afhænger i høj grad sociale mediers autonome mekanismer.

4.3.3 Delkonklusion

På dette selvreferentielle niveau, hvor horisonten udvides til iagttagelse af systemer, trænger forholdet til omverdenen sig på. Både fordi medierne som system, nyhedsprogrammet orienterer sig uden for systemet, og fordi at dét og de andre programmer påvirkes indvendigt af massemediesystemets auto-poiesis. Digitaliseringen antager i massemediesystemet på logisk vis form af digitale medier. Dette alene tilføjer en helt ny dimension. I særdeleshed har indtrædelsen af de digitale *sociale medier* forstyrret systemet i en sådan grad, at nyhedsprogrammets hidtil tydeligste strukturelle kobling, den til det politiske system, er uanseelig ift. den betragteligt mere indflydelsesrige kobling til det økonomiske system. Med sociale medier har forholdet mellem programmerne nemlig ændret sig radikalt. Reklame, underholdning og nyheder er stadig særdeles til stede i systemet og bidrager fortsat, men til en platform, der agerer massemedie for dem, de traditionelle massemedier.

4.4 Konklusion på systemanalyse

Der fremgår en tydelig forbindelse mellem de forskellige selvreferencer, hvilket i og for sig giver god mening – de er jo ikke adskilte, men snarere specificeringer. Differentiering i kultur, struktur og natur på organisationsniveau giver en individualitet ift. programmet, men behovet for organisatorisk differentiering forstærkes yderligere af den evolution, der foregår på programniveau, hvor det nu, pga. en øget hastighed og begrænset adgang, er mere vanskeligt at tilegne sig den grundlæggende opmærksomhed. Udviklingen af nyhedsprogrammet er en effekt af den kædereaktion, der leder tilbage til systemniveauets autopoiesis. Massemediesystemets reduktion af kompleksiteten *digitalisering* – altså indoptagelse og efterfølgende konvertering til egen meningssammenhæng – har ledt til fremkomsten af digitale medier. Især sociale medier har, ved at omdanne rammen for alle massemediesystemets komponenter, altså ikke kun enkelte programmer eller organisationer, skabt et skred, der således berører alle systemer i systemet.

Autopoiesis har således, idet systemet reproduceres, skabt en systemforstyrrelse, der har forårsaget en simultan fortætning og spredning: En fortætning, fordi al adskillelse mellem programmerne er ophævet, og en spredning pga. det nu uendeligt store rum. Dette har skabt en konkurrencesituation blandt alle massemedier, da de nu alle tager opmærksomhed fra hinanden og derfor kæmper for denne. Opmærksomhed har givetvis hele tiden har været til stede som et grundprincip for al information, hvad end det er nyhedens væsentlighed, reklamens begærlighed og underholdningens morsomhed, men hvor konkurrencen før var program-intern, dominerer den nye fælles platforms præmisser de respektive programmers principper.

A large white number 5 is centered on the left side of the page. Behind it is a network diagram of a globe. The globe is composed of a grid of lines connecting various points. The points are colored in a gradient from dark purple at the top to light blue at the bottom. The globe is set against a light gray background.

5

Diskussion

5 Diskussion

I denne sektion forholder jeg mig kritisk til de ovenstående dele af specialet gennem en diskussion af undersøgelsens resultater og de forudgående overvejelser. Først behandler jeg de resultater, jeg netop har udledt i analysen, set i lyset af teorien og specialets problemstilling. Bagefter, når jeg diskuterer specialets forudsætningsetablerende elementer, introducerer jeg min kritik af de dele, der har ledt op til analysen og formet denne.

5.1 Undersøgelsens resultater

Luhmanns teori om sociale systemer, specifikt funktionssystemer, præsenterer to åbninger; *Funktion* og *system*. Selvom jeg gennem undersøgelsens design etablerer medierne som et funktionssystem, og jeg dermed også havde muligheden for at tage afsæt i funktionsspørgsmålet, blev en funktionsanalyse forkastet. Dette speciale tager afsæt i systemspørgsmålet og beskæftiger sig med, hvordan medierne som system påvirkes af digitaliseringen og gør dette gennem en systemanalyse. Det er dog ikke ensbetydende med, at funktionsspørgsmålet behandles, det sker blot gennem systemanalysen. Altså den lange vej så at sige. Fokus på system frem for funktion skyldes – foruden de metodologiske årsager jeg kommer ind på i næste afsnit – at funktionsanalysen i modsætning til systemanalysen ikke kunne reflektere systemspørgsmålet. I dette afsnit vil jeg vise, hvad systemanalysens konklusioner siger om funktionsspørgsmålet. Hvis man starter med empirien alene, adskiller den sig ikke væsentligt fra Luhmanns teoretiske beskrivelser i *Massemediernes Realitet*. Som det kort nævnes indledningsvist i afsnit 4.1, bærer systemets selvbeskrivelse meget præg af dets selvforståelse som en demokratisk hjørnesten, og den samfundsmæssige værdi af dets funktion (Bilag 20; Bilag 21). Selv det havde Luhmann taget højde for:

“I massemediesystemet reproducerer denne konstruktion af mennesker myten om at være i menneskets tjeneste.”

(Luhmann, 2002, 96)

Yderligere finder man også en stærk lighed mellem selektorerne (se 2.2.3.1.2) og mediernes forklaring af, hvordan man er et godt medie. Selvom det er kuriøst, at mediernes selvforståelse læner sig så meget op ad Luhmanns symbolsk generaliserede kommunikationsmedium for netop massemediesystemet – *den offentlige mening* – er det et glimrende eksempel på autopoietiske opretholdelse af systemets funktion. Af samme grund bidrager specialets systemorientering til forståelse af, hvordan digitaliseringen påvirker mediernes opretholdelse af funktion.

5.1.1 Digitalt kompromis

Selvom massemediesystemets funktion består i “den bestandige skabelse og bearbejdning af irritation”, tyder meget på, at dets’ autopoiesis’ indoptagelse af samfundets digitalisering er en større forstyrrelse, end systemet normalt håndterer (Luhmann, 2002, 123). Primært sociale medier har motiveret en evolution i programmerne – i hvert fald set fra nyhedsprogrammets perspektiv – der har flyttet mediernes brugere til en digital platform, der tilbyder en anden fællesverden end den, medierne kan tilbyde, ved at muliggøre en helt anden forbundethed. I denne digitale *aviskiosk*, er der blot også reklame og underholdning på hylderne, udover alt det andet indhold, der massekommunikeres. Set i et forandringsteoretisk lys kunne man sige, at medierne i høj grad har tilsluttet sig samfundsudviklingen, i og med at de alle i varierende grad er blevet næsten komplet digitale. Det ses i den organisatoriske difference *struktur*, hvor de, der har mere end én kanal, fokuserer på en overgang til digital samt udfasning af den sekundære, originale kanal. Dette kan dog diskuteres, hvis man inddrager niveauets andre differencer, kultur og natur. Natur må man se som en neutral faktor, da medier ligesom os andre ikke kan lave om på fortiden, men kulturen, der med sin selvdefinering er den mest aktive af de tre, er tydeligt tilbagepegende, idet “måden vi gør det på” i de fleste tilfælde også er “måden vi *altid* har gjort det på”. Det, at organisationerne ekkoer tidligere kulturer og ikke bestemmer en ny, der passer til den nye struktur, kunne være en modstand ift. forandringen. I så fald hverken forkaster eller tilslutter medierne sig digitaliseringen, men vælger et kompromis: accept og delvis tilslutning.

5.1.2 Fællesverden i fragmenter

Det ville give god mening, hvis der er en “modstand” til forandringen, da et autonomt system har kun ét formål, nemlig at opretholde sin funktion og derved sig selv, da der ikke kan være et tilsvarende, og intet andet kan overtage udførelsen. Man kan se autopoiesis’ sikkerhedsmekanismer som systemets indlejrede “overlevelsesinstinkt”. Og netop overlevelsesinstinktet kunne man forestille sig yderligere forstærke organisationernes differentiering, da den evolution, der sker på programniveau, viser en markant intensivering i konkurrencesituationen. Ikke kun internt men også ift. de andre programmer – hvis det overhovedet giver mening at skelne mellem dem længere, for den klare adskillelse er væk, eftersom de åbenlyst flyder sammen på både platform og indhold. Alt dette har forøget distancen til de brugere, de i virkeligheden er afhængige af. For som medie skal de have nogen at være væsentlige for. Det giver et regnestykke, der fortæller, at medierne er nødt til at reducere væsentligheden ved finde en ny balance mellem den og opmærksomhed for overhovedet at få nok opmærksomhed fra et publikum, de kan være væsentlige for. En konsekvens af det er velsagtens, at den

fællesverden, medierne konstruerer for publikum, er baseret på et grundlag, der er endnu mere differentieret end tidligere. Spørgsmålet er så, om man lykkes, selv hvis denne fællesverden er mindre? Det blev allerede nævnt, at mediebrugere er begyndt at segmentere sig via deres brug af kanaler, og mediernes kultur, struktur og natur viste ligeledes tydelig orientering mod specifikke målgrupper. På sigt kan det betyde, at hvert medie skaber sin egen fællesverden, fordi de har differentieret sig tilpas meget.

5.1.3 Funktion > system

Digitalisering påvirker tydeligvis systemet så betragteligt, at mediernes opererer anderledes nu for at opretholde samme funktion. Som set ovenfor kan man endda debattere, hvorvidt dette resulterer i direkte at modarbejde hensigten: “at producere det moderne menneskes grundlæggende »transcendentale illusion« om at der findes en fælles-verden” (Qvortrup, 2000, 235). Omvendt kunne man argumentere for – til trods for at det ikke opleves sådan på organisations- og programniveau blandt nyhedsenheder, måske endda af ingen i det tidligere massemediesystem – at systemets autopoiesis opretholder balancen ved at underlægge alt, hvad der var det tidligere massemediesystem, en digital dimension, da denne i virkeligheden bedre løser “massemediernes funktion i at dirigere samfundssystemets selviagttagelse” (Luhmann, 2002, 122). Så blot fordi (dele af) massemediesystemet oplever en forstyrrelse, der ryster dets grundvold, er det ikke sikkert at funktionen gør det samme. Således kan man forstå, at hvor de enkelte programmer, der hver især varetog dirigering af deres område af samfundets selviagttagelse, er de nu i stedet bidragsydere til et system, der dirigerer denne. Det forklarer også ophævelsen af programmernes adskillelse, og hvorfor medieorganisationernes øgede differentiering ikke forhindrer, at de stadig kan beskæftige sig med den offentlige mening som det symbolsk generaliserede kommunikationsmedie.

Endelige kan man altså konstatere, at digitaliseringen muligvis ikke udgør det problem, medierne oplever ved den teknologiske udvikling, og at medierne blot ikke oplever ændringen af deres egen rolle i opretholdelsen af funktionen. Deres omstændigheder er unægteligt blevet påvirket, og medierne har oplevet en række forandringer, der i høj grad har gjort det sværere at være et medie i dag. I hvert fald hvis vedbliver at være det medie, man var. Digitaliseringen har forandret alt, fra hvordan medierne arbejder med deres vigtigste interesser, kilder og brugere, til hvordan de forholder sig til journalistik. Men ikke deres selvopfattelse – hvilket måske kun er godt.

5.2 Undersøgelsens metode, empiri og teori

Det er et specielt speciale, eftersom hverken det konstruktivistiske perspektiv, den induktive tilgang eller Luhmanns systemteori foreskriver en specifik fremgangsmåde. Derfor har hvert skridt i undersøgelsen været orienteret mod det foregående, lige fra dataindsamling til teorivalg og videre til analysestrategi. Dette har sikret en logisk progression og ikke mindst solid metodik, men betyder også, at for at andre skulle komme frem til samme fremgangsmåde, ville det være processen, der skulle tage dem derhen, og ikke dem, der skulle tage processen derhen. Hver fase er nemlig forankret i henholdsvis: *Forskerens subjektivitet*, da vedkommendes verdensbillede indtager det punkt, hvorfra alting går, og hvortil alting kommer; *Den unikke empiri*, der er afhængig af den individuelle kontekst; Og endelig *Luhmanns teoriunivers*, som præsenterer sig forskelligt afhængigt af, hvordan det tilgås, inden man dernæst bliver nødt til at udvælge blandt hans mange koncepter.

Allerede ved specialets videnskabsteoretiske ståsted kunne et andet udgangspunkt være blevet *valgt* og føre til et væsentligt anderledes undersøgelsesforløb. Valgt, fordi det ikke ville være baseret på overbevisning, men en fremadrettet beslutning. Dette ville forandre hele specialets karakter, da dets *eksplorative* vinkel beror på ikke at søge bestemte retninger mere end andre. I så fald kunne specialet lige så vel have fulgt en deduktiv tilgang, hvor der forud for dataindsamlingen var blevet opstillet en teoretisk ramme med konkrete emner, empirien direkte kunne besvare. Den induktive tilgang har for dette speciale betydet, at specialet i sin forening af empiri og teori i analysen kan sige noget både teoretisk- og empirisk funderet om det observerede problem. Det skyldes, at de begge har haft en indflydelse på hinanden, da analysestrategien baserer sig på teorien, der er *grounded* i empirien. Det er også det konstruktivistiske perspektivs interesse for kommunikation, der gennemsyrrer resten af specialets processer, ved hele tiden at fokusere på dét.

Empirien ville være anderledes, havde man ændret blot ét parameter; tid, sted, deltager etc. De seks interview var de positive tilbagemeldinger af en pulje af tretten medier, og man ved derfor ikke, hvad der ville komme frem under andre omstændigheder. Ligeledes var spørgsmålene ikke de samme fra interview til interview, hvorfor nogle interviewpersoner kunne have bidraget til vinkler, jeg ikke forholdt dem, men gjorde med andre. Det ville med sikkerhed have givet empiribasen en anden dybde, havde jeg fokuseret på at få seks forskellige besvarelser på de samme spørgsmål. Dertil havde en mere struktureret interviewguide og -teknik også været nødvendig, hvilket dog konflikter med den konstruktivistiske undersøgelse, hvor jeg deler kontrollen over situationen med informanterne i den sociale konstruktion af det ontologiske felt.

Som det bliver gjort klart, er systemteorien omfattende, hvilket betyder, at den næsten er umulig at anvende og forklare i komplet udstrækning, selv hvis specialets omfang havde været større. Det betyder også, at der er emner, jeg måtte udelade, eller, som den tidslige dimension, blot inddrage kort, og forklare ud fra allerede introducerede begreber, for ikke at inddrage et nyt sæt. Dertil kommer den kritik, som flere systemteorier udsættes for, nemlig: Om ikke teorien er en overkompliceret måde at behandle relativt simple emner på (Fuglsang, 2004). Selvom teorien bevæger sig på et højt abstraktionsniveau, mener jeg dog, at det er dette, der i det hele taget gør generaliseringen mulig, når nu man “kun” besidder empiri fra seks interview. Bl.a. vha. Luhmanns unikke syn på begrebet *paradokser*. På den måde udgør systemteorien ikke alene et plastisk værktøj, man kan forme efter undersøgelsen. Den er præcis det, der gennem sine begreber forener specialets konstruktivistiske problemstilling med dets empiriske grundlag. Flere af disse kritikpunkter har jeg som akademiker forsøgt at imødekomme ved at være ekstra eksplicit ift. at beskrive rationaler bag beslutninger og konklusioner. Derfor har jeg igennem specialet fokuseret på at tage læseren i hånden ved at gøre min argumentation tydelig, særligt i metodologisektionen, hvor jeg har opridset, hvordan man sikrer en metode, der understøtter det konstruktivistiske perspektiv, og hvordan empirien er troværdig.

Som jeg indledningsvist fremhæver, giver det mening at diskutere koblingen af empiri metode og teori under ét. Det skyldes, at ovenstående opremsning ikke er fejlkilder, men udfald af akademisk begrundede prioriteringer gennem et studie, som i dette tilfælde er betinget af en struktur, der formes empirisk, konstruktivistisk, induktivt og systemteoretisk. Dermed ikke sagt, at der ingenting var, som jeg ville gøre anderledes, skulle jeg foretage undersøgelsen igen – men det skyldes den cirkulære proces af vidensproduktion gennem internalisering af kommunikation. For eksempel er jeg undervejs blevet gjort opmærksom på (masse)mediernes brede definition – både i teorien jf. Luhmanns programmer, hvor der udover nyheder også er reklame og underholdning, og i empirien, da flere interviewpersoner ikke blot forholder sig til hinanden, men også Netflix og livsstilsmagasiner. Endelig viser analysen, at også sociale medier kunne medregnes. Havde empirien omfattet denne brede, nye definition af massemediesystemet, kunne det have åbnet for en funktionsanalyse. Men også først dér ville det være relevant at lave en funktionsanalyse, da funktionen, hvordan de *sammen* dirigerer til samfundets selviagttagelse, kræver hele systemets inddragelse. Empirigrundlaget i dette speciale bidrager kun med én vinkel af det system. Af samme grund blev en funktionsanalyse også forkastet i denne omgang. Det danske massemediesystem består minimum også af reklame- og underholdningsprogrammerne, og muligvis nu også sociale medier.



6

Konklusion

6 Konklusion

Digitaliseringen er en gennemgribende forandring, som medfører store omvæltninger for medierne og deres rolle i samfundet. Selvom sociale systemers autopoiesis *er* en reduktion af kompleksitet, gør massemediesystemets indoptagelse af digitalisering systemet særdeles komplekst. I hvert fald set fra dets nyhedsprogram – i denne undersøgelse de danske medier. På den ene side muliggør digitale teknologier en processuel optimering af eksisterende operationer, som informationsøgning og publicering. På den anden side redefinerer digitale medier hele systemet ved at vende op og ned på grundlæggende mekanismer som adgang og hastighed. Især sociale medier medvirker til dette, da de ikke kun ophæver den klare adskillelse medierne imellem, men også nedbryder den skarpe inddeling af systemets programmer, hvorfor nyhedsmedier og deres indhold flyder sammen med reklame og underholdning. Det forstærkede behov, der opstår for yderligere differentiering, bidrager til, at det danske mediebillede bliver ekstremt fragmenteret.

Dette burde i sin essens være et fundamentalt problem for medierne, eftersom det står i direkte konflikt til at skabe en fællesverden og være samfundets sammenhængskraft. Isoleret set og havde sociale medier ikke været der, havde det været problematisk – men undersøgelsen viser samtidig, at det digitaliserede massemediesystem muligvis er mere gunstigt, når det kommer til den fælles funktion, at dirigere samfundets selviagttagelse. Det er altså ikke nødvendigvis et problem for funktionen, at medieforbruget er blevet demokratiseret, og brugeren i højere grad har kontrollen, så længe mediernes selvopfattelse forbliver den samme – at det er dem, der varetager offentlighedens interesser ved at skabe fællesverdener, og dermed fortsætter med at bringe væsentlig information til den nye fællesverden – der i øvrigt også er en illusion men dog mere fælles.

Hvis udviklingen fortsætter på denne måde, vil funktionen forblive afhængig af medierne, da sociale medier ikke kan opretholde systemets funktion uden dem. Så selvom mediernes rolle reelt har ændret sig fra anfører til bidragsyder, er opretholdelsen af systemets funktion mere intakt end nogen sinde, grundet samspillet mellem nyheder og sociale medier. I teoretisk forstand kunne det betegnes som det autonome systems autopoietiske evne til at bringe sig i ligevægt ift. omverdenen.

Så selvom medierne førhen var dirigent for samfundets selviagttagelse, og de i dag spiller anden-violin, er det i særdeleshed stadig dem, der holder samfundet vågent.



Vi er gået frem på den omvendte måde, og vi kan nu give uglen mod til ikke længere at tude i sin krog, men i stedet begynde sin natteflyvning. Vi har redskaber til at overvåge den, og vi ved, at det drejer sig om rekognoscering af det moderne samfund

Niklas Luhmann
Sociale Systemer, 554

7 Litteraturliste

- Adams, K., Hester, P. & Bradley, J. (2013). A historical perspective of systems theory. *IIE Annual Conference and Expo 2013*: 4102-4109.
- Andersen, N.Å. (1999). Diskursive analysestrategier: Foucault, Koselleck, Laclau, Luhmann. København: Nyt fra Samfundsvidenskaberne.
- Andersen, N.Å. (2014). Den semantiske analysestrategi og samtidsdiagnostik, i Harste, G. & Knudsen, M. (Red.). *Systemteoretiske analyser: at anvende Luhmann* (41-72). Frederiksberg: Nyt fra Samfundsvidenskaberne.
- Andersen, B.H. & Lund., E. (2009). Interview i *Den Store Danske*, Gyldendal. Besøgt 29-03-18: <http://denstoredanske.dk/index.php?sideId=98845>
- Bekendtgørelse (2006). Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed. Besøgt 29-03-18: <https://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=12056>
- Beskæftigelsesministeriet (2017). *Forlæns ind i fremtiden*. København: Beskæftigelsesministeriet.
- Berger, P.L & Luckmann, T. (1972). *Den samfundsskabte virkelighed: en videnssociologisk afhandling*. København: Lindhardt og Ringhof.
- Borch, C. (2000). Former, der kommer i form – om Luhmann og Spencer-Brown. *Distinktion* 1, 2000: 105–22.
- Brovall, S. (2011). Portræt af Ekstra Bladets chef: Han har været dygtig og rimelig hæmningsløs. Besøgt 29-03-18: <https://politiken.dk/kultur/medier/art5545528/Portræt-af-Ekstra-Bladets-chef-»Han-har-været-dygtig-og-rimelig-hæmningsløs«>
- Carey, J. W. (1989). *Communication as Culture*. Boston: Unwin Hyman.

Cavlingprisen. Besøgt 08-10-18:

<https://journalistforbundet.dk/cavling>

Collin, F. (2003). *Konstruktivisme*. Frederiksberg: Samfundslitteratur Roskilde Universitetsforlag.

Den Danske Ordbog. Besøgt 29-05-18:

<https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=system>

DR (2011). DR's historie 1925-1950. Besøgt 29-03-18:

<https://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/drs-historie-1925-1950>

DR (2017). DR i korte træk. Besøgt 29-03-18:

<https://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/dr-i-korte-traek>

DR Medieforskning (2018). *Medieudviklingen 2017*. København: DR.

Drack, M. & Schwarz, G. (2010). Recent developments in general system theory. *Systems Research and Behavioral Science*, 27: 601-610.

Ekstra Bladet 1 (u.å.). Historie. Besøgt 29-03-18:

https://ekstrabladet.dk/om_ekstra_bladet/historie/5570301

Ekstra Bladet 2 (u.å.). Journalistik. Besøgt 29-03-18:

https://ekstrabladet.dk/om_ekstra_bladet/journalistik/5812358

Ekstra Bladet 3 (u.å.). Ledelse. Besøgt 29-03-18:

https://ekstrabladet.dk/om_ekstra_bladet/fakta-om-ekstra-bladet/5812191

Epinion (2016). *Consumer behavior are reshaping the Media Industry*. København: Epinion.

- Fuglsang, L. (2004). Systemteori og funktionalisme, i Fuglsang, L. & Olsen, P. B. (Red.). *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – på tværs af fagkulturer og paradigmer* (2. udg) (115-144). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Fuglsang, L. & Olsen, P.B. (Red.) (2004). *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – på tværs af fagkulturer og paradigmer* (2. udg). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Fryd, P. K. (2013). Introduktion til Niklas Luhmanns forskelslogiske epistemologi och systemisk operativ konstruktivistiske laeringsteori. *Pedagogisk Forskning i Sverige*, 17 (3-4), 192-213.
- Galtung, J. & Ruge, M (1965). The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of International Peace Research* 1, 64–91.
- Gergen, K.J. & Gergen, Mary (2008a). Social Constructionism, i Given, L. M (Red.). *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods* (817-820). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Gergen, K.J. & Gergen, M. (2008b). Social construction and research as action, i Reason, P. & Bradbury, H (Red.). *The SAGE handbook of action research* (159-171). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Habermas, J. (1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Harcup, T. & O'Neill, D. (2001). What Is News? Galtung and Ruge revisited, *Journalism Studies*, 2:2, 261-280.
- Harste, G. & Knudsen, M. (2014). *Systemteoretiske analyser: at anvende Luhmann*. Frederiksberg: Nyt fra Samfundsvidenskaberne.

Høy-Jensen, C. (2008). En levende avis kommer til verden. Besøgt 29-03-18:
https://politiken.dk/om_politiken/art5612808/En-levende-avis-kommer-til-verden

JP/Politikens Hus (u.å.). Om Politiken. Besøgt 29-03-18:
<http://jppol.dk/da/artikler/dagblade/politiken.aspx>

Jyllands-Posten 1 (u.å.) Jyllands-Postens historie. Besøgt 29-03-18:
<http://jyllands-posten.org/jps-historie.php>

Jyllands-Posten 2 (u.å.). Velkommen til Jyllands-Posten. Besøgt 29-03-18:
<http://jyllands-posten.org>

Kneer, G. & Nassehi, A. (1997). Niklas Luhmann: introduktion til teorien om sociale systemer.
København: Hans Reitzel.

Koch, C.A. (2004). Kritisk rationalisme, i Fuglsang, L. & Olsen, P. B. (Red.). *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – på tværs af fagkulturer og paradigmer* (2. udg) (79-115).
Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Kommunikationsforum. (2007). Om Lea Korsgaards uddannelse. Besøgt 29-03-18:
<http://www.kommunikationsforum.dk/Lea-Korsgaard>

Kuhn, T.S. (1973). *Videnskabens Revolutioner* (2. udg). København: Fremad.

Kulturministeriet (2010). Mediaaftale. Besøgt 29-03-18:
https://kum.dk/uploads/tx_templavoila/Aftaletekst_Mediaaftale_2011-2014.pdf

Kulturministeriet (2018). Mediernes Udvikling i Danmark: Globaliseringen af den danske mediebranche. København: Kulturministeriet.

- Laszlo, A. & Krippner, S. (1998). *Systems Theories: Their Origins, Foundations, and Development*. I J. S. Jordan (Red.): *Systems theories and a priori aspects of perception* (47-74). Amsterdam: Elsevier, 1998.
- Lilienfeld, R. (1978). *The rise of systems theory: An ideological analysis*. New York: Wiley.
- Luhmann, N. (1982). *Liebe als Passion: Zur Codierung von Intimität*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1988). *Die Wirtschaft der Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1990). *Die Wissenschaft der Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1993). *Das Recht der Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1995). *Die Kunst der Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1997). *Iagttagelse og paradoks – Essays om autopoietiske systemer*. København: Gyldendal.
- Luhmann, N. (1998a). *Die Politik der Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1998b). *Die Religion der Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1998c). *Das Erziehungssystem der Gesellschaft*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (2000). *Sociale systemer: grundrids til en almen teori*. København: Hans Reitzel.
- Luhmann, N. & Mortensen, N. (2002). *Massemediernes realitet*. København: Hans Reitzel.
- Luhmann, N. (2007). *Indføring i systemteorien*. København: Unge Pædagoger.
- Luhmann, N. (2016). *Samfundets samfund*. København: Hans Reitzel.

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.

McQuail, D. (1983). *Mmass communication theory*. London: SAGE Publications.

Medieansvarsloven. Besøgt 27-04-18:

<https://danskelove.dk/medieansvarsloven>

Nielsen, P. (2007). *Produktion af viden: En praktisk guide til samfundsvidenskabelig metode* (3. udg.). København: Nyt Teknisk Forlag.

Parsons, T. (1937). *The structure of social action: a study in social theory with special reference to a group of recent European writers*. New York: McGraw-Hill.

Parsons, T. (1991). *The Social System* (2. udg.). London: Routledge.

Pervin, L. A (1984). *Personality: Theory and research*. New York: Wiley.

Popper, K.R. (1994). The Myth of the Framework, i Notturmo, M. A. (Red.). *The Myth of the Framework* (33-64). London: Routledge.

Pressenævnet. Besøgt 08-10-18:

<http://www.pressenaevnet.dk>

Qvortrup, L. (2000). *Det hyperkomplekse samfund: 14 fortællinger om informationssamfundet*. København: Gyldendal.

Radio24syv 1 (u.å.). Historie. Besøgt 29-03-18:

<https://www.radio24syv.dk/om-radio24syv/historie>

Radio25syv 2 (u.å.). Ledelse. Besøgt 29-03-18:

<https://www.radio24syv.dk/om-radio24syv/ledelse/>

Radius (2018). Troværdighedsanalysen Besøgt 10-11-18:

<https://radiuscph.dk/case/trovaerdighedsanalysen/>

Rasborg, K. (2004). Socialkonstruktivismen i klassisk og moderne sociologi, i Fuglsang, L. & Olsen, P. B. (Red.). *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – på tværs af fagkulturer og paradigmer* (2. udg) (349-388). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Rasmussen, J. (2000). En introduktion. I N. Luhmann (2000). *Sociale systemer: grundrids til en almen teori* (7-22). København: Hans Reitzel.

Rasmussen, J. (2002). *Luhmann anvendt*. København: Unge Pædagoger.

Rosendal, H., Kierkegaard, C., Dølpher, C. & Johannesen, T. (Red.) (2013). *Presseetiske regler*. Hvidovre: Dansk Journalistforbund & Danske Medier.

Schuldt, C. (2006). *Luhmann for Begyndere*. København: Unge Pædagoger.

Spencer-Brown, G. (1969). *Laws of Form*. London: Allen & Unwin.

Sørensen, A. (2006). *Viden - man ikke kan være foruden: Om videnskab og virkelighed*. København: Department of Management, Politics and Philosophy, CBS.

Thyssen, O. (2006). Erkendelsesteori som kommunikationsteori – Kritik af Luhmanns teori om den forsvundne verden, i Tække, J. & Paulsen, M. (Red.). *Luhmann og erkendelse: epistemologi, anvendelse og nyorientering* (41-60). København: Unge Pædagoger.

Tillitz, F. (2016). Jacob Nybroe er ny chefredaktør for Jyllands-Posten. Besøgt 29-03-18:

<https://www.altinget.dk/artikel/jacob-nybroe-er-ny-ansvarshavende-chefredaktoer-for-jyllands-posten>

- Tuxen, K. S. (2018). Clickbait, fake news og #metoo: 10 ord kæmper om at blive Årets ord. Besøgt 10-11-18:
<https://www.dr.dk/nyheder/kultur/clickbait-fake-news-og-metoo-10-ord-kaemper-om-blive-aarets-ord>
- Tække, J. (2007). Selvets dannelse – 6 stadier på vejen mod selvrefleksivitet, i Paulsen, M., Qvortrup, L. & Andersen, S. (Red.). *Luhmann og dannelse* (103-126). København: Unge Pædagoger.
- Von Bertalanffy, L. (1968). *General System Theory: Foundations, Development, Applications*. New York: George Braziller.
- Wenneberg, S. (2000). *Socialkonstruktivisme: positioner, problemer og perspektiver*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Zetland 1 (u.å.). Om Zetland. Besøgt 29-03-18:
<https://www.zetland.dk/omzetland>

8 Bilag

8.1	BILAG 1:	SPØRGEARK	- RADIO24SYV	91
8.2	BILAG 2:	SPØRGEARK	- ZETLAND	94
8.3	BILAG 3:	SPØRGEARK	- EKSTRA BLADET	96
8.4	BILAG 4:	SPØRGEARK	- DR	99
8.5	BILAG 5:	SPØRGEARK	- POLITIKEN	102
8.6	BILAG 6:	SPØRGEARK	- JYLLANDS-POSTEN	105
8.7	BILAG 7:	INTERVIEWGUIDE	- RADIO24SYV	108
8.8	BILAG 8:	INTERVIEWGUIDE	- ZETLAND	110
8.9	BILAG 9:	INTERVIEWGUIDE	- EKSTRA BLADET	112
8.10	BILAG 10:	INTERVIEWGUIDE	- DR	114
8.11	BILAG 11:	INTERVIEWGUIDE	- POLITIKEN	117
8.12	BILAG 12:	INTERVIEWGUIDE	- JYLLANDS-POSTEN	119
8.13	BILAG 13:	INTERVIEWGUIDE	- GENERISK	121
8.14	BILAG 14:	TRANSSKRIFTION	- RADIO24SYV	123
8.15	BILAG 15:	TRANSSKRIFTION	- ZETLAND	143
8.16	BILAG 16:	TRANSSKRIFTION	- EKSTRA BLADET	155
8.17	BILAG 17:	TRANSSKRIFTION	- DR	177
8.18	BILAG 18:	TRANSSKRIFTION	- POLITIKEN	189
8.19	BILAG 19:	TRANSSKRIFTION	- JYLLANDS-POSTEN	197
8.20	BILAG 20:	SAMLEDE FUNKTIONSCITATER		210
8.20.1		RADIO24SYV		210
8.20.2		ZETLAND		212
8.20.3		EKSTRA BLADET		214
8.20.4		DR		217
8.20.5		POLITIKEN		219
8.20.6		JYLLANDS-POSTEN		220
8.21	BILAG 21:	FUNKTIONSBESKRIVELSE		223

8.1 Bilag 1: Spørgeark – Radio24Syv

Informant:

Jørgen Ramskov

Ansvarshavende chefredaktør og adm. direktør

Indledning

- Tak for tiden
- Formålet → Specialet vil ikke blive fortroliggjort, men hvis informanten ønskes at blive anonymiseret, gør vi dette. Dog så vi helst at dette ikke blev nødvendigt, pga. formålet og fordi at vi med specialet fokuserer på mediebranchen generelt og ikke det enkelte medie.
- Agenda: tre temaer
 - o Mediernes rolle i samfundet
 - o Medieudviklingen
 - o Nyhedsbilledet
 - o Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

Tema #1: Mediernes rolle i samfundet

1. Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil du forklare den?
Hvordan forstår *informanten* mediernes samfundsansvar?
 - a. Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
Hvilken opfattelse har *informanten* af mediernes corporate citizenship?
2. I hvor høj grad synes du så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?
3. Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
Har alle medier samme samfundsansvar?
4. Hvordan synes du, at Radio24syv adskiller sig fra andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig fra de øvrige?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype
5. Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for Radio24syvs identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for *informantens medie* for at leve op til dens samfundsansvar.
6. Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Hvilke professionelle principper dominerer branchen?

Tema #2: Medieudvikling

7. Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.
- a. Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?
 - b. Hvordan tackler I den udvikling, hos Radio24syv?
Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos *informantens medie*?
 - i. Til sammenligning med andre medier, der kommunikerer visuelt som blandt andet TV og aviser, kunne man forestille sig, at de i højere grad udfordres af sociale medier. Men hvordan oplever I at sociale medier påvirker jer?
Eftersom sociale medier har den visuelle kommunikationsform til fælles med andre typer medier, kunne man foranlediges til at tro at netop auditive medier ikke var udfordret på samme måde. Hvordan udfordres Radio24syv af sociale medier?
8. Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret *informantens medies* praksis

Tema #3: Nyhedsbilledet

9. Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?
Hvordan er *informantens* opfattelse af nyhedsbilledet?
10. Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
Hvordan mener *informanten* at det burde være?
11. Hvordan bidrager I (ikke) til det?
Hvorledes afspejler nyhedsbilledet *informantens medies* produktion?
 - a. Hvad gør I anderledes end andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig?
12. Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
Hvilken praksis ligger bag *informantens medies* output?
Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?

Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

13. Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?
14. Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?
15. Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?
Hvordan vurderer *informanten* at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden?
Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?

16. Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?

Hvor bevidste er *informantens medie* om deres samfundsansvar? Italesættes det?

a. Hvordan snakker I om det?

Hvordan debatterer *informantens medies* samfundsansvar?

Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?

8.2 Bilag 2: Spørgeark – Zetland

Informant:

Lea Korsgaard

Chefredaktør

Tema #1: Mediernes rolle i samfundet

1. Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? **Hvordan vil du forklare den?**
Hvordan forstår *informanten* mediernes samfundsansvar?
 - a. **Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?**
Hvilken opfattelse har *informanten* af mediernes corporate citizenship?
2. I hvor høj grad synes du så, at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?
3. **Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?**
Har alle medier samme samfundsansvar?
4. Hvordan synes du, at Zetland adskiller sig fra andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig fra de øvrige?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype
5. Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for Zetlands identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for *informantens medie* for at leve op til dens samfundsansvar.
6. Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Hvilke professionelle principper dominerer branchen?

Tema #2: Medieudvikling

7. Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.
 - a. **Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?**
Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?
 - b. **Hvordan tackler I den udvikling, hos Zetland?**
Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos *informantens medie*?
8. Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret *informantens medies* praksis

Tema #3: Nyhedsbilledet

9. Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?

- Hvordan er *informantens* opfattelse af nyhedsbilledet?
10. Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
Hvordan mener *informanten* at det burde være?
11. Hvordan bidrager I (ikke) til det?
Hvorledes afspejler nyhedsbilledet *informantens medies* produktion?
a. Hvad gør I anderledes end andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig?
12. Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
Hvilken praksis ligger bag *informantens medies* output?
Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?

Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

13. Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?
14. Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?
15. Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?
Hvordan vurderer *informanten* at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden?
Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?
16. Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?
Hvor bevidste er *informantens medie* om deres samfundsansvar? Italesættes det?
b. Hvordan snakker I om det?
Hvordan debatterer *informantens medies* samfundsansvar?
Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?

8.3 Bilag 3: Spørgeark – Ekstra Bladet

Informant:

Poul Madsen

Ansvarshavende chefredaktør

Indledning

- Tak for tiden
- Formålet → Specialet vil ikke blive fortroliggjort, men hvis informanten ønskes at blive anonymiseret, gør vi dette. Dog så vi helst at dette ikke blev nødvendigt, pga. formålet og fordi at vi med specialet fokuserer på mediebranchen generelt og ikke det enkelte medie.
- Agenda: tre temaer
 - o Mediernes rolle i samfundet
 - o Medieudviklingen
 - o Nyhedsbilledet
 - o Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

Tema #1: Mediernes rolle i samfundet

1. Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil du forklare den?
Hvordan forstår *informanten* mediernes samfundsansvar?
 - a. Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
Hvilken opfattelse har *informanten* af mediernes corporate citizenship?
2. I hvor høj grad synes du så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?
3. Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
Har alle medier samme samfundsansvar?
4. Hvordan synes du, at Ekstra Bladet adskiller sig fra andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig fra de øvrige?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype
5. Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for Ekstra Bladets identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for *informantens medie* for at leve op til dens samfundsansvar.
6. Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Hvilke professionelle principper dominerer branchen?

Tema #2: Medieudvikling

7. Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.
- a. Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?
 - b. Hvordan tackler I den udvikling, hos Ekstra Bladet?
Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos *informantens medie*?
 - i. Omvendt, hvad har det af betydning for hvordan I driver avis, at I kommer med en bagage fra før den digitale tidsalder?
Hvilke positive og negative konsekvenser har informantens medies baggrund for, hvordan den digitale udvikling håndteres?
8. Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret *informantens medies* praksis

Tema #3: Nyhedsbilledet

9. Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?
Hvordan er *informantens* opfattelse af nyhedsbilledet?
10. Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
Hvordan mener *informanten* at det burde være?
11. Hvordan bidrager I (ikke) til det?
Hvorledes afspejler nyhedsbilledet *informantens medies* produktion?
- a. Hvad gør I anderledes end andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig?
12. Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
Hvilken praksis ligger bag *informantens medies* output?
Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?
- a. Hvordan afgør I om nyheder præsterer godt/dårligt, og er dens online præstation et krav?
Hvilke parametre definerer nyheders succes?
Note: kriterier
 - i. Hvad kendetegner typisk de nyheder, der præsterer godt online?
Hvilke karakteristika har nyheder med interesse?
 - ii. Lægger I vægt på dét i udformningen af nyheden?
Hvor tilbøjelige er informantens medie til at designe output, så det øger interessegraden?

Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

13. Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?

14. Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?

Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?

15. Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?

Hvordan vurderer *informanten* at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden?

Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?

16. Er jeres rolle i ft. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?

Hvor bevidste er *informantens medie* om deres samfundsansvar? Italesættes det?

a. Hvordan snakker I om det?

Hvordan debatterer *informantens medies* samfundsansvar?

Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?

8.4 Bilag 4: Spørgeark – DR

Informanter:

Thomas Falbe, nyhedschef i DR Nyheder

Hans Christian Kromann, redaktionschef for Digitale Nyheder

Indledning

- Tak for tiden
- Formålet → Specialet vil ikke blive fortroliggjort, men hvis informanten ønskes at blive anonymiseret, gør vi dette. Dog så vi helst at dette ikke blev nødvendigt, pga. formålet og fordi at vi med specialet fokuserer på mediebranchen generelt og ikke det enkelte medie.
- Agenda: tre temaer
 - o Mediernes rolle i samfundet
 - o Medieudviklingen
 - o Nyhedsbilledet
 - o Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

Tema #1: Mediernes rolle i samfundet

1. Hvad synes I er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil I forklare den?
Hvordan forstår *informanten* mediernes samfundsansvar?
 - a. Hvorfor synes I, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
Hvilken opfattelse har *informanten* af mediernes corporate citizenship?
2. I hvor høj grad synes I så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?
3. Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
Har alle medier samme samfundsansvar?
4. Hvordan synes I, at DR adskiller sig fra andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig fra de øvrige?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype
 - a. Eftersom DR er et statsejet og licensfinansieret kunne man antage at organisationens forhold til samfundet var anderledes fra andre medier. Hvordan påvirker det DR's journalistiske arbejde og dens rolle i samfundet?
Informantens medie er statsejet, hvilken betydning har det for:
 - 1) Journalistikken produceret
 - 2) Dets rolle i samfundet
5. Hvilke journalistiske principper synes I er de vigtigste? Både for DRs identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for *informantens medie* for at leve op til dens samfundsansvar.

6. Er det også dem, I vil mene kendetegner medierne generelt?
Hvilke professionelle principper dominerer branchen?

Tema #2: Medieudvikling

7. Hvordan vil I sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.
- a. Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?
 - b. Hvordan tackler I den udvikling, hos DR?
Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos *informantens medie*?
8. Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret *informantens medies* praksis

Tema #3: Nyhedsbilledet

9. Hvis I skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville I så sige kendetegnede det i dag?
Hvordan er *informantens* opfattelse af nyhedsbilledet?
10. Synes I, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes I, det burde se ud?
Hvordan mener *informanten* at det burde være?
11. Hvordan bidrager I (ikke) til det?
Hvorledes afspejler nyhedsbilledet *informantens medies* produktion?
- a. Hvad gør I anderledes end andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig?
 - i. Har det nogen betydning for hvilke historier I bringer, at DR er statsejet og licensfinansieret?
Hvilken indflydelse har det på *informantens medies* output, at *informantens medie* er statsejet og licensfinansieret?
12. Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
Hvilken praksis ligger bag *informantens medies* output?
Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?
- a. Hvordan afgør I om nyheder præsterer godt/dårligt, og er dens online præstation et krav?
Hvilke parametre definerer nyheders succes?
Note: kriterier
 - i. Hvad kendetegner typisk de nyheder, der præsterer godt online?
Hvilke karakteristika har nyheder med interesse?
 - ii. Lægger I vægt på dét i udformningen af nyheden?
Hvor tilbøjelige er informantens medie til at designe output, så det øger interessegraden?

Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

13. Vil I sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer I gerne ville lave journalistik efter?
Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?
14. Synes I mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?
15. Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så I så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?
Hvordan vurderer *informanten* at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden?
Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?
16. Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?
Hvor bevidste er *informantens medie* om deres samfundsansvar? Italesættes det?
- a. Hvordan snakker I om det?
Hvordan debatterer *informantens medies* samfundsansvar?
Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?

8.5 Bilag 5: Spørgeark – Politiken

Interview Politiken

Informant: Christian Jensen, ansvarshavende chefredaktør

Indledning

- Tak for tiden
- Formålet → Specialet vil ikke blive fortroliggjort, men hvis informanten ønskes at blive anonymiseret, gør vi dette. Dog så vi helst at dette ikke blev nødvendigt, pga. formålet og fordi at vi med specialet fokuserer på mediebranchen generelt og ikke det enkelte medie.
- Agenda: tre temaer
 - o Mediernes rolle i samfundet
 - o Medieudviklingen
 - o Nyhedsbilledet
 - o Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

Tema #1: Mediernes rolle i samfundet

1. Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil du forklare den?
Hvordan forstår *informanten* mediernes samfundsansvar?
 - a. Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
Hvilken opfattelse har *informanten* af mediernes corporate citizenship?
2. I hvor høj grad synes du så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?
3. Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
Har alle medier samme samfundsansvar?
4. Hvordan synes du, at Politiken adskiller sig fra andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig fra de øvrige?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype
5. Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for Politikens identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for *informantens medie* for at leve op til dens samfundsansvar.
6. Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Hvilke professionelle principper dominerer branchen?

Tema #2: Medieudvikling

7. Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.

- a. Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?
- b. Hvordan tackler I den udvikling, hos Politiken?
Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos *informantens medie*?
 - i. Omvendt, hvad har det af betydning for hvordan I driver avis, at I kommer med en bagage fra før den digitale tidsalder?
Hvilke positive og negative konsekvenser har informantens medies baggrund for, hvordan den digitale udvikling håndteres?
- 8. Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret *informantens medies* praksis

Tema #3: Nyhedsbilledet

- 9. Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?
Hvordan er *informantens* opfattelse af nyhedsbilledet?
- 10. Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
Hvordan mener *informanten* at det burde være?
- 11. Hvordan bidrager I (ikke) til det?
Hvorledes afspejler nyhedsbilledet *informantens medies* produktion?
 - a. Hvad gør I anderledes end andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig?
- 12. Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
Hvilken praksis ligger bag *informantens medies* output?
Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?
 - a. Hvordan afgør I om nyheder præsterer godt/dårligt, og er dens online præstation et krav?
Hvilke parametre definerer nyheders succes?
Note: kriterier
 - i. Hvad kendetegner typisk de nyheder, der præsterer godt online?
Hvilke karakteristika har nyheder med interesse?
 - ii. Lægges I vægt på dét i udformningen af nyheden?
Hvor tilbøjelige er informantens medie til at designe output, så det øger interessegraden?

Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

- 13. Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?
- 14. Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?
- 15. Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?

Hvordan vurderer *informanten* at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden?

Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?

16. Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?

Hvor bevidste er *informantens medie* om deres samfundsansvar? Italesættes det?

a. Hvordan snakker I om det?

Hvordan debatterer *informantens medies* samfundsansvar?

Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?

8.6 Bilag 6: Spørgeark – Jyllands-Posten

Informant:

Jacob Nybroe

Ansvarshavende chefredaktør

Indledning

- Tak for tiden
- Formålet → Specialet vil ikke blive fortroliggjort, men hvis informanten ønskes at blive anonymiseret, gør vi dette. Dog så vi helst at dette ikke blev nødvendigt, pga. formålet og fordi at vi med specialet fokuserer på mediebranchen generelt og ikke det enkelte medie.
- Agenda: tre temaer
 - o Mediernes rolle i samfundet
 - o Medieudviklingen
 - o Nyhedsbilledet
 - o Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

Tema #1: Mediernes rolle i samfundet

1. Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil du forklare den?
Hvordan forstår *informanten* mediernes samfundsansvar?
 - a. Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
Hvilken opfattelse har *informanten* af mediernes corporate citizenship?
2. I hvor høj grad synes du så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?
3. Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
Har alle medier samme samfundsansvar?
4. Hvordan synes du, at Jyllands-Posten adskiller sig fra andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig fra de øvrige?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype
5. Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for Jyllands-Postens identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for *informantens medie* for at leve op til dens samfundsansvar.
6. Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Hvilke professionelle principper dominerer branchen?

Tema #2: Medieudvikling

7. Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen?
Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.
- a. Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?
 - b. Hvordan tackler I den udvikling, hos Jyllands-Posten?
Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos *informantens medie*?
 - i. Omvendt, hvad har det af betydning for hvordan I driver avis, at I kommer med en bagage fra før den digitale tidsalder?
Hvilke positive og negative konsekvenser har informantens medies baggrund for, hvordan den digitale udvikling håndteres?
8. Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret *informantens medies* praksis

Tema #3: Nyhedsbilledet

9. Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?
Hvordan er *informantens* opfattelse af nyhedsbilledet?
10. Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
Hvordan mener *informanten* at det burde være?
11. Hvordan bidrager I (ikke) til det?
Hvorledes afspejler nyhedsbilledet *informantens medies* produktion?
 - a. Hvad gør I anderledes end andre medier?
Hvordan differentierer *informantens medie* sig?
12. Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
Hvilken praksis ligger bag *informantens medies* output?
Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?
- a. Hvordan afgør I om nyheder præsterer godt/dårligt, og er dens online præstation et krav?
Hvilke parametre definerer nyheders succes?
Note: kriterier
 - i. Hvad kendetegner typisk de nyheder, der præsterer godt online?
Hvilke karakteristika har nyheder med interesse?
 - ii. Lægger I vægt på dét i udformningen af nyheden?
Hvor tilbøjelige er informantens medie til at designe output, så det øger interessegraden?

Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet

13. Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?

14. Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?

Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?

15. Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?

Hvordan vurderer *informanten* at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden?

Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?

16. Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?

Hvor bevidste er *informantens medie* om deres samfundsansvar? Italesættes det?

a. Hvordan snakker I om det?

Hvordan debatterer *informantens medies* samfundsansvar?

Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?

8.7 Bilag 7: Interviewguide – Radio24Syv

#	Forskningsspørgsmål	Interviewspørgsmål
Tema #1: Mediernes rolle i samfundet		
1	Hvordan forstår <i>informanten</i> mediernes samfundsansvar?	Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil du forklare den?
1.a	Hvilken opfattelse har <i>informanten</i> af mediernes corporate citizenship?	Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
2	Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?	I hvor høj grad synes du så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
3	Har alle medier samme samfundsansvar?	Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
4	Hvordan differentierer <i>informantens medie</i> sig fra de øvrige? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype</i>	Hvordan synes du, at Radio24syv adskiller sig fra andre medier?
5	Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for <i>informantens medie</i> for at leve op til dens samfundsansvar.	Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for Radio24syvs identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
6	Hvilke professionelle principper dominerer branchen?	Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Tema #2: Medieudvikling		
7	Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.</i>	Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
7.a	Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?	Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
7.b	Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos <i>informantens medie</i> ?	Hvordan tackler I den udvikling, hos Radio24syv?
*7.b.1	Eftersom sociale medier har den visuelle kommunikationsform til fælles med andre typer medier, kunne man foranlediges til at tro at netop auditive medier ikke var udfordret på samme måde. Hvordan udfordres Radio24syv af sociale medier?	Til sammenligning med andre medier, der kommunikerer visuelt som blandt andet TV og aviser, kunne man forestille sig, at de i højere grad udfordres af sociale medier. Men hvordan oplever I at sociale medier påvirker jer?
8	Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret <i>informantens medies praksis</i>	Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle

		principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Tema #3: Nyhedsbilledet		
9	Hvordan er <i>informantens</i> opfattelse af nyhedsbilledet?	Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?
10	Hvordan mener <i>informanten</i> at det burde være?	Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
11	Hvorledes afspejler nyhedsbilledet <i>informantens medies</i> produktion?	Hvordan bidrager I (ikke) til det?
11.a	Hvordan differencierer <i>informantens medie</i> sig?	Hvad gør I anderledes end andre medier?
12	Hvilken praksis ligger bag <i>informantens medies</i> output? <i>Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?</i>	Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet		
13	Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?	Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
14	Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?	Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
15	Hvordan vurderer <i>informanten</i> at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden? <i>Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?</i>	Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?
16	Hvor bevidste er <i>informantens medie</i> om deres samfundsansvar? Italesættes det?	Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?
16.a	Hvordan debatterer <i>informantens medies</i> samfundsansvar? <i>Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?</i>	Hvordan snakker I om det?

8.8 Bilag 8: Interviewguide – Zetland

#	Forskningsspørgsmål	Interviewspørgsmål
Tema #1: Mediernes rolle i samfundet		
1	Hvordan forstår <i>informanten</i> mediernes samfundsansvar?	Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil du forklare den?
1.a	Hvilken opfattelse har <i>informanten</i> af mediernes corporate citizenship?	Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
2	Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?	I hvor høj grad synes du så, at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
3	Har alle medier samme samfundsansvar?	Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
4	Hvordan differentierer <i>informantens medie</i> sig fra de øvrige? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype</i>	Hvordan synes du, at Zetland adskiller sig fra andre medier?
5	Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for <i>informantens medie</i> for at leve op til dens samfundsansvar.	Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for Zetlands identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
6	Hvilke professionelle principper dominerer branchen?	Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Tema #2: Medieudvikling		
7	Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.</i>	Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
7.a	Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?	Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
7.b	Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos <i>informantens medie</i>?	Hvordan tækkler I den udvikling, hos Zetland?
8	Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret <i>informantens medies praksis</i>	Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Tema #3: Nyhedsbilledet		
9	Hvordan er <i>informantens</i> opfattelse af nyhedsbilledet?	Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?

10	Hvordan mener <i>informanten</i> at det burde være?	Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
11	Hvorledes afspejler nyhedsbilledet <i>informantens medies</i> produktion?	Hvordan bidrager I (ikke) til det?
11.a	Hvordan differentierer <i>informantens medie</i> sig?	Hvad gør I anderledes end andre medier?
12	Hvilken praksis ligger bag <i>informantens medies</i> output? <i>Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?</i>	Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet		
13	Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?	Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
14	Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?	Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
15	Hvordan vurderer <i>informanten</i> at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden? <i>Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?</i>	Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?
16	Hvor bevidste er <i>informantens medie</i> om deres samfundsansvar? Italesættes det?	Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer? Hvordan?
16.a	Hvordan debatterer <i>informantens medies samfundsansvar</i>? <i>Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?</i>	Hvordan snakker I om det?

8.9 Bilag 9: Interviewguide – Ekstra Bladet

#	Forskningsspørgsmål	Interviewspørgsmål
Tema #1: Mediernes rolle i samfundet		
1	Hvordan forstår <i>informanten</i> mediernes samfundsansvar?	Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil du forklare den?
1.a	Hvilken opfattelse har <i>informanten</i> af mediernes corporate citizenship?	Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
2	Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?	I hvor høj grad synes du så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
3	Har alle medier samme samfundsansvar?	Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
4	Hvordan differentierer <i>informantens medie</i> sig fra de øvrige? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype</i>	Hvordan synes du, at Ekstra Bladet adskiller sig fra andre medier?
5	Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for <i>informantens medie</i> for at leve op til dens samfundsansvar.	Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for Ekstra Bladets identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
6	Hvilke professionelle principper dominerer branchen?	Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Tema #2: Medieudvikling		
7	Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.</i>	Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
7.a	Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?	Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
7.b	Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos <i>informantens medie</i> ?	Hvordan tackler I den udvikling, hos Ekstra Bladet?
*7.b.1	Hvilke positive og negative konsekvenser har <i>informantens medies</i> baggrund for, hvordan den digitale udvikling håndteres?	Omvendt, hvad har det af betydning for hvordan I driver avis, at I kommer med en bagage fra før den digitale tidsalder?
8	Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret <i>informantens medies</i> praksis	Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Tema #3: Nyhedsbilledet		

9	Hvordan er <i>informantens</i> opfattelse af nyhedsbilledet?	Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?
10	Hvordan mener <i>informanten</i> at det burde være?	Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
11	Hvorledes afspejler nyhedsbilledet <i>informantens medies</i> produktion?	Hvordan bidrager I (ikke) til det?
11.a	Hvordan differencierer <i>informantens medie</i> sig?	Hvad gør I anderledes end andre medier?
12	Hvilken praksis ligger bag <i>informantens medies</i> output? <i>Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?</i>	Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
*12.a	Hvilke parametre definerer nyheders succes? <i>Note: kriterier</i>	Hvordan afgør I om nyheder præsterer godt/dårligt, og er dens online præstation et krav?
*12.a.1	Hvilke karakteristika har nyheder med interesse?	Hvad kendetegner typisk de nyheder, der præsterer godt online?
*12.a.2	Hvor tilbøjelige er <i>informantens medie</i> til at designe output, så det øger interessegraden?	Lægges I vægt på dét i udformningen af nyheden?
Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet		
13	Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?	Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
14	Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?	Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
15	Hvordan vurderer <i>informanten</i> at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden? <i>Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?</i>	Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?
16	Hvor bevidste er <i>informantens medie</i> om deres samfundsansvar? Italesættes det?	Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?
16.a	Hvordan debatterer <i>informantens medies</i> samfundsansvar? <i>Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?</i>	Hvordan snakker I om det?

8.10 Bilag 10: Interviewguide – DR

#	Forskningsspørgsmål	Interviewspørgsmål
Tema #1: Mediernes rolle i samfundet		
1	Hvordan forstår <i>informanten</i> mediernes samfundsansvar?	Hvad synes I er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil I forklare den?
1.a	Hvilken opfattelse har <i>informanten</i> af mediernes corporate citizenship?	Hvorfor synes I, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
2	Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?	I hvor høj grad synes I så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
3	Har alle medier samme samfundsansvar?	Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
4	Hvordan differentierer <i>informantens medie</i> sig fra de øvrige? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype</i>	Hvordan synes I, at DR adskiller sig fra andre medier?
*4.a	<i>Informantens medie</i> er statsejet, hvilken betydning har det for: 1) Journalistisk praksis 2) Dets rolle i samfundet	Eftersom DR er statsejet og licensfinansieret kunne man antage at organisationens forhold til samfundet var anderledes fra andre medier. Hvordan påvirker det DR's journalistiske arbejde og dens rolle i samfundet?
5	Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for <i>informantens medie</i> for at leve op til dens samfundsansvar.	Hvilke journalistiske principper synes I er de vigtigste? Både for DR's identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
6	Hvilke professionelle principper dominerer branchen?	Er det også dem, I vil mene kendetegner medierne generelt?
Tema #2: Medieudvikling		
7	Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.</i>	Hvordan vil I sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
7.a	Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?	Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
7.b	Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos <i>informantens medie</i> ?	Hvordan tackler I den udvikling, hos DR?
8	Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret <i>informantens medies</i> praksis	Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle

		principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Tema #3: Nyhedsbilledet		
9	Hvordan er <i>informantens</i> opfattelse af nyhedsbilledet?	Hvis I skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville I så sige kendetegnede det i dag?
10	Hvordan mener <i>informanten</i> at det burde være?	Synes I, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes I, det burde se ud?
11	Hvorledes afspejler nyhedsbilledet <i>informantens medies</i> produktion?	Hvordan bidrager I (ikke) til det?
11.a	Hvordan differentierer <i>informantens medie</i> sig?	Hvad gør I anderledes end andre medier?
*11.a.1	Hvilken indflydelse har det på <i>informantens medies</i> output, at <i>informantens medie</i> er statsejet og licensfinansieret?	Har det nogen betydning for hvilke historier I bringer, at DR er statsejet og licensfinansieret?
12	Hvilken praksis ligger bag <i>informantens medies</i> output? <i>Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?</i>	Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
*12.a	Hvilke parametre definerer nyheders succes? <i>Note: kriterier</i>	Hvordan afgør I om nyheder præsterer godt/dårligt, og er dens online præstation et krav?
*12.a.1	Hvilke karakteristika har nyheder med interesse?	Hvad kendetegner typisk de nyheder, der præsterer godt online?
*12.a.2	Hvor tilbøjelige er <i>informantens medie</i> til at designe output, så det øger interessegraden?	Lægger I vægt på dét i udformningen af nyheden?
Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet		
13	Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?	Vil I sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer I gerne ville lave journalistik efter?
14	Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?	Synes I mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
15	Hvordan vurderer <i>informanten</i> at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden? <i>Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?</i>	Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så I så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?

16	Hvor bevidste er <i>informantens medie</i> om deres samfundsansvar? Italesættes det?	Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?
16.a	Hvordan debatterer <i>informantens medies</i> samfundsansvar? <i>Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?</i>	Hvordan snakker I om det?

8.11 Bilag 11: Interviewguide – Politiken

#	Forskningsspørgsmål	Interviewspørgsmål
Tema #1: Mediernes rolle i samfundet		
1	Hvordan forstår <i>informanten</i> mediernes samfundsansvar?	Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil du forklare den?
1.a	Hvilken opfattelse har <i>informanten</i> af mediernes corporate citizenship?	Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
2	Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?	I hvor høj grad synes du så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
3	Har alle medier samme samfundsansvar?	Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
4	Hvordan differentierer <i>informantens medie</i> sig fra de øvrige? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype</i>	Hvordan synes du, at Politiken adskiller sig fra andre medier?
5	Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for <i>informantens medie</i> for at leve op til dens samfundsansvar.	Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for Politikens identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
6	Hvilke professionelle principper dominerer branchen?	Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Tema #2: Medieudvikling		
7	Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.</i>	Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
7.a	Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?	Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
7.b	Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos <i>informantens medie</i> ?	Hvordan tackler I den udvikling, hos Politiken?
*7.b.1	Hvilke positive og negative konsekvenser har <i>informantens medies</i> baggrund for, hvordan den digitale udvikling håndteres?	Omvendt, hvad har det af betydning for hvordan I driver avis, at I kommer med en bagage fra før den digitale tidsalder?
8	Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret <i>informantens medies</i> praksis	Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Tema #3: Nyhedsbilledet		

9	Hvordan er <i>informantens</i> opfattelse af nyhedsbilledet?	Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?
10	Hvordan mener <i>informanten</i> at det burde være?	Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
11	Hvorledes afspejler nyhedsbilledet <i>informantens medies</i> produktion?	Hvordan bidrager I (ikke) til det?
11.a	Hvordan differencierer <i>informantens medie</i> sig?	Hvad gør I anderledes end andre medier?
12	Hvilken praksis ligger bag <i>informantens medies</i> output? <i>Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?</i>	Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
*12.a	Hvilke parametre definerer nyheders succes? <i>Note: kriterier</i>	Hvordan afgør I om nyheder præsterer godt/dårligt, og er dens online præstation et krav?
*12.a.1	Hvilke karakteristika har nyheder med interesse?	Hvad kendetegner typisk de nyheder, der præsterer godt online?
*12.a.2	Hvor tilbøjelige er <i>informantens medie</i> til at designe output, så det øger interessegraden?	Lægges I vægt på dét i udformningen af nyheden?
Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet		
13	Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?	Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
14	Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?	Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
15	Hvordan vurderer <i>informanten</i> at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden? <i>Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?</i>	Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?
16	Hvor bevidste er <i>informantens medie</i> om deres samfundsansvar? Italesættes det?	Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?
16.a	Hvordan debatterer <i>informantens medies</i> samfundsansvar? <i>Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?</i>	Hvordan snakker I om det?

8.12 Bilag 12: Interviewguide – Jyllands-Posten

#	Forskningsspørgsmål	Interviewspørgsmål
Tema #1: Mediernes rolle i samfundet		
1	Hvordan forstår <i>informanten</i> mediernes samfundsansvar?	Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil du forklare den?
1.a	Hvilken opfattelse har <i>informanten</i> af mediernes corporate citizenship?	Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
2	Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?	I hvor høj grad synes du så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
3	Har alle medier samme samfundsansvar?	Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
4	Hvordan differentierer <i>informantens medie</i> sig fra de øvrige? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype</i>	Hvordan synes du, at Jyllands-Posten adskiller sig fra andre medier?
5	Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for <i>informantens medie</i> for at leve op til dens samfundsansvar.	Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for Jyllands-Postens identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
6	Hvilke professionelle principper dominerer branchen?	Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Tema #2: Medieudvikling		
7	Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.</i>	Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
7.a	Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?	Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
7.b	Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos <i>informantens medie</i> ?	Hvordan tackler I den udvikling, hos Jyllands-Posten?
*7.b.1	Hvilke positive og negative konsekvenser har <i>informantens medies</i> baggrund for, hvordan den digitale udvikling håndteres?	Omvendt, hvad har det af betydning for hvordan I driver avis, at I kommer med en bagage fra før den digitale tidsalder?
8	Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret <i>informantens medies</i> praksis	Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Tema #3: Nyhedsbilledet		

9	Hvordan er <i>informantens</i> opfattelse af nyhedsbilledet?	Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?
10	Hvordan mener <i>informanten</i> at det burde være?	Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
11	Hvorledes afspejler nyhedsbilledet <i>informantens medies</i> produktion?	Hvordan bidrager I (ikke) til det?
11.a	Hvordan differencierer <i>informantens medie</i> sig?	Hvad gør I anderledes end andre medier?
12	Hvilken praksis ligger bag <i>informantens medies</i> output? <i>Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?</i>	Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
*12.a	Hvilke parametre definerer nyheders succes? <i>Note: kriterier</i>	Hvordan afgør I om nyheder præsterer godt/dårligt, og er dens online præstation et krav?
*12.a.1	Hvilke karakteristika har nyheder med interesse?	Hvad kendetegner typisk de nyheder, der præsterer godt online?
*12.a.2	Hvor tilbøjelige er <i>informantens medie</i> til at designe output, så det øger interessegraden?	Lægges I vægt på dét i udformningen af nyheden?
Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet		
13	Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?	Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
14	Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?	Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
15	Hvordan vurderer <i>informanten</i> at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden? <i>Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?</i>	Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?
16	Hvor bevidste er <i>informantens medie</i> om deres samfundsansvar? Italesættes det?	Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?
16.a	Hvordan debatterer <i>informantens medies</i> samfundsansvar? <i>Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?</i>	Hvordan snakker I om det?

8.13 Bilag 13: Interviewguide – Generisk

#	Forskningsspørgsmål	Interviewspørgsmål
Tema #1: Mediernes rolle i samfundet		
1	Hvordan forstår <i>informanten</i> mediernes samfundsansvar?	Hvad synes du er mediernes rolle i samfundet? Hvordan vil du forklare den?
1.a	Hvilken opfattelse har <i>informanten</i> af mediernes corporate citizenship?	Hvorfor synes du, at der er behov for medierne i samfundet? Hvorfor er de til? Har de et gyldent mål?
2	Hvorvidt opfylder medierne deres ansvar og hvad skyldes at de ikke gør?	I hvor høj grad synes du så at medierne lever op til dette? Hvad er det, der gør, at de ikke kan leve op til det?
3	Har alle medier samme samfundsansvar?	Gælder den samme rolle for alle medier eller kan de have forskellige funktioner i samfundet?
4	Hvordan differentierer <i>informantens medie</i> sig fra de øvrige? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype</i>	Hvordan synes du, at [<i>informantens medie</i>] adskiller sig fra andre medier?
5	Hvilke professionelle principper vurderes vigtigst for <i>informantens medie</i> for at leve op til dens samfundsansvar.	Hvilke journalistiske principper synes du er de vigtigste? Både for [<i>informantens medie</i>]s identitet men også for at leve op til jeres ansvar.
6	Hvilke professionelle principper dominerer branchen?	Er det også dem, du vil mene kendetegner medierne generelt?
Tema #2: Medieudvikling		
7	Hvordan har den digitale udvikling påvirket mediebranchen? <i>Note: nyhedsbranchen såvel som branchen for den medietype.</i>	Hvordan vil du sige, at moderne teknologi har ændret mediebranchen?
7.a	Hvilke positive og negative konsekvenser har den digitale udvikling medført?	Hvilke muligheder og begrænsninger har det betydet?
7.b	Hvordan kommer den digitale udvikling til udtryk hos <i>informantens medie</i> ?	Hvordan tackler I den udvikling, hos [<i>informantens medie</i>]?
8	Hvordan har den digitale udvikling ændret/defineret <i>informantens medies praksis</i>	Hvordan håndterer I de digitale vilkår rent journalistisk? Har det påvirket nogle principper eller haft indflydelse på hvordan I gør ting?
Tema #3: Nyhedsbilledet		
9	Hvordan er <i>informantens</i> opfattelse af nyhedsbilledet?	Hvis du skulle beskrive nyhedsbilledet, hvilke ord ville du så sige kendetegnede det i dag?

10	Hvordan mener <i>informanten</i> at det burde være?	Synes du, det er et sundt nyhedsbillede? Hvordan synes du, det burde se ud?
11	Hvorledes afspejler nyhedsbilledet <i>informantens medies</i> produktion?	Hvordan bidrager I (ikke) til det?
11.a	Hvordan differentierer <i>informantens medie</i> sig?	Hvad gør I anderledes end andre medier?
12	Hvilken praksis ligger bag <i>informantens medies</i> output? <i>Note: Styret af efterspørgsel el. egne kriterier? Sat ift. nyhedsbilledet generelt?</i>	Hvordan udvælger I historier, som understøtter det?
Tema #4: Mediernes rolle i samfundet ift. medieudviklingen og nyhedsbilledet		
13	Hvordan udfordrer nyhedsbilledet og medieudviklingen mediernes samfundsansvar?	Vil du sige at udviklingen af teknologi og nyhedsbilledet gør det lettere eller sværere at efterleve de idealer du gerne ville lave journalistik efter?
14	Hvordan er mediernes samfundsansvar i dag anderledes fra tidligere?	Synes du mediernes rolle i samfundet har ændret sig? Hvordan?
15	Hvordan vurderer <i>informanten</i> at mediernes samfundsansvar bør være i fremtiden? <i>Note: Ligesom før internettet? Mere/mindre magt?</i>	Hvis man ser på udviklingen af den rolle medierne har og har haft, hvordan så du så helst, at mediernes fremtidige rolle skulle være?
16	Hvor bevidste er <i>informantens medie</i> om deres samfundsansvar? Italesættes det?	Er jeres rolle ift. samfundet, noget I taler om eller diskuterer?
16.a	Hvordan debatterer <i>informantens medies</i> samfundsansvar? <i>Note: Hvem, hvor, hvad og hvornår. Hvor indlejret er informantens medies samfundsansvar?</i>	Hvordan snakker I om det?

8.14 Bilag 14: Transskription – Radio24syv

Radio24syv, Vester Farimagsgade 4, København V

15-03-18 kl: 14:00

JR: Jørgen Ramskov

JØ: Jacob Munk Østbjerg

- 1 #00:00:00-7# JR: Så starter vi!
- 2 #00:00:03-2# JØ: Du skal selvfølgelig også have lov til at blive anonymiseret, såfremt du har lyst til
3 det.
- 4 #00:00:08-2# JR: Det kunne jeg ikke forestille mig. Lad os satse på, at jeg kan stå inde for det jeg
5 siger.
- 6 #00:00:15-6# JØ: Det kan også være, hvis der kommer noget op bagefter, hvor det kan godt være
7 du ikke vil have det med.
- 8 #00:00:21-5# JR: Ja. Nej, men det tænker jeg på undervejs. Lad os satse på, at der ikke er noget her.
- 9 #00:00:27-2# JØ: Fint. Vi har struktureret det sådan, at vi har et par temaer, som vi vil bygge det op
10 omkring. Vi vil starte med at tale om mediernes rolle i samfundet og så vil vi gå over til
11 udviklingen - omkring hvordan teknologien og udviklingen omkring medierne har været. Og til
12 sidst det nuværende mediebillede. Og til sidst vil vi sætte dem i forhold til hinanden. Men først og
13 fremmest tusind tak for tiden! Det er vi meget glade for, at du vil tage dig tiden til.
- 14 #00:00:52-7# JR: Det er helt okay.
- 15 #00:00:53-6# JØ: Nu har du jo været i flere forskellige medieinstitutioner. Derfor vil vi gerne høre,
16 hvad dine overordnede tanker omkring mediernes rolle i samfundet dvs. den samfundsfunktion,
17 som medierne tjener.
- 18 #00:01:07-6# JR: Jamen jeg er jo grundlæggende meget positiv overfor medier! Jeg er jo helt sikker
19 på, at det er nødvendigt, at der også er stærke medier. I Danmark er vi jo heldige fordi vi både har
20 en stærk public servicesektor med DR. Altså TV2 har jo faktisk public service-forpligtelser og i alt
21 beskedenhed den lille radio, som jeg selv sidder på og vores regioner. Men det er også en stærk
22 publicistisk branche! Det jeg kan være bekymret over, er det medieførlig, som måske er på vej til at
23 rykke meget ved den balance. Jeg tror jo på, at det er nødvendigt, at der er et stærkt DR. Jeg synes
24 samtidig man kan diskutere DR's størrelse, men det er nødvendigt, at der er et stærkt DR! Så jeg er
25 meget optaget af, at der er stærke og uafhængige medier i et samfund. Det er en meget afgørende
26 ting for, at samfundet er sundt - nemlig at der er stærke, selvstændige og kritiske medier. Det synes

27 jeg, man kan se masser af beviser på, hvor de findes og man kan desværre også se rigtig mange
28 beviser på, at jeg har ret, når man ser, hvor der ikke findes sådan nogle medier.

29 #00:02:12-7# JØ: Ja. Mener du, at der er forskel på public service-medier og ikke public service-
30 medier?

31 #00:02:18-0# JR: Ja, men ikke nødvendigvis på deres kvalitet. Jeg synes, at de publicistiske private
32 medier i Danmark har en meget høj kvalitet. Men der er den forskel, at public service-medier bliver
33 sat under statens rammer. Jeg opfatter ikke, at staten bestemmer, hvad det er vi skal sende. Forstået
34 på den måde, at det skal have en bestemt politisk farve eller et værdimæssigt udtryk, men staten
35 bestemmer, at jeg for eksempel skal lede en radiostation, som skal sende 24 timer i døgnet. Den
36 skal sende nyheder hver time og den skal sende 20 timers kultur. De private publicistiske medier
37 har ikke de samme krav. De kan jo vælge, hvorvidt de vil sende om mandagen eller lade være med
38 at udkomme om søndagen og vælge, om de vil lukke kulturtillæg eller opveje kulturtillæg. Eller de
39 kan lade være med at lave business eller skære alle deres korrespondenter væk osv. De er jo
40 markedsdrevne! Vi er heldige i Danmark at markedet foreløbigt gør, at de kan drives på en flot og
41 imponerende måde, men de har ikke de samme krav. Det der roderi med at blande publicisme og
42 public service sammen, det er noget rod. Der er stor forskel på dem. Public service indeholder
43 meget klare krav om, hvad der skal leveres i omfang, men ikke i indhold.

44 #00:03:26-7# JØ: Okay. Så for dig, så er der to rimelig afgrænsede medier?

45 #00:03:39-7# JR: Der er to meget klart definerede grupper af medier. Der er public service-medier,
46 som staten ejer med nogle givne rammer og forpligtelser givet af Folketinget og staten dermed. Og
47 så er der publicistiske medier, som i varierende grad er meget frie. Nogle af dem er fondsejet og har
48 statutter, som låser dem og andre er helt private - alt afhængig af, hvad markedet giver.

49 #00:04:00-4# JØ: Men er det i bund og grund samme formål, som de to grupper af medier har?
50 Altså deres samfundsfunktion?

51 #00:04:03-9# JR: Ja, altså der er jo selvfølgelig forskelle. De fleste aviser i Danmark har jo stolte
52 publicistiske idealer og traditioner. Også at være en uafhængig og et kritisk medie i forhold til
53 samfundet. Det kan man sagtens være selvom man er publicist og privatejet. Men der er bare
54 forskel på de to ting. De kan vælge at lade være med at have en Christiansborg-redaktion,
55 gravergruppe eller sportsredaktion. De kan agere i markedet. Det kan et public service-medie ikke
56 på samme måde.

57 #00:04:44-9# JØ: Men i forhold til dig og også public service-delen af medieorganisationer - hvad
58 er det så, som er jeres mål? Hvad er det i stræber efter?

59 #00:04:59-1# JR: Altså konkrete på radioen her?

- 60 #00:05:02-9# JØ: Ja, altså hvad er det medier “bør” gøre?
- 61 #00:05:04-9# JR: Medier er jo en meget bred definition eller betegnelse. For det spænder jo lige fra
62 ben-kommercielle medier, som kun udkommer, hvis det kan betale sig. Så hvis det kan betale sig at
63 lave noget om hunde, så udkommer der et medie om hunde. Og det er fint! Det er jo markedet. I den
64 anden kategori så er det et public service-medie med krav, og så er der heldigvis også stærke
65 publicistiske medier, hvis formål er det samme. Nemlig kritisk, grundig, informerende og oplysning
66 om samfundet og behandling af samfundsproblemer. Det står jo også i fundatsen fra Jyllands-
67 Posten og Berlingske og BT. Der er jo redaktørerklæringer, som siger, at det er præcis det, som de
68 skal. Ordene er måske forskellige, men altså det er jo grundlæggende det, som de skal. Det står også
69 i vores sendetilladelse og i DRs sendetilladelse. Det står også i TV2s public service-kontrakt.
70 Nyheder, kultur, børn - altså kerneområder, som skal dækkes på en alsidig, mangfoldig og upartisk
71 måde.
- 72 #00:06:04-6# JØ: Så selvom I er forskellige af natur, så kan I godt “jage” det samme?
- 73 #00:06:12-3# JR: Absolut!
- 74 #00:06:13-7# JØ: Så selvom I er sat i verden på to forskellige vilkår og betingelser, så kan I sagtens
75 have det samme formål?
- 76 #00:06:19-9# Ja, ja! Som sagt er vi heldige i Danmark, fordi vi har mange fondsejede medier, som
77 har stærke publicistiske traditioner. Men man kunne jo også lave en avis, som hele tiden “flakkede
78 rundt” i markedet. Og flakkede er ikke en negativt ment, men at man laver det, som kan betale sig
79 at lave. Nu kan det betale sig at lave meget sport, så laver vi meget sport eller hvis det nu kan betale
80 sig at lave reality, så laver man reality.
- 81 #00:06:44-8# JØ: Det er klart. Det har I vel ikke samme mulighed for?
- 82 #00:06:45-0# JR: Nej det har vi ikke, fordi vi har jo meget klare mål på, hvad det er vi skal lave.
83 Det kan man læse i vores sendetilladelse på Kulturministeriets hjemmeside.
- 84 #00:06:52-8# JØ: Ja. Hvad er jeres idealer? Hvad er det I stiler efter? Hvad skal I være for andre
85 medier og ikke bare det, at I udkommer over radioen?
- 86 #00:07:11-1# JR: Jamen vi er jo lidt specielle. Vi er jo sat i verden for at konkurrere med P1. Så vi
87 har jo egentlig et ret afgrænset formål. Vi er sat i verden for at skabe konkurrence på taleradio-
88 markedet. Dvs. vores primære konkurrent er P1. Så skal vi også lave god journalistisk,
89 underholdning og ting og sager, som andre medier også laver. Men vi er en taleradio dvs. vi har
90 defineret os i det marked for taleradio, som der eksisterer. Der har vi ligesom sagt, jamen hvad skal
91 så kendetegne os? Og det har vi jo gjort i forhold til, hvad der på det tidspunkt, som vi startede,
92 nemlig var P1s position - og der skal vi jo ikke være. Vi skal selvfølgelig være noget andet end P1.

93 Det vi definerede dengang, det var, at vi skulle være en radio, der henvendte sig til folk, der var
94 yngre. Vi definerede vores målgruppe som 25-50-årige. Vi sagde, at vi gerne vil være en taleradio,
95 der sender rigtig meget live. Vi skal generobre hastigheden, som radioens kendetegn - på det
96 tidspunkt var P1 meget for-produceret og sendte ikke ret meget live. Det har ændret sig radikalt i
97 forhold til nu pga. konkurrence. Så vi sender rigtig meget live. Vi sagde, at vi ville prioritere
98 debatstof rigtig højt, fordi debat er vigtigt, dér hvor samfundet er nu. Komplexiteten gør, at de
99 gamle ideologier er under nedbrud, så dét at snakke med hinanden og debattere os frem til løsninger
100 er vigtig. Derfor prioriterer vi debatstof højt. Vi definerede os som en radio, der gerne ville
101 engagere lytterne dvs. vi sagde, at vi ikke taler til folk, men at vi taler med folk. Vi skal også
102 forpligte os selv til at eksperimentere og gå nye veje, altså at forny taleradio hele tiden. Det skulle
103 være vores kendetegn.

104 #00:09:07-6# JØ: Okay. Det kan jo være ret smalt?

105 #00:09:12-6# JR: Ja, men altså det er jo noget som vi lagde ovenpå den sendetilladelse, som der i
106 forvejen ligger. Først og fremmest er der jo en sendetilladelse hos os, som siger at vi skal sende 24
107 timer i døgnet, 365 dage om året. Vi skal sende nyheder hver time - 5 min. Vi skal sende 30 timers
108 aktualitetsprogrammer. Vi skal sende minimum et debatprogram om dagen. Vi skal sende 20 timers
109 kulturprogrammer og 4,5 times reportageprogrammer. Der ligger jo en masse ting, som vi skal. Så
110 det er jo fundamentet. Så sagde vi bare, at det fundament - det kan jo males grønt, gult, hvidt og
111 blå. Så hvilken farve og hvilken tone tager vi? Og der sagde vi så, jamen vi skal jo ikke tage den
112 samme tone som P1. Det er rigtigt, det var jo smalt i starten. Vi har ikke noget formelt krav om
113 lyttere. Der ligger ikke formelle lyttertalskrav. Så vi definerede selv, at vi ville op at have en halv
114 million lyttere om ugen. Og det har vi. Men det tog noget tid. Radio er et konservativt medie og det
115 tager tid at komme i gang. Men nu er vi der, hvor vi er og markedet er udvidet. Da vi startede med
116 at sende, der var der kun P1 og der var 700.000 mennesker, som lyttede til taleradio. Nu er der 1,1
117 mio. Så ja, taleradio er i den form, som vi gør det - uden musik - nemlig smalt. Altså 500.000 om
118 ugen synes jeg jo ikke er smalt, men det er jo ikke 1 mio. og det er jo ikke P4.

119 #00:10:50-2# JØ: Jeg tænkte mere sådan i forhold til andre medier. Lad os sige trykte medier.
120 Sammenligner I jer med dem?

121 #00:10:55-8# JR: Der ligger en sendetilladelse med masse formelle krav og så valgte vi at adskille
122 os fra P1, men vi sender jo alt muligt andet. Vi udpegede bare kernepunkter, som jo ikke dækker det
123 hele. Når vi siger, at vi vil sende meget live, så er det jo ikke fordi vi kun sender live. Når vi taler
124 med lyttere og ikke til lyttere, så har vi selvfølgelig også programmer, hvor vi ikke inddrager
125 lyttere. Så hvis man kigger på vores sendeflade, så kan man høre Master Fatman. Det adskiller sig
126 jo ikke - altså det er jo let underholdende, begavet snak og en god måde at starte søndagen på. Vi
127 har Hassan Preisler, der laver dybe interviews. Vi har mange forskellige programmer.

128 #00:12:00-2# JØ: Jamen, jeg er fuldstændig enig. Jeg er trofast lytter.

129 #00:12:05-0# JR: Ja, ja. Det skal ikke lyde som en forsvarstale, men det er bare for at forklare, at
130 når man positionerer sig, så er der dét, som man skal lave og dermed giver det den farve, som man
131 synes det skal have. Så er der selvfølgelig alt muligt andet fordi vi jo sender 24 timer i døgnet. Vi
132 har nattevagten, hvor folk ringer ind og der bliver spillet musik. Så det er jo en bred vifte. Vi har
133 bare nogle kernepunkter og dem skal vi leve op til.

134 #00:12:28-6# JØ: Men tænker i jer selv set i forhold til ikke-radio konkurrenter.?

135 #00:12:35-0# JR: Jamen vi tænker os selv, som nogen der kan bidrage til et mediebillede. At vi kan
136 være en stemme og have en position i et mediebillede. Det er klart, at det der sker i mediebranchen
137 lige nu eller i medieverden er jo en konvergens. Aviserne begynder jo at lave podcast og andre laver
138 fjernsyn. DR har meget lange, skriftlige redegørelser på deres hjemmeside. Vi har en filmfotograf
139 ansat til at lave små film. Så medier konvergerer mod at være medier. Vi definerer jo heller ikke os
140 selv som en radio. Vi hedder Radio24syv, men vi definerer os selv som et medie, fordi vi er meget
141 tilstede på sociale medier. Vi har en hjemmeside, som er et stort aktiv for os og vi er på Twitter. Vi
142 har som sagt en fotograf ansat til at lave film. Da jeg startede med at lave radio for snart mange år
143 siden, der sagde man, at radio lavede sine egne billeder, så der var ikke brug for at lave billeder -
144 det er ikke rigtigt mere. Tilsvarende kan i jo gå over på Politiken og snakke med dem. De bygger jo
145 podcasts op. Berlingske har også lige lavet en stor podcast-strategi. Ekstra Bladet laver fjernsyn.
146 Altså så på den måde er vi jo alle sammen mere konkurrenter nu, end vi var for bare 10 år siden.
147 Fordi vi konkurrer jo ikke med Politiken som avis, men vi konkurrer da om opmærksomheden med
148 deres podcasts. Og tilsvarende med mange andre, som laver podcasts.

149 #00:14:00-8# JØ: Hvad med på indholdssiden?

150 #00:14:07-2# JR: Jamen det er klart, vi synes jo, at vi laver gode nyheder. Et begavet
151 morgenprogram, hvor man bliver klog på samfundet. Radio og skrift er forskellig. Der er jo
152 historier, som mildt sagt egner sig til aviser og som er svære at forklare på radio. Tal er noget bras i
153 radioen. Komplicerede sammenhænge og procesforløb er også svære at forklare på radio. Radio er
154 jo et høremedie dvs. det taler til følelser og holdninger, som man giver udtryk for. Aviser kan jo
155 lave infografik og alt muligt andet, men vi betragter os da som et fuldgældigt medie, der har vores
156 plads i samfundsdebatten. Vi prøver at lave historier, der har stor relevans i samfundsdebatten. Her
157 til morgen har vi haft en historie om en mand, der var bæltefikseret seks døgn i træk. Det er så vores
158 lille historie. Der er andre aviser, som har andre historier. Men aviserne har selvfølgelig deres
159 position, ligesom TV har en anden position. Og radio har sin position. Men der sker en glidning.

160 #00:15:16-0# JØ: Ja. I de her tider, hvor at der bliver snakket meget om alternative fakta, fast news
161 og fake news, så tænker jeg, at man som journalist, at man må tænke meget over ens ageren, og
162 hvordan man bliver en modvægt til alt det her - for at løse den samfundsfunktion man nu engang
163 har?

164 #00:15:47-9# JR: Ja, jeg tror ikke på at man kan løse den. Man skal jo huske, at fake news ikke er
165 noget nyt fænomen. Det er jo hastigheden, hvormed det udbredes, der er ny. Der har altid været
166 folk, som har fortalt løgnehistorier - det er punkt et. Punkt to; der er også en tendens til at rode rundt
167 i begreberne. Fake news og different views - dét at man mener noget andet end de andre, er ikke
168 nødvendigvis det samme, som at man er en idiot. Det er en vigtig politisk debat. Man kan godt være
169 lodret uenig, fordi man ser samfundsudviklingen på to forskellige måder. Det rene og hårde fake
170 news, er dér, hvor man helt bevidst, spreder noget, som man godt ved er løgn. Der er også altid
171 misforståelser eller skarpvinkling - altså en person, der har talt med en journalist i en time måske
172 ikke registrerer, at interviewet er klippet ned til syv min., hvilket selvfølgelig indebærer, at man har
173 taget nogle valg og ikke taget den fulde historie med. Så i virkeligheden er begrebet fake news lidt
174 "fluffy". Man er nødt til at snakke meget konkret om, hvad er det, der er fake news, og hvad er det,
175 som altid har eksisteret? Og som for eksempel politikere i øvrigt altid har været sure over? Se hvor
176 mange politiske partier, der begynder at lave deres egne medier, fordi de ikke bryder sig om
177 nuværende, eller at der bliver stillet kritiske spørgsmål til dem. Men selve fake news er jo dér, hvor
178 man bevidst og i ond tro spreder information, som man ved, enten er ubekræftet eller forkert. Det
179 har der altid været. Det forfærdelige i dag er jo bare, at det går så stærkt! Det er jo fordi, at de
180 sociale medier og de digitale ting går meget stærkt. Og det betyder også, at hvor man i gamle dage -
181 altså for 10-15 år siden, hvis der kom et læserbrev fyldt med vanvittige påstande, så kunne
182 debatredaktionen kigge på læserbrevet og de kunne måske slå op i et par fagbøger og sige; "det her
183 er løgn, så trykker vi det ikke". Nu vælter det ud med pressemeddelelser, som for eksempel er
184 skarpt vinklet. Jeg synes ikke, at vi har meget fake news i Danmark. Det vil jeg sige. Her er der
185 mere diskussion om, at der bliver trukket nogle skarpe vinkler. For eksempel i den politiske debat,
186 altså der er der en tendens til at klippe, så man ikke lige får den sidste sætning med. Lad os tage et
187 konkret eksempel med overenskomstforhandlingerne. Altså det er jo paradoksalt at DF og Radikale
188 jo ligesom er ude at sige, at det er synd for lærerne, selvom de jo begge to stemte for sidste gang.
189 Altså det er jo ikke fake news, men det er måske bare, fordi vi ikke lige fik hele historien med. Jeg
190 synes ikke, at der er så mange eksempler på, at nogen konkret sender løgne ud. Der er eksempler
191 på, at offentlige institutioner fortier noget. Der er eksempler på, at man vælger, at "dump the bad
192 news" på et tidspunkt, hvor folk er optaget af noget helt andet. Og der er eksempler på, at man
193 virkelig ikke får hele billedet med, men i stedet tager det udsnit, som passer ind i ens fortælling.
194 Hele Ghettoplanen er jo lanceret som om, at der er kæmpe problemer - hvad der også er. Men man
195 glemmer jo, at der også er rigtig mange steder, hvor det jo går fremad. Så man skærer også
196 statistikker. Vi har diskussionen om overenskomstforhandlinger, hvor det er meget afgørende, om
197 man regner lønnen ud fra 2008 eller 2006 - det giver to vidt forskellige resultater! Det er ikke
198 forkert. Det er bare valget. Det rigtige og hardcore fake news - det er jo det, som vi ser på
199 troldefabriker. Og lige nu har det jo været meget omkring Rusland. Det har været meget omkring
200 USA. Jeg må indrømme - det kan være jeg er naiv - men jeg kender ikke troldefabriker i Danmark.
201 Der er eksempler på, at for eksempel netaviser, som Den Korte Avis og sådan noget - der har været
202 nogle situationer, hvor enten så har de mennesker, der har siddet med de historier, været meget
203 småtbegavet eller også har det været i ond tro. Men selvfølgelig er vi opmærksomme på fake news.
204 Vi har de samme vanskeligheder med at håndtere dem, ligesom alle andre medier har. Det er da
205 kompliceret at gennemskue, for eksempel hvis embedsmænd vælger at sende pressemeddelelser

206 eller lave notater, som lige præcis skærer det til. Så kræver det selvfølgelig noget tid at finde ud af,
207 hvad var der egentlig sket, hvis man nu havde taget det her årstal i stedet. Hvad ligger der egentlig
208 nede i bilaget? Vi har jo set masse eksempler på, at man faktisk skal meget, meget langt ned i
209 bilagene, for at finde ud af, hvad der er lagt til grund for, at det her er sandheden. Hvis man lagde
210 noget andet til grund, så ville det blive en anden sandhed. Det er jo et grundvilkår for et medie. Det
211 må vi jo bare prøve at gøre så godt, som vi kan. Og mængden af medier i Danmark og også stærke
212 medier - jamen det gør jo, at relativt mange historier kommer til overfladen. Vi er et lille tandhjul i
213 det store spil. DR er store, aviserne er store og TV2 er store.

214 #00:20:55-4# JØ: Ja, men selvom der ikke er fake news i samme grad i Danmark, som der er andre
215 steder. Kan skarpvinklede historier ikke være lige så problematiske?

216 #00:21:05-7# JR: Jo. Vi skal også passe på. Der er jo fake news. Når jeg taler om fake news, så
217 taler jeg om institutioner, som spreder fake news. Hvis du går ind på Facebook, så er dele af det jo
218 en stinkende kloak af falske nyheder. Folk der har læst et eller andet på nettet om, at
219 månelandingerne ikke har fundet sted, at Jorden er flad, at der bor en milliard arabere i Danmark
220 osv. Det er jo det, som i gamle dage blev kaldt ammestuesnak. Det som folk rendte rundt og
221 snakkede om fuldstændig ubehæftet. Når jeg snakker fake news, så snakker jeg om den
222 institutionaliserede fake news. Der foregår masser af løgnehistorier og folk, der river det ene
223 løsthængende citat ud på nettet og deler det. Det er sådan "private trolde". Jeg taler om
224 troldefabrikker og det mere formelle. Men du har da ret! I forhold til at blive klog på, hvad der sker
225 i samfundet. Jeg synes, der er forskel på, om du er i ond tro og du er velvidende om, at det er lodret
226 forkert. Det er klart, at hvis du offentliggør noget materiale for eksempel fra en styrelse eller
227 ministerium, hvor den udvælgelse af materiale, som du foretager, er så grov, at du læner dig op ad,
228 at det simpelthen slet ikke er retvisende, så begynder vi at bevæge os over i det felt, der hedder: "er
229 det så løgn eller er det bare den del af sandheden, som jeg vælger at fortælle?". Det bliver jo
230 konkrete vurderinger. Nogle gange er det: "det er fair nok, at I ser på det sådan her" og andre gange
231 er der tale om, at det er så spidsvinklet og "cherry picked", at man må sige, at her har man handlet i
232 ond tro. I har ønsket at fortælle så bestemt et udsnit af virkeligheden, at det ikke er fair overfor
233 befolkningen.

234 #00:22:57-8# JØ: Ja. Og det er dér, hvor jeg kommer til at tænke på publicisterne - er de drevet af
235 en anden måde? Man kunne måske foranlediges til at tro, at den her onde tro, at det kunne måske
236 bare være for at generere kapital og at man derfor vælger dét for at generere omsætning?

237 #00:23:31-1# JR: Ethvert medie skal tjene penge. Det gør de på forskellige måder. Ekstra Bladet og
238 BT gør det på deres måde. De er tabloide dvs. deres historier er jo dybest set redigeret ud fra det
239 gamle synspunkt: "Godt det ikke er mig eller bare det var mig". Altså der er jo klar overvægt af
240 sundhedsstof, kriminalstof og kendisstof. Omnibusaviserne - altså de seriøse aviser, de har jo et
241 andet stofvalg. Jeg synes ikke, at man kan beskyjde dem definatorisk. Jeg synes ikke BT og Ekstra
242 Bladet laver fake news, jeg synes de er klart spidsvinklede i deres historier. Lidt voldsomt nogle
243 gange. Men så er vi ovre i den diskussion, der hedder: "Er den her spidsvinkling fair nok eller er

244 den for grov?”. Men jeg vil jo tro og det skal man jo huske, at når nu Berlingske Tidende har kørt
245 en - efter min mening - meget flot kampagne omkring landbrugspakken og hele grundlaget for
246 landbrugspakken og også omkring Aarhus Universitet, hvorvidt de blev tvunget til at tilpasse deres
247 forskningsresultater til det man gerne ville. Jeg er helt sikker på, at hvis I tager over og interviewer
248 Landbrug & Fødevarer, så vil det være deres synspunkt, at den historie var grænsende til fake news.
249 Fordi de lagde vægt på nogle bestemte ting og ikke de andre ting. Og hvis du spørger på Aarhus
250 Universitet, så vil det være lidt afhængigt af, hvem man taler med. Nogle forskere vil måske sige:
251 “Ja, vi blev trykkede” og dekanen vil sige: “Det her er lige efter bogen”. Så man skal også hele
252 tiden huske, at et samfundet er en brydning af idéer og måden at se samfundet på. Og vi ser
253 allesammen, derfra hvor vi står. Derfor er det godt, at vi har mange medier! Det er godt vi har
254 Politiken, Berlingske, Jyllands-Posten, Ekstra Bladet og DR. For så er håbet jo, at vi - hvis ikke vi
255 kommer hele pladen rundt - så kommer ret meget rundt. Men der sker nogle forskydninger. Hvis
256 man kigger på medieudviklingen, kan man jo gå tilbage til 70’erne og 80’erne for at se, hvor meget
257 stof, der blev bragt om arbejdsmarkedet. Der var sindssyg meget arbejdsmarkedsstof. Hvis du
258 analyserer arbejdsmarkedsstof i dag - det er stort set forsvundet. I dag er der sindssygt meget
259 politisk analyse - alle vegne! Det var der ikke meget af for 20 år siden. Så der sker hele tiden nogle
260 bevægelser. Berlingske har dels et lederudgangspunkt og tager nogle historier - de har en stærk
261 business-dækning, mens Politiken er stæk på kultur. På den måde er det godt, at der er et
262 mangfoldigt mediebillede. Næste spørgsmål er så, om det skaber ekkokamre. Det kan det jo gøre.
263 Men hvis man ellers søger lidt bredt og for eksempel også har nogle stærke public service-medier,
264 som så plukker lidt i alle bedene, så er der håb.

265 #00:26:23-1# JØ: Ja, okay. For at opbygge ideel medieformidling på en eller anden måde - hvilke
266 journalistiske principper mener du så, er de vigtigste i dag?

267 #00:26:39-7# JR: Det allervigtigste journalistiske princip har - og vil altid være - nysgerrighed! At
268 man er nysgerrig. Hvis du er nysgerrig, så er du stand til at stille kritiske spørgsmål, i stand til at
269 undre dig og stille spørgsmålet “hvorfor?”. Det er nok det vigtigste spørgsmål, som der findes.
270 Derudover er det selvfølgelig vigtigt, at man er alsidig, upartisk og prøver at se begge sider - og
271 ikke bare fortæller ensidige historier. At man prøver at undersøge et emne så godt, som det
272 overhovedet er muligt - 360 grader. Upartisk og alsidighed er lidt to sider af en sag - at man hører
273 begge sider, belyser en sag og kigger på: “kan det være rigtigt, at personen taler sandt?”
274 Nysgerrighed, kritisk sans, upartisk tilgang til sit stof - det er meget vigtigt.

275 #00:27:38-0# JØ: Og synes du, at det lykkes med det i Danmark?

276 #00:27:41-4# JR: Alt er relativt. Altså i forhold til store dele af resten af verden, så synes jeg, at vi
277 kan være rigtig stolte af den presse, som vi har! På det samlede billede. Så er der enkeltsager, hvor
278 det ikke går godt - hvor man må gå bodsgang og hvor Pressenævnet siger: “Det var fandme skidt”
279 eller Presseløgen, men hvis vi ser på det medieudbud i Danmark, så synes jeg, at kvaliteten er høj!
280 Jeg forstår faktisk ikke - det skal man være forsigtig med at sige. Men jeg forstår egentlig ikke, at
281 medier ligger så lavt på troværdighedsbarometeret. Det må jeg være ærlig at sige, for jeg synes, at

- 282 vi har en god presse. Men når jeg siger det, så siger jeg det overordnet. Jeg tror jo tit, at folk kan gå
283 fejl af det dér med, at der er skarpe vinkler. Ja, der er skarpe vinkler og vi borer os ind i den her sag,
284 hvor folk vil sige: "Hvorfor har i ikke mere af der her stof?". Der er problemer i at spidsvinkle. Du
285 har en sag, der er kæmpestor og så vælger man at fokusere på én del, så vil folk selvfølgelig sige:
286 "Hvorfor udelod i det her? Det var jo med til at nuancere og facilitere historien". Men generelt
287 synes jeg, at vi har et godt udbud af medier i Danmark.
- 288 #00:29:00-6# JØ: Så hvis man sørger for at få et nuanceret medieindtag, så er man godt dækket ind?
- 289 #00:29:10-6# JR: Ja, det synes jeg. Du har muligheden - du kan vælge at lade være - men du har
290 muligheden for at få en god og varieret mediekost.
- 291 #00:29:16-5# JØ: Ja, okay. Men man skal huske at forholde sig til det?
- 292 #00:29:22-9# JR: Ja.
- 293 #00:29:24-8# JØ: Nu har vi talt meget om mediernes rolle. Så nu vil vi gå videre til
294 medieudviklingen.
- 295 #00:29:32-0# JR: Ja.
- 296 #00:29:33-3# JØ: Vi vender tilbage til det med den moderne og digitale teknologi. Du har jo
297 alligevel været i branchen i mange år.
- 298 #00:29:42-6# JR: Ja i mange, mange år.
- 299 #00:29:44-8# JØ: Hvordan vil du beskrive, hvad teknologi har gjort ved mediernes ageren?
- 300 #00:29:50-8# JR: På den positive side har den jo gjort, at vi i dag er i kontakt med flere end
301 nogensinde før! Midt i alt jammeren så har medier aldrig haft så bred adgang til folk, som de har nu.
302 Og digitalisering har også gjort, at det som journalist er muligt at researche langt hurtigere og langt
303 bedre, end hvad der tidligere var muligt. Og det er ikke bare fordi, at man kan slå op på Wikipedia.
304 Adgangen til data er jo helt vild i forhold til, da jeg startede. Dengang skulle man jo over på
305 biblioteket for at slå op i bøger. Hastigheden gør, at vi kan reagere meget hurtigt på ting. På den
306 negative side, så er hastigheden også en negativitet. Hastigheden går ind i mellem udover at fortælle
307 hele historien. Hastigheden gør også, at historien bliver brudt op i mange små bidder. Og der
308 indrømmer jeg, at det kan være svært for læseren, at få det fulde overblik over historien. Fordi hvis
309 man går ind på dag 1 og ikke får dag 2 med, så kan det godt være, at man ender med én bestemt
310 historie. Der er masser af historier, som udvikler sig fra, at det var dét, som vi troede var sandheden
311 til det, der i virkeligheden var sandheden. Det er klart, at i gamle dage, da du havde en avis som
312 kom én gang i døgnet og så gik der yderligere et døgn, hvor man kunne se, hvad der skete og så
313 kunne man derefter bringe det nye. Nu har du et billede, hvor du måske hver 5. minut har en

314 opdatering på en historie. Og det stiller jo både nogle krav til os som medie - om så hele tiden at
315 huske, at man skal fortælle det hele og ikke kun bidderne af en historie. Fordi hvis du sidder tilbage
316 selv med 52 bidder, som du selv skal sætte sammen hjemme på stuebordet som et stort puslespil, så
317 bliver det kompliceret. Så hastigheden er en udfordring. Så er det klart, at konkurrence er normalt
318 godt, men især de sociale medier har også gjort, at alle i dag helt ubefæstet kan kaste sig ud i at sige
319 et eller andet og mene noget, som så kan sprede sig. Det var det, som vi også talte om med fake
320 news. I gamle dage var det sværere at komme afsted med fake news, fordi der var medierne på godt
321 og ondt en gatekeeper. Når der kom et læserbrev eller når nogen ringede ind og brokkede sig, så var
322 der nogen i den anden ende, der havde tid til at tænke: "Behøver vi at trykke det her?", "Kan det her
323 være rigtigt" og "Måske bør vi tjekke det her hos politiet". I dag siger det slam og ud på nettet. Og
324 så er der fire, som deler det og huhej, hvor det går. Så igen, konkurrence er sindssyg godt, men
325 sociale medier har gjort det vanskeligt for medier at opretholde den position, hvor der trods alt var
326 et forsøg på at kvalificere information inden de blev bragt videre. Det er der ikke på nettet. Der er
327 nogle steder på nettet, men ikke ret mange steder. Der er det fuldstændig ufordøjet.

328 #00:32:46-9# JØ: I kommer med nyheder én gang i time, så jeg kunne forestille mig, at I ikke har
329 den samme "hver 5. minut opdatering".

330 #00:33:00-4# JR: Nej, det har vi faktisk ikke. Og det er jo en anden ting. Vi har jo ikke en
331 hjemmeside, som hele tiden opdateres med de sidste nyheder. Det er på mange måder et
332 privilegium. Vi har faktisk mulighed for i hvert fald at bruge en time på at tænke over, hvad der
333 sker. Så vores hjemmeside er mere et udstillingsvindue for det, som vi laver i radioen, mere end det
334 er en hjemmeside. Den store udfordring for de medier, der har nyhedsopdateringer på deres
335 hjemmeside, det er jo breaking news. Og nogle gange var det måske ikke breaking alligevel. Brand
336 - mand løb væk fra brand, men han løb så ikke væk fordi han havde sat ild til noget, men han løb
337 væk, fordi det viste sig, at hans kat var blevet væk, og at det slet ikke havde noget med hinanden at
338 gøre. Det er jo den udfordring, der er ved deres. Jeg skal ikke gøre mig klog på det, andet at det er
339 en udfordring og det er svært! Fordi at du går fra at have bragt mere hele historier og nu bringer
340 flere og flere fragmenter af en historie. Og det kræver, at du med jævne mellemrum går tilbage og
341 fortæller, hvor var det, at det her startede. Hvor er vi nu? Hvis du kun tager bidderne, så kan du jo
342 klart som medie - men også som bruger - miste overblikket.

343 #00:34:08-6# JØ: Ja. Føler du, at I bliver ramt af det i lige så høj grad, som du forestiller dig, at det
344 foregår på andre redaktioner?

345 #00:34:16-5# JR: Jamen vi er jo lidt heldige ved, at vi ikke har det dér tidspres. Vi skal ikke hele
346 tiden lave nyheder på nettet. Jeg vil skynde mig så også lige at sige, at jeg stadigvæk synes, midt i
347 alt jammeren, at den journalistik, som laves i dag, på lange stræk og de fleste stræk er mere
348 kvalificeret, end det den var for 10 år siden, fordi adgangen til data er langt større, adgangen til
349 publikum er også langt større - altså vi kan jo spørge om flere ting og vi får umiddelbar respons på
350 ting. Ting bliver også hurtigere rettet, fordi folk med det samme kan reagere på ting og sager. Men
351 der er da nogle udfordringer med hastighed. Det er jo også det, som man diskuterer mest. Nemlig

352 tidspresset. Og så er der det andet store pres, som ikke rammer os fordi vi er så heldige at være
353 licensfinansieret. Det er jo, at medierne generelt er under pres på deres indtjening og så er de nødt
354 til at spare. Og da mediernes allerstørste omkostning er redaktionelt personale, så er der selvfølgelig
355 skåret mange steder. Noget af det er opvejet af, at det som sagt selvfølgelig er meget hurtigere at
356 skaffe information, og at produktionen af medier og nyheder er meget hurtigere. Men der sker da
357 besparelser, hvor nogen af dem også er gået ud over kvaliteten eller i hvert fald evnen til at matche.
358 Det er jo paradoksalt, at der er virkelig mange kommunikationsmedarbejdere ansatte på den anden
359 side i dag. Antallet af journalistiske og redaktionelle arbejdspladser falder, mens antallet af
360 kommunikationsmedarbejdere stiger. Det er ikke fordi, det er onde mennesker. Men deres opgave
361 er jo at stille den virksomhed eller institution, som de arbejder for, i det bedst tænkelige lys. Det
362 varetager de med forskelligt held. Nogle af dem er meget tæt på at lyve, og andre prøver at gøre det
363 så godt som muligt. Men deres opgave er ikke nødvendigvis at fortælle hele sandheden. Her til
364 morgen har vi jo historien om, at Kriminalforsorgen har holdt hemmeligt i to år, at en mand døde
365 efter at være fastspændt i 6 døgn. Altså en ædel offentlig organisation havde jo sagt: "Vi har haft et
366 dødsfald, vi undersøger hvad der sker og vender tilbage". Der er jo ikke forsøgt at skjule det. Det
367 gik der så to år inden, at man fandt ud af. Med aktindsigt og alt muligt andet.

368 #00:36:48-2# JØ: Og hvordan håndterer I så at der er digitale og sociale medier?

369 #00:36:59-0# JR: Altså der er den store forskel, at vi er licensfinansieret dvs. vi er sikret indtægter.
370 Vi skal holde øje med, hvilke udgifter vi har. Vi er jo ikke afhængige af en masse klik. Vi er ikke
371 afhængige af den der clickbait-fælde med; "Du tror ikke, at det er rigtigt, men se hvad denne mand
372 tabte på vej ud af flyveren". Det kan vi lade være med. Og det siger jeg med stor respekt for dem,
373 der hver dag skal stå op og tjene pengene, inden de kan bruge dem. Jeg vil meget gerne have at I ser
374 den sammenhæng. Så vi kan læne os mere tilbage og bruge sociale medier meget mere selektivt og
375 meget mere til markedsføring af vores ting. Vi skal ikke på samme måde sælge ting. Vi kan for
376 eksempel vælge, at det vi lægger op på Facebook, ikke kun er det, som giver masser af klik, men
377 også det, som vi gerne vil have at folk skal se. Og så kan vi lægge ting op, som vi godt ved ikke
378 kommer til at gå super godt. Hvorimod vi også ved, at hvis vi lagde det dér op, så ville det gå super
379 godt. Men vi vælger noget andet op, fordi det skal vise mangfoldighed i det vi har. På den måde kan
380 vi tage nogle andre ikke-kommercielle hensyn. Men ellers bruger vi jo sociale medier, som de fleste
381 andre gør. Vi bruger dem til at komme i kontakt med folk. Men vi er jo også hæmmet af, at hvis
382 Zuckerberg har en beskidt julefrokost og ender i maskinrummet, hvor han ændrer algoritmen, så
383 vælter det hele. Men vi bruger det samme måde. Vi bruger det til at komme i kontakt med folk,
384 diskutere med folk og selvfølgelig også at folk henvender sig til os. I gamle dage henvendte de sig
385 jo med breve, via telefon eller nede i receptionen. Nu skriver de jo tit. Typisk på Messenger eller
386 Facebook. Vi bruger det primært som markedsføringsplatform til at vise bredden i dét, som vi laver.
387 Vi bruger i prioriteret rækkefølge; Facebook, Twitter og Instagram. Og så selvfølgelig vores
388 hjemmeside som et solidt sted.

389 #00:38:55-8# JØ: Ja. Er der nogle journalistiske overvejelser, som I gør? Altså når man benytter sig
390 af de her platforme?

391 #00:39:04-6# JR: Ja. Altså på Facebook gør vi os jo de journalistiske overvejelser, som netop
392 handler om vinkling. På Facebook nytter det jo ikke at lægge en times radioprogram ud. Så der
393 lægger du jo det nyhedsstykke ud, som skal balancere mellem at være så spændende, interessant og
394 appetitvækkende, at du har lyst til at klikke på den. Det er jo så også en form for clickbait trods alt.
395 Men du skal jo ligesom have lyst til at lytte til nyheden. Og så skal den jo alligevel prøve at afspejle
396 programmet. Altså hvis der nu kun er én eneste gang i løbet af én time, at en person siger noget
397 meget kontroversielt, så kan det selvfølgelig være fristende at tage det. Men hvis nu det virkelig
398 ikke er dækkende for hele programmet, så bliver man jo nødt til at lave den samme overvejelse,
399 som man skal lave, hvis man lavede et stykke journalistik. Eller hvis der er én som siger noget
400 virkelig kontroversielt, mens der er 8 personer, der er imod. Altså for eksempel hvis en mand siger,
401 at Jorden er flad og at 8 personer siger, at det er den ikke. Og at der i øvrigt ikke er andet fakta, som
402 understøtter påstanden. Jamen så skal man lave den samme overvejelse. Er det dækkende for, det
403 udsendelsen handler om? Og det er da den samme udfordring! Og der rammer vi jo forkert ind i
404 mellem, det er jeg helt sikker på.

405 #00:40:23-4# JØ: Men det er jo det gode ved Facebook. Altså Facebook blander jo folks
406 medieforbrug. Så du ser jo både sagen fra Radio24syv, men måske også fra Ekstra Bladet,
407 Berlingske osv.

408 #00:40:32-5# JR: Ja. Det farlige er jo, at vi ikke rigtig ved. Det lykkedes nogle gange, men vi ved jo
409 ikke rigtig, hvad det er, som de foretager sig med de der algoritmer. Vi kan jo lige pludselig se, at
410 der sker nogle voldsomme skift. De kan jo beslutte, at jeg lige pludselig ikke skal se noget, der
411 handler om noget bestemt, men at nu skal jeg se noget andet. Så kan jeg jo lige pludselig blive
412 forvirret, fordi jeg så en masse fra 6-7 bestemte mennesker og nu ser jeg kun kattevideoer fra Asien.
413 Jeg har lige været udsat for et eller andet, hvor jeg tænkte: "Hvad fanden sker der her?" Jeg synes,
414 at Facebook og sociale medier generelt er fine og gode. De demokratiserer adgangen til at ytre sig.
415 Medierne har ikke monopol mere på, at man kan komme til orde. Det er positivt. Det negative er, at
416 alt rodes sammen og bliver lige godt. Og det er ikke kvalitetssikret. Fuldstændige ubefæstede
417 synspunkter om alt muligt eller løsrevne kommentarer. Altså jeg tror alle har oplevet, at man
418 klikker ind på noget og tænker: "Det var lige godt satans". Så er det nogen, som har fundet et klip
419 frem fra 6 år siden og at det er først, når man kommer ned i teksten, at det viser sig, at det foregik
420 for 6 år siden. Og det ser ud som om, at det foregik i eftermiddag. Terrorangreb, bus kørt udover
421 skrænt eller andet. Som måske skete for 6 år siden i Katmandu. Så på den måde er der ingen
422 kvalitetssikring. Men det er da en kvalitet at folk kan komme til orde.

423 #00:41:54-2# JØ: Ja. Du bliver ved med at nævne kvalitet og kvalificere - hvad mener du med
424 kvalitet, når vi taler nyheder og informationer?

425 #00:42:03-4# JR: En kvalitet ved nyheder er, at de er sande! Nu taler vi nyheder. Der er mange
426 andre kvaliteter ved radio, fjernsyn og medier. Underholdning, godt sprog og gode billeder. Men en
427 absolut kvalitet ved nyheder er, at det der står både er sandt og dækkende dvs. begge parter er

- 428 involveret. Altså sagen er set fra flere forskellige vinkler og det der står er rigtigt. Hvis jeg har sagt,
429 at jeg er imod det her, så skal der stå, at jeg er imod det her. Der skal ikke stå jeg er tvivlende eller
430 ikke har gjort min stilling op. Det er en absolut kvalitet ved nyheder. Og ved information i det hele
431 taget. Det kan være skrevet kedeligt, underholdende, langt, med mange fremmedord eller korte
432 sætninger, men det skal være sandt! Og det skal være dækkende for det emne, som man behandler.
- 433 #00:42:54-1# JØ: Vil du sige, at det er sådan, at man kan karakterisere det nuværende medie billede
434 i dag?
- 435 #00:42:59-6# JR: Igen, man kan jo ikke karakterisere et medie billede samlet, fordi det er meget
436 fragmenteret. Men jeg synes, at Danmark har ret kvalificerede og mangfoldige medier, som gør det
437 godt.
- 438 #00:43:10-1# JØ: Ja. Mangfoldigt på den måde - altså at man godt kan fortælle sandheden på flere
439 forskellige måder?
- 440 #00:43:18-8# JR: Jamen det kan man jo. Det er jo interessant rent filosofisk. Har sandheden flere
441 felter? De fleste sager har flere sider. Der er noget som er absolut og matematisk korrekt. 2+2 er lig
442 med 4. Men er Ghetto planen rigtigt eller forkert? Det kan man ikke svare på. Man kan have
443 forskellige holdninger til, om straf er bedre til at ændre den nuværende situation end gulerod. Man
444 kan have forskellige holdninger til om måden, man laver definitionen af ghettoer, er korrekt. Altså
445 de 4-5 kriterier for, om det er en ghetto eller et udsat område - er det de rigtige kriterier? Det er jo
446 alt sammen noget, som gør debat vigtig. Det må man så belyse. Som medie må man sige, når
447 regeringen siger, at når det her er en ghetto, jamen så skyldes det og det. Hvis de for eksempel tog
448 kriminalitet ud af kriterierne, så ville billedet være et andet. Så må folk jo gøre op med sig selv, er
449 det rigtigt eller forkert.
- 450 #00:44:27-9# JØ: Ja. Og hvad gør I for det?
- 451 #00:44:32-3# JR: Altså vi prøver at lave hele billedet.
- 452 #00:44:31-6# JØ: I prøver at bygge hele billedet op?
- 453 #00:44:32-8# JR: Hele billedet er meget store ord. Men vi prøver at lave et dækkende billede af
454 virkeligheden. Når regeringens ghetto plan kommer, så prøver vi at kigge på, hvilke kriterier har
455 man valgt? Er det rigtigt? Hvorfor lægger man ikke vægt på, at kriminaliteten i en lang række
456 områder er faldet? Hvorfor lægger man ikke vægt på, at andelen af folk med en uddannelse er
457 steget? Det gør man så ikke, fordi man vægter andre ting. Det er ikke forkert at vægte dem. Men er
458 det fair i et samlet billede? Vi sørger i hvert fald for, at hele billedet bliver samlet. Når regeringen
459 går ud og siger: "Vi er nødt til at straffe dobbelt, hvis man begår en forbrydelse i et bestemt
460 område". Så prøver vi som medie at gå ud og sige: "Hvor gør man ellers det henne? Er de ikke et
461 grundlæggende brud på meget fundamentale principper?". Så må folk jo tage stilling til - også når

462 de skal i stemmeboksen - om det er et nødvendigt brud. Det regeringen foreslår her, kan jo være i
463 strid med Menneskerettighederne. Og så kan man jo også diskutere, om det er fordi
464 menneskerettighedskonventionerne er dårlige, når vi ikke kan sende Levakovic hjem. Er det så
465 fornuftigt og godt retsprincip eller er det fordi, at tiden er løbet fra
466 menneskerettighedskommissionen? Det er jo debatter. Medierne må prøve at afgøre, hvorvidt det,
467 som de bringer videre, er rigtigt, afbalanceret, dækkende og kritisk komplimenterende. Hvis nogen
468 siger, det her er det rigtige. Så er vores opgave at tjekke, om det nu også er rigtigt. Eller om der er
469 mere til historien.

470 #00:46:12-0# JØ: Ja. Men med alle de hjælpemidler, som I har til rådighed i dag. Så er der jo også
471 enormt mange historier, som man kan bringe. Hvad gør I for at bringe, det som alle de andre ikke
472 bringer? Men også for at udvælge den historie og hvorfor I bringer den på præcis den måde?

473 #00:46:31-2# JR: Hos os. Det tror jeg, at de fleste medier gør - bortset fra Ritzau. Ritzaus bureau
474 bringer jo alle historier. Ellers prøver de fleste medier jo at vælge noget, der giver deres farve. Vi
475 har formuleret det sådan, at vi skal udfordre det bestående nyhedsbillede. Dvs. hvis alle siger: "Det
476 her er historien". Så skal vi finde ud af, om det også *er* historien. Hvis alle siger, at det er en
477 katastrofe at afgifterne bliver sat ned, fordi det skaber et kæmpe hul i statskassen. Så vil vi gøre os
478 umage for, at undersøge hvorvidt det er rigtigt. Er der nogen evidens for det? Vi vil gerne lave de
479 historier, som er væsentlige og vores egne historier. Nemlig hvor vi vælger. Så vi ikke bare er et
480 miks af det de andre medier har sagt. Vi er et meget lille medie ressourcemæssigt. Så selvfølgelig er
481 vi dybt afhængige af den fødekæde, der er. Vi citerer gerne fra andre historier og finder bestemt
482 ikke på det hele. Men vi prøver hver dag også at have vores egne historier. Dem vi har fundet og
483 dem vi synes er vigtige. I dag nemlig historien som jeg har nævnt et par gange. Men også at to
484 danskere på ambassaden i Abu Dhabi er sigtet for spionage. Vi prøver også at finde egne historier
485 og gøre det på vores måde. Så har vi noget særligt på denne her radio, som ikke gælder
486 nyhedsdækningen, men som gælder debatværter. Der står faktisk i vores sendetilladelse, at vi skal
487 have værter med markante holdninger og værdier. Normalt i public service så har man jo det, som
488 jeg kalder "tennisdommerværten". Man sidder to personer og så flytter man. For eksempel: "Kan du
489 ikke godt se, hvad der bliver sagt? Hvad siger du til det? Hvad er dit svar på det?". Altså man flytter
490 bolden, men ingen smasher til den selv.

491 #00:48:34-5# JØ: Altså at være passiv?

492 #00:48:36-2# JR: Ja passiv er måske groft at sige. For de er aktive. De skal vide noget og stille
493 begavede spørgsmål. Men typisk flytter de bolden. Vi har jo så værter, som smasher til bolden. Vi
494 har Lars Trier i Det Røde Felt, Cordua & Steno og Rushy Rashid på integration. Det gælder ikke
495 nyheder, da det er noget andet. Men ellers arbejder vi med, at værterne gerne må træde i karakter.

496 #00:49:09-8# JØ: Ja. Men det er jo også meget sjovt i forhold til det ideal, der blev prædikeret for
497 omkring journalistik for årtier siden. Altså den objektive og formidlende rolle.

498 #00:49:24-3# JR: Ja, altså det tror jeg også man er gået væk fra. Der var jo nogle år, hvor man talte
499 om den objektive journalistik. Og det er jo forkert. Det findes ikke. Vi interviewer en person, hvor
500 vi vælger at vægte noget bestemt. En anden journalist på en anden dag havde vægtet noget andet. Så
501 det man jo i hvert fald kan sige er, at det er tilstræbt objektivt. Det tilstræber at vise kompleksiteten
502 og nuancerne. Som andre måske ville formulere det: "Det er den mindst ringe udgave af
503 virkeligheden".

504 #00:49:52-4# JØ: Kan man sige, at fordi at man ikke kan blive 100% objektiv. Så kan man lige så
505 godt sige, at det er det her, som jeg står for?

506 #00:50:04-5# JR: Det kan man godt ved nogen ting, og det gør vi også. Altså nu har vi jo en vært
507 her, som Lars Trier Mogensen - han er rød! Det er der, hvor han står. Han er alligevel et komplekst
508 menneske, men han er grundlæggende rød. Jeg synes jo, at man er nødt til at have et ideal - også
509 selvom man aldrig kan nå det. Man kan jo have et ideal om at være et godt menneske, selvom det
510 heller ikke er muligt. Men jeg foretrækker da at blive ved med at tro på, at det er et godt ideal at
511 have. Og tilsvarende synes jeg det er et fint ideal at have, hvis man siger: "Vi tilstræber, at vi
512 dækker historier nuanceret og balanceret. Og dvs. hvis man giver køb på et hele, så ringer man jo
513 kun til den ene part - velvidende at hvis man ringede til den modsatte part, så ville man måske få en
514 fornuftig forklaring. Lad os bare tage #MeeToo-debatten; "Jeg er blevet voldtaget". Hvis man så
515 ringede til den person, som bliver beskyldt for voldtægten, så ville han måske sige: "Nej, det
516 foregik sådan her!". Derfor bliver man da nødt til at blive ved med at stræbe efter, at dække sagen
517 nuanceret og dækkende. Man kan aldrig gøre det, men 80-90%. Man skal i hvert fald stræbe efter
518 det på nyhedsformidling. Det synes jeg.

519 #00:51:07-7# JØ: Afslutningsvist så ville vi lige opsummere de her tre temaer, som vi har talt om
520 overfor hinanden på en eller anden måde. I forhold til den historiske udvikling og hvordan
521 udviklingen har været. Hvordan synes du medierne i dag generelt opfører sig i forhold til at i måske
522 ikke er objektive længere i hvert fald. Hvad er rollen så i dag?

523 #00:51:33-2# JR: Medierne er mere kommenterende i dag. Det kommer an på, hvor lang tid du vil
524 gå tilbage. Men 30-40 år tilbage så var medierne mere refererende end de er i dag. Mere refererende
525 på den måde, at det var mere slavisk som; "Så sagde han og så svarede hun". Jeg tror, at det er fair
526 at sige, at medierne i dag vinkler skarpere. Og det synes jeg ikke, at der noget problem i. Det er det,
527 man gør. Så går det jo stærkere. Og konkurrencen er jo skærpet af to grunde. Der er sociale medier,
528 som er en kæmpestor konkurrent. Og der er jo folk, som i dag er koblet ude fra det, som vi kan
529 kalde "det normale medie-økosystem". De lever alene ude i den der kloak af halve og hele løgne. Så
530 er medier jo også i dag presset på økonomi. Langt de fleste medier har en svag økonomi i dag.
531 Primært de trykte medier, fordi nyheder i dag er svære at sælge. De er derude. Undskyld, men jeres
532 generation forventes ikke at give 5000 kr. om året for en avis. Det gør I ikke. Det ligger udenfor
533 jeres rækkevidde eller fatteevne. Det er jo sagt i al fredsommelighed. Sådan er det. Hvorimod vi er
534 jo nogle, der er vokset op med det. Det var det, vi gjorde. Dengang jeg var ung, så købte man et
535 B&O fjernsyn og det varede i 50 år - nu varer et fjernsyn 5 år. Der er nogle kæmpe ændringer, som

536 påvirker også økonomien og dermed mediernes muligheder for at følge med. Og i dag ved vi jo
537 langt mere om verden, end vi vidste for 15-20 år siden pga. af nettet. På godt og ondt. Du ved, når
538 der er en bus, der er kørt ned i en grøft i Indien. Men til gengæld ved du også, når der er nogle
539 *rohingyaer*, der bliver slagtet i Burma. Det ville måske tage et halvt år at få at vide i gamle dage.
540 Altså gamle dage som for 30 år siden - ikke i 1800-tallet. Så der er sket nogle store
541 strukturændringer. Selvfølgelig er der det. Det kan meget let komme til at lyde klynkende, som i:
542 "Det er også forfærdeligt, at vi ikke har markedet for os selv". Men jeg synes, at det er en
543 demokratisering, at nettet er kommet. Men det indebærer, at der er en konkurrence, og at man kan
544 leve i et parallelsamfund. Man kan satme leve i et parallelsamfund på nettet! Fordi der ikke er
545 nogen kvalitetssikring.

546 #00:54:06-5# JØ: Helt klart. Og har rollen så ændret sig? Har jeres formål ændret sig?

547 #00:54:14-0# JR: Det synes jeg ikke. Jeg har lige gennemlæst Berlingskes redaktørerklæring, som
548 er borgerlig. Det her er ikke en borgerlig radio, for vi er en public service-radio. Men det der står i
549 Berlingskes redaktørerklæring, som vel er 275-280 år gammel - det kan man sagtens oversætte til i
550 dag med fornuft. Prøv at gå ind og læs den. Det handler om, at give borgerne evnen til at agere som
551 borger i et samfund. Der ligger også, at de selv tager stilling til, hvad de mener, når de skal være
552 oplyst. Ægte oplysning. I DR formulerede vi det, da jeg var der og det tror jeg sådan set stadig, at
553 de gør. Det handler om at give borgerne handleevne i et demokratisk samfund dvs. hvis man skal
554 kunne handle i et demokratisk samfund, så skal man have adgang til information og sand
555 information. Hvis du ved, hvad det her, handler om, så kan du beslutte om, du stemmer til højre
556 eller venstre. Hvis du kun ved halvdelen, så kan du ikke tage stilling. Så jeg synes ikke, at rollen har
557 ændret sig. Konkurrencesituationen har ændret sig. Der er noget stof, som i dag fylder langt mere
558 end det gjorde for bare 10-15 år siden. Livsstilstof fylder meget mere eller samlivsstof. Det kan
559 også have noget at gøre med Maslows behovspyramide, at vi jo er kravlet op af den og har mere
560 ondt i sjælen end vi har i ryggen.

561 #00:55:41-6# JØ: Ja. Føler du så, at nyhederne kommer ud til folk?

562 #00:55:45-3# JR: Det gør de jo. Det skal man jo huske midt i al jammeren - medierne har aldrig
563 været i kontakt med så mange mennesker som de er i nu! Vi har måske aldrig været i kontakt med
564 så få, der vil betale, som vi er nu. Men medierne kommer bredt ud! Qua Facebook, hjemmesider,
565 TV og radio. Der er ingen, der kan påstå, at de ikke har adgang til information. Der er nogle, som
566 vælger det fra af forskellige grunde. Nogen er så socialt svage, at de ikke gider interessere sig for
567 det. Men der er medier alle vegne og adgang til medier! Medier har aldrig haft så stor en *reach* som
568 nu. Men vi har måske aldrig haft så få, der vil betale. Og så er der Facebook og Google, som æder
569 80% af alle annonceindtægterne ikke. Det skal man også lige huske.

570 #00:56:29-0# JØ: Ja. Men nogle vil måske sige, at medierne også mistede magt?

571 #00:56:38-2# JR: Jamen det er jo det, som vi snakker om med den tosidede mønt. Altså medierne
572 var da kolossalt magtfulde før, fordi der var vi adgangen til offentligheden. Groft sagt. Du kunne
573 stille dig op på toget og skriges eller Hyde Park og op på en ølkasse for at holde en tale, og så var der
574 måske 200 mennesker, som hørte det. Du kunne skrive et læserbrev - det tog en dag at skrive det på
575 en skrivemaskine og derefter to dage med posten for at komme frem. Og så lå det i bunken, og så
576 skulle det vælges ud blandt 600, og så kom det i. Og så blev det måske ikke læse, og hvis nogle
577 skulle svare på det, så skulle de igen igennem det samme. Vi har da mistet meget magt på den
578 måde. Og det er jo blandet. Det er trist fordi jeg synes, at medierne generelt har en høj kvalitet, og
579 har været og er stadigvæk en garant for en relativ høj kvalitet med den information, der kommer ud.
580 Der er fanden sluppet løs. Omvendt er det da skønt, at folk i dag, uden at skulle igennem en sur
581 redaktionssekretær, kan give udtryk for, hvad de mener. Det kan man ikke brokke sig over. Og
582 komme ud til mange mennesker.

583 #00:57:53-5# JØ: Ja. Hvis vi skal sige i forhold til den samtale, som vi har haft om udviklingen.
584 Netop hvor udviklingen har betydet, at kompetente medier og at der kommer kvalitet ud til flere
585 mennesker end nogensinde før.

586 #00:58:08-8# JR: Ja.

587 #00:58:11-4# JØ: Men måske en nedadgående kurve sådan rent magtmæssigt?

588 #00:58:14-6# JR: Jo.

589 #00:58:18-2# JØ: Også i forhold til, at du siger, at medierne er presset på økonomi.

590 #00:58:19-2# JR: Men det er jo rigtigt, at der kommer kolossale mængder af meget kvalificeret
591 indhold derud. Men til forskel fra 10-15 år siden, så kører der en kæmpestor bred motorvej ved
592 siden af fuld af slam. Og da vi kun har 24 timer i døgnet, og et vis *span of attention*, så er der nogle,
593 som er stået af den kvalificerede vej og kravlet over i slammen eller ligger og pendler frem og
594 tilbage.

595 #00:58:38-4# JØ: Og netop min pointe er, hvor er vi så om 30 år? Er det her en udvikling, som du
596 ser er nødt til at vende?

597 #00:58:45-3# JR: Ja, det tror jeg da, at den gør af mange grunde. For det første skal man huske, at
598 det med, at der er nogle mennesker, som altid har været utilfredse med noget og været i vild
599 opposition eller udenfor samfundet - det er jo ikke noget nyt! Dét der er noget nyt er at vi i dag har
600 adgang til at se hvad vi mener, siger og skriver. Nu vil jeg ikke kalde dem alle sammen for tosser.
601 Men der har altid været folk, der har troet på ufoer, flad jordklode, anti-månelanding og
602 kæmpestore konspirationsteorier. De har haft svært ved at komme i kontakt med hinanden. Det har
603 været besværligt. Det har været med brevduer eller hvad fanden det nu har været. Dét der jo er
604 fantastisk nu, det er, at det er så synligt, og så nemt for dem at komme i kontakt med hinanden. Og

605 så er der jo noget skræmmende. Der kom en undersøgelse for 2-3 dage siden, der viser, at der er en
606 tendens til, at løgnehistorier spredes meget hurtigere end sande historier. Fordi løgnehistorier typisk
607 er mere spændende. Jeg kan ikke huske, hvad der var forklaringen, men en af mine egne
608 forklaringer er, at dét der med at der er nogen, der siger, at Jorden er flad. Så tænker man jo: "Gu'
609 er den da ej. Det må jeg da finde ud af!". Og så er der noget andet, som vi slet ikke har snakket om.
610 Som er mere sociologisk. Altså tilliden til autoriteter bredt er jo faldet. Det gælder ikke kun medier.
611 Folk tror ikke på læger mere. De går selv på NetDoktor og finder ud af, at de fejler en eller anden
612 afrikansk infektionssygdom fordi de har ondt i øret. Skolelærer, politibetjente osv. Det kan man
613 have alle mulige snakke om, men 1968'ernes helt fornuftige opgør om autoriteter er måske på nogle
614 steder fladet ud. Der er multikulturalisme, der gør, at samfundet ikke er så homogent mere dvs.
615 normer i samfundet er ikke så homogene, som de var engang. Uha - det er en 3-dages diskussion.
616 Men det spiller selvfølgelig også en rolle for medierne. Og for autoriteter. For eksempel når
617 medierne citerer HPV-sagen. De fleste medier citerer, at det her, er der faktisk ikke nogen
618 indikation på, at det skulle have noget at gøre med HPV-vaccinen. Men der ét medie, nemlig TV2,
619 som virkelig giver den gas. Og så er der jo dem, som så har ondt i livet eller i kroppen, som så
620 tænker: "Jamen det må jo være forklaringen". Og så buldrer det jo afsted.

621 #01:01:02-8# JØ: Og det er jo, så den magt, som medierne stadig har. At når I videregiver denne
622 information, som I er kommet besiddelse af og vurderer værende sand, så tror folk trods alt stadig
623 på jer.

624 #01:01:16-9# JR: Ja, og det er jo en kompliceret diskussion. For omvendt kan det jo heller ikke
625 nytte noget. Hvis der er tilstrækkelig mange, som siger: "Jeg er blevet syg af det her". Så er man jo
626 også nødt til at tage det alvorligt.

627 #01:01:25-7# JØ: Ja. Det er rigtigt. Helt afsluttende, så vil vi høre, om det her med at snakke om
628 mediernes rolle i samfundet. Journalistens rolle i samfundet, jer som en arbejdsplads, men også som
629 en kanal. Snakker I om det? Er det noget, som folk er bevidste om?

630 #01:01:45-5# JR: Du tænker dem, der arbejder i medierne?

631 #01:01:48-3# JØ: Ja, men også jer som en ledelse.

632 #01:01:52-1# JR: Der snakkes jo rigtig meget om medier. Altså der er jo mediemagasiner, P1s
633 program og vi har vores eget pressemagasin. Der er også Presseløgen hver søndag. En anden ting,
634 der er interessant, er jo, at medierne i dag er langt mere kritiske overfor hinanden end de var for 10-
635 15 år siden. Der er jo langt mere intern mediekritik. "Den historie Politiken bragte er ikke rigtig".
636 Altså så jeg synes, at der er masser af diskussioner om medier. Folk er jo optaget af det. Også på
637 nogen måder, hvor jeg nogle gange tænker; "Hold da op". Men der er jo en interesse for medier og
638 mediestof. Og det synes jeg da er fornuftigt. Nogle gange glemmer vi jo at fortælle, at der er fyret
639 500 slagterimedarbejdere, fordi der var fyret 5 journalister. Der klikker det lidt af.

640 #01:02:40-4# JØ: Men er det noget I mærker i jeres dagligdag? Er det noget I italesætter? For
641 eksempel; "Det her stemmer ikke overens med det, som vi burde gøre"?

642 #01:02:49-4# JR: Ja, det synes jeg, at vi gør. Nu skal jeg jo passe på, at jeg ikke lyder som om, at vi
643 altid er helt fantastiske. Vi har da hver gang, når vi har sendt vores morgenprogram, så er der
644 efterkritik. "Hvad gjorde vi i dag? "Hvad fungerede?" "Hvad fungerede ikke?" Vi tager klager
645 alvorligt, når folk skriver ind. Så prøver vi at finde ud af, er der grundlag til det her eller
646 undskylder, når det sker. Så det synes jeg da, at vi har. Men det skal man jo aldrig spørge os selv
647 om. Det skal man spørge nogle andre om. Men vi prøver i hvert fald at tage vores rolle alvorligt! Vi
648 prøver at gøre os umage med at undskylde, når vi synes, at vi har begået fejl. Det er ikke altid, at
649 dem der mener, som vi har begået fejl - at vi så er enige, for det kan være en diskussion om
650 vinkling. Men vi har da med jævne mellemrum situationer, hvor vi ligger os ned og siger: "Det var
651 en fejl". Og så undskylder vi. For det tror vi, er den rigtige måde at komme fremad på.

652 #01:03:40-2# JØ: Ja. Hvad gør man for ikke at nå dertil? Altså inden det sker.

653 #01:03:51-7# JR: Jamen vi har jo det sæt almindelige værktøjer i kassen. "Har vi nu hørt alle i den
654 her sag?" Måske ikke alle, men har vi nu hørt de væsentlige aktører i sagen og modparten. "Har vi
655 styr på, at de her tal er rigtige?". Når den pågældende siger, at vedkommende har fået 85 kr. mere
656 om måneden fra at gå fra kontanthjælp til arbejde - har vi så tjekket lønsedlerne? Altså *factchecke*.
657 Og har vi for eksempel spurgt andre om det kan være rigtigt? Og om vi fremstiller det sobert, hvor
658 vedkommende er kommet til orde? Og ikke klipper sætningerne sammen. De der ting, er da nogen,
659 som vi har folk til at arbejde med, hver gang vi laver et indslag. Men det er da ikke altid, at det
660 lykkedes.

661 #01:04:36-3# JØ: Hvad med jer som direktion og ledelse?

662 #01:04:40-5# JR: Det er jo så at holde øje med det. Men altså hvis en tømrermester sender en
663 tømrersvend ud for at lave et tag, så regner han jo også med, at vedkommende sætter skruer i de
664 rigtige steder. Så jeg går jo ikke rundt og siger: "Har du nu husket det?" Det er jo tillidsbaseret. Så
665 må vi jo tage stilling til det, hvis og når der bliver begået fejl. Så må vi snakke det igennem.
666 Grundreglen er vel, at det ikke er forkert at lave fejl, men at det er ret forkert at lave den samme fejl
667 to gange. Så hvis vi har journalister, der gang på gang skamklipper eller løber med halve vinde, så
668 må man jo have en adfærdskorrigerende samtale. Det er der, vi som ledelse kommer ind.

669 #01:05:21-0# JØ: Og jer som institution - kigger i nogle gange indad? Altså uden det er et
670 enkeltstående tilfælde, men det der med at sige: "Laver vi et reality-check?"

671 #01:05:31-1# JR: Jamen det gør vi jo på mange forskellige måder. Det gør vi jo ved at kigge på
672 lyttertal. Downloader folk vores programmer? Hvad får vi af feedback på Facebook? Hvis der lige
673 pludselig bryder en shitstorm løs på Facebook, er det så en shitstorm, som vi skal forholde os til? Er
674 den egentlig rigtig eller er folk bare uenige med os? For det er jo en anden slags shitstorm. Det er jo

675 en anden kvalitet ved medier i dag. Det går jo meget hurtigt. Vi får hurtig respons. Hvis vi har lagt
676 noget op på Facebook med et indslag, så sker der meget hurtig en respons. "Sikke dog en idiot".
677 Noget af den respons er tåbelig. Der er jo masser af muligheder for at rette ind meget hurtigt -
678 medmindre man er tonedøv.

679 #01:06:18-2# JØ: Ja, så tror jeg, at vi er færdige. Tusind tak fordi du havde tid!

680 #01:06:20-9# JR: Godt. Det var så lidt!

8.15 Bilag 15: Transskription – Zetland

På telefon fra CBS, Dalgas Have 15, Frederiksberg
16-03-18 kl: 09:30

LK: Lea Korsgaard

JØ: Jacob Munk Østbjerg

- 1 #00:00:00-0# JØ: Goddag det er Jacob
- 2 #00:00:02-6# LK: Hej, det er Lea Korsgaard
- 3 #00:00:05-7# JØ: Det er Jacob, og jeg sidder her ved siden af Mie.
- 4 #00:00:08-2# LK: Det er så fint, jeg beklager forsinkelsen.
- 5 #00:00:10-5# JØ: Det skal du ikke tænke på.
- 6 #00:00:11-4# LK: Det er godt!
- 7 #00:00:12-9# JØ: Først og fremmest; tak fordi du har tid til at snakke med os.
- 8 #00:00:16-5# LK: Jamen det var så lidt. Det lyder som et sjovt projekt I har gang i.
- 9 #00:00:21-0# JØ: Ja, men vi synes jo det er fedt at snakke med mennesker der har en holdning til
10 medierne - specielt i dag - og det har været svært at undgå dig i den sammenhæng.
- 11 #00:00:30-7# LK: Det er godt, så et eller andet må jeg have gjort rigtigt.
- 12 #00:00:38-8# JØ: Fuldstændigt. Til at starte med vil jeg lige oplyse dig om, at du skal vide, at du
13 selvfølgelig godt kan blive anonymiseret såfremt du ønsker det.
- 14 #00:00:47-7# LK: Det tror jeg er ét fedt. Jeg tror alligevel godt man ville kunne gennemskue, at det
15 var mig.
- 16 #00:00:53-6# JØ: Ja okay, men I hvert fald må du sige til, hvis det bliver relevant.
- 17 #00:00:59-5# LK: Og hvordan ellers? Ligger det offentligt på nettet eller er det nede i en kælder det
18 ligger? Også lidt ift. hvor langt ned i detaljerne jeg kan tillade mig at gå. Men hey, jeg har
19 simpelthen så travlt for tiden, kan I ikke lige i overskrifter fortælle mig, hvad jeres vinkel på hele
20 projektet er, og så lad os tale om dét bagefter.

- 21 #00:01:26-0# JØ: Selvfølgelig. Vi vil gerne snakke om mediernes rolle i samfundet, og hvordan den
22 har udviklet sig, den her rolle pga. moderne teknologi og faget, journalistisk, og hvor hvordan man
23 som medie tager hånd om den nye virkelighed vi lever i på en eller anden måde. Og der vil være
24 nogle spørgsmål helt generelt indtil hvad din opfattelse er omkring medierne og hvordan I håndterer
25 det hos jer f.eks.
- 26 #00:01:58-9# LK: Men det er fint, jeg synes ikke der er nogen grund til at anonymisere. Det er helt
27 fint.
- 28 #00:02:05-8# JØ: Vi har tre temaer vi gerne vil snakke om, først og fremmest mediernes rolle, og så
29 lidt omkring udviklingen, og til sidst nutidens nyhedsbillede. Og til slut vil vi så prøve at samle lidt
30 op. Skal vi bare starte fra en ende af?
- 31 #00:02:23-8# LK: I skyder bare løs.
- 32 #00:02:25-6# JØ: Fedt! Vi vil starte med at høre, hvis du skulle beskrive mediernes rolle, hvad den
33 så havde af funktion i samfundet, medierne sådan over-all.
- 34 #00:02:37-8# LK: Snakker vi nu ideelt set, eller hvilken funktion jeg kan betragte den har?
- 35 #00:02:46-3# JØ: Ja lad os starte med ideelt set, så kan vi altid komme ind på hvad den egentlig
36 gør.
- 37 #00:02:47-8# LK: Når I siger medier, så mener i nyhedsmedier, ikke? Altså ikke Netflix. Jamen, lad
38 mig prøve at gå lidt historisk til værks, og sige at nyhedsmediernes fineste opgave var at flytte
39 information fra ét sted til et andet, for på den måde at oplyse borgerne om hvad der skete i
40 samfundet omkring dem, så de var i stand til at tage kritisk stilling til den virkelighed de var en del af,
41 og kollektivt træffe beslutninger om hvor samfundet skulle på vej hen. Og i den opgave lå
42 selvfølgelig også at være kritisk overfor magthaverne og kigge magten efter i sømmene. Der lå også
43 at fortælle nyt om egne der lå udenfor den virkelighed du selv kunne betragte og være en del af som
44 borger. Og det tror jeg tit at vi glemmer, når vi snakker mediernes rolle. For at medierne kunne
45 udføre sin rolle, så var den her transport af information afgørende ikke. Altså, der faldt nogle skud i
46 Sarajevo i 1914, og så var det mediernes rolle at fortælle at der faldt nogle skud i Sarajevo, som
47 måske kunne få potentielle konsekvenser for hele Europa, og få den information ud til alle dele af
48 egne i verden. Det skete jo så dengang gennem telegrafnetværket og aviserne. I dag vil jeg mene at
49 pressens rolle er en anden, fordi dét at transportere information fra ét sted til et andet er ikke
50 længere hverken vanskeligt eller forbundet med særligt meget værdi fra mediebrugerens side, fordi
51 der er information alle vegne. Det mener jeg helt klart gør at medierne har en anden rolle, nemlig i
52 større grad at samle og analysere og forklare den information der allerede er derude i forvejen, og
53 herunder, selvfølgelig også gå kritisk til det, som bør komme frem i lyset. Altså de der lidt mere
54 klassiske journalistiske dyder - de hører med i den her pakke, men jeg synes ideelt set, bør der helt

55 klart være et fokus skifte fra at transportere information til at samle information og analysere
56 information og rydde op i information på borgerne vegne.

57 #00:05:38-6# JØ: Så man behandler det mere nu end bare at...

58 #00:05:45-1# LK: Ja, at flytte den og sige "der er sket dét og dét". Hvor nu synes jeg, at hvis
59 pressen skal være relevant i dag, så skal den ikke bare sige "der er sket dét og dét", den skal også
60 sige hvorfor det er sket og hvad det betyder.

61 #00:06:00-1# JØ: Og i hvor høj grad synes du så at vi har succes med det i de danske medier, at
62 behandle information så den kommer til gavn for borgerne.

63 #00:06:10-1# LK: Der findes masser af god journalistik derude efter min næse, altså den definition
64 jeg lister op her. Der findes en hel del i mediebilledet, problemet er bare at den har en tendens til at
65 drukne fordi at medierne sådan helt generelt ser det som deres primære opgave at flytte information,
66 og altså bruger teknologien til at sætte tempoet op og udgive mere og mere stof på kortere og
67 kortere tid. Jeg tror, og der må I lige tjekke op på data for mig, men jeg mener at fra omkring 2006
68 til 2016, der producerede den gennemsnitlige danske journalist tre gange så meget indhold. Altså,
69 der begyndte man at producere tre gange så meget indhold. Så det siger lidt om at man har brugt
70 teknologien til netop ikke at indsamle, rydde op og analysere og komme i bund, men sådan set bare
71 udgive mere og mere. Og det synes jeg sådan set er totalt hovedløst fra min stol, fordi i det
72 informationssamfund vi lever i dag er det virkelig ikke information vi mangler, tværtimod er det
73 måske det modsatte, altså fordybelse, roen, koncentration og fokus. Og det synes jeg at medierne
74 burde hjælpe med og det synes jeg at de gør i for ringe grad.

75 #00:07:52-4# JØ: Og nu snakker vi nærmest allerede om det, men er det dér du føler at Zetland
76 adskiller sig, ved at bidrage til den slags journalistik?

77 #00:08:03-4# LK: Ja, det er jo grunden til at vi har stiftet Zetland og hele visionen bag vores
78 digitale avis. Det er at bruge teknologi til ikke at sætte tempoet op og bidrage til den der strøm af
79 information, som giver rigtig mange mennesker en oplevelse af at drukne i strømmen derude, men
80 tværtimod kun fokusere på det vigtige og gå dybt med det og skabe plads til de nuancer og de
81 perspektiver, som har tendens til at ryge i det hektisk medie billede derude. Fordi hvad der jo så også
82 er vigtigt at sige, er at det der accelererede tempo i journalistikken og medie billedet i det hele taget
83 har haft den effekt, den ulykkelige effekt, at det bare i stigende grad er dem der råber højest, som
84 får opmærksomheden. Når det går så stærkt, så er dét der skal til for at folk vender sin
85 opmærksomhed mod dig, det er at du råber et eller andet. Højt. Det er sådan set lige meget hvad du
86 råber, bare du råber højt. Og ofte, jo mere polariserende og unuanceret det kan være, jo mere rabalder
87 vil det give. Og det er bare gift for en nogenlunde fornuftig offentlig samtale, at det er
88 skvadderhovederne der får mestendels af vores opmærksomhed. Så det er jo også noget af det vi
89 gerne vil være med til at bekæmpe.

- 90 #00:09:40-2# JØ: Og hvilke journalistiske greb og principper er det så man holder som sine
91 kæpheste, for netop undgå det, men lige netop bidrage til den der fordybelse og mere indsigtsfulde
92 samfundsdebat?
- 93 #00:10:01-0# LK: Jamen flere ting. For det første insisterer vi på at den gode journalistik er skrevet
94 af journalister, der rent faktisk ved noget, om det de skriver om - hvilket man ikke kan tage for givet
95 i dagens medie-Danmark. Der er masser af journalistisk, der er skrevet af generalister, der har haft
96 meget kort tid til ikke at sætte sig ind i en historie, inden de udgiver den. Det vil vi ikke. Det er
97 totalt meningsløst set fra et demokratisk perspektiv og et samfundsperspektiv, og det er også totalt
98 meningsløst set fra et forretningsperspektiv. Altså hvem fanden gider betale penge for dårlig
99 kvalitet. Det tror jeg simpelthen ikke der er nogen forretningsmodel i. Så det, vi gør, er, at alle
100 journalister skriver om noget de faktisk ved noget om, og som de har en ekspertise indenfor. Og
101 dernæst at de får tid. Vi går ikke så højt op i om vi kommer først, vi går mere op i om vi bidrager
102 med noget væsentligt, noget der faktisk gør en forskel. Så er vi ikke bange for nuancer, vi er ikke
103 bange for også at fortælle om det som virker, altså løsninger. Vi kan sagtens skrive
104 konflikthistorier, men undrer os over at *konflikt* står forholdsvist alene blandt de fem
105 nyhedskriterier, eller, lad mig formulere det omvendt, at løsninger ikke også er en del af de
106 nyhedskriterier klassisk journalistik er blevet til på baggrund af. Og så er vi jo i en kontinuerlig
107 dialog med vores medlemmer og er helt overbevist om at deres bidrag, deres input og deres viden
108 gør vores journalistik bedre. Vi bruger teknologi til ikke at sætte tempoet op, men bruger teknologi
109 til at understøtte en begavet samtale, som gør journalistikken bedre. Som også er noget nyt i en
110 dansk mediesammenhæng. Så vi er ikke bange for at afsløre hvilke historier vi er i gang med, men
111 gør det gerne fordi vi ved at: f.eks. er vi ved at skrive om Google og Facebooks skatteforhold i
112 Danmark - "hjælp os med at gøre os klogere på det emne", så får vi en hel masse fra vores
113 fantastiske medlemmer. Alt mulig mere.
- 114 #00:12:31-2# JØ: Vil du sige at I er alene om det i det danske mediebillede i dag?
- 115 #00:12:41-0# LK: Lige præcis den der medlemsinddragelse, som vi gør det, det har jeg ikke set
116 andre gøre før. I hvert fald ikke sådan på kontinuerlig basis, som et af det væsentligste
117 grundprincipper i tilblivelsen af journalistikken. Nu er det jo godt nok et stykke tid siden, men da
118 jeg arbejdede på Politiken, havde jeg tit den oplevelse, som jeg ikke reflekterede så meget over
119 dengang, som skribent at jeg kunne udgive en historie, og så fik jeg dagen en mail fra en læser, der
120 sagde "spændende historie, du burde læse den her bog i den forbindelse". Og så tænkte jeg "ah
121 damn! Den ville jeg gerne have kendt til, inden jeg udgav historien". Vi har vendt den proces om,
122 og lægger gerne åbent frem hvad, det er vi er i gang med, for netop at få de der input på forhånd,
123 inden historien bliver til. Ligesom at vi også i meget høj grad inddrager vores medlemmer i
124 tilblivelsen af selve mediet. Altså når vi skal udvikle vores nye nyhedsoverblik i lydformat, så er det
125 helt naturligt for os at spørge vores medlemmer, om nogle af dem ikke vil medvirke i en slags
126 arbejdsgruppe, hvor de løbende tester produktet og giver input og giver deres besyv med på, hvad
127 der virker, og hvad der ikke virker. Og jeg har ikke set andre der inddrager deres læsere og
128 abonnenter i ligeså høj grad.

- 129 #00:14:03-9# JØ: En meget demokratisk proces både på indholdssiden, men også på mediefladen?
- 130 #00:14:09-9# LK: Jeg ved egentlig ikke om jeg vil kalde det demokratisk. Altså jo, der er
131 selvfølgelig et samtaleprincip, som ligger nedenunder og idéen om at sammen bliver vi klogere,
132 men det er ikke demokratisk i den forstand at flertallet bestemmer. Vi gør det ikke bare for at gøre
133 det. Vi gør det fordi vi er helt sikre på at det gør journalistikken bedre. Det ender med et bedre
134 produkt til alles gavn, hvis vi suger al den viden, som vores medlemmer tilsammen repræsenterer.
135 Eller sagt på en anden måde: Sara, som er vores skoleskribent, ved en hulens masse om skolen i
136 Danmark, og er virkelig en autoritet indenfor sit felt, men det er jo klart at hun aldrig nogen sinde
137 vil blive så vidende om skoleforhold, som alle de medlemmer der ved noget om skoleforhold lagt
138 sammen. Så ikke at bruge den resurse, synes jeg ville være tosset.
- 139 #00:15:07-5# JØ: Helt klart. Nu bevæger vi os over i den der teknologiske afdeling,
140 medieudviklingen. Zetland er jo udsprunget som en digital avis og har derfor ikke haft den
141 transition fra det printede over til det digitale. Hvad tror du det har betydet for jer, som medie at I er
142 udsprunget af den digitale tidsalder.
- 143 #00:15:32-6# LK: Det har betydet to ting. For det første har det betydet at vi ikke har slæbt rundt på
144 en forretningsmodel, som ikke er langtidsholdbar, men som man modsat ikke kan afvikle, fordi så
145 afvikler man hele forretningen. Og slæbe rundt med den baggage, det er jo det, som de gamle medier
146 tumler med af gode grunde. Og det har vi jo været forskånet for. Så det er det ene. Og det andet er
147 at vi tænker meget mere som tech-virksomhed, og den omstilling tror jeg er rigtig svær på et
148 gammelt sted. De har nogle andre fordele og en anden historik og tradition og har haft masser og
149 masser af år til at opbygge deres brand. Men de har ikke den fordel, at de kan sige "nu indfører vi in
150 ny kultur fra dag 1" - altså i morgen. Og vi tænker som en tech-virksomhed, hvis man nu bare ser
151 de features vi har lavet på siden. Den moderne medieforbruger i dag synes det er helt naturligt at
152 f.eks. platformen naturligt finder frem til der, hvor du er nået til i artiklen. Det er vi vant til ovre fra
153 Netflix, at hvis vi er i gang med at se en serie og skal ud for at tage opvasken, og når man vender
154 tilbage, så kan man bare klikke, og så finder den selv frem til dér, hvor vi er nået til. Samme feature
155 har vi så i vores artikler. Man kan hoppe fra lyd til skrift på samme måde. Eksempelvis lå jeg i
156 morges lå jeg og læste halvdelen af vores nye skattehistorie, så hoppede jeg ud på cyklen, hvor jeg
157 trykkede på at jeg ville høre den, og så finder den selv frem til dér, hvor jeg var nået til det. Sådanne
158 features har jeg ikke set hos andre danske medier, og det er jo features lånt fra den øvrige tech-
159 industri. Og så tænker jeg at måden vi arbejder på ligner også meget mere en tech-virksomhed end
160 en medievirksomhed. Altså at vi hele tiden laver forsøg og indsamler erfaring og begår fejl. I stedet
161 for at bruge et halvt år på et kæmpestort projekt, som vi så *launcher* med bulder og brag, og så
162 kommer det ud. Det kunne jeg aldrig finde på, i stedet for tester vi hele tiden udviklingerne af
163 platformen og journalistikken løbende og tilretter på baggrund af erfaring. Og det er også den
164 typiske måde at arbejde på i tech- og IT-branchen. Den kultur er bare svær at indføre, hvis man har
165 en hundredårig baggage med sig og en anden måde at arbejde på.

166 #00:18:12-4# JØ: Hvilke udfordringer forestiller du dig at den de etablerede, gamle drenge i
167 branchen står overfor med alle disse digitale muligheder

168 #00:18:29-2# LK: Primært det, at i rigtig, rigtig mange år, kunne de jo se, og jeg var jo selv i
169 avisbranchen på det tidspunkt, at deres forretningsmodel ikke ville holde på lang sigt og at brugerne
170 efterhånden migrerede fra print til nettet, så ville deres forretningsmodel jo erodere. Men samtidig
171 var papiret stadigvæk det mest lukrative, for der stod ikke en nye forretningsmodel og ventede på
172 dem, som kunne tage over for papiravisen. Og det er jo stadig dét de kæmper med. En ældre og
173 ældre abonnement-skare i den ene ende, og et publikum på nettet, der ikke er ligeså værdifuldt i
174 pengeøjemed, som det gamle publikum var. Så dét er det ene, og det andet er et kulturskift. Apropos
175 det jeg lige snakkede om med tech-virksomhed, tror jeg at det med at indrette arbejdskulturen og
176 måden at tænke på til en ny virksomhed, tror jeg er svær. Altså tag os som eksempel herinde: vi
177 kigger vildt meget på data, også redaktionen; "hvilke historier gik godt? Hvilke gjorde ikke?". Det
178 er helt naturligt for os at analysere vores produkt vha. data, og det tror jeg kommer efterhånden i
179 den etablerede, eller gamle, mediebranche. Men jeg tror det også er svært, fordi der er en kultur dér,
180 hvor man i mange, mange år aldrig stillede sig selv spørgsmålet "hvor mange læser egentlig den her
181 artikel?". Så det tror jeg også er en større ting at bokse med.

182 #00:20:22-6# JØ: Det er nemlig nogle gamle dyder journalistfaget bygger på, og lige pludselig står
183 vi overfor internettet og Wikipedia. Som journalist hvordan har dét ændret på ens vilkår, ift. at man
184 samtidig skal holde "biblen" tæt på kroppen, så at sige.

185
186 #00:20:54-1# LK: Jamen i virkeligheden synes jeg at de gamle dyder, som "vær fair", "vær
187 grundig", "fortæl om det væsentlige", "skil skæg fra snot" - eller hvad det hedder - på læserens
188 vegne, "behandl dine kilder kritisk, men med respekt", alle de der gamle dyder, de burde være lige
189 til at overføre til den nye virkelighed. Der er intet der har ændret sig. Og så alligevel, for der er
190 kommet et højere produktionskrav og tempoet er blevet sat op, som jeg tror udfordrer nogle af de
191 klassiske gamle dyder, og det er ærgerligt, og det tror jeg virkelig vi skal være på vagt på. For det er
192 de dyder der ligger til grund for god journalistisk, det er sådan set de samme i virkeligheden.

193 #00:21:50-2# JØ: Synes du at man kan mærke rundt omkring i det danske mediebillede, at
194 journalistikken er presset pga. netop det pres der ligger ned over dem, dels pga. teknologien.

195 #00:22:05-2# LK: Det kan man jo mærke. Vi er heldigvis udover granatchokket, som vel indtrådte
196 omkring år 2006-08-agtigt, hvor det ligesom gik op for os "FUCK!". Tag som eksempel, da den
197 digitale virkelighed burde være begyndt at gå op for den danske mediebranche. Det de gjorde var at
198 kaste sig ud i en kæmpe stor papiraviskrig, som kostede avishuse i Danmark millioner af kroner, i
199 stedet for at bruge de samme millioner kroner på at investere digitalt. Totalt hovedløst. Vi er
200 heldigvis udover den slags. Nu har folk heldigvis forstået, at virkeligheden kalder på digitale
201 løsninger, og jeg oplever at især i USA, ser folk nye muligheder. Vi er udover det desperate stadie,
202 og nye sker der helt vildt mange spændende ting. Alle mulige forsøg på at finde ud af hvordan
203 pressen passer ind i den her nye virkelighed. Det er rigtig opløftende, men samtidig er det bare på

- 204 papiret, i budgetterne, rigtig svært. Man kan sige, at hvor de store avishuse kæmper med at blive
205 små nok til at kunne drive en forretning på det nye mediemarked, kæmper vi, de nye, med at blive
206 store nok til at kunne kæmpe på det nye mediemarked. Så alle har en kamp at kæmpe, den er bare
207 lidt forskellig.
- 208 #00:23:46-7# JØ: Ift. nyhedsbilledet, som den gennemsnitlige danske mediebruger møder i dag,
209 hvordan vil du beskrive det?
- 210 #00:24:03-0# LK: Det ved jeg faktisk ikke. Jeg ved det faktisk ikke. Jeg tror det er sindssygt
211 forskelligt. Jeg tror, at der findes nogen stadigvæk, folk på over 60, som holder tre aviser, som ser
212 TV avisen hver aften - sådan som det altid har været, om jeg så må sige - og så findes der i den
213 anden ende den 22-årige nyuddannede VVS'er, som har et stort medieforbrug, men et medieforbrug
214 der ikke består af danske nyheder, men WhatsApp, Facebook og Instagram. Så hvis bare man
215 kigger på TV tallene, kan man jo se at forskellen mellem hvordan folk forbruger TV mellem
216 generation er ekstrem stor, og at vi har en ældre gruppe af befolkningen, der faktisk ser lidt mere
217 TV, end de gjorde tidligere, altså flow TV, og så har vi den unge del af befolkningen, som
218 simpelthen bare er stoppet med at se flow TV, *more or less*. Så vi lever i en tid, hvor det er nærmest
219 umuligt at pege på gennemsnitsbrugeren. Jeg ville i hvert fald nødtigt lægge hovedet på blokken og
220 prøve at beskrive hvordan han eller hun ser ud.
- 221 #00:25:17-3# JØ: Og denne forskellighed tænker jeg på, at hvis skal have den her informerede
222 samfundsdebat, som du snakkede om tidligere, som dét medierne var sat i verden for - er det så
223 sundt at vi har så forskellige mediebilleder?
- 224 #00:25:34-7# LK: Nej det tror jeg egentlig ikke. Det er jo det kampen står overfor, udover at lave
225 sunde forretninger, som medie. Kampen står således også for at få skabt de rigtige betingelser for en
226 begavet offentlig samtale, hvor vi nogen lunde snakker om de samme historier og nogen lunde
227 forholder os til de samme fakta i den store offentlige debat, og dét er jo den store demokratiske
228 udfordring, som vi skal have løst. Og her jeg især bekymret for den nyuddannede 22-årgie VVS'er,
229 som har et superkompliceret og rigt, eller mangefacetteret, medieforbrug, men som bare ikke
230 forbruger danske nyheder. Hvordan får vi fat i ham? Hvordan sørger vi for at journalistik og
231 nyhedsformidling stadigvæk er relevant for de yngre grupper af mediebrugere? Og faktisk ikke kun
232 de yngre brugere, også dem, som bare er hoppet af f.eks. at betale for en papiravis. Hvordan sørger
233 vi for, at vi holder fast i hinanden i virkeligheden og forbliver i nogenlunde den samme samtale?
234 Det synes jeg er en kæmpestor udfordring, som alle skal være med til at løse.
- 235 #00:26:49-6# JØ: Og det er så det jeg tænker at det kan være problematisk som medie, at
236 differentiere sig fra de andre, for I kunne jo bare fortælle den samme historie som alle de andre til
237 dem, som I når. Og så får vi noget sammenhæng, eller hvad?
- 238 #00:27:06-3# LK: Jeg ved ikke om pressens rolle er præcis at fortælle det samme. Tværtimod synes
239 jeg faktisk at, der er noget hovedløst i at alle står med mikrofonen oppe i *snotten* på det samme

- 240 menneske og duplikerer de samme citater, som de andre også bringer. Det tror jeg ikke
241 nødvendigvis er nødvendigt for en sund offentlig samtale. Det jeg siger er, at den 22-årige ikke
242 engang ser en dansk nyhed. Måske ser han et eller andet på Facebook i ny og næ, men han har ikke
243 et rutinemæssigt forbrug af danske nyheder, hvad de så end handler om. Og dét er bekymrende.
244 Vores mulighed for at holde fast i demokrati er betinget af en kulturel samhørighed af et
245 medborgerskab, som kræver at vi kender det land vi er en del af. Så det er ikke nødvendigvis præcis
246 de samme historier vi skal forholde os til allesammen, vi skal bare forholde os til historier, vigtige
247 historie om det land vi er en del af.
- 248 #00:28:25-1# JØ: Hvis ikke det er nødvendigt at fortælle de samme historier, hvad ligger så til
249 grund for de historier I bringer? Der er jo tusinder af informationer derude, hvornår siger I “denne
250 her er værd for os at bringe”.
- 251 #00:28:43-8# LK: Jamen, det er jo det store million dollar-spørgsmål. 2. Vi synes der er rigeligt
252 journalistik, der handler om det der skete i går eller for fem minutter siden. Den slags journalistik,
253 som får øje på dét, der egentlig ikke er nyhedseget i klassisk forstand, men som alligevel er noget
254 af det, der fortæller os om hvor verden bevæger sig hen og er under forandring. Det er de historier,
255 vi som udgangspunkt er på jagt efter. Det kunne eksempelvis være historien; “hvad gør vi ved at
256 virksomheder som Facebook og Google stort set ikke betaler specielt meget i Danmark?”. Det er jo
257 ikke en nyhedshistorie, altså det ved vi jo godt, i hvert fald temmelig mange. Den egner sig jo
258 faktisk ikke til at blive skrevet om i klassisk nyhedsforstand, men det er jo en sindssygt væsentlig
259 og vigtig historie om, hvad fanden vi gør i en global økonomi når flere og flere varer bliver digitale.
260 Den er sådan *right down our alley*. Derudover vil vi også hellere fortælle substans end indgå i
261 person-fnidder. Vi fortæller gerne om konflikt, men det skal være konflikt, der faktisk har en reel
262 betydning. Så f.eks. i forb. med overenskomstforhandlingerne nu her har vi en historie der bliver
263 vildt læst, og som egentlig bare går ud på at beskrive substansen. Altså hvad er det staten som
264 arbejdsgiver og lønmodtagerne slås om helt konkret? Hvad er de egentlige stridspunkter? Den er
265 blevet *mega* læst, og der ikke noget sensation, jo konflikten, men det er sådan set bare at fortælle
266 vores læsere og medlemmer om hvad, der er på spil der.
- 267 #00:31:13-3# JØ: Så det er tilbage til den der nye rolle i samfundet, altså den forklarende i stedet
268 for bare refererende journalistik, der kan sætte tingene sammen og forbinde punkterne.
- 269 #00:31:28-4# LK: Ja lige præcis. Vi betragter journalistik som en service. Og i det her tilfælde er
270 servicen, at vi hjælper dig som medlem, at du ikke skal hoppe rundt på alle mulige forskellige
271 medieplatforme og forsøge at stykke det samlede billede sammen om, hvad det er den konflikt
272 egentlig går ud på. Og så giver vi dig bare én overblikshistorie for at forstå den vigtige, vigtige
273 diskussion, der lige nu foregår på det statslige arbejdsgiverområde. Det lyder forkert.
- 274 #00:32:18-8# JØ: Vi forstår dig. Vi ved du har travlt, så vi har lige nogle afsluttende spørgsmål,
275 som vi gerne vil stille dig. Meget apropos det vi skriver om og de her nye teknologiske muligheder

276 vi har., er det jo meget svært ikke at snakke om Google og Facebook. Lige præcis de sociale
277 medier, hvad har de betydet for journalistikken i dine ord?

278 #00:32:44-3# LK: En hel masse. Facebook har jo både været en gave og en fjende for
279 journalistikken. Og sådan set også Google. På den ene side tilbyder de en distributionskanal, der er
280 utroligt billig om som er nem at bruge, og som gør at sådan nogle som os kan udkomme uden at vi
281 skal fælde en hel skov og ansætte en hel masse avisbude. Sådan set er de jo en ret stor mulighed, og
282 på den anden side har de haft katastrofale konsekvenser for den gamle forretningsmodel, fordi de
283 suger annoncekroner ud af det danske annoncemarked, som var det, der finansierede
284 kvalitetsjournalistik i sin tid. Så jeg synes, det er meget svært at sige, at det er entydigt godt eller
285 forfærdeligt. Det er lidt begge dele samtidig.

286 #00:33:46-2# JØ: Jeg forestiller mig, at som du sagde tidligere, at når man rækker ud til sine
287 brugere, der er det jo væsentligt nemmere end at få ting på bagkant via mail, efter man har skrevet
288 den artikel dér.

289 #00:34:03-0# LK: Ja bortset fra at det dog ikke er Facebook vi bruger til det. Den dialog sker på
290 vores platform. Når jeg siger distribution, mener jeg af kendskabet til Zetlands journalistik er
291 forholdsvist nemt at få ud. Altså alle der er medlemmer af Zetland kan frit dele deres historier på de
292 sociale medier, og på den måde hjælper de med at få spredt ordet om Zetland, så vi kan få nye
293 medlemmer ombord.

294 #00:34:40-6# JØ: Okay, så du mener ikke at det udfordrer jeres indhold i virkeligheden.

295 #00:34:46-9# LK: Nej. Nej.

296 #00:34:48-2# JØ: Okay. Jeg tænker bare på, når jeg bruger Facebook. Der ligger I jo side om side
297 med andre medieudbud. Så det kunne måske have en effekt ift. konkurrencen mellem jer og
298 Politiken, eller hvad ved jeg.

299 #00:35:11-7# LK: Jamen den konkurrence skal vi jo bare vinde. Vi skal bare levere indhold, der er
300 så godt at folk har lyst til at blive betalende medlemmer hos os. Så på den måde er Facebook en
301 slags moderne aviskiosk; du går ind og så ser du på hylden: "Hvad er der? Hvad tiltrækker mig?
302 Hvad har jeg lyst til at investere mine penge i?"

303 #00:35:37-3# JØ: Forestiller du dig at det er nemmere for jer, med jeres moderne forretningsmodel
304 at overleve i den der digitale aviskiosk?

305 #00:35:51-9# LK: Det vil tiden jo vise. Det er vist det mest ærlige svar jeg kan give på det. Eller det
306 mest sande, fordi vil tiden vise. Det er svært at sige endnu, hvem der egentlig står som tabere og
307 vindere i det her store spil. Men jeg tror vi har nogle fordele af de grunde jeg har nævnt tidligere.
308 Jeg tror virkelig at vi har en fordel i at vi ikke slæber rundt på den der kæmpe organisation. Vi er en

- 309 optimistjolle på havet derude, hvor mange af de gamle medievirksomheder mere kan sammenlignes
310 med en kæmpehangar, der skal vendes. Og en kæmpehangar har nogle fordele, det har en
311 optimistjolle også.
- 312 #00:36:33-1# JØ: Ja, det er klart. Agil og let.
- 313 #00:36:35-6# LK: Ja præcis! Men omvendt er den også nemmere at tippe om fra den ene dag til den
314 anden. Så det er det bedste billede jeg kan bruge på den kamp. Eller kamp vil jeg nærmest ikke
315 kalde det, for jeg synes sådan set også det er en fælles kamp. Jeg synes at vi, der er optaget af at
316 pressen ikke bare skal være en forretning, men som noget der skal understøtte et sundt og levende
317 demokrati, vi har sådan set også en fælles kamp at kæmpe her.
- 318 #00:37:07-5# JØ: Sådan helt afslutningsvist. Det her med at tænke over den funktion, som I som
319 medie har i samfundet, er dét noget I snakker om? Er bevidste om? Er det noget I tænker ift. hver
320 enkelt historie? Er det noget der rør på sig?
- 321 #00:37:26-2# LK: Helt vildt. Altså helt vildt. Det tror jeg også, er der vores kultur adskiller sig en
322 lille smule fra andres. Samtalen om hvad skal det nytte. Hvad er det vores medie, vores journalistik
323 og den enkelte historie skal til for? Hvorfor er det vigtigt at udgive den her? Hvilken forskel skal
324 den enkelte historie gøre i vores medlemmers liv? Det er en kontinuerlig samtale, som vi har hele
325 tiden. Den bliver luftet på jeg-ved-ikke-hvor-mange møder om ugen og helt i den enkelte coaching
326 af hvordan en artikel skal se ud. Den er virkelig til stede hos os.
- 327 #00:38:09-9# JØ: Kan du komme med et eksempel på hvordan den kommer til udtryk?
- 328 #00:38:13-2# LK: F.eks. "Hvordan skal vi dække overenskomsten?". "Nej, selvfølgelig skal vi ikke
329 dække overenskomsten ved at stikke en mikrofon i hovedet på Sofie Løhde og høre hvad hun siger
330 og så i hovedet på fagforeningerne på den anden side". Vi skal være en service og give vores
331 medlemmer den information, så de gør sig i stand til at forstå og blive klogere på den diskussion og
332 de overenskomstforhandlinger der foregår lige nu. Så vi for kun svaret på hvordan vores artikler
333 skal se ud ved at stille os selv spørgsmålet "hvorfor? Hvorfor er det vi gør det her?". Og så kommer
334 man i tanke om, "nå ja", altså er løsningen på den journalistiske udfordring sådan her. Vi mødes
335 hele Zetland-holdet hver tirsdag formiddag, hvor vi stort set hver gang i en eller anden forstand
336 snakker om, hvorfor vi er her, og minder hinanden om at bidrage til en begavet offentlig samtale,
337 hvor vi lytter til hinanden og står et fundament af kendsgerninger, når vi taler til hinanden. Den der
338 samtale om, at vi er her for at hjælpe vores medlemmer med et problem de oplever i deres hverdag,
339 nemlig at de føler sig oversvømmet af information og har lyst til at få hjælp til at sortere i den
340 information. Altså i alle mulige forskellige varianter er det noget vi snakker om på dagligt basis.
- 341 #00:40:20-4# JØ: Og kan I hjælpe folk med at sortere i det? Jeg tænker igen den her kæmpe
342 informationsstrøm der er inde på Facebook, der lige netop sorterer information for dig. Du har sagt
343 før, at du føler den var både en gave og en fjende i virkeligheden. Og der kan jeg forestille mig at

344 den går ind og tager en del af jeres job, og måske forvrider lidt af jeres opgave, altså gør det sværere
345 for jer at lave den dissektion af information. For når mediebrugerne oplever den her information, så
346 står den netop mellem snot og skæg.

347 #00:40:53-5# LK: Vi henvender os jo ikke til vores medlemmer på Facebook. Vi henvender os til
348 dem på vores platform. Hvis du går ind på platformen, som netop er designet til at, her er der fokus
349 på de væsentlige historier. Vores daglige nyhedsoverblik Zetland Helikopter, som kommer hver dag
350 kl. 17. tror jeg er vores mest populære produkt overhovedet. Folk er vildt glade for at få den der
351 "okay, her er det du skal vide. Vi har siddet her på dine vegne og lavet det store overblik over hvad
352 fanden der sker lige nu, både her og ude i verden". Så ja, det synes jeg faktisk at vi hjælper med.
353 Det ville godt nok være skidt, hvis ikke jeg gjorde det. Nu har jeg snart ikke mere tid.

354 #00:41:44-6# JØ: Nej, det er i orden, jeg har også kun ét spørgsmål her på mit papir. Du har snakket
355 om hvor i kommer fra som medier, meget refererende, og nu forklarende. Hvis man kigger fremad,
356 hvad aner du så at medier kommer til at gøre fremad? Bliver det en blanding af forskellige
357 virksomheder, nogle tech, nogle er noget andet, og måske opfylder forskellige formål. Kan du
358 komme med en gisning om hvordan mediebillende ser ud fremadrette, eller måske nærmere bør se
359 ud?

360 #00:42:17-3# LK: Nej, ikke andet end at jeg tror det hele tiden skal tilpasse jeg bedst. Jeg håber der
361 er flere, der kommer til at arbejde på den mere agile måde, hvor man nemmere kan omstille sit
362 nyhedsmedie til virkeligheden. Det er også en lille smule diffust det du spørger om, er det på
363 forretningsplan?

364 #00:42:56-4# JØ: Nej, det er mere ift. samfuntsfunktion. Skal den fortsat bare være forklarende
365 eller skal vi tilbage til den mere transporterende, eller er det noget helt andet.

366 #00:43:08-8# LK: Okay, nu er jeg med. Det vi ser lige nu, og som er skide spændende, og som der
367 bare skal være endnu mere af, det er nyhedsmedier, der besinder sig på hvad deres egentlige opgave
368 i en ny medievirkelighed bør være. Nemlig at samle, analysere og forklare information, snarere end
369 bare at sprede den med lynets hast. Og det ser vi mere og mere af. De medier der lykkes derude, er
370 medier der er grundlagt eller har besindet sig på de principper. Og det tror jeg bare der kommer
371 mere af. Endnu mere, heldigvis. Jeg ser egentlig en mulighed for at vi står overfor en journalistisk
372 ny guldalder, hvor journalistikken bliver revitaliseret og minder både sig selv og samfundet om
373 hvor sindssyg vigtig og relevant den er, hvis bare den er gjort ordentligt.

374 #00:44:03-8# JØ: Godt. Jamen ved du hvad Lea, vi er meget, meget taknemmelige for at du havde
375 tid til at snakke med os. Det var fedt. Det var virkelig rigt. I må endelig sende løs, jeg er altid vildt
376 nysgerrig på at se hvad I finder ud af, når sådan nogen som jer ringer.

377 #00:44:17-1# LK: Så snart vores speciale er afleveret, og alle har sagt at de ikke vil anonymiseres,
378 så får I allesammen en kopi.

- 379 #00:44:30-5# LK: I må have kæmpe held og lykke med det
- 380 #00:44:31-6# JØ: Mange tak skal du have og god weekend
- 381 #00:44:35-4# LK: I øvrigt er I velkomne til Zetlands fødselsdag i dag. Alle er velkomne i dag kl.-
- 382 16, hvis I mangler en fredagsbar.
- 383 #00:44:41-7# JØ: Jamen det gør vi. Vi ses senere!

8.16 Bilag 16: Transskription – Ekstra Bladet

JP/Politikens Hus, Rådhuspladsen 37, København K

22-03-18 kl: 15:30

PM: Poul Madsen

JØ: Jacob Munk Østbjerg

MA: Mie Tuekær Albrechtsen

- 1 #00:00:04-1# JØ: Først og fremmest skal du have mange tak for tiden. Det sætter vi pris på. Du har
2 lige hørt om formålet med specialet. Vi har struktureret vores interview i tre dele. Først så taler vi
3 om mediernes rolle og samfuntsfunktion. Så kommer vi bagefter ind på den teknologiske udvikling
4 i forhold til for 20-30 år siden. Så kommer vi ind på nyhedsbilledet bl.a. hvordan det ser ud lige nu
5 og til sidst prøver vi at samle op på temaerne og hvad de betyder i forhold til hinanden. Vi starter
6 lidt med at snakke om medierne, og så kommer vi ind på jer og Ekstra Bladet konkret, så du også
7 kan trække på din erfaring og holdning til branchen. Selvfølgelig skal du også have lov til at blive
8 anonymiseret, hvis du har lyst til dette.
- 9 #00:00:55-1# PM: Nej, nej. Det vil jeg ikke. Jeg står fuldt og helt fast på, hvad det er, jeg siger.
10 Men det er fint, at I spørger.
- 11 #00:01:06-6# JØ: Det er jo en journalistisk god disciplin. Ej, lad os starte helt fra starten. Helt
12 overordnet - mediernes rolle i samfundet. Hvordan vil du beskrive den?
- 13 #00:01:23-1# PM: Jamen mediernes rolle - det har aldrig været mere vigtigt at medierne definerer
14 sig selv som den 4. statsmagt. Altså dem der skal holde øje med, hvordan magten anvendes i det her
15 land. Hvis medierne glemmer det, så glemmer vi også, hvorfor vi er her.
- 16 #00:01:44-6# JØ: Ja. Og er det op til jer selv at definere det?
- 17 #00:01:48-4# PM: Ja, altså det er jo op til os selv ud fra forskellige ting. Altså medierne er jo
18 heldigvis forskellige. Jeg synes, at en af de gode udviklinger i Danmark er, at medierne udvikler sig
19 meget forskelligt i øjeblikket. Altså går i forskellige retninger. Det handler om, at danskerne kan
20 søge forskellige versioner af virkeligheden og får forskellige tilgange til, hvordan virkeligheden er
21 ved at gå til forskellige medier. Der kan du sige, at Ekstra Bladets rolle har jo altid været
22 forholdsvis klart defineret som vagthund. Dét der bare er tilfældet i dag er, at der er enormt mange i
23 medielandskabet, som ser sig selv som vagthund. Der er kan man sige at den måde, som vi adskiller
24 os på, er ved at være den vagthund, som aldrig giver op og bider endnu hårdere, hvis det er
25 nødvendigt. Vi er også den, som godt kan se, at virkeligheden ikke bare er, at man skal ud og lave
26 meget alvorlige ting. Virkeligheden er også, at man skal lave ting, som er mere underholdende og
27 sjovere.

28 #00:02:52-4# JØ: Okay. Vil du så sige, at medierne jager samme mål i samfundet? Stiler de efter
29 ting, selvom de er forskellige? Har i forskellige formål, som i skal udfylde? Altså for eksempel at
30 DR skal udfylde én ting, mens I skal udfylde noget andet og Politiken noget tredje?

31 #00:03:07-8# PM: Jamen hvis man ser på medierne generelt i Danmark, så er vi måske gået fra at
32 have 6-7 medier i det her land, som kunne kalde sig selv bredt landsdækkende, altså at de dækker
33 alle danskere. Så har du reelt set i dag kun 3 medier, som dækker så bredt, at de dækker hele
34 Danmark. Det er DR, TV2 og Ekstra Bladet fordi alle andre medier - og det skal de også være - er
35 nichemedier. Politiken er bare en større niche end for eksempel andre er. Der er også opstået en
36 lang række nye medier, så selvfølgelig dækker man og ser virkeligheden forskelligt. Men
37 forhåbentligt er det alt sammen ud fra et fornuftigt journalistisk perspektiv.

38 #00:04:01-5# JØ: Og alle sammen med det formål at være den 4. statsmagt?

39 #00:04:02-9# PM: Det er det. Medierne har på mange måder en liste, hvor man krydser af - hvad er
40 vigtigst? Hvis I går til DR, så vil de jo helt klart sige, at de er de vigtigste fordi de er public service.
41 Der er det jo bare, at jeg stiltfærdigt siger, at public service er mange ting. Der er mange, som driver
42 public service i Danmark og det skal vi være rigtig glade for. Men vi driver public service på
43 forskellige måder. Der er DR, TV2 og Ekstra Bladet og vi driver alle sammen public service. Vi
44 blander så nogle andre ting ind i det, som vi mener, er vigtigt for danskere end det som måske DR
45 gør.

46 #00:04:53-7# JØ: Ja, og den her 4. statsmagt - du beskrev den meget, som at kigge magthaverne
47 efter i sømmene. Du definerer den meget i forhold til det politiske, men alligevel ser vi mange
48 nyheder herude - både fra Ekstra Bladet, TV2 og DR som der ikke handler om lige præcis det. Hvad
49 er alle de andre ting så i forhold til den rolle?

50 #00:05:15-3# PM: Jamen det er igen det her med, at vi ser på Ekstra Bladet, at vi er de suverænt
51 største i Danmark. Vi er dem, der har fat i flest danskere hver eneste dag og folk læser mest hos os.
52 Derfor vil vi gerne have hele buketten med. Derfor laver vi afsløringer, sport og underholdning. Det
53 er de tre ting. Den 4. statsmagt, som er det fine ord og som man bruger til de højtidelige
54 sammenhænge. Altså når du kigger på vores udbud i dag, så vil du finde masser af ting, som ikke
55 falder ind under den definition. Men vores opgave er også at give danskerne et bredt udbud. Vi
56 synes livet består af mange ting. Det består af mange alvorlige ting, nogle meget vigtige ting og det
57 består også af noget, som man kan grine lidt af eller føle sig underholdt af.

58 #00:06:07-9# JØ: Okay. Rent praktisk set - hvordan sørger man for, at man selv lever op til de her
59 ting, som i selv har sat ned som jeres ramme for at gøre det bedst? Hvilke rammer har i givet jer
60 selv?

61 #00:06:25-0# PM: Det handler jo også om prioriteringer, fordi man kan jo ikke som nyhedsudbud
62 nå alt. Så handler det om, at vores sportsredaktion på et helt lavpraktisk niveau er større end vores

63 politiske redaktion. Der er flere medarbejdere. Men vi plejer at definere det ud fra tre søjler eller tre
64 glas, som vi skal fylde i. Den ene er *breaking news/afsløringer*, så er der *sport*, og så er der
65 *underholdning*. Hvis der er for meget i én af de tre dvs. for meget breaking news og for lidt af det
66 andet, så har vi ikke givet danskerne det brede udbud, som de skal have, for at de ligesom
67 foretrækker os. Der skal være nogenlunde lige meget i de her glas hele tiden i løbet af en dag på
68 Ekstrabladet.dk. Så dvs. at underholdning fylder lige så meget, som det højstemte. Altså den 4.
69 statsmagt.

70 #00:07:25-3# JØ: Okay. I forhold til det ideelle medie dvs. det man lærer, når man kommer ud fra
71 Journalisthøjskolen. Hvordan vil du beskrive det kontra det, som du siger i dag? Hvilket indtryk
72 kom du ud med den dag, altså at uanset hvor du arbejder, så er det dét her, som jeg skal ud at lave?

73 #00:07:50-6# PM: Jamen det ideelle medie, det er det, som danskerne foretrækker! For mig handler
74 det om at leve op til den forventning, som folk har omkring, hvad de gerne vil læse og hvordan de
75 gerne vil bruge medier. Det er jo klart, at hvis du går ned på Politiken, så vil en kerne Politiken-
76 læser se tingene anderledes end hvordan en kernelæser af Ekstra Bladet ser ting. Så for os handler
77 det sådan set om, at vi definerer alle danskerne som vores målgruppe. Vi skal have fat i flest mulige
78 af dem, og det får vi ved at have en cocktail af mange forskellige tilbud til dem på mange
79 forskellige niveauer. Når man er privatmedie, som vi er, så er der jo også en forretning i det. Det
80 skal man jo aldrig glemme. Udover at man er publicist, så er man også en, som skal leve af at være
81 publicist. Du er nødt til at ramme, i hvert fald i vores tilfælde, en åre, som gør at mange mennesker
82 har lyst til at bruge det, som du laver.

83 #00:09:00-2# JØ: Jo. Umiddelbart kan jeg godt forstå forretningsmanden. Han vil nok sætte sine
84 behov meget derop, hvor læserens behov er, fordi at han skal bare generere maksimal tilslutning.
85 Men hvad med journalisten? Er det lige sådan? Altså at lave det, som bliver efterspurgt derude.

86 #00:09:24-9# PM: Nej. Det fede ved at være publicist er, at det jeg laver - jeg giver folk det, som de
87 gerne vil have og så giver jeg dem noget, som de ikke vidste, at de gerne vil have. Det er hele
88 forskellen. Reelt set er Ekstra Bladets hovedkonkurrenter ikke BT, TV2 eller DR. Det er folks tid!
89 Dvs. Facebook og Instagram er langt større konkurrenter for os end traditionelle medier. Vi kæmper
90 om opmærksomhed og at folk synes, at det er relevant at bruge os. Og forskellen på os og Facebook
91 er, at folk jo fejlagtigt ser Facebook, Instagram, Twitter og andre som medier. Og egentlig er det jo
92 en distributionsform. Og vi er et medie fordi vi laver indhold. Hvis vi skal adskille os fra de andre,
93 så er det enormt vigtigt, at det indhold, som vi laver, har vores stempel dvs. folk kan forvente at
94 tingene er tjekket, at vi har gjort os nogle overvejelser om, hvorvidt det er rigtigt og forkert. Og at
95 det er vigtigt vinklet og bragt i en kontekst, så det er nemt at forstå. Hvor du kan sige, at alt det
96 pladder der kommer fra Facebook er jo for det meste totalt luftkasteller og hjernesvind.

97 #00:10:51-4# JØ: Så de her principper, som i har lagt ned over det, som i distribuerer. Hvilke
98 journalistiske greb er det, som I benytter jer af for at levere det, som I mener, er jeres produkt?

99 #00:11:12-9# PM: At være journalist må handle om, at man i første omgang er i stand til at formidle
100 på den bedst mulige baggrund. Jeg sidder ikke og siger, at alt hvad vi bringer videre, er den
101 entydige sandhed, for det er det ikke. Det er formidlet, som det bedst mulige på det givne grundlag.
102 Det der er enormt vigtigt for måden, hvorpå vi formidler, det er, at det skal være letforståeligt. Vi
103 siger tingene fuldstændig, som de er. Billedligt talt så står vi jo og råber til folk med en megafon.
104 Det betyder, at hvis du råber til folk, så skal det også være endnu mere rigtigt dvs. det du råber til
105 dem, skal også være endnu mere rigtigt. Kravet til journalisterne her er selvfølgelig, at de tjekker og
106 at man skal kunne stole på, at det er rigtigt, det som vi laver. Det er mere og mere vigtigt i et globalt
107 og dansk perspektiv. Hvis medier som Ekstra Bladet og andre vil overleve på den lange bane, så
108 skal vi blive skarpere på vores formidling og være sikre på, at det vi laver, er rigtigt. For ellers så
109 vælger folk os fra. Så det er helt afgørende. Det er jo det, man kalder tabloid-journalistik og det er
110 jo sådan et mærkeligt ord. I virkeligheden er det et ord, som dækker over et format på papir. At der
111 lige sådan var halv størrelse i forhold til, hvad man var vant til. Men det er jo blevet et begreb, som
112 dækker over nogle mennesker, som siger tingene meget, meget direkte og kommunikerer meget
113 letforståeligt. Og kort. Og det er jo så også en af måderne at adskille sig på. Det er jo meget sværere
114 at skrive kort end langt. Når man skriver langt, kan man få alle nuancerne med og så er der ingen,
115 der forstår noget som helst til sidst alligevel. Allermest journalisten ikke? Derfor er den svære kunst
116 at skulle lave det ultrakort. Du skal jo kunne trække essensen ud af noget, som foregår.

117 #00:13:25-0# JØ: Ja. Når man gør det langt, så kan man få alle nuancerne med. Vil det sige, at jeres
118 bliver mindre nuanceret, når det kommer ud? Det bliver mere malet op i et hjørne, fordi man ikke
119 kan få det hele med?

120 #00:13:43-5# PM: Ja, det bliver mindre nuanceret. Målet er faktisk at gøre det mindre nuanceret.
121 Det er klart, det skal jo være sandfærdigt i forhold til substansen. Men mange gange er det jo vigtigt
122 at være i stand til at trække essensen af en større ting ud. For at være i stand til at skærpe forståelsen
123 af, hvad det er, som foregår. Og det er jo det, som har karakteriseret tabloid-medier altid og gør det
124 stadig over hele verden. Det er jo evnen til at kommunikere meget kort og præcis, men sandfærdigt.
125 Og en lang nuanceret artikel kan jo på mange måder være mindre sandfærdig end en kort
126 skarpvinklet artikel. Den lange giver alle mulige ting - både undskyldninger for, hvorfor tingenes
127 tilstand er, som de er og kan i virkeligheden også sløre hovedbudskabet. Men den kortere artikel
128 kræver så bare, at man er endnu skarpere på sin research.

129 #00:14:48-5# JØ: Okay. Ikke alt den udenomssnak?

130 #00:14:52-4# PM: Nej.

131 #00:14:55-0# JØ: Det er "to the point"?

132 #00:14:58-5# PM: Altså igen så vi er jo igen tilbage til "the basic". Vi ved jo, at folk har mindre og
133 mindre tid til at læse ting. I gamle dage så tror jeg, at den gennemsnitlige avislæser læste en
134 papiravis på 30 min. For 10-15 år siden blev det til 20 min. og i dag er det 8-10 min.

- 135 Gennemsnitstiden på en artikel på nettet er 25 sek. Og det stiller jo nogle vilde krav til alle
136 journalister, som formidler. Hvis du kun har folks opmærksomhed i 20 sek., så skal du eddermame
137 være skarp. Altså på at få det vigtigste frem først. Det kan man sige, at det også er en af de gode
138 ting ved at være journalist her på Ekstra Bladet. Det er ligesom det, som man skal kunne her, og det
139 er det, man lærer her. Det er sådan, det er.
- 140 #00:15:55-3# JØ: Og hvordan er det anderledes fra, hvad det har været? Du siger I har gået fra en
141 opmærksomhed på 20 min. - godt nok fordelt over en hel avis.
- 142 #00:16:05-8# PM: Ja.
- 143 #00:16:06-9# JØ: Men der er også en helt anden digital medievirkelighed derude i dag. Hvis man
144 spoler tiden tilbage inden vi kaster os ud i den der virkelighed. Til de gode gamle dage, hvor folk
145 fik deres nyheder fra avisen - hvordan er det anderledes fra nu?
- 146 #00:16:21-9# PM: Jamen det er jo for det første, at folk ikke venter på, at vi, som journalister,
147 bliver klar til at give dem nogle nyheder. Der er ikke noget med bestemte tidspunkter. Man vil ikke
148 modtage en avis om morgenen, man sidder ikke og venter til kl. 19 for at høre om Peter Madsen-
149 sagen, som man gjorde i gamle dage på at se TV2 Nyheder. Tempoet vokser jo hele tiden, i det vi
150 foretager os. Vi laver mange flere enheder. Opmærksomheden imod det der sker er jo meget kortere
151 end, hvad det var tidligere. Alting er virkeligheden kommet på speed. Det er nyhedsformidlingen,
152 opmærksomheden, folks tålmodighed i forhold til at sætte sig ind i ting. Så tidsfaktoren er jo den
153 største forandring, der er sket i hele medie billedet de sidste 20 år. Alle sender hele tiden og
154 formidler nyheder hele tiden. Der er ikke en bestemt deadline, der er en konstant deadline.
- 155 #00:17:36-4# JØ: Ja, og det må jo trods alt have ændret journalistens job?
- 156 #00:17:41-4# PM: Ja, det har det også.
- 157 #00:17:44-0# JØ: Hvad er der sket over en årrække?
- 158 #00:17:48-6# PM: Det enkle svar er jo at sige. For 20 år siden da Ekstra Bladet kun lavede en
159 papiravis, der lavede man omkring 30 historier om dagen. Nu laver vi 250-300 enheder. Det kan så
160 være tekst på samme historie. Og vi er ca. det samme antal journalister, som for 20 år siden. Der er
161 godt og vel 120 journalister på Ekstra Bladet nu og det tror jeg også, at der var for 20 år siden. Men
162 der er jo heldigvis - som også er overlevelsen for journalistikken på det lange plan - vi kan jo ikke
163 bare leve af at blive hurtigere til at formidle. Journalister er også nødt til at trække sig et skridt
164 tilbage og se på det, der kommer ud og så i virkeligheden være i stand til at udlægge teksten for
165 folk. Så der er brug for nogen, som professionelt er i stand til at drage essensen og sætte det ind i en
166 sammenhæng. Og ikke bare videreformidle de ting, der kommer. Det er journalistikkens
167 overlevelse.

- 168 #00:18:58-2# JØ: Ja. Og den hastighed som det sker med nu, det må jo også levere et enormt pres
169 på den enkelte journalist? Det lyder som om, at man skal levere en større mængde i løbet af en dag?
- 170 #00:19:15-4# PM: Jeg tror, at hvis man tager i antal ord - så tror jeg ikke, at en journalist leverer
171 flere ord i dag, end vedkommende leverede for 20-25 år siden. Forskellen er, at du leverer mange
172 flere enheder dvs. du skal kunne tale med flere mennesker i løbet af en dag og du videreformidler i
173 brudstykker hele tiden. Meget mere end i en sammenhæng. Noget af det, som selvfølgelig går tabt,
174 er skrivekunsten i at være journalist. Det at kunne sammenstille ting, sproget flyder lettere og alle
175 de dér ting, for her er det jo bare kortere og flere. Så kom man sige, at der jo indenfor de sidste 4-5
176 år, så er der ligesom kommet en modudvikling på den her hurtighed. Vi laver jo også masser af
177 baggrund nu. I højere grad er vores journalister beskæftiget med at lave egentlig research- og
178 baggrundshistorier. Som vi så nu prøver at få overbevist folk om, at det har så stor en værdi, så de
179 gider at betale for det digitalt.
- 180 #00:20:29-2# JØ: Okay. I forhold til den der opmærksomhed som vi har fået mulighed for at bruge
181 på andre ting nu - altså vi kan kaste vores opmærksomhed efter sociale medier.
- 182 #00:20:39-9# PM: Ja.
- 183 #00:20:40-8# JØ: Og vi har mere adgang til information ved at gå udenom medierne eller i hvert
184 fald pressen på samme måde. Har jeres rolle så ændret sig på en eller anden måde eller er det stadig
185 den samme rolle?
- 186 #00:20:52-0# PM: Jamen, det er et besværligt spørgsmål, fordi det nemme vil være at sige, at; "Nej
187 det har den ikke, vi er stadigvæk den her 4. statsmagt - vi er kontrollører, vi er dem, der holder øje
188 med magthavere". Men den har jo ændret sig derhen, hvor magthaverne nu selv har medier. De har
189 deres egne Facebook-opdateringer og bruger det i høj grad. Du kan sige, at hele magtsystemet -
190 ikke kun politik, men også erhvervsliv og alle mulige andre - de har jo opbygget
191 kommunikationsafdelinger, som gør, at vores tilgang til magthavere i det her land er blevet meget
192 mindre end den var tidligere. Du har ikke adgang til en politiker i dag, som du havde for 20-25 år
193 siden. Det har selvfølgelig ændret journalistikken, som på et eller andet plan kommer mere på
194 afstand. Omvendt har det også givet muligheder for, at i stedet for at fokusere på det, som er vigtigt
195 for folk - nemlig konsekvensen af hvordan magten udøves. Altså konsekvensreportage. Som jo
196 traditionelt set altid har været noget som Ekstra Bladet, BT og TV2 har dyrket enormt meget. Det er
197 ikke blevet mindre. Problemet er bare, at den type journalistik tager enormt meget tid fordi det tager
198 tid at finde den rigtige, og den som er repræsentativ. Det er meget nemmere at gå til en magtperson,
199 og så få vedkommende til at udtale sig om en sag, fremfor at skulle ud at finde den person, som i
200 virkeligheden bliver berørt af journalistikken. Så journalistikken har ændret sig. Den har ændret sig
201 derhen, at der er kommet en distance til magten. Eller at magten har distanceret sig fra
202 journalistikken.

203 #00:22:44-1# JØ: Ja. Og i forhold til samfundet - hvad gør det for læseren? Det som vedkommende
204 bliver præsenteret for.

205 #00:23:00-0# PM: Det gør mange ting. Der er ingen tvivl om, at den såkaldte politikerlede - altså
206 tilliden til det politiske system er faldet ekstremt meget over de sidste 20 år. Det er den jo fordi, at
207 man anser politikerne som værende mere længere væk fra en almindelig hverdag og en almindelig
208 befolkning, end jeg tror, man gjorde for 10, 15 og 20 år siden. Da journalistikken og medierne jo
209 altid har været bindeled mellem befolkningen og magten, så er det jo klart, at når det er sværere at
210 komme til magten, så vil man også føle en distance. Og det tror jeg er en af de vigtigste udviklinger.
211 Tilliden til medierne er også blevet mindre. Det er den jo bl.a. fordi folks oplevelser af medierne er,
212 at vi ikke har taget vores ansvar alvorligt nok i en her del år! For nemt og bare at løbe med på nogle
213 nemme dagsordener og hoppet over, hvor gærdet er lavest i stedet for at bruge tid på research og
214 grave dybere i ting. Så det er en udvikling, der ikke er god. Det er en usund udvikling, der
215 simpelthen er sket.

216 #00:24:27-0# JØ: Ja. Sidste spørgsmål i den her del kunne så passende være, hvad kunne man gøre?
217 Hvordan kunne I komme et bedre sted hen? Hvad skal der til for, at folk får tiltro til medierne igen?

218 #00:24:42-8# PM: Jeg synes medierne skal tage deres ansvar mere alvorligt end man gør i dag.
219 Altså jeg synes det er alt for nemt for medierne at sige; "Vi er presset økonomisk og vi har ikke så
220 mange journalister". Det handler om prioriteringer. Hvis man ikke har så mange journalistiske
221 kræfter, så må man blive bedre til at prioritere dem man har. Man skal lade være med at tro, at man
222 skal dække det hele, hvis det er sådan, at man er et smallere medie. De er nødt til at se sig selv mere
223 som en del af samfundet end som nogen, der i virkeligheden er hævet over samfundet. Det gælder
224 alt! Alle regler omkring politik - løn, arbejdsforhold, pension, det med at kunne modtage gave osv.
225 Alle de dér ting, som er klassiske ting, som vi jo bruger enormt meget tid på at afsløre hele tiden.

226 #00:25:49-9# JØ: Ja. Du siger selv, at politikere har fået deres egne medier. De er selv kommet på
227 de her kanaler som brugeren og læseren også er på. Man kunne jo så faktisk tro, at de var kommet
228 tættere på dem ved at hoppe medierne over. Hvad betyder det? Jeg kunne forestille mig, at
229 politikerleden måske skyldes, at medierne har fået en politikerlede fordi de har fået en distance til
230 dem, som slutmodtageren måske har fået formindsket ved at være rykket sammen på et andet
231 netværk, hvor medierne ikke er kanalen længere.

232 #00:26:34-0# PM: Jeg synes det er godt, at politikerne bruger Facebook. At de er tilstede, udtrykker
233 deres holdninger og ligesom begrunder deres holdninger. Det tror jeg er rigtig fint. Men jeg tror det
234 er en fuldstændig falsk præmis at stille op og tro at de dermed er kommet tættere på folk. Fordi det
235 er en envejskommunikation. Politikerne kommunikerer noget, fordi de gerne vil overbevise folk
236 om, at de har ret. Men en kommunikation starter i virkeligheden den modsatte vej. Fordi så skulle
237 det være sådan, at politikerne tog det, som folk skrev, alvorligt og bragte det ind på Christiansborg
238 for så faktisk at lave en lovgivning eller nogle ting, som gjorde at folk kunne genkende deres eget
239 forslag eller hverdag i det. Et af de bedre initiativer er de her borgerforslag - nu må vi så se, om det

240 nogensinde bliver til noget - hvor man skal have 50.000 støtter, og så er man tvunget til at tage et
241 forslag op i Folketinget. For eksempel omkring omskæring, som bliver det første, der skal tages op i
242 Folketinget. Det er jo i sin præmis ekstremt demokratisk. Men det er jo helt ligegyldigt, hvis det er
243 sådan, at oplevelsen om et år er, at der faktisk er intet, som det folk har bragt frem og faktisk opnået
244 støtte til, som er blevet taget alvorligt. Det er lidt den samme ting, som kan ske ved de sociale
245 medier. Det hedder socialt, nemlig interaktion mellem mennesker. Men det kræver jo, at man på
246 begge sider er indstillet på, hvad de andre siger. Dem der har magten skal så også være indstillet på
247 at gøre noget ved det. Jeg synes, at det er en falsk nærhed, som ikke er en reel nærhed. Plus jeg er
248 også - det skal jeg jo sige, når jeg er i medierne - men det er også en mangel, hvis Facebook-
249 kommunikationen afløser de traditionelle medier. Så vil det blive et meget dårligere demokrati.
250 Hvis vi tager vores rolle alvorligt, så er vi jo borgernes repræsentanter dvs. vi stiller de kritiske
251 spørgsmål til politikerne, fordi vi er de professionelle. Her kommer de og leverer noget til folk og så
252 kan det være, at nogen stiller spørgsmål den anden vej, men det behøver de ikke nødvendigvis at
253 svare på - og det gør de heller ikke, kun nogle gange gør de det.

254 #00:29:15-7# JØ: Nej, okay. Hvis vi går et skridt ud af politikere og brugere af sociale medier.
255 Hvordan vil du så ellers sige, at moderne teknologi har ændret faget journalistik og branchen i dag?

256 #00:29:29-9# PM: Jamen kommunikationssøgning er jo for det første meget nemmere. Og at alle
257 mennesker kan være journalister i dag. De kan være deres egne journalister. Det synes jeg jo er
258 godt. Hele teknologien har også ændret folks tilgang til medier. De er jo heldigvis langt mere
259 skeptiske overfor det, vi kommer med, end man var tidligere. Det er meget nemmere at tjekke og
260 kontrollere det, som vi laver. Omvendt har teknologien også betydet, at hvis der laves fejl - og det
261 gør der jo - så er det nærmest fuldstændigt umuligt i dag at få udryddet en fejl. Plus at hvis man,
262 hvilket vi får enormt mange henvendelser på, har lavet et eller andet, da man var 17-18 år og
263 pludselig er blevet 27 år og skal nu ud og have et job. Så vil de gerne have en artikel slettet, fordi de
264 har deltaget i Robinson eller Paradise og opført sig sjovt. Problemet er bare, at det er delt mellem
265 alle. Teknologien er en fantastisk ting, fordi det giver nogle muligheder, men hvis man ikke lærer at
266 bruge teknologien, så er det også en evig søgen fremadrettet. Altså fremadrettet.

267 #00:30:57-3# JØ: Og for journalistikken - hvordan kommer det til udtryk? Altså udover
268 informationsstrømningen.

269 #00:31:01-4# PM: Altså for journalistikken kommer det jo til udtryk på den måde, at det er
270 nemmere at søge informationer, og det er også nemmere at formidle ting. Problemet er bare, at
271 noget som burde blive hængende, er noget som måske er overstået efter to timer. I en shitstorm for
272 eksempel - den skal eddermame være alvorlig, hvis den kører længere end 24 timer. For 10-15 år
273 siden, hvis man dér havde en fantastisk afsløring, så ville den afsløring kunne køre en uge eller i
274 hvert fald 4-5 dage. I dag er den overstået indenfor 48 timer, fordi i løbet af de 48 timer så kan du
275 formentlig nå at få de fire vinkler på sagen, som var spredt udover 4 eller 5 dage. De er brændt af,
276 fordi det handler hele tiden om tempo.

- 277 #00:32:08-4# JØ: Alle de her informationer, som der ligger tilgængelig som journalist i dag. Jeg
278 forestiller mig, at de også er en trussel i forhold til, at man også skal kunne skelne skidt fra kanel.
- 279 #00:32:16-5# PM: Ja.
- 280 #00:32:17-8# JØ: Der ligger meget mere information for fødderne af dig som journalist. Dét der
281 kan synes at være en god historie på overfladen og med den her hastighed, som vi er under, så kan
282 det være at man tager den og smider den ud. Altså hvor man ikke har grundigheden til at gå til den.
- 283 #00:32:36-6# PM: Det som er en virkelig trussel og også mod hele faget journalistik. Det er “copy-
284 paste journalistik” - altså at man tager noget, som nogen skrev om. Det er så tilpas
285 opsigtsvækkende, så du skynder dig at videreformidle, men du tjekker ikke undervejs, om det er
286 rigtigt. Man skal bare forstå, at der er kun nogen på den anden side af hegnet, som spekulerer i det.
287 Altså hvis man kan få et budskab ud, som er tilstrækkelig opsigtsvækkende, så kan man være helt
288 sikker på, at der er 10 andre medier, som nok skal citere dig. Og det er helt ligegyldigt, om det er
289 rigtigt eller forkert.
- 290 #00:33:16-5# JØ: Så det er en trussel?
- 291 #00:33:17-5# PM: Det er en trussel.
- 292 #00:33:20-8# JØ: I forhold til den arv som man kommer med, når man er et gammelt bladhus. Hvad
293 for nogle muligheder bringer det med sig i dag? Altså af styrker og svagheder i forhold til, hvad vi
294 lever i?
- 295 #00:33:37-2# PM: De traditionelle medier og hvis du tager papiravisen, så har de jo alt for mange år
296 snorksovet og ligesom tænkt, at papir var den eneste formidlingsform, som var vigtigt. Det at være
297 publicist i dag - vigtigheden består jo i at være tilstede der, hvor folk er med det indhold, som de
298 gerne vil have og på de platforme, som de nu benytter sig af. I et traditionelt mediehus, som det her,
299 har det jo været en kamp at fortælle folk, at det ikke handler om, hvor vi distribuerer og på hvilken
300 platform vi distribuerer, det handler om det indhold, som vi laver og så sørge for at få det
301 distribueret til flest muligt - dér hvor flest mulige også vil bruge det. Det har jo betydet en lang
302 kamp omkring papiravisen! Og en forståelseskrisen i mange år mellem journalister og brugere. Og
303 mellem journalister og måske en ledelse, som var foran og selvfølgelig var i stand til at læse tallene
304 på en helt anden måde, end måske medarbejderne var i stand til. Det har taget rigtig lang tid. Nu
305 kan man så sige, at nu er vi forbi det punkt på Ekstra Bladet, men der er stadig masser af medier
306 derude, som står midt i den transformation nu. Hvis du ikke i tide, når at følge med derhen hvor
307 dine læsere er, jamen så er det jo en reel trussel mod dit medie. Så lukker man på et eller andet
308 tidspunkt, hvis man stadig holder fast i det gamle.

309 #00:35:24-8# JØ: Ja. Men betyder det noget for jer, at man har en anden forståelse af, hvordan
310 journalistikken og pressen plejede at formidle? Er der noget i ens mind-set, som er anderledes
311 kontra et nyt medie i dag i forhold til nyuddannede journalister?

312 #00:35:45-7# PM: Altså der ligger jo nogle traditioner her - om måden som vi gør tingene på, og
313 som er vigtige at holde fast i. På Ekstra Bladet er vi jo næsten for kritiske indimellem. Vi er jo
314 ekstremt kildekritiske hele tiden. Det er jo en gave til journalistikken, at vi er det. Der er det klart, at
315 når man kommer som ny ind i det her hus, så kan man mærke, at det er traditionen. På nye medier
316 skal man jo selv skabe. Jeg har prøvet at starte et medie - nemlig 24 Timer, som var en gratis avis.
317 Der skal du jo skabe fundamentet selv. "Hvordan er det så, at vi gør det her?" Der er det jo både en
318 rigtig god sag at bære traditionen videre, men det er også enormt vigtigt, at man så sorterer alt det
319 fra, som ikke duer. Altså så man ikke bare bærer hele lortet videre. Da jeg var på TV2, dér var vi en
320 gruppe, som havde været med på TV2 fra starten. Vi vidste inde i hovedet, hvad en god TV2-
321 historie var. Problemstillingen var bare, at da der var gået 3-4 år, så vidste vi det godt, men alle nye
322 vidste det jo ikke. Hvor fanden skulle de vide det fra? Det var jo ikke skrevet ned eller formaliseret
323 som værende: "Sådan her er en god historie på TV2". Jeg tror faktisk, at der gik mere end 10 år,
324 inden man overvejede det. I hvert fald ikke mens jeg var der. Altså at man nåede at få det
325 formuleret, sådan så det blev "common knowledge" på stedet. Det er jo vigtigt at holde fast i nogle
326 journalistiske grundprincipper, men giv dem et nyt perspektiv igennem sådan som virkeligheden er
327 i dag.

328 #00:37:43-4# JØ: Ja. Kildekritik og den her skarpe vinkling osv. det fornemmer jeg, er nogle af de
329 journalistiske ståsteder, som Ekstra Bladet har.

330 #00:37:59-6# PM: Ja.

331 #00:38:02-1# JØ: Er der andre, som du vil sætte på?

332 #00:38:06-7# PM: Jamen så er der tilføjet en helt række nye, som er enormt vigtige. Vi er jo en
333 digital medievirksomhed. Vi er ikke en papiravis. Alt hvad vi formidler skal være formidlet på en
334 digital måde. Vi har sådan en værktøjskasse med digitale værktøjer, som man bruger, hvor vi hele
335 tiden arbejder med at optimere vores formidling. Det handler jo i høj grad om, at en digital
336 virkelighed giver mange flere muligheder for formidling end papiravisen gør. Vi kan jo bringe
337 levende billeder og grafikker, der kører op og ned. Det er ikke statisk, det som vi laver, men i
338 bevægelse. Vi kan levere ting til folk, så de selv kan søge videre på vores historier. Derfor er der en
339 ekstra tilføjelse, nemlig at vores historier skal fortælles digitalt. Som er en meget, meget vigtig ting
340 og som vi bruger enormt mange ressourcer og kræfter på, fordi det giver brugeren nogle nye
341 muligheder. Det er en nemmere forståelse af, hvad vi gerne vil bringe videre.

342 #00:39:21-7# JØ: Næstsidste blok omkring nyhedsbilledet. Hvis du skulle beskrive den
343 gennemsnitlige danske mediebrugers mediebillede i dag - hvordan vil du beskrive det? Hvilke ord
344 vil du sætte på det, som Hr. og Fru. Danmark møder?

345 #00:39:41-0# PM: Jamen man skal bare huske på, at Hr. og Fru. Danmark er ikke helt så langt
346 fremme som de såkaldte "first movers". Den overvejende del af Danmarks befolkning ser stadig
347 flow-tv. De får langt den største del af deres information fra flow-tv. Masser er på Netflix - jeg tror
348 1,5 mio. af danskerne er på Netflix i dag og bruger selvfølgelig nyhedsmedier digitalt. Men de er
349 ikke så langt fremme i skoene, som vi måske ind i mellem går og tror. Dét de har valgt og som er
350 den vigtigste ting, de har valgt fra, det er papiravisen, da det er blevet for dyrt. Det er ikke længere
351 en tradition at holde en papiravis. Det er en luksusvare eller noget, som er forbeholdt en mindre og
352 mindre gruppe, som har det som tradition. En kernekøber af Ekstra Bladet som papiravis bliver
353 mere end et år ældre hvert eneste år. Det er en ekstrem usund udvikling. Og vedkommende er i
354 gennemsnit op imod 60 år. Så er der selvfølgelig Politiken. Der er selvfølgelig også en anden
355 gruppe, som ser avisen, som et vigtigt omdrejningspunkt, men måske i højere grad gerne vil læse
356 holdninger, kulturstof og om hvad der skal i byen osv. Det er en klassisk Politiken-gruppe. Men den
357 største forandring, hvis du tager over de sidste 20 år, det er, at oplagene på en papiravis er faldet til
358 en tredjedel end hvad det var. Måske mere tror jeg, faktisk 20% end hvad det var. Samtidig er der så
359 bygget nyt omkring den digitale. Folk bruger jo ikke færre nyheder. De bruger jo faktisk flere
360 nyheder i dag, end de nogensinde har gjort. Men det er bare på en anden måde.

361 #00:41:59-0# JØ: Fordi de tilgår dem digitalt?

362 #00:42:01-7# PM: Ja, og troløsheden er jo langt større. Ekstra Bladet er jo enormt benyttet, men det
363 er jo fordi, at vi har den her meget stærke nyhedspuls. Det gode ved den digitale udvikling er, at vi
364 jo kan følge brugeren hele tiden. Du ved præcis, hvordan sådan et brugerbillede ser ud i løbet af
365 sådan en dag, hvilket vi selvfølgelig også indretter. I løbet af sådan et nyhedsdøgn, så er der et sted
366 mellem 4-5 timer, hvor forbruget er lavere - folk sover trods alt! Men det er tankevækkende at se
367 kurven i løbet af sådan en dag. Fra kl. fucking 6 om morgenen, så går det opad! Hvis du lægger de
368 forskellige *devices* sammen - det skifter jo efter om du er på vej på arbejde, hjemme eller på
369 arbejde. Hvis du er på arbejde, så er det jo din computer - folk læser ufattelig meget, når de er på
370 arbejde! Vi arbejder meget, meget lidt i det her land. Så er der kun et tidspunkt, hvis man lægger alt
371 sammen, som er større end alt andet. Det er kl. 21 om aftenen, som vi kalder "me-time". Der tager
372 du hvert device - mobil, tablet og du ser flow-tv på dit fjernsyn. Det er den klassiske og selvfølgelig
373 lidt karikeret. Så er det kedeligt, og så tager du din mobil frem. Og så er du også på mobilen lige
374 inden, du lægger dig til at sove. Efter midnat så kører det ned derfra. Heldigvis, så sover folk og
375 bum op igen. Så starter det igen. Selv når man spiser. Der er et lille fald mellem 18-19 - folk spiser
376 tidligt i Danmark. Ud fra et samfundssynspunkt er det jo positivt, at folk taler sammen, men mange
377 ser også fjernsyn samtidig med.

378 #00:44:10-9# MA: Ja, selvfølgelig. Er der forskel på dagene?

379 #00:44:14-5# PM: Det var der. Men det er der ikke rigtig mere. Nu er weekenderne kæmpestore.
380 Man kan sige, at der er forskel på, hvad man i weekenderne læser. Man er ligesom indstillet på lidt
381 blødere indhold end til hverdag. Men det er det samme, som trækker hele tiden. Det er nyheder og

382 *breaking* - at der sker noget. Det er fokus alle ugens dage, så lørdag og søndag er ikke mindre end
383 de var tidligere.

384 #00:44:46-6# JØ: Og de her lidt opdelte nyhedsbillede. Jeg tror, at det er de færreste i dag, som har
385 én nyhedskilde.

386 #00:45:00-4# PM: Ja.

387 #00:45:01-8# JØ: Det forestiller jeg mig i hvert fald, fordi at mit eget medieforbrug kommer hen ad
388 vejen. Først kommer der en artikel fra et medie og så et andet. Det bliver enormt fragmenteret. I har
389 ikke jeres loyale læsere længere på samme måde. Har det en betydning? At jeres læsere blander jer
390 sammen med alt muligt andet?

391 #00:45:30-8# PM: Jamen de læser bare mere. Vi har en gruppe, som er meget, meget loyale og som
392 er ekstremt loyale. De er inde hos os et sted mellem 10 og 20 gange om dagen. De læser i
393 gennemsnit omkring 5 artikler pr. besøg. Så de læser rigtig meget! Vi har omkring 1 mio.
394 forskellige danskere. Den her gruppe er ca. hver fjerde af dem. Dét der er det vildeste ved denne her
395 gruppe er, at de også er villige til at betale. Det er også nyt for os, for vi troede ikke, at vi kunne
396 give dem mere. Vi troede at det simpelthen ville være umuligt at få dem til at betale, når nu de læser
397 så meget gratis. Men det er den gruppe, som er mest villige til også at betale for at få adgang til
398 vores Plus indhold. Altså det er simpelthen den mest loyale gruppe og den som er mest villig til at
399 betale. Det er klart, at det vi jo oplever, det er jo selvfølgelig at folk har sådan en rundtur. De starter
400 på Ekstra Bladet, så går de over til BT, så er det TV2 og DR og så vender de tilbage til Ekstra
401 Bladet. Men vi er jo breaking. Ekstra Bladet har jo altid haft det her image, som dem der turde, hvor
402 andre tier. Det er jo vores *tagline*, som har været der siden i 1964 eller sådan noget. Så det er så
403 stort set 55 år siden. Og den sidder jo fast hos alle, men det er ikke det, som er det vigtigste for os i
404 dag. Det vigtigste i dag er, at der er en oplevelse blandt danskerne af, at hvis der sker noget i
405 Danmark eller i verden, så er Ekstra Bladet først. Det siger jo også noget om, hvor
406 nyhedshungrende eller opmærksomhedshungrende folk i virkeligheden er. Det betyder virkelig
407 noget. Det er det, der gør, at så mange folk vælger os hver eneste i dag. Det er den her oplevelse.
408 Derfor handler det enormt meget for os om at blive ved med at leve op til den her oplevelse af at
409 være først og hurtigst, og dem der har mest på det.

410 #00:47:39-7# JØ: Ja. Det er alligevel imponerende i forhold til 1964, hvor man havde nogle helt
411 andre muligheder.

412 #00:47:48-8# PM: Jeg tror faktisk ikke, at folk er klar over, at hvis man ser os. Altså vi er jo et
413 gratismedie og vi er ekstremt store! Næsten 50% af danskernes forbrug på nyhedssites foregår på
414 Ekstrabladet.dk. Det er simpelthen fordi, at når de kommer ind til os, så går de videre og læser
415 ekstremt meget. Vi får kun 4% af vores trafik fra Facebook. Så vi registrerer også data. Det har vi
416 helt bevidst også valgt at holde nede, fordi vores brand det er så stærkt. Så længe man ligesom også

417 selv styre tilgangen, så kender du også dine kunder og kan give dem det, som de gerne vil have i
418 langt højere grad.

419 #00:48:37-8# JØ: Jo. Nu nævner du selv Facebook. Jeg har tænkt meget på dem i forhold til jer.
420 Hvad er Facebook i forhold til jer? Er de en konkurrent, kanal, et ekstra niveau, et sted hvor i kan
421 vinde folk eller tabe folk?

422 #00:49:00-4# PM: Jamen, de er jo lidt af det hele i virkeligheden. Hvis vi nu tager det positive først
423 ikke? De er jo en mulighed for os at komme i kontakt med nogen, som vi måske ikke ellers ville
424 kunne komme i kontakt med. De er jo en trafikdriver, der har været det for ekstremt mange nye
425 medier. Det var en måde, hvorpå man kunne blive distribueret. Samtidig er de en parasit! De stjæler
426 vores indhold, de betaler ikke en skid for det og de tager folks tid og de sørger for ikke at sende
427 dem tilbage til os. De ændrer deres algoritmer løbende for at initiere endnu mere, at de traditionelle
428 medier ikke skal fylde så meget. Hvis du tager Ekstra Bladets Facebook-bruger, så vil de i
429 gennemsnit læse omkring 1,2 artikler. Det vil sige, at 9 ud af 10 vil jo ikke gå ind på
430 Ekstrabladet.dk efter de har læst en artikel fra Ekstra Bladet - de vil gå videre på deres Facebook.
431 Mens en der går direkte ind på Ekstrabladet.dk i gennemsnit læser 5 artikler. Og Facebook har gjort,
432 at det er sværere og sværere. Facebook er jo et drug - også for medierne. Det har jo for mange været
433 en hurtig vej til rusen. Så lige pludselig - bum så kan de ændre tingene. Altså i efteråret havde
434 Facebook kørt et forsøg i to lande, som var Guatemala og Slovakiet. Hvis i går ind og ser på jeres
435 Facebook, så er der et lille ikon, der ligner en rumraket. Hvis du trykker på den i Danmark, så sker
436 der ikke en skid. Men Facebook besluttede sig så for, at man ville kun få adgang til de her
437 traditionelle medier, hvis man trykkede på den her "medieknep". Jeg sad i New York sammen med
438 nogle fra Guatemala fra et medie dernede - de mistede 80% af deres trafik! Fordi Facebook
439 ændrede det der. Det er jo det, som er det helt afgørende her. Hvis du er afhængig af Facebooks
440 trafik, så styrer du ikke selv din udvikling! Jeg plejer jo at drille Lea Korsgaard med, at det i
441 virkeligheden ikke er hende som er redaktør for Zetland, men at det er Mark Zuckerberg og
442 Facebook for Zetland. Fordi de kan ændre hele hendes forudsætning sådan her! Og det er jo derfor,
443 at det er enormt vigtigt at holde afstand til Facebook. Omvendt kan man jo ikke underkende det
444 faktum, at 3,3 mio. danskere vist er på Facebook nu. Det er også en vej til enormt mange
445 mennesker.

446 #00:52:05-6# JØ: Præcis, og i med at vi har det her medie billede med Facebook og dens brugere.
447 Altså du tager lidt, men giver ingenting igen. Hvad gør det for det danske nyhedsbillede?

448 #00:52:20-0# PM: Det gør jo, at de traditionelle medier bliver svækket. Facebook og Google har jo
449 taget 80% af hele annoncemarkedet i Danmark ikke? Og det gør jo, at det er de penge, som er
450 mange milliarder, er jo gået væk fra os og det er jo os, som leverer indholdet til dem. Der er kun en
451 måde at komme videre herfra på, enten at Facebook bliver det her rene sociale medie, som i
452 virkeligheden ikke har indhold fra traditionelle medier eller også at Facebook på en eller anden
453 måde, må betale for noget af det indhold, som de får eller videreformidler - eller dele deres

- 454 overskud med os. Der har Apple jo valgt en bedre strategi, som er, at de tager 30% af den indtægt -
455 altså i AppStore.
- 456 #00:53:12-1# JØ: Ja, okay. Så fremadrettet for at få et sundere nyhedsbillede - så skulle der ske
457 noget med folks medieforbrug igennem sociale medier?
- 458 #00:53:26-2# PM: Ja, altså hvis den udvikling, som vi ser lige nu, får lov til at fortsætte, så er
459 halvdelen af de traditionelle danske medier døde indenfor et sted mellem 5 og 10 år fra nu. Så kan
460 politikerne komme med alle mulige millioner og hælde ned i de traditionelle medier, men så bliver
461 det jo en usund tilgang til det. Vejen er selvfølgelig punkt ét. Vi er nødt til at få forbrugeren til at
462 betale for noget af alt det, som vi laver. Det har man jo traditionelt set altid gjort. Men medierne har
463 jo været så idiotiske, at vi vænnede folk fra at ting kostede penge. Og så må man sikre at Facebook
464 enten bidrager eller begrænses. Facebook og Google. For en gang skyld kan vi bruge EU til noget.
465 Alt tyder på, at der ligesom er en generel forståelse for, at man er nødt til at lave en form for
466 omsætningsskat af det som Facebook og Google, de henter, ud af EU-landene. På samme måde som
467 Netflix kan kræve og skal kræve. Det er lidt den samme diskussion omkring Netflix og Danmarks
468 Radio. DR tror, at dansk indhold kun kan distribueres på Danmarks Radio - nej det kan det ikke.
469 Det kan lige så godt distribueres på Netflix, men så må Netflix selvfølgelig bidrage til at serier og
470 dokumentarer bliver lavet. Og det gør de også. Men der kan man jo også fra politisk side sætte et
471 mål op for, hvor meget de skal bidrage.
- 472 #00:55:12-6# JØ: Ja. De her sociale medier og i det hele taget de digitale muligheder - de er jo en
473 endeløs kilde til information. Så i dag står man jo med denne her uendelige swimmingpool af gode
474 historier. Hvordan gør I? Hvad vil du sige er hovedgrebene for en journalistik for at udvælge den
475 historie?
- 476 #00:55:37-0# PM: Jamen det vigtigste er overblik! Det er jo noget af det sværeste at få på sociale
477 medier. At skabe sig et overblik over, hvad fanden det er, der egentlig foregår; "Hvad er rigtigt og
478 hvad er forkert?". For vores journalister handler det om at have nogle stofområder, hvor de følger
479 med, så de er i stand til vurdere, hvad der er rigtigt. Vi har valgt et system med nogen
480 fagredaktioner. Vi har selvfølgelig nogle generalister, der sidder i vores nyhedsgruppe med
481 breaking news. Men vi har en kæmpe stor kriminalredaktion, politisk redaktion og
482 underholdningsredaktion, som har til opgave at følge alt hvad der foregår. De sociale medier er
483 halvdelen af det, som de bruger deres tid på, vil jeg tro. Det kan man kun gøre godt, hvis det er
484 sådan, at man systematisk har fulgt med. Fordi dermed er man også i stand til at se hvilke kilder,
485 der er troværdige i forhold til de oplysninger, som kommer. Der kan man sige, at mange af de
486 offentlige myndigheder - specielt på Twitter - fylder enormt meget efterhånden. Det er jo faktisk
487 hovedkilden nu. Specielt under terrorangreb og ulykker er Twitter jo hovedkilden.
- 488 #00:57:00-9# JØ: Jo. Og når man sidder der med alle informationerne. Hvad er kravene så? Man får
489 vel nogle værktøjer fra Journalisthøjskolen - hvilke værktøjer skal man lægge vægt på i dag for at

490 kunne følge med? Altså det som kendetegner en god historie og netop se, at det kommer fra en
491 rigtig kilde.

492 #00:57:29-4# PM: Jamen det vigtigste værktøj, mener jeg, er ens sunde fornuft. Det har det alle
493 dage været. En sund og naturlig skepsis overfor alt hvad folk både fortæller en og hvad vi
494 videreformidler.

495 #00:57:41-9# JØ: Okay.

496 #00:57:43-3# PM: Jeg siger ikke, at man skal tro, at folk lyver, men man skal bare sige; "Kan det
497 nu være rigtigt?". Det er sådan første sortering - at bevare sin sunde og naturlige skepsis overfor de
498 ting. Jo mere vi taler om magtpersoner, skal man hele tiden tænke næste steps og på hvilke
499 interesser, kilden har ved at komme med de oplysninger, som vedkommende kommer med. Så det
500 er virkelig nogle klassiske journalistiske værktøjer. Men det er klart, at de er jo udsat for et meget
501 større pres i dag, fordi de foregår i langt højere tempo end tidligere. Så er der nogle digitale
502 værktøjer til sortering. Det næste bliver vel, at vi har robotter, der sidder og sorterer for os. Det
503 kommer journalister også til at arbejde med. Vi gør det allerede nu. Vi har lavet nogle forsøg med
504 det, hvor vi sagtens kunne få journalistiske historier. Du kan jo sætte en robot til for eksempel at
505 overvåge alle tilbudsaviser i Danmark i et år, for at give et billede af hvordan den såkaldte
506 tilbudspris måske i virkeligheden ikke er den laveste pris i løbet af et år. Der kan du se nogle
507 sammenhænge. Hvilke varegrupper eller helt konkrete ting er for eksempel altid på tilbud osv.
508 Fordi de ved, at de virker i forhold til forbrugerne derude. Det er jo en researchmetode, som har
509 meget mere materiale og du kan få en bearbejdning af det, som er meget nemmere. Du skal ikke
510 sidde som i gamle dage. Og sende folk ud i butikker og skrive priserne ned. Så der er mange
511 fordele.

512 #00:59:35-8# JØ: Helt klart! Det virker til, at I lægger meget vægt på dataen - altså hvordan enkelte
513 ting præsterer og at det skal genere visninger. Hvordan udfordrer man noget, som leder folk hen til
514 en? Man skal kæmpe om denne her opmærksomhed. Så jeres output og produkter skal jo så vidt
515 muligt tiltale folks opmærksomhed.

516 #00:59:58-5# PM: Ja.

517 #01:00:10-7# JØ: Hvordan gør man det?

518 #01:00:13-1# PM: Der er ikke noget så virkningsfuldt som rubrikker. Vi sidder også og ændrer
519 vores rubrikker hele tiden, hvis folk ikke klikker nok på en historie, som vi ved, er god. Så ændrer
520 vi rubrikken. Hele formiddagen i dag har der for eksempel været noget i vores Plus-område, som
521 ellers er gået godt det sidste stykke tid. Pludselig var der ikke noget salg. Første skridt var
522 selvfølgelig at gå ind og se historierne, men det var ikke fordi, at vi havde dårlige historier, men
523 rubrikken var nok solgt for dårligt. Og det er jo tabloidkunst, når det er bedst ikke? Som vi også
524 talte om tidligere - det her med at føre en tradition videre. Altså Ekstra Bladet og BT har været

525 kendt for rubrikkerne og overskrifter - og været gode til det. I dag hedder det *clickbait*, hvis det er
526 snyd. Der er også alt for meget pis. For mig er en rubrik noget som skal *tease* os og give os lyst til
527 at læse det. Men det er klart, at hvis du bliver skuffet eller føler dig snydt, når du har været inde.
528 Altså der er grotesk mange eksempler! "Gæt hvad denne her skuespiller spiser til aftensmad". Så
529 klikker man ind og så viser det sig, at de spiser det samme som alle andre. Hvor det simpelthen får
530 sådan et grotesk skær og et bagslag. Men det er klart, at hvis man skriver; "Se Bendtners nye
531 scoring!", som så er en dame ikke? Som ikke er, at han har scoret et mål. Det vil man gerne læse!

532 #01:01:48-0# JØ: Jo.

533 #01:01:49-6# PM: Det er måske en god måde at sælge den på - vi får flere til at gå ind og kigge. I
534 stedet for at man med det samme skriver: "Bendtners er nu blevet kæresten med..."

535 #01:01:54-7# JØ: Jo. Men okay, clickbait og så det med at man trækker den virkelig skarpt op på en
536 eller anden måde. Er det ikke en hård-fin balance?

537 #01:02:03-7# PM: Jo, jo. Jamen clickbait er for mig i virkeligheden, når du snyder folk. Jeg kender
538 ikke nogen - heldigvis - som ikke gerne vil have, at mange læser det, som de laver. Det vil sige, at
539 man optimerer jo måden man udtrykker sig på, og da det er rubrikken, der betyder JA/NEJ, når dit
540 blik kører ned over siden, så skal den selvfølgelig optimeres hele tiden. Men hvis den snyder dig
541 med at den enten er for stram eller som det klassiske eksempel; "Kendt skuespiller...", så ved man,
542 at når skuespillerens navn i rubrikken ikke er der, så er det fordi, at vedkommende i virkeligheden
543 ikke er særlig kendt. Sådan nogen er der jo masser af. Også fra historisk tid. Det samme med på
544 papiravisen i gamle dage; "Kendt skuespiller i dødsulykke". Så ville man jo bringe billedet af
545 vedkommende - hvis det nu var Mads Mikkelsen, så ville man jo bringe billedet af ham og skrive
546 Mads Mikkelsen i dødsulykke. Så der sådan nogen koder. Mit indtryk er, at hvis man snyder folk,
547 så kommer de ikke igen. Det er det samme, hvis du bliver snydt i en butik på Strøget. Derfor kan du
548 sige, at hvis Ekstra Bladet skriver noget, som ikke ret meget har med sandheden at gøre, hvis det
549 var tilfældet, så kom folk ikke tilbage. Altså så havde vi ikke alle de her mange klik. Hver eneste
550 dag.

551 #01:03:48-0# JØ: Præcis. Jeg følger dig også på Twitter og du ynder at skrive, at du nu er castet
552 som skurken i en eller anden mediedebat typisk. Er det med henblik på at være ham der, du ved, det
553 støjende barn på bagerste række i klassen og lige præcis ikke er artig? Er det derfor?

554 #01:04:19-1# PM: Jamen af to grunde. Punkt et: Det er jo sjovt at skrive i sig selv. Det er jo fordi
555 det også provokerer en hel masse mennesker, når man gør det. Og altså den anden del. I forhold til
556 castet er Ekstra Bladet jo klassens frække dreng i mediebilledet. Det image dyrker vi selvfølgelig
557 også. Jeg dyrker det. Det er enormt vigtigt, at der er nogen, som taler pænheden imod. Når jeg er i
558 Presselogen og sidder sammen med mine fine venner fra de andre aviser og chefredaktører. Hvis I
559 ser Presselogen, så kan det være så kedsommeligt, fordi de sidder og er så enige. Der er det jo
560 vigtigt, at der kommer nogen ind og siger noget andet. Så når Politiken siger, at de er mere etiske

- 561 ved ikke at bruge Peter Madsens navn, så synes jeg det er helt afgørende at sige til dem; “Come on!
562 I lever kraftstejlme i et Babelstårn”. Altså lukket inde i en virkelighed, som ikke holder med det, der
563 foregår. Så det er det. Noget af det er jo det at dyrke image.
- 564 #01:05:31-4# JØ: Ja. Men jeg tænker medier imellem i forhold til det med at være den 4. statsmagt.
565 Skal der ikke være en form for unison og ikke så meget splid i mellem for at man kan få et
566 harmonisk medie billede for samfundet?
- 567 #01:05:51-8# PM: Jo, men jeg synes ikke, at samfundet har brug for et harmonisk medie billede. Jeg
568 synes, at samfundet har brug for, at medierne er lige så forskellige som folk i almindelighed er.
569 Grundfakta - det er jo ikke fakta, som vi taler om. Det er jo måden at se tingene på, som er det
570 vigtige. Det værste der kunne ske for medierne er, at hvis oplevelsen blandt folk derude, at
571 medierne har rottet sig sammen og ser tingene på en bestemt måde. Vi ved at i Danmark er ca.
572 halvdelen af befolkningen sådan set er meget skeptiske overfor EU og stemmer nej, eller er på
573 nippet til at gøre det. 95% af medierne er meget pro EU. Så kan man sige, skal Ekstra Bladet så
574 være imod bare for at være imod? Nej, Ekstra Bladet skal selvfølgelig gå ind og lytte til den gruppe,
575 som måske føler sig dårligt repræsenteret i medierne. Vores mission består også i at sige, at vi tager
576 almindelige menneskers problemer alvorligt. Kongehuset for eksempel. Jeg er udmærket klar over,
577 at jeg er i ekstremt mindretal som republikaner. Det er vel sådan noget 80 - 20 til at folk er for
578 Margrethe, men jeg tror omvendt, at folk vil blive skuffet, hvis Ekstra Bladet stillede sig op og
579 ligesom forsvarede kongehuset. Så derfor når Prins Henrik dør, så er det jo enormt vigtigt, at mens
580 alle de andre græder snot og er; “Uh, han var så fantastisk!”. At vi så også minder folk om alle de
581 gange, hvor han ikke var fantastisk. At der var en masse ting, hvor han var fantastisk, men der var
582 også noget med at han talte grimt til sin kone for eksempel. Det er da også vigtigt at få det med.
583 Sådan som vi ser det - vi tegner ikke et glansbillede. Vi forsøger at tegne et billede, som er mere
584 reelt. Og vi har ikke den der næsegruse respekt for autoriteter. Som også mange medier har.
- 585 #01:08:07-7# JØ: Det jeg hører er i virkeligheden, at du pointerer at I er i touch med læserne? Også
586 i overensstemmelse med læserne?
- 587 #01:08:14-4# PM: Ja, ja.
- 588 #01:08:15-6# JØ: Snarere end at du fremstiller andre medier, som værende “ikke mandens medie”,
589 men måske at de repræsenterer et eller andet.
- 590 #01:08:27-5# PM: Ja, ja. Men Politiken er nok det medie i Danmark, som er i tættest pagt med sine
591 læsere. Det er de fordi at Politikens læsere er en bestemt gruppe danskere. Som ønsker nøjagtig at
592 blive bekræftet i, at det som de gør, spiser, bor og der hvor deres børn går i skole og det
593 kulturtilbud, som de ser, er det rigtige. Mens vi har en helt anden tilgang til det. Vi udfordrer vores
594 læsere! Nationen som jo er en bunke lort - det meste af det, som de kommer med. Så man har lyst til
595 at sige; “Hold nu op!”. Men vi rummer også, at folk er uenige med os.

596 #01:09:16-6# JØ: Det var ikke fordi, at jeg ville ind på Nationen som sådan.

597 #01:09:16-6# PM: Nej, men altså Nationen fylder jo en hel del.

598 #01:09:24-4# JØ: Det gør det, når man snakker Ekstra Bladet, og der er plads til mange mennesker
599 derinde i hvert fald. Så medierne kunne i virkeligheden godt gå hen og danne ekkokamre? Som
600 også bliver meget brugt, når nu vi taler sociale medier. Altså i forhold til at man siger det, som folk
601 gerne vil høre og at folk bliver bekræftet i de her allerede eksisterende forestillinger. Er det noget
602 du oplever i medie-Danmark?

603 #01:09:54-4# PM: Masser! Det er jo ekstremt udtænkt på de sociale medier. Nu følger du mig så på
604 Twitter, siger du, og jeg ved udmærket godt, hvordan jeg på Twitter får 500 *likes*. Det skal helst
605 være noget kritisk om Dansk Folkeparti. Hvis jeg skriver nøjagtig det samme inde på Facebook, så
606 vil jeg få en tredjedel likes af, hvad jeg får på Twitter. Langt de fleste af de kommentarer, vil være
607 kritiske. Fordi der er nogle forskellige kamre. Og det bedre borgerskab eller specielt mediedanmark
608 er på Twitter. Man kan sige, at den gruppe som, der lever på Nationen og bruger ufattelig meget tid
609 på det, så er der også en gruppe, som bruger ufattelig meget tid på Facebook og kommenterer alt.
610 Og er meget dominerende i mange af de dér *feeds*.

611 #01:10:55-0# JØ: Præcis, og du siger at I har en meget gruppe af loyale brugere - og det har
612 Politiken i så fald også - og når I lige præcis kommer med hver jeres fremstilling af virkeligheden,
613 så tænker jeg, at danskernes billede af virkeligheden måske også tegnes grovere op? Vi lever måske
614 lidt mere i hver vores virkelighed efterhånden?

615 #01:11:20-1# PM: Det kan man jo frygte. Jeg synes jo, at kompleksiteten i mediebilledet er det
616 vigtige. Det vigtige er, at alle medier ikke ser tingene på samme måde, fordi det er jo sjældent at
617 noget er sort og hvidt. Det er jo som regel de grå nuancer, som er kendetegnet for en begivenhed.
618 Min frygt er sgu ikke, at medierne bliver mere forskellige! Min glæde er sådan set, at man kan se,
619 hvordan medier trækker længere væk fra hinanden i en generel dækning, ved for eksempel politik.
620 Der hvor problemer opstår, der for eksempel også understreges ved Facebook, er, at folk kun vil
621 være i de rum, hvor der er nogen, som mener det samme, som dem selv. Så bliver det for alvor
622 farligt. Hvis man i virkeligheden vender tilbage til, at en Politiken-læser aldrig nogensinde mere vil
623 læse Ekstra Bladet, fordi de synes at vi er dumme og åndssvage. Hvis de slet ikke vil lytte til os
624 eller de folk, som arbejder hos os, så bliver det jo en sekterisk tilgang til tingene. Noget af det som
625 man hører allermest er, at det kun er god journalistik, hvis det er langt. Zetland skriver langt osv.
626 Problemet er jo bare, at det er så forsvindende få, der har tid til at læse noget, der er så langt. Derfor
627 er det jo enormt vigtigt i mediernes selvbillede, at man hele tiden er åben og kan se, hvordan folk
628 er. For eksempel havde vi også den misforståelse her på stedet, at hvis vi skulle tage penge for
629 vores journalistik, så skulle det være meget, meget langt. Så skulle det være en long-read fortælling
630 med alle de digitale ting brugt. Det vi bare kunne se, det var, at folk brugte ikke mere tid på at læse
631 ting i Plus, end de gjorde i gratis. Gennemsnitslæsetiden er den samme. Det indikerer jo, at de ikke

- 632 når igennem denne der fantastiske long-read. At der i hvert fald er nødt til, at være noget andet. Det
633 handler ikke om længden, men om man synes det er spændende. Derfor har vi ændret meget på det.
- 634 #01:13:41-5# MA: Ja. Hvordan er nyhederne anderledes på Plus og det, som er gratis? Hvordan
635 udvælger I det?
- 636 #01:13:49-4# PM: I gratis kommer alt breaking - alt som sker her og nu. I Plus ligger der typisk
637 noget, som enten forklarer sammenhængen bedre eller giver dig et digitalt tilskud til det eller er en
638 baggrundsorienteret ting. Altså for eksempel i dag, hvor vi har Peter Madsen, der fylder rigtig
639 meget. Der kan man stort set ikke lave noget betalt i Plus, fordi folk får det hele helt gratis. Men
640 hvis vi for eksempel laver en politisk historie omkring kvotekonger, så laver vi selve nyheden
641 derinde og også en baggrundshistorie om kvotekonger - hvor meget de fylder, hvordan kvoterne er
642 udregnet osv. i Plus. Enormt meget nostalgi i Plus. Folk er jo ekstremt nostalgiske. De vil gerne
643 have noget, der er 20 år gammelt. Altså: "Hvordan går det folk i dag?".
- 644 #01:14:49-7# JØ: Ja. Det kan folk godt lide?
- 645 #01:14:50-9# PM: Er du sindssyg?!
- 646 #01:14:53-3# JØ: Til trods for at tingene ikke hænger ved - altså du siger, at ting har en kortere
647 levetid generelt?
- 648 #01:14:55-8# PM: Jamen det er jo også lidt tankevækkende, for hvad er det så, man husker? Man
649 kan ikke huske, det der skete i går, men man kan godt huske måske tv-stjernen for 20 år siden. Altså
650 de første paradisoer er dem, man husker. Man husker ikke dem, der var med de sidste 8 gange. Så
651 hvis vi lavede noget om nogen, der havde været der for 4 år siden, så vil jeg næste tro, at: "Hvor er
652 de i dag?", så vil folk nærmere tænke: "Hvem fanden er det?". Men hvis vi tager det første hold, så
653 vil folk tænke: "Der er dem og dem! Ej hvor spændende, det må jeg købe!"
- 654 #01:15:35-2# JØ: Så kan man jo tegne et billede op om, hvor vi er om 20, 40 og 50 år.
- 655 #01:15:39-0# PM: Ja, det kan du roligt. Det kan jeg næsten forudse.
- 656 #01:15:51-6# JØ: Til allersidst; Med alt denne her nye teknologi vil du så sige, at medierne skal
657 opføre sig anderledes i dag end dengang, hvor de var selve kanalen for information? Skal I agere
658 anderledes i dag?
- 659 #01:16:16-9# PM: Jamen vi agerer anderledes i dag, end vi gjorde tidligere. Jeg tror, at vi er klar
660 over, at vi er en del af noget større. Nu lyder det som DBU's slogan for landsholdet. Men vi ved
661 godt, at vi ikke er alene på banen. Det er dog gået op for os. Der er nogle andre, som spiller med
662 ikke?

663 #01:16:36-2# JØ: Jo.

664 #01:16:37-5# PM: Derfor synes jeg, at hvis man igen skal tage den positive udlægning af det - så er
665 det, at vi er klar over, at det ikke så let mere, som det har været tidligere. Vi skal kunne præstere
666 mere og bedre journalistik for at få den opmærksomhed. Det synes jeg sådan set er et sundt tegn! Så
667 kan man så sige, at vi er nødt til på et tidspunkt at gøre op med hele den der "copy paste
668 journalistik". Det bliver bare værre og værre. Forstået på den måde at jo mere, der er af den, jo mere
669 fejlinformation er der. Fake news er ikke et problem i Danmark efter min mening. Misinformation
670 er et problem! Det er en mildere udgave af fake news, men som i virkeligheden er langt farligere,
671 fordi det er meget sværere at se, om det er forkert. Medierne kommer jo til at blive bedre til, at vise
672 folk hvordan de gør. Hvis vi ikke tør lade os gennemlyse og stille op og vise det beskidte vasketøj
673 frem for at vise hvordan vi ligesom kommer frem til det, som vi gør, så fortsætter den dér tur ned af
674 troværdighedsskalaen bare.

675 #01:17:56-4# JØ: Jo, og hvordan gør man så det?

676 #01:18:01-0# PM: Jamen tilbage til nogle af tingene. Vær grundigere, mere fokuseret, forstå hvad
677 ens rolle er, lad være med ikke at gå den ekstra mil i forhold til research, og så er det også at stoppe
678 op. Det er først og fremmest at fortælle brugerne under hvilke omstændigheder, hvordan historier
679 bliver lavet. "Det var dét, som vi kunne lige nu" eller "Vi ved lige nu" osv. Man ser flere og flere
680 gange hvor vi skriver, at vi ved noget, men at vi ikke ved det her. Det tror jeg er måden at gøre det
681 på.

682 #01:18:34-6# JØ: Ja. Jeg tænker også, at det med at undgå misinformation - det er noget, som skal
683 tages på forkant? Fordi du har jo sagt, at om 2 min. der er de væk, og så har de jo konsumeret
684 nyheden og ikke sikkert, at de kommer tilbage og får hele billedet.

685 #01:18:51-1# PM: Nej, og hvis du begår fejlen, så er det jo sværere at rette den efterfølgende. Alle
686 begår jo fejl og man kan ikke lave en "nulfejlskultur". Men så er der også enormt omkring, at man
687 retter fejlen, så det er enormt synligt at man har rettet det. Man kan ikke bare gå ned i en artikel og
688 lave et par ting om. Man er nødt til at skrive i starten af artiklen; "Da vi skrev det her, så var det
689 forkert - nu er det sådan her".

690 #01:19:22-5# JØ: Ja. Den fremtidige rolle i forhold til medierne og hvad I skal gøre for at få et
691 sundt mediebillede og få troværdigheden op. Hvad tænker du?

692 #01:19:42-0# PM: Der skal vi de ting, som jeg lige har sagt. Det er måden at gøre det på. Der er
693 ikke sådan en mirakelpille, der kan få det til at ske. Det er stenhårdt arbejde og en enorm benhård
694 forståelse af at tjekke tingene. Så er det selvfølgelig uddannelse. Det handler om at uddanne folk og
695 gøre journalisterne klar til den udfordring, som vi står overfor.

- 696 #01:20:13-5# JØ: Denne her rolle i samfundet - er det noget, som bliver italesat? Både internt
697 imellem journalister men også på ledelsesniveau? Er det noget, som der fylder meget i hverdagen i
698 branchen? Er det noget man debatterer eller stiller sig som spørgsmål som redaktør eller journalist?
- 699 #01:20:38-4# PM: Jeg synes det fylder noget, heldigvis! Jeg synes faktisk, at hvis man går 5-10 år
700 tilbage, så fyldte det mindre dengang end det gør i dag. Jeg synes sådan set, at der er ved at komme
701 en forståelse af, hvordan overlevelsen er. Overlevelsen ligger i at være medier. At man ikke bare
702 skal være en underholdningsformidler, men at man skal være nogle, som troværdigt går ind og
703 sorterer i en mere og mere hastig nyhedsstrøm, som jo også rammer brugerne i en grad. Man må
704 føle sig helt overvældet indimellem. Så jo, det synes faktisk.
- 705 #01:21:23-6# JØ: Det bunder i, at vi også hører mere om mediekritik i medierne. Du nævner selv
706 Presselogen - det er nærmest "Pressenævnet live" i virkeligheden, hvor man kan debattere ugens
707 bommerter og kritiserer hinanden samt debatterer de journalistiske principper, der ligger bag.
- 708 #01:21:51-4# PM: Jo, men medierne har jo været sådan en form for loge, hvor man ikke rigtig
709 kritiserede hinanden ikke? Det synes jeg heldigvis er ved at gå over. Jeg tror på, at Presselogen har
710 været med til at hjælpe på mediernes troværdighed. Oplevelsen blandt folk vil være, at mange
711 selvfølgelig ser det som underholdning og synes det er sjovt, når vi skændes. Men det er et
712 program, som er med til at give folk indsigt og underminere billedet af pressen som en sammenspist
713 flok. Det tror jeg er rigtig vigtigt.
- 714 #01:22:36-7# JØ: Ja. Til slut vil vi gerne høre omkring journalistens hverdagsarbejde. Tror du, at
715 det er noget, som i hvert fald jeres journalister bærer med sig eller forholder sig til det, som de nu
716 engang producerer? Altså det større billede i forhold til samfundet, samfundsuplysning, den 4.
717 statsmagt, rollen i samfundet og demokratiet generelt? Det at man bidrager til noget større?
- 718 #01:23:15-2# PM: Det tror jeg sgu er meget afhængig af, hvor du arbejder henne. Altså hvilken
719 arbejdsplads du er på. Jeg tror, at der er mange steder, hvor det ikke fylder noget. Men jeg er sikker
720 på, at hvis du går ind til flokken her, så fylder det noget! Ikke altid en hel masse - for det skal det
721 heller ikke. Men følelsen af at det er vigtigt, det som vi laver, den tror jeg bestemt, er der! Og at det
722 er vigtigt, at vi gør det godt. Ikke kun for vores egen skyld, men allermest for dem derude. Men det
723 kræver også, at man som journalist åbner sig. Det værste er jo, at tempoet er blevet så højt, så
724 enormt mange journalister er jo aldrig ude i virkeligheden i løbet af en arbejdsdag. Dagen foregår jo
725 på kontoret. Der er det bare enormt vigtigt, at man kommer ud og snakker med folk. Det gælder jo
726 også redaktører. Vi kan jo også bare sidde her og kigge ned og så se, hvordan det hele er. Men det
727 er jo enormt vigtigt at have en følelse af, hvad der foregår. Der er jo selvfølgelig to ting, som er med
728 til at gøre det svært. Den ene er, at alle danske medier med betydning bor i København dvs. alle
729 journalister også bor i København, som formidler til hele Danmark. Den anden ting er, at
730 journalister er en klasse. Mange journalister omgås hinanden. Det understreges i virkeligheden af, at
731 man enten skal flytte til Århus, Odense eller Roskilde. Da jeg var på TV2 i Odense, så kendte jeg jo
732 ikke et menneske i Odense - andet end dem jeg arbejdede sammen med. Så går man i byen med

733 dem og har det sjovt med dem. Det understøtter jo bare, at man er en lille lukket kreds. Vi har nogle
734 få stykker i virkeligheden, som bor lidt længere ude og er en del af mindre samfund. Der kan man
735 mærke en forskel. Det er bare en anden hverdag. Det er enormt vigtigt, at medierne afspejler alle
736 danskeres hverdag og ikke kun en bestemt gruppe. Det er jo ikke negativt sagt. Men jeg vil tro, at
737 halvdelen af vores journalister bor på Vesterbro eller Nørrebro. Eller Østerbro, hvor jeg selv bor.
738 Det er sgu bare en anden virkelighed, end hvis du kommer ud og står i en eller anden landsby i
739 Jylland eller på Fyn. Det er bare en anden hverdag. Det kan man jo ikke lave om på - og det skal
740 man heller ikke. Men jeg tror bare, at det er vigtigt som journalist at holde sig for øje, at så må man
741 gøre noget for at få en indsigt, som er bredere. I hvert fald gør noget for at møde mennesker, som
742 oplever tingene på en anden måde.

743 #01:26:28-0# JØ: Det var det!

744 #01:26:30-7# PM: Yes, spændende!

8.17 Bilag 17: Transskription – DR

DR Byen, Emil Holms Kanal 20, København S
23-03-18 kl: 11:00

TF: Thomas Falbe

HK: Hans Christian Kromann

JØ: Jacob Munk Østbjerg

MA: Mie Tuekær Albrechtsen

- 1 #00:00:20-6# JØ: I har begge to en journalistisk baggrund, korrekt?
- 2 #00:00:26-8# TF: Ja.
- 3 #00:00:28-8# JØ: Hvordan vil I beskrive mediernes rolle i samfundet, sådan rent ideelt set?
- 4 #00:00:35-2# TF: Det kan man jo gå til på rigtig mange måder og jeg tror også at hvert medie kan
5 definere det lidt fra forskellige udgangspunkter. Altså vi har en grundlæggende opgave i DR, som er
6 mere og mere anderledes end så mange andre medier, fordi vi stadig skal være noget for alle. Vi har
7 ikke en tydelig segmentering af bestemte kundegrupper eller målgrupper eller geografiske
8 afgrænsninger på hvad det er vi dækker. Vi skal sådan set være noget for alle. Vi har heller ikke et
9 afhængighedsforhold i hverken kommerciel eller politisk forstand, som stiller os mere frit, men
10 også med nogle andre udfordringer, såsom at vi ikke kan tillade os at, og vil heller ikke, have et
11 udgangspunkt, der driver en journalistik, med at vi mener noget er mere rigtigt end noget andet,
12 eller nogle synspunkter er mere legitime end nogle andre. Hvis man siger medierne generelt, så man
13 også hurtigt en meget *fluffy* definition af hvad det ideelle er, men der er jo en opgave vi har til
14 fælles, stadigvæk være en kritisk overvåger af magtens udøvelse, som er fuldstændig centralt for det
15 journalistiske virke, at afsøge, afdække, perspektivere aktuelle problemstillinger i samfundet, som
16 gør at danskerne, som er vores skarpt definerede målgruppe, får en mulighed for selv at danne sig
17 en mening og en holdning, som gør at de kan agere som borgere i et frit og demokratisk samfund.
18 Det er kerneopgaven for DR, som jeg tror de fleste publicistiske medier i virkeligheden i et vist
19 omfang ville skrive under på stadig er deres kerneopgaver.
- 20 #00:03:00-0# HK: Ja udover at de fleste andre medier har en holdning til, hvad det så er der gør én
21 til en god borger i samfundet, hvor hos os er det en generel viden og være klædt på, hvor Politiken
22 har en idé om hvornår man er en god borger i samfundet.
- 23 #00:03:14-4# TF: Præcis. Det er i udgangspunkt stadigvæk for DR en oplysningsopgave. Det er
24 oplysningsforpligtelsen, der er det drivende for DR og DR's journalistiske virke i alle mulige
25 afskygninger. Men det er kernen i virkeligheden at kunne tilvejebringe præcis, troværdig, så tæt på
26 sandheden som muligt information, som gør muligt for det enkelte individ at kunne forholde sig til
27 et både lokalt-, nationalt- og internationalt samfund.

28 #00:03:51-6# JØ: Og i hvor høj grad føler I så, at DR lykkes med det? For vi kan alle sammen gå
29 ind på Wikipedia, vi kan allesammen søge på Google. Så I har fået nogle konkurrenter, der var
30 længere til før, kunne man forestille sig. Har det ændret på noget ift. hvad I skal gøre?

31 #00:04:20-8# TF: Det kommer også an på hvilket perspektiv du taler om. Mediernes rolle under
32 partipressen var en anden, end den er i dag. Og i det 50-årige tidsforløb er der også sket mange ting.
33 Udfordringen er blevet større, men kerneopgaven er den samme. Udfordringen er større fordi
34 mængden af information og platformen du kan tilgå det på er langt blevet langt mere varieret. Men
35 opgaven er faktisk den præcis samme stadigvæk, den er bare blevet tydeligere ift. behovet for at
36 sikre en *kuratering* - hvilket betyder at der er ryddet op og prioriteret - altså opgaven at sortere og
37 vælge i mængden af information eller nyheder er bare blevet langt, langt større. Men du kan jo tilgå
38 dit spørgsmål på flere måder; er det at vi lykkes med den opgave, hvis vi når flest, kan være at
39 seertal, brugertal, lyttertal er højst muligt være et parameter. Det kan være et andet parameter, hvis
40 man nu siger det handler sådan et om at bliver opfattet som værende mest troværdig. Det er to
41 forskellige parametre, men de skal i et eller andet omfang kunne lægges ovenpå hinanden, så vi
42 ikke kun er troværdige for to, men er det for mange, eller flest muligt. Og det er det vi forfølger i
43 mange afskygninger, og hvor medieudviklinger bare komplicerer det, fordi der tilstøder flere og
44 flere platforme eller flere og flere muligheder for det enkelte individ at tilgå information. Men vores
45 opgave er at sikre at være tilstede de steder hvor danskerne er med troværdig, relevant, væsentlig
46 viden og information.

47 #00:06:22-1# JØ: I hvor høj grad gør de her to det svært for hinanden, altså at være både troværdig
48 og komme ud til mange? Altså, er de benspænd for hinanden eller er de kompatible i høj grad?

49 #00:06:35-4# HK: Når nu I kigger på sociale medier også, så er det jo udfordringen at der kommer
50 en tredjeaktør ind med nogle principper for hvordan man gør tingene. Der er man nødt til at have to
51 idealer, og spørge hvad kan vi på DR Nyheders præmisser: hvad er troværdigt og kommer ud til
52 mange indenfor vores egen platform, når vi sender fjernsyn, som vi selv styrer. Men her er alle
53 medier nødt til at tage hensyn til, hvad ønsker Facebook -det gælder alle sociale platforme - at de
54 har også nogle forventninger om hvad man skal være og hvad de prioriterer de, som man er nødt til,
55 hele tiden, at bøje. Og der har vi jo den store fordel hos os, og det skyldes jo den linje vi lægger, at
56 fordi vi ikke skal ud og i sidste ende skabe trafik, der skal drive en indtægt, så kan vi sige, at det
57 ikke gøre noget at vores *reach* eller algoritme falder, hvis vi kan stå på mål for at sige "vi har nået
58 så mange vi kan, men med et troværdigt, godt indhold, som vi føler, befolkningen har brug for at
59 vide". Hvor på andre medier kan man gå meget renere til at sige at det handler om at drive trafik
60 først og fremmest.

61 #00:07:46-9# JØ: Så man kan sige at I når så mange, som I nu engang når, indenfor dét I står på mål
62 for. I tænker ikke ind i den måde I er skruet sammen på at I ville kunne formidle det til flere, hvis I
63 gjorde et eller andet?

- 64 #00:08:01-0# TF: Det ville vi helt sikkert kunne. Vi ville kunne tage alle mulige greb, som alene
65 ville have som fokus at øge trafikomsætningen på dr.dk eller på vores facebookprofil, som vi ikke
66 gør. Tværtimod har retningen de sidste mange år i DR Nyheder været at vores opgave er at komme
67 tættere på kernen af at gøre det væsentlige, det vanskelige, det komplicerede forståeligt og
68 tilgængeligt for flest mulige. Det er noget helt, helt andet end hvis man er et andet medie med et
69 andet udgangspunkt. Man kan bruge mange eksempler på det, men der er meget stor forskel på
70 hvordan bt.dk ser ud og hvordan dr.dk ser ud. Hvilken type historier der bliver valgt, og hvad det er
71 for en historie vi vælger og prioriterer. Der er en kæmpe, kæmpe stor forskel. Vi kunne gøre mange
72 ting ved TV Avisen, hvis målet alene var at få flest muligt seere. Vi kunne også sende porno sent
73 om aftenen på DR1, hvis vi alene ønsker at seertal. Jeg er sikker på, at der ville være flere, der ville
74 se mellem 23:30 og kl. 02:00, end der er i dag, som kunne *booste* seertallene alene. Det er det
75 ekstreme eksempel, men det kan du også indenfor nyhedsformidling. Du kan jo lægge dig op ad en
76 underholdnings-, kendis-, glamour-verden, som kan drive en masse trafik, som ikke er væsentligt,
77 eller betyder noget ud fra en samfundsvinkel, men alene kan opleves indenfor en smal, smal
78 relevansdefinition, værende vigtig for nogen, der vil vide hvordan det går med Kardashians, eller
79 hvad ved jeg. Det beskæftiger vi os ikke med, selvom dét i sig selv kunne øge trafikomsætningen.
80 Altså historieudvælgelsen er en fuldstændig anden, den er ikke drevet af dét. Men som det er blevet
81 formuleret mange gange, hvis du skal være en service, er der også nødt til at være en publik, som
82 modtager den service. Derfor er det altid et valgt, ift. at vi ikke kun laver pløk-historier men faktisk
83 også laver journalistik, som bliver oplevet som værende tættere på relevant for det enkelte individ.
84 Og det er jo balancen mellem samfund og individ i nyhedsprioritering, som altid er vanskelig.
- 85 #00:10:34-8# HK: Ja, og en meget god case i øjeblikket er Raket Madsen-sagen, og se hvordan
86 medier lægger linjen på det. Hvor netop BT ved at der er trafik i blod og krimi, giver de den jo fuld
87 skrald med alle detaljerne fra retsmøderne. Hvor dem som vi har, der sidder derinde og skriver fra,
88 skriver jo ofte “nu kommer vi ikke til at beskrive den næste halve time, for det er nu de går i dybden
89 med retsmedicinen, der fortæller de virkelig grumme ting”. Det er jo også en linje. Vi kunne
90 sagtens pushe beskeder ud på folks telefoner med de klammeste detaljer, og så ville det vælte ind
91 med mennesker. Men det er jo så den linje vi vælger.
- 92 #00:11:17-1# JØ: Så i den rolle, som det er at være DR, ændrer på den måde man håndterer
93 “forretningen” på, på en eller anden måde. Hvad med journalistikken, er der også nogle ting, der
94 følger med at være det i højere grad friere medie, der ikke behøver at jage den kommercielle driver.
95 Er der journalistiske principper, der er anderledes fra andre steder, som man også skal tage in
96 mente.
- 97 #00:11:49-5# HK: På min redaktion har vi som målsætning at styre ind i det, som andre måske ville
98 vælge fra fordi “det kan vi ikke lave noget på”. Men i grundprincipperne er journalistikken jo den
99 samme; vær grundig, vær afdækkende. Man kan sige, at når vi snakker sociale medier også sørge
100 for at det er en virkelighed, hvor folk måske kun ser dén ene ting, vi har delt, så dér nytter det ikke
101 noget, at vi ligger os op ad et stort kompleks inde på en side, men der skal være fuld dækning af
102 historien dér. Der skal være modpart med, du ved, alle de klassiske dyder i journalistik. Det er ikke

- 103 så meget principper, men det er enormt svært at styre på den måde, som når man aktivt vælger at
104 lave noget på det italienske valg, selvom det nok ikke er noget, der ligger højest på alle danskeres
105 liste, når de går på sociale medier. Der skal vi jo virkelig spænde hjelmen og lave noget virkelig fedt
106 og fortælle det på en bedre måde, en interessant måde, en relevant måde. Og det er en kæmpe
107 udfordring for os fordi, netop som Thomas sagde, kunne vi jo godt tænke os ikke at lave noget
108 italiensk valg for 15 mennesker, men hvor det stadigvæk er mange der oplever det. Det er en
109 udfordring. Men også det som vi netop kan, fordi vi kan sige at så tager vi det svære valg.
- 110 #00:13:17-3# MA: Og hvordan vurderer i så hvad der er relevant? Har I nogle kriterier i arbejder ud
111 fra? Eksempelvis ved det italienske valg.
- 112 #00:13:25-5# JØ: Ja, der er nok mange danskere, der ville sige at det italienske valg ikke er relevant
113 for dem i hvert fald.
- 114 #00:13:31-1# TF: Hele øvelsen består så i at forsøge at gøre det relevant. Det er der mange lag i. Vi
115 vælger historier ud fra et væsentlighedskriterie eller interessekriterie. Ubådssagen er jo ikke
116 væsentlig, men den har meget stor interesse i befolkning. Så det er jo om at lægge et snit på den,
117 hvor man jo faktisk også tilfredsstiller et behov, der er der, men gør det på en måde som man kan
118 stå indenfor journalistisk. Men selve udvælgelsen er jo nok så klassisk som den kan være dybest set.
119 Men der er jo mange led i det, kan man sige. Det er en del af hele medieudviklingen, at det kræver
120 mange kanaler, i gammeldags forstand, for at nå flest muligt mennesker i dag. For 25 år siden var
121 det nok at have DR1 eller en radioavis, der kom på et bestemt tidspunkt, hvor vi havde bestemt
122 hvornår det blev sendt og hvad, der blev modtaget. Det er jo ikke bare en tilkomst af Facebook eller
123 andre sociale medieplatforme men en medieudvikling, der har stået på i mange år fra introduktionen
124 af billig satellittransmission til globale nyhedskanaler, til en mangfoldighed i kanaludbud, en
125 liberalisering af telemarkedet, alt muligt, der i virkeligheden har drevet bredbåndstilgængelighed
126 hos enkelte husstande, mobiltelefoner. Der er simpelthen så meget, der i virkeligheden bare har øget
127 hastigheden, hvor du ikke længere kan nøjes ét fremføringsmiddel men bliver nødt til at have
128 mange for at nå forskellige brugere, fordi folk har segmenteret sig indenfor kanaler eller platforme
129 osv. Så det har jo kompliceret opgaven, men opgaven for P3 Nyhederne er dybest set den samme
130 for Deadline. Altså udgangspunktet er det samme, det bliver bare nødt til at blive med nogle helt
131 andre formmæssige tilgange, for at du kan passe ind i den måde, som de modtagere vælger at bruge
132 en kanal på. Der er kæmpestor forskel på at være håndværker, der går og lytter til musik eller lytter
133 P3 i løbet af en arbejdsdag, som også gerne vil høre, om der er sket noget nyt eller få foldet et eller
134 andet ud i en tone af sprog, der passer til hans situation, og til at være hvor gammel man nu er, når
135 man ser Deadline og har drukket den sidste godnat-øl og sidder i en helt anden brugstilstand. Der
136 har medieudviklingen bare udvidet antallet af muligheder for selv at definere hvornår man gør sig
137 tilgængelig, hvor vi jo i et eller andet omfang forsøger at følge med. Men kriterierne for
138 historieudvælgelsen er grundlæggende ikke anderledes.

139 #00:16:28-2# JØ: Så det, at der er kommet flere kanaler, og at brugeren befinder sig flere steder, har
140 ikke ændret på selve jeres rolle, andet end at I skal forholde jer til at platformene og brugernes
141 behov har ændret sig. Men redskaberne til at gøre det, er de samme?

142 #00:16:48-8# TF: Journalistisk er der, det er alt det andet, der i virkeligheden er kommet ovenpå,
143 hvor det jo var rent afsenderorienteret, hvis man går langt tilbage; hvad vi havde bestemt hvornår vi
144 havde bestemt det skulle komme, er vi i langt højere grad nødt til at forholde os til hvad det enkelte
145 individ har brug for, i hvilken situation, på hvilken tidspunkt af døgnet, med den tilgængelighed, der
146 kan være af platform. Og det betyder jo bare - ikke "bare", fordi det er stærkt kompliceret - at du
147 skal formatere og versionere kernestoffet på mange, mange flere forskellige måder, end du skulle
148 for år tilbage.

149 #00:17:24-7# JØ: Så før var det en hel masse mennesker, der skulle forholde sig til det samme. Nu
150 kan de forholde sig til det på hver deres måde.

151 #00:17:29-3# TF: Ja, og der er jo meget stor forskel på hvordan. Jeg kan snakke i timevis, om hvad
152 det er, der fungerer på Facebook kontra Instagram kontra TV Avisen kontra Deadline. Så selvom
153 kernehistorien er den samme, er der enormt stor forskel på hvordan det skal formidles, som stiller
154 utroligt mange krav til vores opmærksomhed på den enkelte platform eller brugers situation.

155 #00:17:55-6# JØ: Er der så nogle greb eller værktøjer, der er vigtigere i dag, end de har været.
156 Noget der er vigtigere end andet?

157 #00:18:09-7# HK: Specielt på sociale medier og når man snakker online brug, kan man sige at der
158 ikke er mere tid i almindelige menneskers dag, som allerede er fyldt med indhold. De bruger al
159 deres tid på mobiltelefoner og al deres tid på at konsumere i en eller anden form. Så det vil sige, at
160 vi slås om opmærksomhed, hvor før kunne du tænde for DR1 og så fik du TV-avis kl. 20.00, og
161 hvis du ikke gad se det, kunne du slukke, og så måtte du lave noget andet. Men nu er vi inde og slås
162 om opmærksomhed, det er et vilkår for alle medier på mediemarkedet. Det betyder at vi bliver nødt
163 til og har meget mere fokus på, at når vi laver ting til sociale medier, kan der ikke være et langt
164 indløb til en historie. Vi kan ikke forvente at man alligevel også sidder og ser fjernsyn, så det gør
165 ikke noget at der går 25 sekunder med en intro og en startspeak og så begynder det at køre. Der er
166 vi nødt til at være meget hurtigere på: frem med pointen og fang folk hurtigt ind, fordi vi er i en
167 konstant kamp mod alle om folks opmærksomhed. For der er ikke mere opmærksomhed at give af,
168 så vi må ind og stjæle fra hinanden hele tiden. Også fra private. På Facebook slås vi jo med, at folk
169 også er der af sociale årsager, så udover de andre medier, der også vil være der, alle dem, der vil
170 sælge noget og alle dem, der laver sjove tegninger, så vil folk også bare se hvad deres venner laver.
171 Og mellem alt det skal vi ind og spørge "vil du ikke også have lidt DR Nyheder?"

172 #00:19:28-0# JØ: Og man kan ikke lade være med at tænke, at der har I nogle begrænsninger qua
173 jeres ukommercielle tilgang til det. Publicisterne har måske mere frihed ift. hvad de kan tillade sig,
174 for at opnå denne opmærksomhed, hvor I stadigvæk har en eller anden rolle i samfundet. Det derfor

175 folk stadigvæk betaler til jer og I er statsejet. Så det er jo netop også derfor at I skal nå ud til folk på
176 en eller anden måde, men samtidig med de benspænd, der må være ved at være denne statslige
177 oplysningskanal. Så I har måske lidt sværere ved at komme igennem muren til den enkelte borger i
178 dag?

179 #00:20:15-3# TF: Det ved jeg ikke. Nu får jeg en lille smule trækninger, hvis du kalder os en
180 statslig oplysningskanal - vi er en journalistisk publicistisk virksomhed. Men hvis du ser på hvor
181 mange danskere vi egentlig når med det udbud, kanaler og formaterede nyhedsudsendelser på tværs
182 af platforme, henover et døgn, henover en uge eller et år, så er det jo ikke fordi vi ikke har fat i
183 befolkningen. Selvfølgelig er der udfordringer, men de ligger jo i det som HC lige har beskrevet i
184 hvor meget mere spids man skal være på den enkelte platforms virkemiddel, for at gøre sig håb om
185 at kunne konkurrere om opmærksomheden dér. Vi ser det som en kæmpe gave, at vi har den her
186 uafhængighed, den publicistiske renhed af kommercielle og politiske interesser. Det er ikke et
187 benspænd – det er en gave, det er det, der hjælper os med at skille os ud fra alt det andet. Det skal
188 være en absolut tillidsvækkende nyhedsorganisation, eller organisation i det hele taget. Vi kan ikke
189 tillade os at tage parti eller lægge os. Vi skriver heller ikke ledere og klummer eller kronikker med
190 alle mulige holdninger. Opgaven er langt mere, så længe vi stadigvæk er så store, som vi er at sikre
191 at vi bruger de kanaler eller platforme i organisationens ånd, og med det opdrag vi oprindeligt er
192 givet. Jeg tror at dine [peger på Hans Christian Kromann] redaktioner nok er det letteste eksempel
193 man kunne trække frem og bruge på, at hvis vi ville noget andet, så ville det være dér vi skulle gøre
194 det. Hvis vi gerne vil have unges opmærksomhed i højere grad end vi har i dag, så kunne vi gøre
195 mange ting på sociale medier og på dr.dk, som vi ikke gør i dag. Fordi det betyder ikke bare noget
196 at nå dem, men også hvad vi når dem med.

197 #00:22:25-7# JØ: Ift. de, der ikke har gaven af at kunne være så rene, så har I jo en form for
198 modspil til de resterende medier. De må adskille sig fra jer i og med at de er mindre rene, hvad
199 beskriver det omkringliggende mediebillede I er en del af?

200 #00:22:54-5# TF: Det tror jeg også du kan gå til på rigtig mange måder. Det skulle man måske lade
201 nogle medieforskere analysere i detaljer. Der er jo rigtig, rigtig mange. Der er en kæmpe, kæmpe
202 forskel at stå på en avisredaktion, der holder efterkritik på dagens udgivelser og måler det op ved at
203 se "hvor mange af de historier vi har trykt på x.dk i dag er blevet omsat til digitale abonnementer?
204 Hvor mange af dem, der er blevet læst har også betalt for at stå dér?". Der er en væsentlig forskel på
205 at drive den type journalistisk efterbearbejdning eller have en, der i virkeligheden handler om
206 historien var rigtig, var det valgt eller formidlet godt nok. Der er bare en kæmpe forskel, og det er
207 den virkelighed de, især aviserne, opererer i. Der er taget rigtig mange greb for at øge primært den
208 digitale omsætning: *branded content*, hvor mange direkte målbare artikler, der er blevet omsat til
209 abonnementer. Hvis man øger opmærksomheden på det, der skal til for at holde en forretning
210 kørende, det er i journalistikkens kerne nok det væsentligste det er sket over de sidste par år, hvor
211 journalisternes rolle er blevet en anden, eller de skal i hvert fald forholde sig til om som ikke bare
212 handler om historien var væsentlig og rigtig og afbalanceret og relevant. Den del af det slipper vi jo
213 så for.

214 #00:24:34-4# HK: Den fordel de så har kørende for sig, det er at ved at kunne ignorere den brede
215 offentlighed og ikke nå alle, kan de jo supersegmentere. Det tror jeg også er noget af det, mange af
216 dem går i gang med. Tager vi Politikens kernelæsere, så *embracer* de bare kulturradikale og siger
217 “nu er vi en københavneravis. Nu går vi hårdt ind på dem og omdanner dem til nogle virkelig loyale
218 kunder” og kan vælge deres indhold og debatstof og virkelig køre hårdt på det, som nogle gange er
219 nemmere når man taler digital i markedsføring, hvis man bare vil ramme én målgruppe rigtig hårdt i
220 stedet for at sige “vi vil gerne bredt ud og fornuftigt ud”. Det er jo deres fordel i det mediebillede.

221 #00:25:26-2# TF: Og det er jo kerneudfordringen, som jeg startede med at sige. Vi har stadigvæk et
222 opdrag med at skulle være noget for alle. Vi kan ikke lave den der med at segmentere. Det var jo
223 super tydeligt da Berlingskes koncernchef lagde en ny strategi frem for hele koncernen, han sagde,
224 at de skal ikke være noget for alle, de skal være noget for dem, der bor i København og Århus. Det
225 er sådan set det primære. De skal skabe et kundegrundlag og forretningsgrundlaget på dét. Det skal
226 vi ikke. Vi skal stadigvæk også være noget for dem i Ringkøbing og i Assens og i Nakskov og i
227 København. Og det er jo nok den største udfordring overhovedet, og der hvor det har forandret sig
228 allermest. Det er nær umuligt at være noget for alle pga. den platformssegmentering, der er kommet
229 til. Og så kan du i øvrigt lægge tredjeaktørers ageren oveni, som gør det yderligere sværere at styre
230 en publicistisk linje eller hvem det overhovedet er du når. Det kan du ikke styre på samme med, det
231 er der nogle andre, der styrer.

232 #00:26:29-3# JØ: Er det nemmere at være DR nu så end det var dengang, hvor der ikke var nogle
233 alternativer? Har medieudviklingen været en gave?

234 #00:26:39-9# HK: Det har jeg ikke været i butikken lang tid nok til at kunne svare på.

235 #00:26:43-2# TF: Altså timingen ift. at spørge om det er lettere at være DR er måske en lille smule
236 *off*. Men hvad er udgangspunktet for det? At det var bedre i gamle dage, da vi alene bestemte
237 hvornår folk skulle sætte sig parat og slå ørene ud og følge godt med. Eller er det i virkeligheden
238 også en demokratiseringsfordel at folk i langt højere grad selv kan vælge og selv prioritere alt fra
239 hvornår til hvad og hvilken måde. Det er der så utroligt mange fordele i, at der synes jeg ikke, at
240 man kan tale om at det er lettere, fordi vi har en uafhængighed og står renere i det billede. Opgaven
241 er den samme, men er blevet mere kompliceret og *mangefacetteret*, end den var for ti år siden, for
242 fem år side, for tyve år siden. Men det er lidt som at bede om at stoppe toget i fuldfart ikke. Det er
243 jo bare et vilkår, og det er et vilkår vi deler med alle.

244 #00:28:04-3# HK: Og et rimeligt usundt samfund, hvis vi havde et kunstigt monopol stadigvæk.

245 #00:28:07-0# TF: Ja det vil jeg også mene. Jeg er stor tilhænger af konkurrence.

246 #00:28:10-6# JØ: Og hvor meget forholder man sig til konkurrencen på markedet i dag, for den er
247 jo trods alt også mere intens nu end den var før. I er ikke et gratis medie, fordi der bliver jo trods alt

248 finansieret for jer, men ift. betalte medier er I et alternativ for alle, der har et andet valg. I er et
249 alternativ til alle, og alle kan forholde sig til jer ift. deres andre medieudbud, hvis de har det.

250 #00:28:49-3# TF: Selvfølgelig forholder vi os til det, faktisk med det udgangspunkt som jeg sagde
251 tidligere: det giver ikke nogen mening at levere en service, hvis der ikke er nogen, der vil modtage
252 den, eller hvis der ikke er til strækkeligt mange, der synes, de får værdi for de penge, de betaler.
253 Indtil nu som licens, lige om lidt som skat. Så den balance har altid været der, men hvor vi for
254 femten år siden, ti år siden i langt højere grad sad og målte seertal op mod hinanden, eller brugertal,
255 der er situationen en noget anden nu. Men selvfølgelig forholder vi os til det, men det handler ligeså
256 meget om at kunne følge med en udvikling. Hvis der faktisk er nogen, der finder et virkemiddel på
257 noget der fungerer på noget, hvor vi også burde være, så følger vi selvfølgelig tæt med, men det er
258 ikke sådan at vi sidder og måler op og siger "nu går det bedre for TV 2, nu bliver vi nødt til at
259 stramme på et eller andet". Men konkurrencesituationen er i sagens natur også blevet langt mere
260 kompliceret, så det er jo en balance i mellem at sikre at vi er til stede og relevant og bliver brugt af
261 nok til at det som befolkning eller samfundet giver mening at vi er her, for hvis ikke der er det, så
262 skal vi jo ikke være her. Hvis vi ikke rent faktisk leverer noget, som folk bruger og værdsætter, så
263 skal man bare lukke DR. Så er der ingen grund til at vi er her. Det er jo opgaven, og en politisk
264 defineret opgave, at vi skal være her med det formål og også have en vis gennemslagskraft i
265 befolkningen, for ellers kan det være ligegyldigt. Og for at kunne følge med og for at kunne sikre, at
266 man er til stede, bliver man jo nødt til at forholde sig til konkurrencesituationen, altså "hvordan
267 ligger vi på tværs af både digital radio og TV i et landskab".

268 #00:30:51-0# HK: Og så bruger vi det også specielt på det digitale område. Alle udgivere er jo i en
269 eller anden form også blevet teknologiudviklere, så vi sidder allesammen og laver forskellige
270 artikelformater og er meget mere involverede i teknologiudvikling også. Og så har vi jo alle
271 sammen en fælles udfordring om 1) at ramme den her opmærksomhed, og 2) en endnu større
272 udfordring - at ramme unge målgrupper. Det er nogle som alle medier gerne vil have fat i, og alle
273 kigger på. Og der kigger vi jo også på netop om der er nogen, der er lykkedes med noget, som har
274 klaret sig godt, som går godt. Kan vi lære af dem og omvendt, kigger de også på os og siger "kan vi
275 lære noget", hvis vi har lavet noget, der klarer sig rigtig godt. Sådan er vi alle i gang med den
276 samme udfordring, så der kan vi jo lære en masse af hinanden, ved at kigge på hvad, der trækker de
277 gode tal, som når ud til folk. For man kan lave mange skrivebordsøvelser og sige "det her er et
278 super fedt koncept, det kan vi sagtens udgive", og når det så kommer ud, bliver det ikke særligt godt
279 modtaget, men man kan alligevel godt klæde det på med laurbær og sige at det er et virkelig fedt
280 projekt, men det nytter bare ikke noget, hvis der er tyve mennesker, der har set det.

281 #00:32:02-6# JØ: Så man tænker også meget mere over mediet i dag, altså selve mediet ift.
282 journalistikken. Når du siger at I går op i at udvikle nye leveringsformer af stof, så er der måske et
283 øget fokus på den måde man rammer brugeren på?

284 #00:32:21-7# HK: Vi har stadig et mantra om, at det er indholdet, der bestemmer formen. Det er
285 historien først, hvad kan den bære, hvad kan den trække, hvordan kan vi formulere den. I går har vi

286 lige lavet en interaktiv dims, hvor man kan stille vores økonomikorrespondent spørgsmål om
287 lockout og strejke; hvor den svarer på ni spørgsmål, når man klikker på spørgsmålet og han kommer
288 frem på video og siger hvad svaret er. Uden at vide noget som helst om hvordan den klarer sig, men
289 det er også for at lave noget andet end bare at lave en *spørgsmål-svar artikel*, som kan inddrage
290 mennesker, og som de gider bruge. Kan vi så få mere information, for arbejdsmarkedsartikler er
291 ikke altid dét, der trækker allerbedst. Men hvis det virker og folk bruger det, er det jo noget vi kan
292 genbruge og som andre kan drage inspiration af og sige at der faktisk er et format til at forklare
293 komplicerede ting på en anderledes måde.

294 #00:33:19-5# TF: Og det er jo ikke noget der afgrænser sig til et dansk marked. Det er jo et sted,
295 hvor alle lige pludseligt er blevet globalt orienteret. Eks. når Vox Media laver noget fedt, så bliver
296 hele branchen over hele verden lige pludseligt inspireret til at gå samme vej og i et hav af
297 afskygninger af det. Så på den måde er mediebranchen blevet globaliseret i en rygende fart. Det er
298 helt ned på det der niveau, hvor man sidder og søger information på hinanden omkring formater,
299 der virker.

300 #00:33:50-8# JØ: I så høj grad, som du nu kan dele med os, hvad er så jeres erfaring ift. hvad, der
301 kendetegner det, der virker i dag. Er der noget karakteristika for hvad, der så virker ift. folks
302 opmærksomhed, og hvad der ikke gør? Hvad er man stoppet med at gøre?

303 #00:34:08-8# HK: Der er to aspekter i det. Det er egentlig et skift, der er på vej, fordi før har man
304 målt digitalt rigtig meget bare på rene klikstal, altså hvor mange gange en artikel har klikket, og som
305 vi har snakket om før er det ret nemt. Det er jo også en kunststart, vil de mene på EB og BT, men
306 man kan godt lave en artikel, der klikker 300.000 gange, men når folk så har læst den, er de så
307 bedre oplyst og vender de tilbage, og har de rent faktisk brugt tid på det. Derfor kigger vi meget på,
308 om man har brugt tid på det, man har læst. Det er en meget vigtigere, målbar ting for os. Har man
309 rent faktisk taget sig tid til at undersøge tingene? Og det vi kan se er, at jo mere vi har
310 gennemarbejdet et stykke journalistisk og brugt tid på det, jo mere tid bruger folk også på det. De
311 vil gerne bruge den tid.

312 #00:35:02-1# TF: Og der er en tendens til, at det også øger loyaliteten.

313 #00:35:04-5# HK: Jo, og det er også noget andre medier opdager, for de der korte, virale hits, som
314 du møder ude på sociale medier, er der ingen garanti for. Der er ingen garanti for at du, efter at have
315 set en viral DR-artikel, tænker “jeg går sgu ind på DR næste gang, for at se hvad de har”. Men har
316 man læst en superfed, gennemarbejdet *webdok*, som eksempelvis en vi havde for nylig, hvor vi var
317 ude og snakke med en masse af de her kvinder fra Somalia og stillede spørgsmålet “hvorfor har du
318 ikke et arbejde? Hvad er er gået galt?”, og de fortalte vildt åbent om én der fortrød bittert, at hun
319 aldrig havde lært dansk. Der var bare en masse aspekter af den, der foldede historien ud, og vi
320 kunne se at den klikkede vildt meget, og meget højt minuttal. Og når folk så har læst den, er håbet
321 så at de tænker “det er fandenme fedt. DR kan noget og har en troværdighed”. Der er noget, vi kan
322 vende tilbage til en anden gang, hvor jeg ved at vi er klædt godt på. I stedet for at de havde sagt

323 “fedt, der var en matador quiz, nu vælger jeg DR Nyheder til en anden gang.” Men ift. andre medier
324 er det, det lange spil man spiller. Det er jo ikke noget man gør fra den ene dag til den anden, og så
325 bare konvertere i tusindvis. Det er om at opbygge langsom loyalitet, som skal *pay off* over en lang
326 periode. Det er som altid en anden situation for os, for vi skal ikke kunne omsætte fra år til år og
327 vise en vækst for en ejer. Vi kan godt tåle at vente, hvor det er der måske er andre, der er lidt mere
328 pressede på.

329 #00:36:47-2# JØ: Det passer også meget godt ift. målsætningen om at man skal have den her
330 troværdighed overfor Danmarks befolkning...

331 #00:36:59-5# TF: Som vi jo har! Jeg kan ikke huske tallene, men det er jo TV Avisen, Radioavisen,
332 Deadline og det er efterhånden også dr.dk og P3 Nyhederne, der topper listen af
333 troværdighedsmålninger år efter år. Vi har jo en meget høj legitimitet på indholdsdelen, heldigvis, for
334 når man spørger til troværdigheden til medier generelt daler den i befolkningen. Men når du går ind
335 på enkeltbrands, så er troværdigheden stadigvæk meget, meget høj for DR's vedkommende. Det er
336 jo det vigtigste for os, at folk tror på det vi laver.

337 #00:37:37-9# JØ: Det var netop lige præcis mit spørgsmål, for når man ser mediebranchen i det hele
338 taget, er der jo rekordlav troværdighed, og set ift. medieudviklingsrapporten, når den udkommer,
339 har DR en tendens til at have, nærmest modstridigt ift. naturen, enormt høje tal ift. troværdighed.
340 Det betyder at I bidrager med noget andet til nyhedsbilledet, end de andre gør. Og derfor er det
341 spændende at kommer herind og høre jer snakke om, hvilket output det er, som I oplever, der får
342 forbrugeren til at sige “DR, dem har jeg tillid til ift. andre journalistiske mediehus”? For jeg tror
343 nu nok, at de alle sammen står på mål for deres journalistiske principper og den journalistik, der
344 ligger bagved i virkeligheden.

345 #00:38:40-7# HK: Jeg tror, og det har vi også kunnet se på store fælleshistorier, at dér trækker folk
346 meget over hos os. Også mere end de normalt plejer. Nogle vil nok synes det er støvet og kedeligt,
347 men der vil jeg tro at folk har en idé om at når lokummet brænder, så kan man gå til DR Nyheder.
348 Så kan det godt være det ikke er meninger, men der har vi en stedse af en statsradiofoni i
349 baghovedet på folk. Du ved, hvis man skal være sikker, og der er Krudttønden-angreb, Prins Henrik
350 er død, så hopper de hen til os og får det bekræftet. Selv unge mennesker. Det kan godt være ud fra
351 en tanke, om at det er det, mor og far altid så, jeg må nok hoppe ind og være på dér.

352 #00:39:42-7# TF: Men det er en sindssygt vigtig ting for os, på præcis de der, når det virkelig er
353 stort og vigtigt, at vi så også bliver valgt aktivt til. Også af en yngre generation, som ikke
354 nødvendigvis er vokset op med samme automatik ift. et medieforbrug. Og det er jo nyt territorie for
355 os alle sammen. Det ved vi ikke om kommer til at holde. Men når HC taler om fokus på unge, så er
356 det jo i høj grad dét, det handler om på den lange bane. Men det du berører der, er svært bare at
357 isolere til en diskussion om medier, fordi der generelt set er et autoritetstab for
358 samfundsinstitutioner over hele den vestlige verden. De mister respekt og troværdighed. Politikere
359 og alle mulige autoriteter, som er dem vi har etableret et helt system omkring om at skulle træffe

360 beslutninger på vores vegne, mister autoritet. Herunder også medierne. Og det er jo en lang, lang
361 udredning med mange facetter af hvad det er, der driver sådan en samfundsudvikling, men det er en
362 generel samfundsudvikling i hele den vestlige verden, at det er den vej det går. Der tror jeg, man
363 kan lægge alle mulige personlige og private analyser om, hvorfor det går den vej, men et bud er en
364 markant øget segmentering i medieudbuddet, hvor det er langt lettere at blive indenfor det, du i
365 forvejen tror og blive bekræftet i er rigtigt, og at den fællesetablerede fortælling om fakta og
366 hvordan verden hænger sammen ikke eksisterer på samme måde, som den gjorde før. Der er mange
367 fortælling om hvordan verden er, og hvad historien var. Altså diskussioner om hvorfor er nået
368 dertil, det er der heller ikke enighed om, eller hvad der er det rigtigste at gøre for fremtiden, som
369 altid har kernen af politikudvikling. Ideen om hvad vi skal gøre i morgen, for at gøre i overmorgen
370 bedre. Det er der bare 1.500 forskellige tilgange til, som er langt mere fragmenteret end det var 30
371 år siden, hvor der måske var 10 forskellige tilgange.

372 #00:42:13-9# JØ: Når alle medierne lige præcis finder deres målgruppe og taler ned i deres behov
373 og glemmer resten - af eksempelvis Danmark end Århus og København - og så forholder de sig
374 bare til dem, er I stadigvæk dem, der dækker alle. I skal stadigvæk ud til hver enkelt dansker, men
375 danskeren er ikke bare en gennemsnitlig bruger længere, men det er forskellige virkelighedsbilleder
376 i skal tale til på én gang. Gør dét noget ved jeres opgave ift. formidling, at I skal tænke over at der
377 måske ikke er så meget konsensus derude omkring hvad, der er fakta.

378 #00:42:53-5# TF: Det synes jeg er svært at svare på, men jeg tror i hvert fald at jeg kan sige, at vi
379 de sidste mange år, også i Nyheder, har brugt utroligt mange kræfter på at sikre en reel, *unbiased*
380 journalistik. Fordi der er også i journalist-branchen en tendens til en særlig opfattelse af verden eller
381 hvad, der er rigtigt, eller at nogens holdninger ikke er ligeså legitime, at den ikke skal høre eller
382 overkritiseres ift. andres. Hele det der ryk med i virkeligheden reelt at få skabt en kultur, også
383 blandt journalister i DR Nyheder, som er forudsætningsløs i udviklingen af journalistikken. Det er i
384 hvert fald ét træk, som vi gør meget ud af. Du kunne godt være på redaktionsmøder for femten år
385 siden i DR, hvor der var en entydig holdning til at der var nogle bestemte politiske holdninger, som
386 var dumme eller forkerte eller uoplyste, men det er faktisk ikke vores opgave. Det er legitimt at
387 have en legitimt at have en politisk holdning, så kan vi afprøve, hvad udgangspunktet er, om fakta
388 er korrekte eller om der er belæg for det, der bliver sagt. Men udgangspunktet for journalistikken,
389 må være ens for uanset hvilken holdning, det må være. Det tror jeg også du vil kunne finde mange
390 andre medier, der i vil kunne nikke genkendende til. Hvis vi stadig skal være relevante for alle i en
391 stadigt mere segmenteret, også holdnings-, virkelighed, så bliver nødvendigheden af det princip
392 bare endnu stærkere. For ellers ender du i en kasse, hvor DR har været i mange år, med klichéen om
393 røde lejesvende. Hvis ikke du er helt ekstremt opmærksom på det, fra det øjeblik du begynder at
394 idéudvikle journalistikken, så er risikoen, at du, uden at vide det, ender med at ligge i opfattelsen af
395 det du laver, et bestemt sted. Og det duer ikke. Risikoen er selvfølgelig at vi bliver så grå eller
396 uinteressante eller så mangefacetteret en virksomhed, at der ikke er noget "there there". At der ikke
397 er nogen klar linje eller en vinklet journalistisk eller en regelkritisk tilgang til opgaven. Det er jo i
398 virkeligheden opgaven ved at få det unbiased og den stadigvæk evigt kritiske tilgang til
399 journalistikken, som er det, der for alvor skal fusioneres. Og det er jo pisse svært, men det er

400 opgaven, for vi kan ikke være her bare for de eller for de røde eller for de lyserøde eller for
401 fremtidsoptimisterne.

402 #00:45:43-6# JØ: Det lyder som om, I er enormt beviste omkring jeres institution ift. samfundet. Er
403 det noget I snakker om til dagligt? Er det noget der fylder noget? Er det noget, der rør på sig ift. den
404 enkelte diskussion ned til det enkelte stykke eller op til den bredere samtale og debatter og
405 diskussioner?

406 #00:46:06-7# TF: Jeg tror at du vil kunne finde det på mange forskellige måder og alle mulige leder
407 og kanter af organisationen. Måske er det ikke udgangspunktet for ethvert redaktionsmøde eller
408 idéudvikling eller hvad der nu er det vigtigste, som vi skal beskæftige os med i dag, men så måske
409 alligevel nogle gange siger vi "er det virkelig vores opgave at dække Peter Madsen-sagen på den
410 måde" eller "skal vi tage socialdemokratisk udlændingeudspil for troende". Du kan finde det i alle
411 mulige afskygninger, helt op til når vi laver ny strategi for DR Nyheder - hvad er kernefokus, hvad
412 er den journalistiske strategiske retning skal være for de næste fire år. Der står det endda meget
413 tydeligt hvad opgaverne er, og hvad hovedfokus er. Jeg tror i virkeligheden, at du vil kunne finde
414 det på mange forskellige måder, men det er jo ikke sådan at vi går rundt og siger til hinanden hele
415 tiden "nu skal vi lige huske at være uafhængige og noget for alle, til enhver tid". Det bliver meget
416 lidt konkret. Men når jeg taler om at forandre eller sikre en journalistkultur, så er det jo det lange,
417 lange, lange, seje træk, hvor man bliver nødt til at arbejde strategisk og sige hvad det er vi skal
418 være, for at flytte en kultur. For ellers er det nu bare den kultur, som er der, som bliver den
419 dominerende. Så vi bliver nødt til at sige, hvad det er, vi vil have, for at der er noget der forandrer
420 sig og følger med over tid.

421 #00:47:29-9# JØ: Super spændende. Mange tak skal I have, det var enormt berigende og fedt at få
422 et helt andet syn for sagen.

423 #00:47:39-0# TF: Jamen, det er da dejligt, at vi bare kunne sidde og rable og I så synes det er både
424 relevant og interessant.

8.18 Bilag 18: Transskription – Politiken

JP/Politikens Hus, Rådhuspladsen 37, København K
04-04-18 kl: 10:00

CJ: Christian Jensen

JØ: Jacob Munk Østbjerg

- 1 #00:00:01-8# JØ: Vi har delt det op i tre temaer, hvor vi starter med at snakke om rollen i
2 samfundet og medierne generelt. Og der må du også godt trække på dine erfaringer fra tidligere
3 stillinger og så bagefter prøver vi at bevæge os ned i hvad der konkret er her i huset med Politiken
4 og så går vi over i medieudviklingen; Hvad betyder denne her tid, som vi lever i ift. tidligere? Til
5 sidst snakker vi en lille smule om nyhedsbilledet - i det hele taget hvad, der møder brugeren derude
6 og så til sidst vil vi tale om det hele ift. hinanden og hvilken effekt det har på det.
- 7 #00:00:34-1# CJ: Fint.
- 8 #00:00:35-8# JØ: Så først; Hvordan kan mediernes rolle i samfundet helt objektivt beskrives ud fra
9 din opfattelse?
- 10 #00:00:44-0# CJ: Jamen vi har jo en oplysningsfunktion i samfundet, som har det ideelle formål at
11 oplyse sådan, at hver enkelt læser eller borger i det her land kan træffe beslutninger på et højere
12 oplyst niveau, end hvis medierne ikke var der. Så dvs. de skal være med til en vigtig funktion -
13 nemlig at kvalificere samfundsdebatten, oversætte de komplekse forbehold i samfundet og samtidig
14 også være en garant for på vegne af offentligheden at sikre, at der er overensstemmelse mellem
15 dem, der har fået mandat til at bestemme over flertallet, det fåtal holder sig indenfor de rammer,
16 som er udstukket for dem, og de regler, der er lavet for dem. Så den der vagthundsfunktion - altså
17 det at være kontrollerende ift. udøvelse af magten. Så både oplysning, oversættelse og på den anden
18 side at hver enkel kan træffe beslutninger på et højere niveau, og på den anden side også at være
19 kontrollerende ift. udøvelse af magt, der foregår. Det er både politisk, økonomisk og kulturelt.
- 20 #00:02:01-4# JØ: Rent reelt set - kan man oversætte det til hvad i rent faktisk gør? Altså er det
21 muligt ift. hvad idealet er?
- 22 #00:02:10-1# CJ: Ja. Jamen i kan jo se, hvis I går ind på Pol.dk og ser vores mission. Den er 160
23 ord. Den er god at få forstand af. Jeg har selv skrevet det. Jeg kan ikke sige det bedre, så jeg synes
24 egentlig at I skulle gå ind og tage den og sige: "Hvad er det vores funktion er i samfundet?". Har I
25 været inde at tjekke den?
- 26 #00:02:27-7# JØ: Nej, det har vi ikke. Vi har bladret i papiravisen for at danne os et overblik over,
27 hvad Politiken er. For vi møder jo primært Politiken digitalt, så vi tænker jo, at der måske har været
28 en ændring i rollen fra tidligere til den digitale tidsalder.

29 #00:02:44-0# CJ: Jamen der er jo ændringer i platformen og distributionsform, men der er jo ikke
30 en ændring ift. vores rolle i samfundet. Den vision som vi arbejder ud fra, og som i meget gerne må
31 citere fra - det er bare præcis den funktion, som er beskrevet der. Det er 160 ord, det er sådan her og
32 alle kan huske den. Det er en parafrasering af Viggo Hørups tale, som han holdt Grundlovsdag i
33 1884 - altså før Politiken blev udgivet. Det er ret vigtigt, at der er en forbindelse mellem den vision,
34 som vi arbejder på i dag 134 år efter og det udgangspunkt Politiken havde. Fordi vi er skabt som en
35 samfundsinstitution, der er tiltænkt en særlig rolle i det her samfund. Og samfundet forandrer sig,
36 men vores rolle er den samme. Så vi forandrer os som medie ift. måden vi gør det på, men ikke
37 hvad vi gør. Så det er ret vigtigt, at der er den forbindelse. Politiken er skabt som et
38 sammenhængende verdensbillede, der gør op mod det eksisterende verdensbillede - både indenfor
39 politik, kultur og økonomi.

40 #00:04:01-5# JØ: Og sådan i praksis - hvad gør man for at udleve den rolle som medie? Hvilke
41 værktøjer benytter man sig af for at løse de her funktioner bedst muligt?

42 #00:04:15-3# CJ: Jamen det gør man jo ved at redigere Politiken ud fra nogle kriterier, som handler
43 om væsentlighed - både digitalt og på print. Hvad er væsentligt at vide om det samfund, vi lever i
44 kulturelt, politisk, økonomisk og internationalt? Og prioritere væsentlighed foran alle mulige andre
45 kriterier, og hele tiden søge og give perspektiv, dybde, forståelse og forsøge at oversætte komplekse
46 sammenhænge til noget, der er til at forstå. Sikre at der er tilstrækkelig med ressourcer og fokus på
47 også at udøve den journalistik, der handler om at efterprøve magtens udøvelse af magten. Det er
48 den måde, vi gør det på. Det er meget present for os. Det er den luft vi trækker vejret igennem. Det
49 er præcist at forfølge de her grundlæggende idealer for oplysning og magtkontrol. Det kan jo lyde
50 tungt, væsentligt og svært tilgængeligt. Men vi går jo til det med lyst - vi har jo lyst til det! Altså vi
51 har begejstring omkring det. Det her, det er vigtigt! Altså det er sjovt og alvor. Vi er lystbetonet,
52 selvom det er tunge temaer, vi taler om og også oftest skriver om - så gør vi det jo med en lyst til
53 det. Det er jo ikke en sur pligt hverken at lave det eller forhåbentlig at læse det.

54 #00:05:56-7# JØ: Men der må jo være en eller anden form for rettesnor. Nu nævner du for
55 eksempel væsentlighed frem for de andre kriterier. Har i en eller anden form for nogle principper,
56 som I i hvert fald hos jer, benytter jer af som hovedregel? Altså som Politiken prioriterer.

57 #00:06:20-6# CJ: Det skal du lige skille lidt ad. Fordi ét er jo, hvad vi skriver om og noget andet er,
58 hvordan vi skriver om det. Man kan sige Politiken har jo nogen særlige områder, som vi fokuserer
59 særligt på - kultur, samfund - det er både samfund og politik nationalt og internationalt - og så
60 debat. Vi tror på, at dét, at meninger brydes og at alle får ordet til at fremføre deres argumenter,
61 giver myndighed til den almindelige borger i det her land. Derfor er dét, at vi har ordet, men også at
62 vi stiller ordet til rådighed, er jo en ret vigtig del af den politiske dialog, som vi ønsker og den
63 relation, vi ønsker at have med dem, der ønsker at være en del af vores fællesskab - altså
64 journalistiske fællesskab, oplysningsprojektet Politiken. Så dét er den ene del af det. Det er jo, hvad
65 beskæftiger vi os med? Vi er jo et sammenhængende verdensbillede. Vi beskæftiger os med alt, der

66 er væsentligt i verden - Danmark og internationalt indenfor de her områder. Så er der måden, som vi
67 gør det på. Der er vi jo en avis, der i vores journalistik, er baseret på, at dét, at vi tilstræber at
68 fortælle, hvad der taler for og, hvad der taler imod. Altså en eller anden form for objektivitet - for
69 det stræber vi efter. Men i hvert fald at lægge præmisserne frem, sådan at læseren kan tage stilling
70 til, hvad konklusionerne er baseret på. Altså transparens, åbenhed ift. vores journalistiske praksis og
71 dernæst også en klar skillelinje til, at vi både er en journalistisk baseret avis, men vi er også en
72 holdningsavis. Vi har jo ledere på forsiden for eksempel. Det står meget klart markeret; "Dette er en
73 leder". Vi har daglige debatsider - vi har to debatsektioner i weekenden, hvor vi har holdninger, og
74 hvor der også er medarbejdere på avisen, der har holdninger. Det afgørende dér er, at vi er meget
75 klare med at deklare, hvornår der er tale om noget subjektivt og holdningsbaseret og hvornår der
76 er tale om noget objektivt, der er journalistisk metodisk baseret. Det er sådan vi arbejder med det.

77 #00:08:43-0# JØ: Det var netop mit umiddelbare spørgsmål - nemlig at have holdninger side om
78 side med objektive synspunkter på samme sag. Det kunne jo godt forekomme, at det ville være en
79 smule forvirrende.

80 #00:08:58-5# CJ: Kun hvis det er sådan, at man ikke som læser forstår, hvornår man læser en
81 artikel, der er baseret på journalistisk metode og hvor præmisserne lægges frem, hvor der er noget
82 der taler for og noget, der taler imod. Og når man giver ordet til én person, som ligesom fremfører
83 sin argumentation, som man så kan vælge at synes, er en god eller dårlig argumentation, som man
84 er enig eller uenig i. Det afgørende er, at vi er præcise med at angive, hvornår vi gør det ene eller
85 det andet. Vi skal kunne begge dele.

86 #00:09:33-9# JØ: Og ift. andre medier, hvis vi tager den op igen. Ift. andre medier - er det så den
87 samme rolle, som du mener, gælder for alle medier i virkeligheden?

88 #00:09:46-2# CJ: Jamen hvis du tager den helt op til oplysningsidealet, så mener jeg, at det burde
89 være genkendeligt for alle medier selvfølgelig. Men det er jo at kaste lys forskellige steder hen med
90 forskellige metoder. Så alle vil jeg sige har en overbygning, der handler om oplysning. Men hvad
91 der skal oplyses, hvordan det skal oplyses og med hvilke formål. Det er forskelligt fra alle
92 medierne.

93 #00:10:12-5# JØ: Okay, ja. Så vi kan blive enige om oplysning. Men hvad om og hvordan og
94 hvorledes kan så være forskelligt.

95 #00:10:22-9# CJ: Ja.

96 #00:10:24-7# JØ: Politiken ift. alle de her medier. Hvad vil du sige, er dét, som gør Politiken til
97 Politiken og ikke resten af "Medie Danmark" - altså modsætningen? Dét som i virkeligheden er
98 identiteten, men i kontrast?

- 99 #00:10:43-0# CJ: Politiken er ikke skabt i kontrast med andre medier. Politiken er skabt og vi
100 forsøger at udvikle Politiken med den samme tradition, som er, at Politiken står i sin egen ret.
101 Politiken blev grundlagt af en ung generation, der i 1884 ønskede et andet samfund. De ønskede en
102 anden form for parlamentarisme. De ønskede faktisk et ægte folkestyre. Så forfatningskampen i det
103 18. århundrede var et ret vigtigt argument for at Politiken skulle udkomme. Der skulle oplyses om,
104 hvad folkestyre i realiteten kunne være. Det var en generation, som ønskede en anden måde at
105 skrive romaner på ned med forstillelsen og mere ærlighed, altså realismen og det moderne
106 gennembrud og Georg Brandes der kigger på os, som var ham, der rejste ud. Ham der grundlagde
107 avisen han rejste ud i Europa og holdt sine forelæsninger om strømningerne i det 20. århundredes
108 litteratur i Europa. Det er beskrevet i denne her avis. Det er jo realismen. Og de havde også en idé
109 om, hvordan man indretter vores samfund ift. arkitektur og æstetik. Altså lige linjer i arkitekturen
110 og ned med stukken. Så på den måde er det her en avis, som har taget ansvar. Denne her avis tager
111 ansvar for det samfund, vi er i. Og også at tage ansvar for den nødvendige forandring i det samfund.
112 Der adskiller Politiken sig. Der er Politiken jo et system. Politiken er et sammenhængende
113 verdensbillede. Politiken er en måde at se verden på ud fra oplysningsidealer, men med en klar
114 retning. Og vi udgives på et socialt-liberalt grundlag, der er uafhængigt af partipolitik, men vores
115 ideologiske udgangspunkt og dét, som jeg repræsenterer, er et socialt-liberalt menneskesyn, der er
116 baseret på den enkeltes ret til frihed, basale humanistiske grundprincipper, som denne her avis
117 forfægter. Og det gør vi i vores holdningsunivers, i vores leder og i vores prioriteringer - for
118 eksempel flygtningesituationen i verden og i Europa. Det prioriterer vi meget højt af den årsag, at vi
119 laver journalistik, der søger mod oplysning på præmisser, der er lagt tydeligt og klart frem. Men når
120 vi gør det, så er det fordi, at det her betyder noget for os - der er noget i skred ift. vores samfund,
121 der er noget i skred ift. måden vi ser os selv og hinanden på, og det er vores opgave at oplyse om
122 det. Sådan at man kan sige, at der skete noget, og det gjorde der så, men der er ikke nogen, som skal
123 komme at sige, at de ikke vidste, at det skete.
- 124 #00:13:49-2# JØ: Nej. Denne her historie som virker til stadigvæk at være en eller anden form for
125 guideline ift. hvad jeres funktion skal være, at i skal have en holdning til ting osv. Hvad med selve
126 holdningerne - er de også de samme? Eller er det bare dét, at i skal have en holdning til de her ting?
- 127 #00:14:08-5# CJ: Altså svaret er, at vi er udgivet på, og vores holdningsunivers baserer sig også på
128 det socialliberale grundsyn. Det er det værdisæt, som vi ser verden på baggrund af. Det er jo ikke en
129 lineal for, hvordan vi kan slå linjen for alle vores holdninger, men det er et grundlæggende
130 udgangspunkt. Samfundssyn og menneskesyn.
- 131 #00:14:38-7# JØ: Denne her arv med generationer, som vi har talt om. Politiken er en institution i
132 det danske mediebillede - ikke bare i medieverden, men også ude i folks liv, hvor man kan referere
133 til Politiken. Vi har forældre, som har holdt den eller bedsteforældre - hvad betyder denne her arv
134 ift. at man skal løfte den i dag sammenlignet med yngre medier?
- 135 #00:15:16-9# CJ: Jamen det er jo en kæmpe inspiration. Det er jo et kæmpe privilegium. At kunne
136 være med til at præge retningen for et medie, institution, samfundskultur og medieinstitution, som

- 137 Politiken, der har så vigtig en plads i det her samfund. Det er en kæmpe inspiration. Det er en
138 forudsætning for, at vi overhovedet står tidligt op om morgenen og går sent i seng om aftenen og
139 synes det her er vigtigt. Det er kernen, det er energien, det er dynamikken. Det er det, vi er. Så jeg
140 ser det ikke som en arv, forstået på den måde, at en arv kan være tung. Jeg ser det, som et kæmpe
141 privilegium og en utrolig inspirerende ramme og retning for dét at udvikle Politiken til nye
142 målgrupper i en ny medievirkelighed, hvor alting forandrer sig ift. måden, som vi forbruger indhold
143 og oplyser på. Men den basale oplysning skal grundlæggende holdes intakt.
- 144 #00:16:24-4# JØ: Og ift. lige præcis medieudviklingen - du har selvfølgelig ikke været på Politiken,
145 det er jeg med på - men hvilke prioriteringer tager man ift. medieudviklingen? Altså de her nye
146 muligheder, som der er nu, og samtidig skal holde en rolle intakt?
- 147 #00:16:47-6# CJ: Der er ikke nogle modsætninger i det.
- 148 #00:16:51-0# JØ: Nej. Så at der er kommet nye distributionsmuligheder ændrer ikke på den måde,
149 som I skal forholde jer til ting på?
- 150 #00:17:02-2# CJ: Det ændrer jo på måden, som vi formidler på. Men det ændrer ikke på, hvad vi
151 formidler. Det er *basically* det samme. Så gør vi det på andre måder. Altså med digitale fortællinger
152 og med lyd, levende billeder osv. Men vores opgave er den samme. Det er kernen. Det medie, som
153 glemmer at være sig selv, er jo på den. Altså de er jo i havsnød. For så kan du sådan set bedre rive
154 dem ned og bygge noget andet op, for det vil jo give en dynamik. Hvis man ikke synes, dét man er,
155 er værd at være. Jeg kan forsikre jer om, at jeg synes det er værd at være Politiken og jeg synes, at
156 det er værd at kæmpe for det, som Politiken står for - også i den digitale tidsalder. Baseret på de
157 grundlæggende værdier jeg talte om som oplysning og retning for det her samfund. Der er bare én
158 vej - og det er frem! Budskaberne er vigtige, og det var de før i tiden, og det er de i dag. Det er os,
159 der skal sørge for, at de fortolkninger af det værdigrundlag vi står for, opleves som relevant,
160 nærværende og inspirerende for alle generationer. Det er vores opgave. Så kan man diskutere, om vi
161 er gode til at løse den opgave eller ikke er gode til det, men det er dét, som er vores opgave.
- 162 #00:18:30-0# JØ: Det lyder som om, at der ikke er meget forskel på dét, som Politiken foretager sig
163 nu, som de skulle før i tiden. Altså dét er de samme ting I skal gøre. Det er bare nogle andre måder,
164 som I skal gøre det på nu i virkeligheden.
- 165 #00:18:37-7# CJ: Ja.
- 166 #00:18:39-4# JØ: Hvad med sådan rent journalistisk set - skal man heller ikke forholde sig til en
167 anden medievirkelighed i dag?
- 168 #00:18:49-2# CJ: Jeg siger jo ikke, at jeg ikke forholder mig til medieudviklingen.
- 169 #00:18:48-8# JØ: Nej, nej. Du forholder dig til den. Det er jeg med på.

- 170 #00:18:50-5# CJ: Jeg forholder mig meget stramt til medieudviklingen. Fordi dét der er min opgave
171 og vores opgave; det er at være relevant og tilstede med denne her vigtige oplysning, det sted, hvor
172 vores læsere er. Vi skal ikke bede om, at vores læsere kommer til os. Vi skal komme ud til vores
173 læsere - dér, hvor de er. Og det er digitalt i tiltagende grad for yngre målgrupper, og det lykkedes
174 rigtig godt for Politiken. Men vi går ud med Politiken. Vi går ikke ud med noget andet. Vi er ikke
175 nogen andre, når vi møder nye målgrupper andre steder. Vi er Politiken. Det er min pointe.
- 176 #00:19:20-4# JØ: Ja. Det jeg mente var sådan set, at når man skal forblive det samme i en
177 foranderlig verden. Så skal man forandre sig for at tilpasse det, som man udkommer med, til at være
178 det samme.
- 179 #00:19:31-3# CJ: Lige præcis.
- 180 #00:19:33-8# JØ: Så på den måde må der være en ændring i dét, som man gør, for at forblive det
181 samme.
- 182 #00:19:38-3# CJ: Ja.
- 183 #00:19:39-7# JØ: Forstår du mig?
- 184 #00:19:41-7# CJ: Ja.
- 185 #00:19:43-1# JØ: Hvordan vil du beskrive de her hovedændringer? Dét, som det betyder at drive
186 medie i dag? Hvordan forholder man sig til det foranderlige samfund, vi lever i?
- 187 #00:19:55-5# JØ: Altså, det er et meget stort spørgsmål, du stiller dér. Og jeg kan svare på det på
188 rigtig mange forskellige måder. Mener du teknologisk?
- 189 #00:20:06-8# JØ: Altså journalistisk - ned i journalistens dagligdag og greb.
- 190 #00:20:14-4# CJ: Ja. Altså der vil jeg jo sige, at hele vores *workflow* er vendt på hovedet. Altså vi
191 udkommer jo hele tiden. Tidligere udkom vi en gang i døgnet og nu udkommer vi jo hvert sekund
192 på pol.dk. Vi er et nyhedsmedie. Én af de ting, som vi skal arbejde med er, at vi skal sikre kvalitet
193 og hastighed. Vi er ikke et medie, som på nogen måde vil gå på akkord med vores troværdig for at
194 komme hurtigst frem. Så ift. at være nyhedsførende, der har vi det egentlig fint med, at vi nogle
195 gange lige vender det en ekstra gang for at se, om det nu også kan passe det her. Når dagen er
196 omme, så er vores eneste adkomst til, at nogle skal beskæftige sig med Politiken, det er vores
197 troværdighed! Det er vores grundkapital. Det er det, som det hele handler om, så den sjakrer vi ikke
198 med. Der kan man sige, at i en foranderlig og dynamisk medievirkelighed, som er digitalt styret,
199 jamen der har vi klart ambitionen om at være hurtig med vigtige nyheder. Men vi vil være præcise,

200 før vi vil være hurtige. Det er jo en af de ting, som man kan sige: "Hvordan gør man så det?". Det er
201 et meget konkret eksempel.

202 #00:21:44-1# JØ: Også fra min egen verden; altså det er ikke alle, der gør dét. Vi har allesammen
203 vores telefoner på os, og hvert sekund får vi nyheder. Det er i hvert fald en ting, som jeg mener,
204 altså som er Politiken kontra andre medier - at det vil de ikke nødvendigvis opsøge. Selvfølgelig er
205 der en eller anden form for behov for det fra brugeren. Men for sådan en helt afsluttende
206 bemærkning, så forestiller jeg mig, at man skal arbejde anderledes i dag som journalistik end man
207 skulle tidligere. I gamle dage der var I brugerens kanal til magthaverne osv. Med de digitale
208 platforme er der kommet et mere direkte link ift. dem som I dækker og hvorfor. Jeg vil ikke sige, at
209 de overflødiggøre jer, men de udfordrer dét at være et medie i dag, fordi der er andre medier.

210 #00:22:50-0# CJ: Enig. Det er også derfor, at kernen i det publicistiske virke - det er jo, at vi faktisk
211 er garanter for, at der er noget, der er mere rigtigt end noget andet. På sociale medier er man jo
212 sådan set kun garant for, det man selv skriver. Alle kan jo skrive hvad som helst. Noget kan man
213 stole på, og andet kan man ikke stole på. Det man kan, når man abonnerer på Politiken, det er, at
214 man ved, at journalistikken er baseret på en metode, faglighed og på nogle præmisser, som bliver
215 lagt frem - deri ligger troværdigheden og integriteten og dét, at man ved, at når man læser en artikel
216 i Politiken, så servicerer vi ikke nogle særinteresser. Vi er ikke i lommen på nogen. I kan stole på, at
217 det, vi laver, er lavet ud fra oplysningsintentioner. Jeg siger jo ikke, at vi ikke laver fejl. Jeg siger
218 ikke, at vi ikke gør noget, som vi fortryder bagefter. Jeg siger bare, at vi arbejder med en
219 oplysningsintention, som er at gøre læsere klogere og mere oplyste. Helt klart dét, at sociale medier
220 er kommet til, giver nogle kolossale store muligheder for alle - borgere såvel som medier. Og det,
221 som det jo klart har gjort, er, at i gamle dage der kunne medierne jo stå op på toppen af et bjerg og
222 holde en prædiken udover de åbne masser. Hvis det var sådan, at massen ikke lyttede efter, så var
223 det massernes problem. Det medie, som står deroppe i dag, dér er det ikke masserne, som har
224 problemet, dér er det medierne, som har problemet. Det er ud fra en demokratisk anskuelse meget,
225 meget positivt og giver nogle kolossale muligheder. Men hver eneste gang der er nye muligheder,
226 så er der også nye faldgruber. Jeg tror også, at vi efterhånden er ved at være igennem den første
227 sådan sværmeriske periode ift. sociale medier og ift. de muligheder, de giver, at der også er nogle
228 andre sider. Både ift. hvad kan man stole på: "Kan man nu abonnere på Facebook som sit
229 nyhedsmedie?" Nok ikke. Og hvad bruger man i øvrigt den data til, som man giver - er vi i
230 virkeligheden hamrende naive? Og har vi været det ift. hvor meget vi har delt og givet af os selv på
231 sociale medier? Der er jo ved at komme en realisme ind. Der tænker jeg jo bare, at det skal man jo
232 finde en balance i. For mig er det nye muligheder, men det er vigtigt for os som medie også at
233 fortælle om de risici, der er forbundet ved det. Nu er det jo så internationale medier, der har fortalt
234 de her historier om Facebook og deres omgang med data. Men det er jo lige præcis det. Det skal der
235 etablerede medier til, så man baserer sig på journalistisk metode, for at sådan nogle oplysninger
236 kommer frem. Hvis de ikke havde været der - Facebook havde jo nok ikke selv skrevet det.

- 237 #00:26:04-5# JØ: Jamen tusind tak for interviewet. Det har været interessant at høre jeres
238 synspunkt. Det var spændende at høre, at man tænker meget på dagen i morgen og at man har en
239 historie, der har betydet noget for en.
- 240 #00:26:23-8# CJ: Det dér er vigtigt at sige. Jeg ser jo ikke tilbage. Jeg bruger fortiden til at skabe
241 noget offensivt fremadrettet. Kraften, anledningen og inspirationen ligger i vores historie. Det er
242 min og vores opgave og den til alle tiders siddende ledelse og medarbejdere på Politiken at lave nye
243 fortolkninger til nye tider af det, der var og er idéen med Politiken.
- 244 #00:26:59-3# JØ: Super, spændende. Virkelig fedt. Tusind tak for din tid.

8.19 Bilag 19: Transskription – Jyllands-Posten

JP/Politikens Hus, Rådhuspladsen 37, København K

11-04-18 kl: 13:00

JN: Jacob Nybroe

JØ: Jacob Munk Østbjerg

MA: Mie Tuekær Albrechtsen

- 1 #00:00:03-7# JØ: Vi har struktureret interviewet i tre dele, hvor vi starter med at snakke om
2 mediernes rolle i samfundet, så snakket vi om udviklingen i mediebranchen og landskabet, inden vi
3 til sidst snakker om nyhedsbilledet. Vi starter hver "blok" med at snakke helt oppe i pressen, og så
4 tager vi det helt ned til Jyllands-Posten. Til sidst forsøger vi så at samle op for en flot og forkromet
5 måde.
- 6 #00:00:25-7# JN: Det skal nok gå, det er jeg sikker på.
- 7 #00:00:33-1# JØ: Helt overordnet, altså ift. pressen, hvad vil du så definere deres rolle i samfundet
8 at være?
- 9 #00:00:39-0# JN: Vi har jo nogle klassiske presse-roller, der handler om at vi er den sidste
10 kontrollør så at sige. Den uafhængige kontrollør af eksempelvis myndighedsbehandling af landets
11 borgere. Altså den fjerde statsmagt, hvilket jeg ikke tror jeg behøver at gå længere ind i. Det er én
12 rolle vi har, men vi har også nogle andre roller, der har lidt mere med sammenhængskraft og andre,
13 i virkeligheden, lidt blødere ting at gøre, som er at sikre, at den demokratiske samtale foregår på et
14 niveau, der er faktisk, hvis man skal være på den lidt højpendede klinge. Altså at man ikke
15 diskuterer bruttonationalproduktets størrelse, for det er sådan set rigtigt, hvad der står i avisen - det
16 er så-og-så stort. Og så kan vi diskutere bagefter, hvor meget af dét, der så skal gå til skat. Men det
17 er rigtig centralt, at den demokratiske samtale foregår på et niveau, som er troværdigt. Og nu
18 kommer vi til at tale sociale medier senere, og dét er et af de store problemer ift. sociale medier.
19 Men pressen har også nogle andre roller, end de her helt overordnede samfundskontrollerende
20 funktioner, som er: "Har der været kø på E45 i dag? Hvorfor? Det var en lastbil, der var gået ild i".
21 Altså helt almindelig information, som har en sammenkittende effekt. Man snakker nogle gange om
22 *water cooler*- effekten, altså at man mødes ved firmaets vandmaskine og udveksler oplysninger. Det
23 at have noget at tale om med hinanden er også en af pressens opgaver. Sammenhængskraft - fælles
24 viden, der ikke nødvendigvis er af den samfundskontrollerende slags. Det er en bog eksempelvis
25 ikke. Det er, hvor forfærdeligt det end kan lyde, en mordsag. Den kan godt være fuldstændig
26 principløs, men man vil godt vide det er sket alligevel. Dét er også en rolle. Og så er der en rolle,
27 som går til os alle hver især på at tilgodese den personlige udvikling og tilfredsstillelse af ens
28 personlige nysgerrighed, som handler om at få noget at vide, som man ikke vidste, man gerne ville
29 have at vide. Og der kommer man også en smule tilbage til de sociale medier, fordi det er dér, der
30 også er en fare ift. ekkokamre. Altså hvis du aldrig har lært noget om cykelløb, så gør du så ikke

31 det. Men bliver du et større menneske af at vide så lidt som muligt, eller bliver du et større
32 menneske af at vide så meget som muligt? Så hvis man gerne vil være et vidende menneske, eller
33 gerne vil være et udviklende menneske - et menneske som hele tiden afvejer hvilke muligheder,
34 livet kan give én, så er man også nødt til at støde på, hvordan livet leves i Danmark og i andre lande
35 for eksempel. Det er super nemt at eksemplificere ved at sige "hvordan skulle vi vide at der er
36 dejligt på Borneo, hvis vi ikke har været der?" Det kan pressen så deltage i at fortælle om. Så ved
37 siden af den samfundskontrollerende er der et element af noget personlighedsudviklende for alle
38 nysgerrige mennesker. Og i et land som Danmark, hvor uddannelsesgraden er meget høj, så er
39 nysgerrigheden det også - jo mere viden man har, jo mere vil man gerne vide. Så jeg tror dansk
40 presse er et godt sted på kloden. Det kan vi også læse. Skandinavisk presse klarer sig generelt godt,
41 tysk presse klarer sig godt. Og jo mindre uddannede lande, jo mindre dygtig presse. Sådan er det på
42 godt og ondt.

43 #00:04:50-7# JØ: Har det noget at gøre med, at man møder sine læsere og brugere der, hvor de er?
44 Så hvis det omkringliggende samfund er veluddannet, så er journalisterne det også, og derfor
45 matcher de hinanden?

46 #00:05:04-7# JN: Nej, jeg tror simpelthen vi alle sammen bliver mere nysgerrige. Jo mere vi ved, jo
47 mere vil vi gerne vide. Derfor skal man jo gå et sted hen for at få nogle svar, også svar på noget
48 man ikke vidste man ville have svar på. Altså at støde på ting, man ikke vidste, man gerne ville vide
49 noget om. Dét tror jeg virkelig er et vigtigt element i en befolknings evolution, udvikling og
50 generelle dannelse. Og dannelse er et stort ord for pressens øvrige funktion, måske det ord, der kan
51 samle dét, der er ved siden af det statskontrollerende.

52 #00:05:46-6# JØ: Altså at være "den, der danner"?

53 #00:05:49-7# JN: Nej, sådan ser jeg det sådan set ikke. Vores *take* på journalistik er ikke at have
54 pegefingern frem og sige, hvad man skal mene. Det gør vi ligesom indeni vores meningsunivers,
55 og de to ting skiller vi meget skarpt ad på Jyllands-Posten. Vores *take* er, at sætte folk i stand til at
56 handle i samfundslivet og i deres liv, på baggrund af oplysninger de kan stole på. Så vi propper ikke
57 ned i halsen på folk, hvad de skal mene om det ene eller det andet. Vi forsøger at lægge oplysninger
58 frem, med en journalistisk vinkling og alt det der, som sætter dem selv i stand til at træffe en
59 beslutning. Det betyder helt konkret, at hvis Lars Løkke siger - hvad han gjorde i efteråret - "nu er
60 vi på vej med en skattepakke, som vil tilgodese de laveste lønninger forholdsmæssigt mest", så er
61 det lige præcis Jyllands-Postens rolle at spørge "har han nu ret i det? Er det nu rigtigt hvad
62 statsministeren siger til os?" Vi er jo på meningssiden meget store tilhængere af skattelettelser - vi
63 er en liberal avis. Men vi er altså også tilhængere af, at de informationer, hver enkel skal tage
64 stilling til, skal være rigtige. Der ville liberale partier i Danmark nok sige "at der modarbejdede I jo
65 for fanden en skattelettelse!" Nej! Det gjorde vi ikke, det gjorde de selv - de sagde noget, som ikke
66 var rigtigt. Det er vores funktion at sørge for, at folk kan få den bedst opnåelige version af
67 sandheden. I kender godt den her kliché, den har I hørt. Sikkert på flere etager herinde. Men den er
68 jo rigtig nok. Når vi har pakket violinerne ned, så er den rigtig nok. Det er dét, der er vores opgave.

69 At efterlade vores læsere med informationer nok til at træffe deres egne beslutninger. Og bare lige
70 til forståelsen og nok ikke til citat, fordi nu handler det om Jyllands-Posten.

71 [09:38.3 ... 11.01.5] Note: JN udtaler sig kritisk om andre måder at drive et medie på, som han
72 ikke finder hensigtsmæssig ift. opnåelsen af funktionen

73 Men der vil jeg gerne være mere nøgen. Jeg går på begge sider af hegnet og er sådan set ligeglad
74 med, hvem journalistikken tilgodeser, vi laver journalistik til den erhvervsaktive, nysgerrige
75 dansker. Hvis man kan se sig selv i det billede, er der journalistik fra os til dig. Det betyder jo så, at
76 vi også sorterer nogen fra. Nemlig alle de arbejdsløse - de har ikke råd til en avis, så det er ikke
77 dem, der køber os. Dem skriver vi ikke særligt meget til. Vi skriver ikke mere om dét at være i
78 arbejde end dét at være udenfor, og så videre. Så på den måde har vi jo også et emnevalg, som
79 kommer til at farve vores avis, men vi kommer ikke til at skrive "massakre på den offentlige sektor
80 vel". Vi kommer til at skrive "der skal spares i den offentlige sektor, siger nogen". Så vi er meget
81 optagede af at være rene - uafhængige i enhver forstand. Det er vi også som organisation. Det er
82 Politiken og Ekstra Bladet også, skal jeg skynde mig at sige. Vi har så få statsmidler i os som
83 muligt. Og der er et stykke dobbeltmoral i det, når jeg siger "som muligt", for vi får statsstøtte alle
84 sammen, og hvis ikke vi gjorde det, så ville vi svække os selv ift. konkurrenterne, men i princippet
85 er vi modstandere af det. Vi vil gerne se os selv, som et helt uafhængigt værktøj, der undersøger den
86 stat, som der så samtidig skal fodre os med den anden hånd. Det er vi jo ikke ret vilde med i
87 virkeligheden. Så det uafhængige billede af os er vigtigt, i særlig grad når det handler om at være
88 vogter af demokratiet og den fjerde statsmagt. Hvis man er den fjerde statsmagt, og man som Den
89 Korte Avis, som I sikkert kender, hvor alting ses i et kikkert-*scope*, som er så farvet - så er man ikke
90 den fjerde statsmagt, men en spiller. Så er man selv en politisk spiller, for så ser man ikke det
91 udenfor kikkerten. Altså det der kunne tale den anden vej. Jeg ved ikke om det giver mening?

92 #00:11:36-7# JØ: Jo, det gør det i høj grad. Vile du sige at alle medier har det her som deres
93 lysende stjerne? (red.: ledestjerne)

94 #00:11:43-2# JN: Nej, det vil jeg sige at de ikke har. Det vil jeg sige at alle de store seriøse medier,
95 *more or less*, har som ledestjerne. Men Berlingske Tidende bekender sig jo til at være det, som de
96 kalder en borgerlig hovedstadsavis. Så de har ligesom sagt at de er noget for hovedstaden. De er så
97 ikke noget for dem udenfor. De siger også de er en borgerlig avis. Det vil sige, at de ville være
98 optagede af, også i deres journalistik - og det er ikke mine ord, men Tom Jensens ord - at bedrive
99 journalistik, som driver Danmark et borgerligt sted hen. Jeg tror, jeg ved nemlig ikke rigtig om
100 Christian, altså fra Politiken, siger sådan, men hvis I spørger mig, så synes jeg, at hans avis forsøger
101 at drive Danmark i den anden retning, altså over i det centrum-venstre hjørne. Og hvis jeg skal være
102 ubeskeden, så vil jeg sige, at jeg har uafhængigheden alene blandt de tre store morgenaviser. Den er
103 jeg alene om, altså den der politiske uafhængighed. Og så har jeg Danmark alene, altså vi dækker
104 hele Danmark. De dækker hovedstaden og har interesse for resten af landet. Vi kommer fra resten
105 af landet og har interesse for hovedstaden. Det er en markant forskellighed, som man ser i vores
106 medier?

107 #00:13:06-8# JØ: Og hvad giver den forskellighed og ”anderledeshed” jer? Altså at I kommer med
108 et væsentligt andet perspektiv på formidling, som I bringer.

109 #00:13:15-9# JN: Ja, det synes jeg vi gør. Det giver noget helt konkret, som er vi nok er mere
110 optaget af, om motorvejen på Vestfyn skal udbygges, end om O4 skal udbygges. Vi er nok mere
111 optagede af hvad der sker udenfor København, end de er. Vi har interesse for København, og når
112 Raket Madsen laver sine uhyrligheder, så er der også en historie i Jyllands-Posten, men vi er ikke
113 optagede af byudviklingen på Østerbro. Der er vi mere optagede af i landsudviklingen eller
114 trafikstrukturer, eller hvad det kunne være, imellem landsdele, det som skal gøre virksomhederne i
115 Jylland attraktive for et hovedstadsområde, eller hvad det nu kan være. Så vi betragter os i høj grad,
116 som den i virkeligheden eneste landsdækkende avis. Vores perspektiv er jysk - hvad betyder det så?
117 Det betyder ikke at vi ikke skriver om Raket Madsen, vi har jo folk siddende i det her hus til at
118 dække ting, som sker i København. Men det betyder også, og jeg ved godt, at hvis man er
119 københavner, så synes man også det her, at vi forsøger at tage patent på det, som vi tror på findes,
120 der hedder jyske dyder, som ligger meget godt op ad vores værdigrundlag; som handler om det
121 personlige ansvar, som handler om, at hver enkelt skal gøre hvad man kan, man skal gøre sig umage
122 for at præge sin egen lykke, fremdrift og udvikling. Er det så en politisk betragtning? Det ved jeg
123 sgu ikke, altså Socialdemokratiet siger det også, så det er i hvert fald ikke et venstre/højre-
124 spørgsmål? Socialdemokratiet taler om ret og pligt, og der synes vi så at pligten skal spille en rolle,
125 som er lidt større i Jylland, end den er i København. Siger vi. Det er vores position. Men det er
126 mennesker, der tænker sådan at pligt fylder mere end ret. Og hvad betyder det så for journalistik?
127 Jamen det betyder så, hvis jeg igen må bruge Politiken som et *benchmark*, at Politiken har en rigtig
128 dårlig dag, hvis ikke de har et offer i avisen. Jeg har en rigtig dårlig dag, og dem har jeg en del af,
129 hvis ikke vi har en eller anden, der har overvundet noget i avisen. Jeg vil hellere vise veje eller
130 inspirere folk til at håndtere deres liv, end jeg vil udbygge den offentlige sektor. Der synes jeg, der
131 er en markant forskel på os som aviser. De to og mig - eller os. Både Berlingske og Politiken og os i
132 den anden ende.

133 #00:16:08-9# JØ: Ift. samfundet og denne demokratiske pligt I har i form af at være den fjerde
134 statsmagt, ser du det så som obstruerende på én eller anden måde, at der andre medier prøver at lede
135 samfundet i en eller anden retning hvor I prøver at være...

136 #00:16:26-8# JN: Nej, det gør jeg ikke. De her medier, som vi nu sammenligner os med, er jo ikke
137 løgnagtige medier. Det er det ikke. De informationer som er i de medier, synes jeg nogle gange
138 bliver kantet ind, så man kun kan mene én ting, når man er færdig. Men nej, jeg har dyb respekt for
139 det arbejde, der laves både på Berlingske Tidende og Politiken, og TV 2 og Danmarks Radio, og
140 alle andre seriøse nyhedsmedier. Men jeg synes det er problematisk dér, hvor fakta begynder at
141 flimre. Det er der er problematisk for mig, og det er derfor sociale medier bliver problematisk for
142 mig. Det er derfor Breitbart i USA eller Den Korte Avis i Danmark, eller hvad der nu findes af
143 panderter på den ene eller anden fløj, er problematiske. For det kan godt være, at de skriver, at der
144 bor 5,61 millioner i Danmark, og det er rigtigt nok, men måden hvorpå de anvender deres tal er ikke

- 145 rigtig nok. Det er det, der bliver problematisk. Det er måden, man bruger fakta på. Det er der ikke
146 nogen af de store medier i Danmark, der er skyldige i. Det er der ikke. Vi taler om nuancer her, ift.
147 mange andre lande, hvor det er helt derude i hver sin ende, de er, hvor vi er altså er helt herinde vi
148 tre store.
- 149 #00:17:58-7# JØ: Stadig inden for banens streger?
- 150 #00:18:01-3# JN: Jaja, fuldstændigt. Og så er der det tabloide segment, som har det samme. Det er
151 jo også rigtigt det Ekstra Bladet skriver, det er så bare ikke lige en avis for mig. I de konkrete, lidt
152 hårdhændede artikler, der er de fuldt på højde med os andre, og så har de bare en helvedes masse
153 nøgne damer og alt muligt andet ved siden af, som bare ikke er os. Det er bare noget andet - de
154 tilgodeser noget andet. Det der underholdning, det der water cooler. Dét er i høj grad Ekstra Bladets
155 mission, og så ville de sige at de har væsentlighed ved siden af. Jeg siger så, at de har væsentlighed
156 lidt længere nede. Vi har væsentlighed øverst, relevans lige efter væsentlighed og det sidste
157 kriterium, man bruger, når man *mixer* et medie. Der er tre kriterier - det er ikke aktualitet og alle
158 dem der I har lært fra skolen, men det er væsentlighed, relevans og fascination. Og det er
159 fordelingen af dem, der gør smagen af et medie. Og hvis jeg nu siger det på den måde at BT er tæt
160 på 100 % fascination, noget relevans har de også, de har meget lidt væsentlighed. Jyllands-Posten er
161 næsten omvendt, vi har meget, meget, meget, meget væsentlighed, vi har noget relevans, og så har
162 vi meget lidt fascination. Altså kendte, kongelig og kæledyr har vi meget lidt af. Så har man en
163 fornemmelse af hvad jeg mener. Det er den cocktail man shaker, der udgør hvilket medie man
164 smagsmæssigt er.
- 165 #00:19:38-9# JØ: Altså profilen.
- 166 #00:19:40-4# JN: Ja!
- 167 #00:19:44-7# JØ: Den havde vi ikke havde før, med de tre.
- 168 #00:19:46-9# JN: Altså der er jo også kritisk og aktuel, og identifikation, som så er relevans, det er
169 det samme. Så den må du gerne skifte ud, men ift. de to ting dér, så er man jo ligesom aktuel, når
170 man er et dagsaktuelt medie. Det er ikke en skiller. Og kritisk. Det er der fandenme ingen medier,
171 der ville sige de ikke er. Det er ikke en skiller. Så når vi snakker om dagsaktuelle medier; aviser,
172 TV2 og Danmark Radio, så er det mixet mellem de tre tilbageværende medier; væsentlig, relevans
173 og fascination, der afgør om man er seriøs morgenavis eller poppet tabloidblad. Altså en seriøs eller
174 røvkedelig morgenavis eller et superunderholdende poppet tabloidblad. Vi gør alle sammen lidt af
175 dele hele, men det er forholdet mellem dem, der er afgørende.
- 176 #00:20:55-9# JØ: Og lige præcis i dag med den digitale udvikling man står overfor, er der da en
177 ændring i den her måde, medier skal se sig selv på ift. for 20-30 år siden.

178 #00:21:07-2# JN: Altså det er der jo markant i kundegruppen, som jo er jer. I er jo vores
179 forbandelse, for at sige det som det er. I hvert fald en seriøs morgenavis' forbandelse, fordi at
180 lethed i at sluge den fascinerende del af nyhederne er en trussel mod den tid, man har tilbage til
181 væsentligheden. Så vi skal finde måder at fortælle vores væsentlige historier på, som er
182 fascinerende eller let annammelig. Personligt er det en udvikling jeg hilser dybt velkommen. Jeg
183 har været i tyve år på TV 2, og der laver man faktisk lige præcis det, at gøre det svære forståeligt.
184 Og der synes jeg faktisk godt, at vi gamle morgenaviser kunne have taget noget lidt tidligere og
185 gjort stoffet mere tilgængeligt. Det er en kæmpe udfordring nu, og det skal gå hurtigt, for nu skal vi
186 have jer med på vognen, vi skal være attraktive for et publikum, som - og I må ikke betragte det
187 som nedladende, jeg ved I er skide kloge - har haft enorm nem adgang til underholdning af al slags,
188 så I er simpelthen vant til at få mellem menneskelige relationer ind med Paradise og alt muligt andet
189 ind med ske. Og knapt så mange tykke grå sider i en morgenavis, som var det udbud, der var, da jeg
190 var dreng. Jeg gider ikke lyde sådan, men I er simpelthen bare en sværere kundekreds for os at
191 fange ind på den traditionelle fortælle måde. Så vi er alle sammen i et kæmpe skred i formidlingen
192 over imod, i virkeligheden, tabloide værktøjer. Billeder spiller en større rolle, en let aflæselig grafik
193 spiller en større rolle, video spiller en større rolle, kortere tekster, der indrammer historierne, spiller
194 en større rolle. Alle de her ting er jo stjålet fra det tabloide format. Men vi skal bare bruge dem til
195 væsentlighed og relevans og ikke til fascination, og det er vores store udviklingsæt lige nu.

196 #00:23:41-3# JØ: Så det er det, jeg nu kalder indpakning, i mangel på bedre.

197 #00:23:46-0# JN: Det er en iscenesættelse af indhold. Du må gerne kalde det indpakning, jeg vil
198 kalde det en iscenesættelse, der på mange måder også styrker indholdet. Jeg hører også til dem, der
199 synes et billede kan være fantastisk godt, og hvis det er rigtig godt, er det også ligeså godt, som de
200 200 ord, vi eller ville have brugt til at beskrive det med. Jeg hører også til dem, der synes at en
201 videostump af Lars Løkke, der ikke kan svare på et spørgsmål, hvor man kan se at han står og tøver
202 og faktisk leder lidt efter ordene, faktisk er sværere at videregive på skrift og er en væsentlig
203 information til forståelsen af, at det her så ikke var nemt for ham at svare på. Så jeg er ikke så bange
204 for de instrumenter der, men vi er på aviserne bagud på dem. Og det der er vores store svøbe er, at
205 vi tjener alle vores penge på print, så der er ingen penge i det digitale. Der er næsten ingen af os, der
206 tjener - nogen af os gør, men det er ikke nok til at brødføde alle JP's medarbejdere eller sådan
207 noget. Økonomien hos os er sådan at vi tjener nok 20-25 % på vores digitale medier og 75 % på
208 print. Og dem der læser print, de dør en dag. Det gør vi alle sammen, men de dør før dem der læser
209 digitalt. Og de kommer ikke til at købe en avis. Jeg tror ikke på det. Jeg ved ikke, gør I?

210 #00:25:25-1# JØ og MA: Nej...

211 #00:25:28-7# I kommer forhåbentligt til at købe et digitalt medie, som I vil orientere jeg i på
212 digitale vilkår. Og det, der er svært, er at skabe den økonomi, som udvikler de digitale medier
213 tilstrækkeligt. For digitale medier i sig selv, kan ikke gøre det, og avisen er det eneste vi tjener
214 penge på. Men det går nedad. Så derfor har vi travlt, inden vi tjener så lidt på avisen, så der ikke er
215 til at lave det vi skal bruge digitalt. Det er ikke kun JP, der er os alle sammen. Altså de tre aviser I

216 har besøgt, er nogen af de sundeste i Danmark. Vi er nogen af de eneste overhovedet, der giver
217 overskud. Jeg tror faktisk nærmest, vi er de eneste, der giver overskud, hvis man trække
218 mediestøtten væk fra os. Så det her er ikke piv, vi er en meget stærk organisation og også landets
219 største privatejede mediehus, men det er alvor. Det er fandenme alvor, hvordan jeres medievaner
220 bliver, og hvordan vi får jer til at forstå, at det der er forskellen på at købe digitalt indhold og
221 printindhold, det er avisbuddet og trykpressen og papiret. Det kost det samme at lave indholdet.
222 Også har vi jo selv gjort det - og JP: topskyldige - i næsten to årtier nu, at vi har foræret det væk.
223 Nogen gange har vi fandenme ovenikøbet givet folk gaver for at lave digitale abonnemeter. Jeg
224 plejer at sige at man har fået en brødrister og tre dage i Harzen for at abonnere på et digitalt
225 produkt. Og det er selvfølgelig ikke helt rigtigt, men det er faktisk rigtigt at man på et tidspunkt
226 sendte iPads ud til kommende digitale abonnenter. Og det gjorde man dengang, fordi
227 annoncepengene så ud til at bare ville "WOW mand!" Så kunne det give mening, men det betød
228 bare, at vi vænnede aldrig forbrugeren til, at man skal blive ved med at betale for indhold, hvis man
229 vil have indhold. Og derfor har vi så i branchen nu en diskussion af, at der er nogen der går den ene
230 vej; BT har lige gjort sig helt gratis, og Berlingske har sat deres pris ned til 100 kr, mens Politiken
231 er gået den anden vej og har sagt "nej, fandenme nej, I skal koste det samme. Det koster det samme
232 at købe vores indhold minus tryk minus avisbud minus papir." Og det har vi også gjort nu, altså
233 fulgt Politikens vej. Det er en hård øvelse, men hvis jeg skal være helt ærlig, så tror jeg, at vi står
234 super godt, fordi vi har Jylland alene. Altså det er vores unikke position, som man kan ikke erstatte
235 det med Berlingske Tidende for 200 kr. Det kan man ikke, men derfor er det alvor alligevel. Men
236 altså, de vælter jo ikke ind. Der sådan en trappe ned på print, som hvis man lægger en lineal op kan
237 man bare se at den daler ligeså stille. Og Jyllands-Posten er sammen med Kristeligt Dagblad,
238 faktisk det eneste blad, der ikke taber læsertal. Vi er næststørst, Politiken er størst og taber en lille
239 smule, vi taber ingenting, så kommer Berlingske Tidende, som taber lidt mere end Politiken og så
240 kommer alle dernedad. Og alle taber på print. Så vi skal have det her til at gå den anden vej. Det er
241 vores kæmpestore udfordring på alle hylder. Det er selvfølgelig en økonomisk udfordring, det er
242 klart, men det er fandenme også en udfordring, hvis ikke vi medier er her. Vi ser jo virkelig noget
243 faretruende hvis ikke vi er her. Det tror jeg så vi er, for jeg tror faktisk, at vi har nok fået hjælp fra
244 verdens mægtigste mand. For da Trump stod og talte på den plæne ved sin indsættelse og
245 efterfølgende sagde, at der havde været ligeså mange, eller langt flere tror jeg han sagde, på hans
246 plæne, end der var til Obamas. Og alle kunne se, at det var løgn. Så fik man ligesom øjnene op, og
247 der har jo været mange andre eksempler - også andre end Trump. Men der fik man øjnene op for,
248 "at hvis verdens mægtigste mand tillader sig at lyve for hele verden så åbenlyst, så er der fandenme
249 nok brug for nogen, der siger "det her er rigtigt, det her er forkert". Der er nok brug for en eller
250 anden for kontrollant." I ved det formentlig, men amerikanske aviser gik jo op efter det her. Det er
251 helt historisk. For første gang så har de vækstet både på print og *sky high* på digitalt: New York
252 Times, Washington Post, LA Times tror jeg faktisk også og Wall Street Journal. Allesammen gik de
253 frem på det sandhedssøgende. Og det er jo for os, der er i den her branche, så lykkeligt, som det
254 kunne blive, at få det der forærende. Har vi det så også sådan her i Danmark? Ja det har vi faktisk.
255 Der er faktisk politikere, som, hvis de ikke bryder sig om hvad, det er de læser - vi har haft sådan en
256 sag - så siger de, at det er fake news. Der siger vi "Undskyld? Fake news er jo, hvis du, med vilje,
257 siger noget, der er løgn, for at præge verden et bestemt sted hen. Kan du ikke sige, hvad det er, vi

258 har sagt, som er løgn?” Nej, det kunne han ikke, men det var bare fake news. Jeg ved ikke om I har
259 fulgt det, men det handlede om politiskolen i Herning, som der var noget grums med hvor skulle
260 placeres, som så ikke er Herning længere. Og Hernings borgermester var rigtig vred på os, og det
261 var ham, der kaldte os fake news. Søren Pind, som var, og er, minister, sprang med i koret. Og det
262 er jo virkelig problematisk, hvis også de øverste myndighedspersoner i det her land betjener sig af
263 Trump-redskabet fake news: “If you don’t like, call it a fake”. Det er for os en understregning af,
264 hvor vigtigt det er, at der faktisk er nogen der siger “det er rigtigt nok det, som vi har skrevet i vores
265 bevis. Og vi kan faktisk også bevise det. Og så er det en understregning af, hvor vigtigt det er, at
266 man er på begge sider af stregen. Altså det uafhængige perspektiv.

267 #00:32:36-0# JØ: Hvad er det vigtigste, når man bevæger sig fremad med et stadigvæk dalende
268 antal fysiske læsere og flere, som os, der skal over på de digitale abonnemeter, forhåbentligt, ift.
269 de journalistiske greb når I også skal have en nuanceret sundt medieudbud. Hvordan håndterer man
270 det journalistisk? Hvad gør I journalistisk for ikke at køre for meget på kæphesten, som er mere
271 print.

272 #00:33:18-1# JN: Det gør vi ikke. Det tror jeg ingen af os gør - kører mere print. Der er ikke mere
273 print at gå efter, det er et dalende marked. Det er *race* det her. Hvis jeg skal illustrere det [JN går til
274 tavlen, og begynder at tegne]. Det nytter ikke noget ikke noget at købe mere print, det øger bare
275 omkostningerne. Print går sådan her [JN tegner en nedadgående linje]. Det, der er problemet, er, at
276 det digitale marked stiger ganske vist, men det stiger sådan her [JN tegner en svagt stigende linje].
277 Altså det her falder mere end det her stiger [red. hhv. print og digitalt], så der gå enormt lang tid, før
278 vi er herude, hvor det ender. Nej, vi er heroppe, fordi det er vores omsætning [JN udpeger
279 nuværende situation]. Det er det vi lønner folk på. Vi har 400 ansatte i JP-gruppen. Vi er tre medier,
280 Finans, Watch og Jyllands-Posten. Men det her [red. print], det er den omsætning, der skal betale
281 alle dem, vi har. Og med den hastighed, kommer den her [red. digital] nok deropad, det tror jeg nok
282 den skal på et eller andet tidspunkt, men i mellem tiden har den her [red. print] altså passeret den.
283 Og i det mellemliggende stykke tid, det bliver den hårde del. Der har vi ikke pengene fra print, og
284 vi har stadigvæk ikke fået dem i tilstrækkelig grad digitalt. Og pengene er jo to ting: Man kan betale
285 med sin pung og sine øjne, som bruger af medier. Pung er abonnement og øjne er annonce. Og det
286 er jo ikke fremmed at annonce i den grad har flyttet sig mod Google og Facebook, så er det klart, at
287 de gode ler, og de onde græder i de her dage, hvor Zuckerberg sidder i kongressen og skal forklare
288 sig ikke. Det kan godt være, og jeg tror faktisk, at vi ser de første tegn på det, at folk ikke så gerne
289 vil hænge ud på YouTube med en annonce ved siden af en halshugningsvideo fra IS. Det kan godt
290 være, at de hellere ville være inde i Jyllands-Postens univers, hvor der er sådan nogen lunde styr på
291 det. Og brugermæssigt, jeg ved ikke hvordan I har det med det, men jeg bliver sgu lidt anfægtet af
292 den der handel med mini data - jeg har ikke fået en personlig mail, men det gør jeg sgu. Jeg er
293 stadig på, og jeg er også stadigvæk alt for meget på, men jeg går da sådan og tænker “hmm. Kunne
294 jeg ikke godt leve uden?” For hvis jeg kunne, så gjorde jeg. For jeg synes det er noget svineri, der er
295 foregået. Og så kan det jo godt være - jeg tror ikke på noget analogt, vi bliver nok ikke alle sammen
296 amish - men jeg tror godt at kritiske forbrugere kunne finde på at reagere og sige “ej, nu må jeg lige
297 bede om min himmelblå, det der er over min kant” og forlade Google og Facebook. Inklusive

298 annoncører, og komme *tilbage* igen. Vi kan godt se små tegn på det. Vi har annoncører, der siger
299 “vi vil gerne forbindes med noget, der er troværdigt.” Typisk sådan nogle produkter, der går lidt på
300 tværs, altså ikke en specifik palleløfter, der skal sælges, hvor det bare handler om at ramme dem,
301 der køber palleløftere, men de mere budskabsprægede produkter såsom “dansk mælk og smør”, som
302 rammer alle. Så kan det godt være man hellere vil tilbage til os, den almindelige
303 perceptionsdannelse.

304 #00:37:24-6# JØ: Kan I gøre noget aktivt? Altså andet end at Facebook og Google sidder i ilden, og
305 forbrugerne bliver trætte af dem og rykker over til jer.

306 #00:37:32-8# JN: Nej, men vi kan betone forskellen på os og dem. Det er det eneste vi kan gøre. Vi
307 kører med sådan et *brand safe environment*-budskab til vores annoncører, hvor vi fortæller hvorfor
308 og hvad betyder dét at lave troværdig journalistik: at hører forskellige parter, at de fakta man
309 kommer med er korrekt, og hvis ikke de er, så er vi tilmeldt pressenævnet - det er Facebook ikke, de
310 betragter sig ikke som et medie - altså kan man komme efter os, osv. Altså alle de ting, som gælder
311 for redelig journalistik. De gælder for os, og de gælder ikke for Facebook og Google og Instagram.
312 Der er ikke skyggen af det. Jo! Hvis der er skyggen af et damebryst fra 1972, så ved vi at det bliver
313 lukket. Eller et nøgent barn, der løber med napalm, så bliver det lukket. Det er det helt forkerte, der
314 bliver lukket og det er det forkerte, der får lov at blive, på en eller anden måde. Og sådan vil det jo
315 ikke være i et medie, fordi der har været hænder inden over. Det er én ting vi kan gøre, og så kan vi
316 forretningsmæssigt gøre alt hvad vi kan for at flytte vores økonomi væk fra annoncering over til
317 personlig relation, nemlig et abonnement. Det er det hele vores øvelse går på. Engang var det sådan
318 at JP's økonomi var 30 % abonnement og 70 % annoncer. Nu er det omvendt. Så der er en kæmpe
319 bevægelse i gang dér, og det skal vi så bare gøre os fortjent til, altså at have abonnenter. Vi skal
320 være relevante på alle måder for vores abonnenter - altså relevans er bare kongeordnet overalt. Og
321 det er klart, så de ting vi i øvrigt har på hylden, i særligt grad dét der hedder Watch-mediernes, det er
322 så til gengæld konge-relevant for det, det beskæftiger sig med; altså MedWatch skriver til
323 medicinalindustrien, og hvis medicinalindustrien vil følge med i sig selv, så er de nødt til at være
324 der. I vores branche hedder det MediaWatch, jeg er på fire-fem gange hver dag, helt dernede hvor
325 jeg hører hvem der skifter job og whatever. Det er dyb, dyb, dyb relevans. Og det der medie, det er
326 bare på vej den der vej [JN peger opad]. Det er noget af det, der kommer til at finansiere det gamle
327 medie, JP. Finans har tilsvarende lidt bredere relevans, fordi den beskæftiger sig med flere genrer.
328 Men det har vi så levet som et medie, hvor du kan gå ind og sige “men jeg er specifikt interesseret i
329 dét og dét og dét og dét”, og så sorterer maskinen for dig, og så kan du vælge det først og resten, når
330 det passer dig. Så vi er alle sammen ved at opfinde - jeg vil ikke sige støtteben - nye journalistisk
331 produkter, som bliver støtteben for det oprindelige hovedprodukt. JP er det langt største nu, men om
332 to-tre år, regner vi med at det er et lige billede, dels fordi JP falder lidt, men mest fordi de andre
333 vokser meget. Politiken er også på vej den vej med Skoleliv. Berlinske har lige lukket deres
334 børneavis Kids' News, den åbner vi [red. JP/Politikens Hus] så nok. Så på den måde forsøger vi at
335 lave nye ben, som allesammen har udgangspunkt i vores publicisme. Undervejs har vi lavet masser
336 af andre nye ben, som ikke har udgangspunkt i vores publicisme. Vi har fx i JP/Politikens Hus det,
337 der hedder SPOTdeal, hvor man kan få et kroophold i 16-18 dage for 278 kr. inkl. rejecocktail alle

- 338 dage, eller et eller andet. Det er sådan nogle tilbud, I kan se i aviserne - det firma ejer vi, men det
339 har ikke en skid med vores publicistiske kerne at gøre. Og vi er meget optagede af at vokse fra den
340 publicistiske kerne; "findes der andre måder at bruge vores kompetencer og stof på?" - der er
341 WatchMedier et fantastisk godt eksempel.
- 342 #00:42:15-2# JØ: Og det leder egentlig meget godt op til mit næste spørgsmål; Hvilke styrker
343 betyder det i den her medieudvikling, at I lige præcis kommer derfra? Altså, I er ikke opstået i den
344 digitale tidsalder. I er ikke et fem år gammelt medie - I er et +100 år gammelt medie.
- 345 #00:42:28-7# JN: Vi er 147 år. Jeg skal næsten hellere spørge jer! Styrken er med mine øjne helt
346 entydigt vores medfølgende troværdighed, som jeg tror kommer til at fylde mere og mere. Det, tror
347 jeg udenfor ethvert parameter, er den største ting, som det ville være svært for andre bare lige at
348 sige "snip snap snude! Nu har vi også 3 mia. kr. og starter et digitalt Jyllands-Posten" ved siden af
349 vores. Ja! Det gør I sikkert, men der er vi født med et eller andet, som ville være enormt svært
350 kopiere. Jeg skal selvfølgelig også sige at vi har en enormt stor dygtighed og alt muligt andet, men
351 det, tror jeg faktisk, er nemmere - der kan man bare købe dygtige folk. Men det, der er svært at
352 *tappe* ind i, er vores troværdighed. Det er sådan noget mediefolk altid siger til "hvad er det I har på
353 hylderne?", "det eneste vi har på hylderne, er vores troværdighed". Men på det spørgsmål dér, der
354 er det rigtig gældende. Nye medier har svært ved at komme ind, præcis fordi at vi er født med den
355 der troværdighed. Det gælder så ikke nødvendigvis for relevansmedier, altså -Watch kunne godt
356 være lavet af nogle andre end os. Det kunne det godt. Der er også andre. Altinget er et relativt
357 nyopstået medier, 10 år jeg tror de er. FDM, Motorbladet, eller hvad fanden ved jeg. Altså dér har
358 vi bare været dygtige og har også været lidt heldige med en rigtig god *go-to-market*-strategi. Vi er
359 oppe på ti medier nu, og vi har en enormt effektiv måde at rulle dem ud på, sådan "bum!". Det
360 seneste vi lige har tilføjet, det er AdvokatWatch, og der kommer et igen lige her efter sommerferien,
361 sådan "bum!". Og vi gør det på samme måde hver gang, og det virker hver gang; "bum! Bum!" Der
362 har vi bare været dygtige, men det kunne andre også have gjort. Faktisk ligger det som en startup-
363 virksomhed et helt andet sted, de ligger henne i Store Regnegade, for at holde dem væk fra os og
364 væk fra traditionerne og alt muligt andet. Men de fødes en lille smule ud af JP/Politikens Hus'
365 massefylde i markedet og troværdighed i markedet. Så hvis du spørger ind til dét, så tror jeg at det
366 tager tid at opbygge sin troværdighed og det tager kortere tid at rive den ned, men det tager også tid.
367 I hvert fald hvis du er gammel, hvis du er ung, tager det ikke ret lang tid at rive det ned. Så det tror
368 jeg dét, der er svaret på dét.
- 369 #00:45:34-8# JØ: Her afslutningsvist vil jeg gerne høre dig om det nyhedsbillede Jyllands-Posten er
370 en del af. Hvordan ser du det billede totalt?
- 371 #00:45:42-7# JN: Altså hvem der er tilbage? Hvem lever og hvem dør? Er det dét du tænker på?
- 372 #00:45:46-4# JØ: Nej ikke så meget aktørmæssigt, mere hvad der beskriver medierne i dag. De
373 medier som forbrugeren møder. Uden at lægge for mange ord i munden på dig, er det (red.
374 nyhedsbilledet) ensidigt/alsidigt? Er det negativt/positivt?

375 #00:46:12-5# JN: Hvis jeg starter med de etablerede medier, så ift. den negative/positive linje, så er
376 der helt klart en bevægelse mod mere af det, som folk kalder *constructive news*, altså inspirerende
377 nyheder. Det er der helt klart en kollektiv bevægelse hen imod. Ikke væk fra kritisk, men
378 supplement. Vi kommer i højere grad til at beskæftige os med, hvad det ville være en god idé at
379 gøre, fordi det har virket for andre. Altså inspirerende nyheder. Kender i det når i ser 19-
380 udsendelsen på TV 2, 19 Inspiration, den indførte vi - faktisk ikke fordi vi ikke havde haft den, vi
381 har altid haft det sådan på TV 2, at vi sluttede alle redaktionsmøder med at spørge "hvad så? Er der
382 grund til at stå op i morgen?". Det var sådan en fast vending vi havde og så kom en inspirerende
383 historie frem af en eller anden slags, og så lavede vi den. Og nu er det jo faktisk et institut, der laver
384 den slags der. Det var Danmarks Radios direktør, der startede det institut, der hedder Constructive
385 News, som vi så skulle have et modtræk til, når han gik i offensiven på alt det der halløj. Så
386 *labellede* vi og sagde "det her hedder så 19 Inspiration". Og så væltede det ind med henvendelser
387 fra seere, som sagde "hvor er det skønt! Endelig et medie, der tør fortælle en positiv historie!" Det
388 havde vi så gjort i 25 år, men nu sagde vi det. *Perception is king*, ikke? For folk som er på vej ud i
389 reklamebranchen, eller hvor I nu er på vej hen. Der er det jo fuldt tilfredsstillende at få at vide, at
390 den lille label gjorde perceptionsforskellen for TV Nyhederne. Og det gjorde det. Punktum. Den vej
391 går vil alle. Det kommer ikke til at koste på den kritiske journalistik, det tror jeg simpelthen ikke.
392 Altså den rigtig kritisk journalistik; den der handler om at regne Lars Løkke igennem, den der
393 handler om, eller hvad fanden det nu kan være. Den dag vi ikke har det mere, så er vi væk. Helt
394 væk. Så jeg tror at det man kommer til at save ud, det er det, som vi kalder mellemhistorier eller
395 mellemregninger; "ny rapport fra kartoffelinstituttet viser, at der er en tendens til, at flere og flere
396 mænd spiser kartofler i mellemstørrelse". I kender godt de der "flere-og-flere danskere"-
397 undersøgelser, og dem kommer vi til at luge ud i. Det tror jeg vi kommer til alle sammen, det er
398 branchetvunget.

399 #00:49:04-2# JØ: Fordi den slags historier er for...

400 #00:49:06-8# JN: De rager ingen! Og det synes jeg bare. Jeg synes de er røvsyge. Jeg synes det er
401 en enormt velkommen forandring, at vi er enten meget, meget tætte på folk, eller også er vi i den
402 anden ende. Og alt det der inde i midten - hvor én styrelse snakker med en anden styrelse, om at et
403 ville være bedre, hvis vi fik den tredje styrelse til at producere nogle nye fødevarer, så vi alle
404 sammen kan blive 100 år - det er lidt sådan noget frygt-journalistisk; "hvis ikke I gør X, så dør I!",
405 det tror jeg man bliver træt bliver træt af. Og så er det mellemregning på mellemregning på
406 mellemregning. Det tror jeg ikke på. Jeg tror man skal et andet sted hen. Jeg tror journalistik er
407 konkret - det skal være sket i et langt stykke af vejen. Og *that said*, så er det selvfølgelig stadig
408 interessant at høre hvad folk tænker om fremtiden og sådan noget, men det skal bare være virkelig
409 godt funderet og ikke sådan noget *hørensagen*, som jeg synes, der har været lidt af.

410 #00:50:15-5# JØ: Her som det allersidste tror jeg, at sådan *forward-thinking*, hvad er mediernes
411 rolle så herfra? Ift. en Trump, som bruger fakta som han vil, er I mere den fjerde statsmagt end
412 nogen sinde før?

413 #00:50:38-9# JN: Ja. Jeg tror ikke der foregår mere vrøvl eller svindel og humbug nu, end der altid
414 har gjort - det tror jeg sådan set ikke. Men jeg tror - og håber selvfølgelig også - at der er stigende
415 behov for at være en statsmagt, som man kan regne med. Altså som er til at stole på, er fuldstændig
416 *key word*. Og det behov kommer til at stige. Det er jo fantastisk at vi har Cambridge Analytica at
417 sidde og snakke om, fordi dét er et af de største helt konkrete eksempler på, hvad der kan ske, hvis
418 man baserer sit samfund på sociale medier. Det er jeg fandenme ærgret over. Det er ikke et alvor,
419 jeg havde set for et år siden. At det er så voldsomt, det havde jeg simpelthen ikke fantasi til at
420 forestille mig. At der ville foregå så massiv en personlig politisk påvirkning af den enkelte på
421 baggrund af en algoritme. Det havde jeg simpelthen ikke. Men jeg synes, ligesom jeg synes når
422 Trump siger "der var flere til min fest end til hans" og det er løgn, at når giganterne i den grad
423 demonstrerer en uansvarlighed, som Facebook jo har gjort i den her sammenhæng - og Cambridge
424 Analytica har udnyttet i den her sammenhæng - og når russerne hacker, og alt muligt andet, så er
425 det vores rolle som fjerde statsmagt er mere vigtig end nogen sinde. Jeg tror ikke vi bliver det mere,
426 det bliver ikke flere sider, sagerne bliver ikke værre eller bedre. Jeg tror bare det bliver mere og
427 mere vigtigt at man har et sted at gå hen og orientere sig. Så på den måde er jeg meget
428 fortrøstningsfuld for branchen, som, efter alt hvad man kan læse i tallene, er en
429 solnedgangsbranche. Men så må jeg bare sige at den anden side af det er, at aldrig nogen sinde har
430 så mange mennesker orienteret sig om, hvad der foregår i verden. Og selvom mine unger er ligesom
431 jer - de er jævnaldrene med jer, og de ikke betaler en skid for noget som helst. Det er jeg ved at
432 blive sindssyg af. Undtagen det der kommer fra mig på MobilePay - så er de ekstremt
433 velorienterede. De og I shopper bare rundt, indtil I ved noget. Det ved I også. I har været hos
434 Danmarks Radio og TV 2, gratis medier begge to, lidt hos os, lidt hos Politiken, og læst jer til det I
435 kunne. Og det som vi har lagt bag lås og slå, fordi vi har brugt mange penge på at lave det, det
436 citerer Danmarks Radio bare, så har I også adgang til det. I er enormt videbegærlige og dygtige og
437 kloge, så jeg er ikke i demokratisk alarmberedskab - det er jeg, hvis medierne ender med ikke at
438 producere så meget indhold, så der ikke er særligt meget for jer. Så er jeg fandenme i
439 alarmberedskab, men jeg tilhører ikke dem der synes I er "lost generation mand! I fatter ikke en
440 bjælde af noget som helst!" Der er jeg slet ikke. Jeg tror helt de modsatte. Jeg tror I er betydeligt
441 dygtigere, I skal bare også have fingrene op af lommen med nogle penge i dem, eller også skal vi
442 lære at få dem. Altså det er jo en kombinationsvare. Men jeg tror at I er mindst ligeså store
443 demokrater, og mindst ligeså nysgerrige og sandhedssøgende, som generationerne før er. Men det
444 er jer, slaget står om.

445 #00:54:29-9# JØ: Synes du I snakker mere om jeres ansvarlighed nu, end I har gjort? Altså
446 medierne. I kigger mere indad...

447 #00:54:33-4# JN: Ja det tror jeg vi gør. Nej, i virkeligheden kigger jeg vel ikke så meget indad, med
448 det jeg lige sagde. Jeg tror egentlig mere jeg sagde, at jeg er meget fortrøstningsfuld, jeg slår mig på
449 brystet; "der kan I selv se - vi er vigtige". Det er nok mere sådan, vi tænker. At vi er afsindigt
450 vigtige. Det er en helt anden diskussion - vores egen transparens er jo enorm. I gamle dage
451 behøvede vi sgu ikke fortælle folk hvordan en historie var blevet til eller stille op i det ene eller det

452 andet eller det tredje, Presselogen og hvad det nu kan være. Det behøvede vi ikke, der stolede man
453 bare på pressen. Det er så ét af de værktøjer, som vi bruger. [JN imiterer at han åbner brystkassen]
454 Ligesom at sige: “når han siger fake news - kig nu for fanden, det er rigtigt nok, hvad vi har skrevet,
455 hold nu op”. Det bruger vi mange flere kræfter på nu, fordi fake news er blevet et ord, fordi at man
456 er vant til at få en løgnehistorie at vide, og fordi vi kan dokumentere, at det vi fortæller er rigtigt. Så
457 det er sådan set en sund nok udvikling, at vi skal kunne blotlægge os selv helt ned i det vi siger. Jeg
458 tror, der er lavet masser af journalistisk håndværk, som har været ringe og ikke har kunnet stå for et
459 nærmere tjek, historisk set, og sikkert stadig bliver. Men transparensen er større end nogen sinde, og
460 adgangen til at kommentere på det, altså digitalt indhold, som er fejlbehæftet. Dét får altså også
461 ublid medfart i kommentarsporet og alle mulige andre steder. Det er ikke så nemt bare at sige: “det
462 kan sgu godt være Fru Jensen, jeg fik ikke lige plads til dit læserbrev. Det må du undskylde.” Der er
463 det derude med det samme, og det er jo godt. Altså det er jo forbrugermæssig *protection* på en eller
464 anden vis.

465 #00:56:34-8# JØ: Fedt. Tusind tak.

466 #00:56:35-3# JN: Jeg håber, der var et eller andet, der kan stykkes sammen til et eller andet.

467 #00:56:37-4# JØ: Det er der helt afgjort! Der er mere et eller andet. Der er rigtig meget brugbart,
468 det kan du være helt sikker på.

469 #00:56:43-0# JN: Det var godt! Jeg er ti minutter for sent til næste møde...

470 #00:56:47-1# JØ: Det beklager vi meget!

471 #00:56:49-8# JN: Det skal I ikke beklage, jeg kunne bare have fattet mig noget kortere.

472 #00:56:53-8# JØ: Jamen, det må du ikke tænke på, vi skal ikke holde dig op længere så.

8.20 Bilag 20: Samlede funktionscitater

8.20.1 Radio24syv

”Det er en meget afgørende ting for, at samfundet er sundt - nemlig at der er stærke, selvstændige og kritiske medier.” (Bilag 14, 25-26)

”Jeg opfatter ikke, at staten bestemmer, hvad det er vi, som vi skal sende. Forstået på den måde, at det skal have en bestemt politisk farve eller et værdimæssigt udtryk” (Bilag 14, 33-34)

”Nemlig kritisk, grundig, informerende og oplysning om samfundet og behandling af samfundsproblemer.” (Bilag 14, 65-66).

”kerneområder, som skal dækkes på en alsidig, mangfoldig og upartisk måde.” (Bilag 14, 70-71)

”Man skal jo huske, at fake news ikke er noget nyt fænomen. Det er jo hastigheden, hvormed det udbredes, der er ny. Der har altid været folk, som har fortalt løgnehistorier - det er punkt et. Punkt to; der er også en tendens til at rode rundt i begreberne. Fake news og different views - dét at man mener noget andet end de andre, er ikke nødvendigvis det samme, som at man er en idiot. Det er en vigtig politisk debat.” (Bilag 14, 164-168)

”Jeg synes ikke, at vi har meget fake news i Danmark. Det vil jeg sige. Her er der mere diskussion om, at der bliver trukket nogle skarpe vinkler.” (Bilag 14, 184-185)

”Der er eksempler på, at for eksempel netaviser, som Den Korte Avis og sådan noget - der har været nogle situationer, hvor enten så har de mennesker, der har siddet med de historier, været meget småtbegavet eller også har det været i ond tro.” (Bilag 14, 201-203).

”Vi har jo set masse eksempler på, at man faktisk skal meget, meget langt ned i bilagene, for at finde ud af, hvad der er lagt til grund for, at det her er sandheden. Hvis man lagde noget andet til grund, så ville det blive en anden sandhed.” (Bilag 14, 208-210)

”Vores mulighed for at holde fast i demokrati er betinget af en kulturel samhørighed af et medborgerskab, som kræver at vi kender det land vi er en del af. Så det er ikke nødvendigvis præcis de samme historier vi skal forholde os til allesammen, vi skal bare forholde os til historier, vigtige historie om det land vi er en del af.” (Bilag 14, 244-247)

”Så man skal også hele tiden huske, at et samfund er en brydning af idéer og måden at se samfundet på. Og vi ser allesammen, derfra hvor vi står. Derfor er det godt, at vi har mange medier!” (Bilag 14, 251-253)

”Det allervigtigste journalistiske princip har - og vil altid være - nysgerrighed! At man er nysgerrig. Hvis du er nysgerrig, så er du stand til at stille kritiske spørgsmål, i stand til at undre dig og stille spørgsmålet “hvorfors?”” (Bilag 14, 267-269)

”hvis vi ser på det medieudbud i Danmark, så synes jeg, at kvaliteten er høj!” (Bilag 14, 279)

”Men jeg forstår egentlig ikke, at medier ligger så lavt på troværdighedsbarometeret. Det må jeg være ærlig at sige, for jeg synes, at vi har en god presse.” (Bilag 14, 280-282)

”Du har muligheden - du kan vælge at lade være - men du har muligheden for at få en god og varieret mediekost.” (Bilag 14, 289-290)

”I gamle dage var det sværere at komme afsted med fake news, fordi der var medierne på godt og ondt en gatekeeper.” (Bilag 14, 320-321)

”en absolut kvalitet ved nyheder er, at det der står både er sandt og dækkende dvs. begge parter er involveret” (Bilag 14, 426-428)

”Det er en absolut kvalitet ved nyheder. Og ved information i det hele taget.” (Bilag 14, 430-431)

”Igen, man kan jo ikke karakterisere et medie billede samlet, fordi det er meget fragmenteret.” (Bilag 14, 435-436)

”Har sandheden flere felter? De fleste sager har flere sider. Der er noget som er absolut og matematisk korrekt. 2+2 er lig med 4. Men er Ghetto planen rigtigt eller forkert? Det kan man ikke svare på.” (Bilag 14, 440-442)

”Så må folk jo gøre op med sig selv, er det rigtigt eller forkert. [...] Altså vi prøver at lave hele billedet” (Bilag 14, 448-451).

”Medierne må prøve at afgøre, hvorvidt det, som de bringer videre, er rigtigt, afbalanceret, dækkende og kritisk komplimenterende. Hvis nogen siger, det her er det rigtige. Så er vores opgave at tjekke, om det nu også er rigtigt.” (Bilag 14, 466-468)

”Vi vil gerne lave de historier, som er væsentlige og vores egne historier. Nemlig hvor vi vælger.” (Bilag 14, 478-479)

”Der står faktisk i vores sendetilladelse, at vi skal have værter med markante holdninger og værdier. Normalt i public service så har man jo det, som jeg kalder “tennisdommerværten”.” (Bilag 14, 486-488)

”Der var jo nogle år, hvor man talte om den objektive journalistik. Og det er jo forkert. Det findes ikke. [...] det er tilstræbt objektivt. [...] Som andre måske ville formulere det: ”Det er den mindst ringe udgave af virkeligheden”.” (Bilag 14, 498-503)

”Jeg synes jo, at man er nødt til at have et ideal - også selvom man aldrig kan nå det.” (Bilag 14, 508-509)

”Man skal i hvert fald stræbe efter det på nyhedsformidling. Det synes jeg.” (Bilag 14, 517-518)

”Det der står i Berlingskes redaktørerklæring, som vel er 275-280 år gammel - det kan man sagtens oversætte til i dag med fornuft. [...] Det handler om, at give borgerne evnen til at agere som borger i et samfund. Der ligger også, at de selv tager stilling til, hvad de mener, når de skal være oplyst. Ægte oplysning.” (Bilag 14, 548-552). Det samme synes han om DR, som i hans tid der formulerede: ”Det handler om at give borgerne handleevne i et demokratisk samfund dvs. hvis man skal kunne handle i et demokratisk samfund, så skal man have adgang til information og sand information.” (Bilag 14, 553-555)

”Altså tilliden til autoriteter bredt er jo faldet. Det gælder ikke kun medier. Folk tror ikke på læger mere. De går selv på NetDoktor” (Bilag 14, 610-611)

”Der snakkes jo rigtig meget om medier. [...] En anden ting, der er interessant, er jo, at medierne i dag er langt mere kritiske over for hinanden end de var for 10-15 år siden. Der er jo langt mere intern mediekritik.” (Bilag 14, 632-635)

”Jamen vi har jo det sæt almindelige værktøjer i kassen. ”Har vi nu hørt alle i den her sag?” [...] ”Har vi styr på, at de her tal er rigtige?” [...] Altså *factcheck*. Og har vi for eksempel spurgt andre om det kan være rigtigt? Og om vi fremstiller det sobert, hvor vedkommende er kommet til orde?” (Bilag 14, 653-658)

8.20.2 Zetland

”Det mener jeg helt klart gør at medierne har en anden rolle, nemlig i større grad at samle og analysere og forklare den information der allerede er derude i forvejen, og herunder, selvfølgelig også gå kritisk til det, som bør komme frem i lyset. Altså de der lidt mere klassiske journalistiske dyder - de hører med i den her pakke, men jeg synes ideelt set, bør der helt klart være et fokus skifte fra at transportere information til at samle information og analysere information og rydde op i information på borgerne vegne.” (Bilag 15, 51-56)

”hvis pressen skal være relevant i dag, så skal den ikke bare sige ”der er sket dét og dét”, den skal også sige hvorfor det er sket og hvad det betyder.” (Bilag 15, 58-60)

”Og det synes jeg sådan set er totalt hovedløst fra min stol, fordi i det informationssamfund vi lever i dag er det virkelig ikke information vi mangler, tværtimod er det måske det modsatte, altså fordybelse, roen, koncentration og fokus.” (Bilag 15, 71-73)

”Og ofte, jo mere polarisende og unuanceret det kan være, jo mere rabalder vil det give. Og det er bare gift for en nogenlunde fornuftig offentlig samtale, at det er skvadderhovederne der får mestendels af vores opmærksomhed.” (Bilag 15, 86-88).

”Der er masser af journalistisk, der er skrevet af generalister, der har haft meget kort tid til ikke at sætte sig ind i en historie, inden de udgiver den. Det vil vi ikke. Det er totalt meningsløst set fra et demokratisk perspektiv og et samfundsperspektiv, og det er også totalt meningsløst set fra et forretningsperspektiv. Altså hvem fanden gider betale penge for dårlig kvalitet. Det tror jeg simpelthen ikke der er nogen forretningsmodel i.” (Bilag 15, 95-99)

”tag os som eksempel herinde: vi kigger vildt meget på data, også redaktionen; ”hvilke historier gik godt? Hvilke gjorde ikke?”. Det er helt naturligt for os at analysere vores produkt vha. data” (Bilag 15, 176-178)

”vær fair”, ”vær grundig”, ”fortæl om det væsentlige”, ”skil skæg fra snot” - eller hvad det hedder - på læserens vegne, ”behandl dine kilder kritisk, men med respekt”, alle de der gamle dyder, de burde være lige til at overføre til den nye virkelighed. Der er intet der har ændret sig.” (Bilag 15, 186-189)

”Jeg ved det faktisk ikke. Jeg tror det er sindssygt forskelligt. Jeg tror, at der findes nogen stadigvæk, folk på over 60, som holder tre aviser, som ser TV avisen hver aften - sådan som det altid har været, om jeg så må sige - og så findes der i den anden ende den 22-årige nyuddannede VVS'er, som har et stort medieforbrug, men et medieforbrug der ikke består af danske nyheder, men WhatsApp, Facebook og Instagram.” (Bilag 15, 210-214)

”vi lever i en tid, hvor det er nærmest umuligt at pege på gennemsnitsbrugeren. Jeg ville i hvert fald nødtigt lægge hovedet på blokken og prøve at beskrive hvordan han eller hun ser ud.” (Bilag 15, 218-220)

”det kampen står overfor, udover at lave sunde forretninger, som medie. Kampen står således også for at få skabt de rigtige betingelser for en begavet offentlig samtale, hvor vi nogen lunde snakker om de samme historier og nogen lunde forholder os til de samme fakta i den store offentlige debat, og dét er jo den store demokratiske udfordring, som vi skal have løst.” (Bilag 15, 224-228)

”Hvordan sørger vi for, at vi holder fast i hinanden i virkeligheden og forbliver i nogenlunde den samme samtale?” (Bilag 15, 232-233)

”vi, der er optaget af at pressen ikke bare skal være en forretning, men som noget der skal understøtte et sundt og levende demokrati, vi har sådan set også en fælles kamp at kæmpe her.” (Bilag 15, 315-317)

”Samtalen om hvad skal det nytte. Hvad er det vores medie, vores journalistik og den enkelte historie skal til for? Hvorfor er det vigtigt at udgive den her?” (Bilag 15, 322-323)

”Vi skal være en service og give vores medlemmer den information, så de gør sig i stand til at forstå og blive klogere på den diskussion [...] der foregår lige nu.” (Bilag 15, 330-332)

”jeg tror det hele tiden skal tilpasse jeg bedst. Jeg håber der er flere, der kommer til at arbejde på den mere agile måde, hvor man nemmere kan omstille sit nyhedsmedie til virkeligheden.” (Bilag 15, 360-362)

”at samle, analysere og forklare information, snarere end bare at sprede den med lynets hast.” (Bilag 15, 368-369)

”Jeg ser egentlig en mulighed for at vi står overfor en journalistisk ny guldalder, hvor journalistikken bliver revitaliseret og minder både sig selv og samfundet om hvor sindssyg vigtig og relevant den er, hvis bare den er gjort ordentligt.” (Bilag 15, 371-373)

8.20.3 Ekstra Bladet

”Jamen mediernes rolle - det har aldrig været mere vigtigt at medierne definerer sig selv som den 4. statsmagt. [...] (Altså dem der skal holde øje med, hvordan magten anvendes i det her land.) Hvis medierne glemmer det, så glemmer vi også, hvorfor vi er her.” (Bilag 16, 13-15)

”en af de gode udviklinger i Danmark er, at medierne udvikler sig meget forskelligt i øjeblikket. Altså går i forskellige retninger. Det handler om, at danskerne kan søge forskellige versioner af virkeligheden og får forskellige tilgange til, hvordan virkeligheden er ved at gå til forskellige medier.” (Bilag 16, 18-21)

”Ekstra Bladets rolle har jo altid været forholdsvis klart defineret som vagthund. Dét der bare er tilfældet i dag er, at der er enormt mange i medielandskabet, som ser sig selv som vagthund. Der er kan man sige at den måde, som vi adskiller os på, er ved at være den vagthund, som aldrig giver op og bider endnu hårdere, hvis det er nødvendigt.” (Bilag 16, 21-26).

”selvfølgelig dækker man og ser virkeligheden forskelligt. Men forhåbentligt er det alt sammen ud fra et fornuftigt journalistisk perspektiv.” (Bilag 16, 36-37)

”Det handler jo også om prioriteringer, fordi man kan jo ikke som nyhedsudbud nå alt.” (Bilag 16, 61-62)

”det ideelle medie, det er det, som danskerne foretrækker! For mig handler det om at leve op til den forventning, som folk har omkring, hvad de gerne vil læse og hvordan de gerne vil bruge medier.” (Bilag 16, 73-75)

”det er virkelig nogle klassiske journalistiske værktøjer. Men det er klart, at de er jo udsat for et meget større pres i dag, fordi de foregår i langt højere tempo end tidligere.” (Bilag 16, 499-501)

”At være journalist må handle om, at man i første omgang er i stand til at formidle på den bedst mulige baggrund. Jeg sidder ikke og siger, at alt hvad vi bringer videre, er den entydige sandhed, for det er det ikke. Det er formidlet, som det bedst mulige på det givne grundlag.” (Bilag 16, 99-101)

”Billedligt talt så står vi jo og råber til folk med en megafon. Det betyder, at hvis du råber til folk, så skal det også være endnu mere rigtigt dvs. det du råber til dem, skal også være endnu mere rigtigt.” (Bilag 16, 103-105)

”Kravet til journalisterne her er selvfølgelig, at de tjekker og at man skal kunne stole på, at det er rigtigt, det som vi laver. [...] Hvis medier som Ekstra Bladet og andre vil overleve på den lange bane, så skal vi blive skarpere på vores formidling og være sikre på, at det vi laver, er rigtigt.” (Bilag 16, 105-108)

”Journalister er også nødt til at trække sig et skridt tilbage og se på det, der kommer ud og så i virkeligheden være i stand til at udlægge teksten for folk. Så der er brug for nogen, som professionelt er i stand til at drage essensen og sætte det ind i en sammenhæng. Og ikke bare videreformidle de ting, der kommer. Det er journalistikkens overlevelse.” (Bilag 16, 163-167)

”Så journalistikken har ændret sig. Den har ændret sig derhen, at der er kommet en distance til magten. Eller at magten har distanceret sig fra journalistikken.” (Bilag 16, 200-202)

”Tilliden til medierne er også blevet mindre. Det er den jo bl.a. fordi folks oplevelser af medierne er, at vi ikke har taget vores ansvar alvorligt nok i en her del år! For nemt og bare at løbe med på nogle nemme dagsordener og hoppet over, hvor gærdet er lavest i stedet for at bruge tid på research og grave dybere i ting. Så det er en udvikling, der ikke er god. Det er en usund udvikling, der simpelthen er sket.” (Bilag 16, 211-215)

”Så er det klart, at politikerne også er nødt til at tage deres ansvar mere alvorligt. Forstået på den måde, at de er nødt til at åbne mere.” (Bilag 16, 222-224)

”Det som er en virkelig trussel og også mod hele faget journalistik. Det er ”copy-paste journalistik” - altså at man tager noget, som nogen skrev om. Det er så tilpas opsigtsvækkende, så du skynder dig at videreformidle, men du tjekker ikke undervejs, om det er rigtigt. Man skal bare forstå, at der er kun nogen på den anden side af hegnet, som spekulerer i det.” (Bilag 16, 283-286).

”man skal bare huske på, at Hr. og Fru. Danmark er ikke helt så langt fremme som de såkaldte “first movers”.” (Bilag 16, 345-346)

”det vigtigste værktøj, mener jeg, er ens sunde fornuft. Det har det alle dage været. En sund og naturlig skepsis overfor alt hvad folk både fortæller en og hvad vi videreformidler.” (Bilag 16, 493-494)

”Jeg siger ikke, at man skal tro, at folk lyver, men man skal bare sige; “Kan det nu være rigtigt?”. Det er sådan første sortering” (Bilag 16, 496-497)

”Så er der nogle digitale værktøjer til sortering. Det næste bliver vel, at vi har robotter, der sidder og sorterer for os. Det kommer journalister også til at arbejde med. Vi gør det allerede nu.” (Bilag 16, 503-503)

”Ekstra Bladet og BT har været kendt for rubrikkerne og overskrifter - og været gode til det. I dag hedder det *clickbait*, hvis det er snyd. Der er også alt for meget pis. For mig er en rubrik noget som skal *tease* os og give os lyst til at læse det. Men det er klart, at hvis du bliver skuffet eller føler dig snydt, når du har været inde. Altså der er grotesk mange eksempler!” (Bilag 16, 524-528)

”clickbait er for mig i virkeligheden, når du snyder folk. Jeg kender ikke nogen - heldigvis - som ikke gerne vil have, at mange læser det, som de laver. Det vil sige, at man optimerer jo måden man udtrykker sig på, og da det er rubrikken, der betyder JA/NEJ, når dit blik kører ned over siden, så skal den selvfølgelig optimeres hele tiden.” (Bilag 16, 537-540)

”Det er det samme, hvis du bliver snydt i en butik på Strøget. Derfor kan du sige, at hvis Ekstra Bladet skriver noget, som ikke ret meget har med sandheden at gøre, hvis det var tilfældet, så kom folk ikke tilbage.” (Bilag 16, 547-549)

”jeg synes ikke, at samfundet har brug for et harmonisk medie billede. Jeg synes, at samfundet har brug for, at medierne er lige så forskellige som folk i almindelighed er. Grundfakta - det er jo ikke fakta, som vi taler om. Det er jo måden at se tingene på, som er det vigtige. Det værste der kunne ske for medierne er, at hvis oplevelsen blandt folk derude, at medierne har rottet sig sammen og ser tingene på en bestemt måde.” (Bilag 16, 567-571)

”Vi forsøger at tegne et billede, som er mere reelt.” (Bilag 16, 583-584)

”Politiken er nok det medie i Danmark, som er i tættest pagt med sine læsere. Det er de fordi at Politikens læsere er en bestemt gruppe danskere. Som ønsker nøjagtig at blive bekræftet i, at det som de gør, spiser, bor og der hvor deres børn går i skole og det kulturtilbud, som de ser, er det rigtige.” (Bilag 16, 590-593)

”Jeg synes jo, at kompleksiteten i mediebilledet er det vigtige. Det vigtige er, at alle medier ikke ser tingene på samme måde, fordi det er jo sjældent at noget er sort og hvidt. Det er jo som regel de grå nuancer, som er kendetegnet for en begivenhed. Min frygt er sgu ikke, at medierne bliver mere forskellige!” (Bilag 16, 615-618)

”Hvis man i virkeligheden vender tilbage til, at en Politiken-læser aldrig nogensinde mere vil læse Ekstra Bladet, fordi de synes at vi er dumme og åndssvage. Hvis de slet ikke vil lytte til os eller de folk, som arbejder hos os, så bliver det jo en sekterisk tilgang til tingene.” (Bilag 16, 622-624)

”Vær grundigere, mere fokuseret, forstå hvad ens rolle er, lad være med ikke at gå den ekstra mil i forhold til research, og så er det også at stoppe op. Det er først og fremmest at fortælle brugerne under hvilke omstændigheder, hvordan historier bliver lavet.” (Bilag 16, 676-679)

”Det handler om at uddanne folk og gøre journalisterne klar til den udfordring, som vi står overfor.” (Bilag 16, 694-695)

”vi er nødt til på et tidspunkt at gøre op med hele den der “copy paste journalistik”. Det bliver bare værre og værre. Forstået på den måde at jo mere, der er af den, jo mere fejlinformation er der. Fake news er ikke et problem i Danmark efter min mening. Misinformation er et problem! Det er en mildere udgave af fake news, men som i virkeligheden er langt farligere” (Bilag 16, 667-670)

”Overlevelsen ligger i at være medier. At man ikke bare skal være en underholdningsformidler, men at man skal være nogle, som troværdigt går ind og sorterer i en mere og mere hastig nyhedsstrøm, som jo også rammer brugerne i en grad. Man må føle sig helt overvældet indimellem.” (Bilag 16, 701-704)

”følelsen af at det er vigtigt, det som vi laver, den tror jeg bestemt, er der! Og at det er vigtigt, at vi gør det godt. Ikke kun for vores egen skyld, men allermest for dem derude.” (Bilag 16, 721-722)

”Det er enormt vigtigt, at medierne afspejler alle danskeres hverdag og ikke kun en bestemt gruppe.” (Bilag 16, 735-736)

8.20.4 DR

”Det kan man jo gå til på rigtig mange måder og jeg tror også at hvert medie kan definere det lidt fra forskellige udgangspunkter.” (Bilag 17, 4-5)

”der er jo en opgave vi har til fælles, stadigvæk være en kritisk overvåger af magtens udøvelse, som er fuldstændig centralt for det journalistiske virke, at afsøge, afdække, perspektivere aktuelle problemstillinger i samfundet, som gør at [målgruppen] får en mulighed for selv at danne sig en mening og en holdning, som gør at de kan agere som borgere i et frit og demokratisk samfund.” (Bilag 17, 13-17)

”Udfordringen er større fordi mængden af information og platformen du kan tilgå det på er langt blevet langt mere varieret. Men opgaven er faktisk den præcis samme stadigvæk” (Bilag 17, 33-35)

”behovet for at sikre en *kuratering* - hvilket betyder at der er ryddet op og prioriteret - altså opgaven at sortere og vælge i mængden af information eller nyheder er bare blevet langt, langt større.” (Bilag 17, 35-37)

”i grundprincipperne er journalistikken jo den samme; vær grundig, vær afdækkende.” (Bilag 17, 98-99)

”Hele øvelsen består så i at forsøge at gøre det relevant. Det er der mange lag i. Vi vælger historier ud fra et væsentlighedskriterie eller interessekriterie.” (Bilag 17, 114-115)

”Opgaven er den samme, men er blevet mere kompliceret og *mangefacetteret*, end den var for ti år siden, for fem år side, for tyve år siden.” (Bilag 17, 240-242)

”Men når du går ind på enkeltbrands, så er troværdigheden stadigvæk meget, meget høj for DR’s vedkommende. Det er jo det vigtigste for os, at folk tror på det vi laver.” (Bilag 17, 334-336)

”Men når du går ind på enkeltbrands, så er troværdigheden stadigvæk meget, meget høj for DR’s vedkommende. Det er jo det vigtigste for os, at folk tror på det vi laver.” (Bilag 17, 345-347)

”Men det du berører der, er svært bare at isolere til en diskussion om medier, fordi der generelt set er et autoritetstab for samfundsinstitutioner over hele den vestlige verden. De mister respekt og troværdighed. Politikere og alle mulige autoriteter, som er dem vi har etableret et helt system omkring om at skulle træffe beslutninger på vores vegne, mister autoritet. Herunder også medierne.” (Bilag 17, 356-360)

”Men udgangspunktet for journalistikken, må være ens for uanset hvilken holdning, det må være. Det tror jeg også du vil kunne finde mange andre medier, der i vil kunne nikke genkendende til. Hvis vi stadig skal være relevante for alle i en stadigt mere segmenteret, også holdnings-, virkelighed, så bliver nødvendigheden af det princip bare endnu stærkere.” (Bilag 17, 388-392)

”når jeg taler om at forandre eller sikre en journalistkultur, så er det jo det lange, lange, lange, seje træk, hvor man bliver nødt til at arbejde strategisk og sige hvad det er vi skal være, for at flytte en kultur. For ellers er det nu bare den kultur, som er der, som bliver den dominerende. Så vi bliver nødt til at sige, hvad det er, vi vil have, for at der er noget der forandrer sig og følger med over tid.” (Bilag 17, 416-420)

8.20.5 Politiken

”vi har jo en oplysningsfunktion i samfundet, som har det ideelle formål at oplyse sådan, at hver enkelt læser eller borger i det her land kan træffe beslutninger på et højere oplyst niveau, end hvis medierne ikke var der. Så dvs. de skal være med til en vigtig funktion - nemlig at kvalificere samfundsdebatten, oversætte de komplekse forbehold i samfundet og samtidig også være en garant for på vegne af offentligheden at sikre, at der er overensstemmelse mellem dem, der har fået mandat til at bestemme over flertallet, det fåtal holder sig inden for de rammer, som er udstukket for dem, og de regler, der er lavet for dem. Så den der vagthundsfunktion” (Bilag 18, 10-16)

”Så både oplysning, oversættelse og på den anden side at hver enkel kan træffe beslutninger på et højere niveau, og på den anden side også at være kontrollerende ift. udøvelse af magt, der foregår. Det er både politisk, økonomisk og kulturelt.” (Bilag 18, 17-19)

”der er jo ændringer i platformen og distributionsform, men der er jo ikke en ændring ift. vores rolle i samfundet.” (Bilag 18, 29-30)

”Fordi vi er skabt som en samfundsinstitution, der er tiltænkt en særlig rolle i det her samfund. Og samfundet forandrer sig, men vores rolle er den samme. Så vi forandrer os som medie ift. måden vi gør det på, men ikke hvad vi gør.” (Bilag 18, 34-37)

”prioritere væsentlighed foran alle mulige andre kriterier, og hele tiden søge og give perspektiv, dybde, forståelse og forsøge at oversætte komplekse sammenhænge til noget, der er til at forstå.” (Bilag 18, 44-46)

”Vi tror på, at dét, at meninger brydes og at alle får ordet til at fremføre deres argumenter, giver myndighed til den almindelige borger i det her land.” (Bilag 18, 60-61)

”hvis du tager den helt op til oplysningsidealet, så mener jeg, at det burde være genkendeligt for alle medier selvfølgelig.” (Bilag 18, 88-89)

”Der er ikke nogle modsætninger i det.” (Bilag 18, 147)

”vores opgave er den samme. Det er kernen. Det medie, som glemmer at være sig selv, er jo på den. Altså de er jo i havsnød. For så kan du sådan set bedre rive dem ned og bygge noget andet op, for det vil jo give en dynamik.” (Bilag 18, 152-154)

”Vi er ikke et medie, som på nogen måde vil gå på akkord med vores troværdig for at komme hurtigst frem. Så ift. at være nyhedsførende, der har vi det egentlig fint med, at vi nogle gange lige vender det en ekstra gang for at se, om det nu også kan passe det her. Når dagen er omme, så er vores eneste adkomst til, at nogle skal beskæftige sig med Politiken, det er vores troværdighed! Det

er vores grundkapital. Det er det, som det hele handler om, så den sjakrer vi ikke med.” (Bilag 18, 193- 198)

”vi arbejder med en oplysningsintention, som er at gøre læsere klogere og mere oplyste.” (Bilag 18, 218-219)

8.20.6 Jyllands-Posten

”nogle klassiske presse-roller, [...] den fjerde statsmagt [...] er én rolle vi har, men vi har også nogle andre roller, der har lidt mere med sammenhængskraft og andre, i virkeligheden, lidt blødere ting at gøre, som er at sikre, at den demokratiske samtale foregår på et niveau, der er faktisk” (Bilag 19, 9-14)

”Men det er rigtig centralt, at den demokratiske samtale foregår på et niveau, som er troværdigt. Og nu kommer vi til at tale sociale medier senere, og dét er et af de store problemer ift. sociale medier.” (Bilag 19, 16-18)

”Men pressen har også nogle andre roller, end de her helt overordnede samfundskontrollerende funktioner, som er: [...] helt almindelig information, som har en sammenkittende effekt. Man snakker nogle gange om *water cooler*- effekten, [...] Det at have noget at tale om med hinanden er også en af pressens opgaver. Sammenhængskraft - fælles viden, der ikke nødvendigvis er af den samfundskontrollerende slags.” (Bilag 19, 19-24)

”Og så er der en rolle, som går til os alle hver især på at tilgodese den personlige udvikling og tilfredsstillelse af ens personlige nysgerrighed, som handler om at få noget at vide, som man ikke vidste, man gerne ville have at vide.” (Bilag 19, 26-29)

”Og der kommer man også en smule tilbage til de sociale medier, fordi det er dér, der også er en fare ift. ekkokamre. [...] bliver du et større menneske af at vide så lidt som muligt, eller bliver du et større menneske af at vide så meget som muligt. Så hvis man gerne vil være et vidende menneske, eller gerne vil være et udviklende menneske - et menneske som hele tiden afvejer hvilke muligheder, livet kan give én, så er man også nødt til at støde på, hvordan livet leves i Danmark og i andre lande for eksempel.” (Bilag 19, 29-35)

”ved siden af den samfundskontrollerende er der et element af noget personlighedsudviklende for alle nysgerrige mennesker.” (Bilag 19, 36-38)

”Altså at støde på ting, man ikke vidste, man gerne ville vide noget om. Dét tror jeg virkelig er et vigtigt element i en befolknings evolution, udvikling og generelle dannelse. Og dannelse er et stort ord for pressens øvrige funktion, måske det ord, der kan samle dét, der er ved siden af det statskontrollerende.” (Bilag 19, 48-51)

”Vi forsøger at lægge oplysninger frem, med en journalistisk vinkling og alt det der, som sætter dem selv i stand til at træffe en beslutning.” (Bilag 19, 57-59)

”Det er vores funktion at sørge for, at folk kan få den bedst opnåelige version af sandheden.” (Bilag 19, 66-67)

”Hvis man er den fjerde statsmagt, og man som Den Korte Avis, som I sikkert kender, hvor alting ses i et kikkert-*scope*, som er så farvet - så er man ikke den fjerde statsmagt, men en spiller. Så er man selv en politisk spiller, for så ser man ikke det udenfor kikkerten.” (Bilag 19, 88-91)

”Det vil jeg sige at alle de store seriøse medier, *more or less*, har som ledestjerne.” (Bilag 19, 94-95)

”I er simpelthen bare en sværere kundekreds for os at fange ind på den traditionelle fortælle måde. Så vi er alle sammen i et kæmpe skred i formidlingen over imod, i virkeligheden, tabloide værktøjer. Billeder spiller en større rolle, en let aflæselig grafik spiller en større rolle, video spiller en større rolle, kortere tekster, der indrammer historierne, spiller en større rolle. Alle de her ting er jo stjålet fra det tabloide format. Men vi skal bare bruge dem til væsentlighed og relevans og ikke til fascination, og det er vores store udviklingssæt lige nu.” (Bilag 19, 190-195)

”Det er en hård øvelse, men hvis jeg skal være helt ærlig, så tror jeg, at vi står super godt, fordi vi har Jylland alene. Altså det er vores unikke position” (Bilag 19, 233-234)

”men det er fandenme også en udfordring, hvis ikke vi medier er her. Vi ser jo virkelig noget faretruende hvis ikke vi er her.” (Bilag 19, 242-243)

”Vi har annoncører, der siger “vi vil gerne forbindes med noget, der er troværdigt.” (Bilag 19, 298-299)

”Der er faktisk politikere, som, hvis de ikke bryder sig om hvad, det er de læser - vi har haft sådan en sag - så siger de, at det er fake news. Der siger vi “Undskyld? Fake news er jo, hvis du, med vilje, siger noget, der er løgn, for at præge verden et bestemt sted hen.” (Bilag 19, 255-257)

”det skal vi så bare gøre os fortjent til, altså at have abonnenter. Vi skal være relevante på alle måder for vores abonnenter - altså relevans er bare kongeordet overalt.” (Bilag 19, 319-320)

”Styrken er med mine øjne helt entydigt vores medfølgende troværdighed, som jeg tror kommer til at fylde mere og mere. Det, tror jeg uden for ethvert parameter, er den største ting” (Bilag 19, 345-347)

”det tager tid at opbygge sin troværdighed og det tager kortere tid at rive den ned, men det tager også tid. I hvert fald hvis du er gammel, hvis du er ung, tager det ikke ret lang tid at rive det ned.” (Bilag 19, 365-367)

”der helt klart en bevægelse mod mere af det, som folk kalder *constructive news*, altså inspirerende nyheder. Det er der helt klart en kollektiv bevægelse hen imod.” (Bilag 19, 376-377)

”Det kommer ikke til at koste på den kritiske journalistik, det tror jeg simpelthen ikke. Altså den rigtig kritisk journalistik; den der handler om at regne Lars Løkke igennem, den der handler om, eller hvad fanden det nu kan være. Den dag vi ikke har det mere, så er vi væk. Helt væk.” (Bilag 19, 391-394)

”Jeg tror ikke der foregår mere vrøvl eller svindel og humbug nu, end der altid har gjort - det tror jeg sådan set ikke.” (Bilag 19, 413-414)

”Men jeg tror - og håber selvfølgelig også - at der er stigende behov for at være en statsmagt, som man kan regne med. Altså som er til at stole på, er fuldstændig *key word*. Og det behov kommer til at stige.” (Bilag 19, 414-416)

”når giganterne i den grad demonstrerer en uansvarlighed, som Facebook jo har gjort i den her sammenhæng - og Cambridge Analytica har udnyttet i den her sammenhæng - og når russerne hacker, og alt muligt andet, så er det vores rolle som fjerde statsmagt er mere vigtig end nogen sinde.” (Bilag 19, 422-425)

”jeg er ikke i demokratisk alarmberedskab - det er jeg, hvis medierne ender med ikke at producere så meget indhold” (Bilag 19, 437-438)

”jeg er meget fortrøstningsfuld, jeg slår mig på brystet; “der kan I selv se - vi er vigtige”. Det er nok mere sådan, vi tænker. At vi er afsindigt vigtige.” (Bilag 19, 448-450)

8.21 Bilag 21: Funktionsbeskrivelse

Opgørelse af relevante ord fra Bilag 20: flere er kondenseret i ordstammer

Ord	Frekvens		
		dansker	5
medier	44	journalist	5
journalistik	22	kort	5
vigtig	19	kvalitet	5
virkelighed	19	land	5
rolle	17	lang	5
alle	16	magt	5
information	16	nysgerrig	5
samfund	15	samle	5
nyheder	14	sund	5
historie	11	analysere	4
oplysning	11	autoritet	4
troværdig	11	beslutning	4
demokrati	10	dække	4
forskellig	10	forandre	4
kritisk	10	formidle	4
mulighed	9	fornuft	4
fakta	8	forretning	4
læser	8	funktion	4
menneske	8	grundig	4
rigtig	8	holdning	4
borger	7	ideal	4
Danmark	7	komplekse	4
ekstra	7	offentlig	4
leve	7	oversætte	4
opgave	7	perspektiv	4
pressen	7	problem	4
relevant	7	snyd	4
sammenhæng	7	tiden	4
sandhed	7	udfordring	4
udvikling	7	vagthund	4
viden	7	værktøjer	4
høj	6	diskussion	3
mange	6	fælles	3
politikere	6	kamp	3
samtale	6	kender	3
sikre	6	klassiske	3
statsmagt	6	mening	3

prioriteret	3	almindelighed	1
samfundskontrollerende	3	alsidig	1
sammen	3	annoncører	1
sociale	3	argumenter	1
styrken	3	befolknings	1
vedkommende	3	begivenhed	1
abonnenter	2	billeder	1
afdække	2	billedet	1
almindelige	2	billedligt	1
alvorligt	2	dagsordener	1
ansvar	2	demonstrerer	1
brugerne	2	digitale	1
clickbait	2	distance	1
data	2	distanceret	1
debat	2	distributionsform	1
dyder	2	dybde	1
forstået	2	dybere	1
gamle	2	effekt	1
gammel	2	effekten	1
klogere	2	ekkokamre	1
kultur	2	entydige	1
kæmpe	2	entydigt	1
mediebillede	2	essensen	1
medieforbrug	2	factchecke	1
nødvendigt	2	fare	1
princip	2	faretruende	1
research	2	farligere	1
respekt	2	farvet	1
ret	2	fascination	1
service	2	fejl	1
tabloide	2	fejlinformation	1
tilliden	2	flertallet	1
varieret	2	formål	1
verden	2	forståelse	1
værre	2	forstår	1
væsentlighed	2	forventning	1
adgang	1	fragmenteret	1
agile	1	generelle	1
aktuelle	1	generelt	1
alarmberedskab	1	genkendeligt	1
almindelig	1	genkendende	1

grundfakta	1	objektive	1
grundprincipperne	1	oplevelsen	1
hastig	1	opmærksomhed	1
hastigheden	1	opsigtsvækkende	1
hverdag	1	ordentligt	1
indhold	1	overensstemmelse	1
inspirerende	1	overleve	1
interessant	1	overlevelse	1
interessekriterie	1	oplevelsen	1
kendetegnet	1	pagt	1
kendt	1	parameter	1
kerneområder	1	pres	1
kilder	1	producere	1
kollektiv	1	produkt	1
komplimenterende	1	professionelt	1
koncentration	1	public	1
korrekt	1	retninger	1
kriterier	1	revitaliseret	1
kulturel	1	samfundsdebatten	1
kulturelt	1	samfundsinstitution	1
mangefacetteret	1	samfundsinstitutioner	1
mangfoldig	1	samfundsperspektiv	1
masse	1	samfundsproblemer	1
masser	1	segmenteret	1
medborgerskab	1	sendetilladelse	1
mediebilledet	1	skarpe	1
mediekost	1	skarpere	1
mediekritik	1	sprede	1
medielandskabet	1	statskontrollerende	1
medieudbud	1	stjålet	1
misinformation	1	strategisk	1
modsætninger	1	super	1
målgruppen	1	svindel	1
nye	1	system	1
nyhedsformidling	1	sørge	1
nyhedsførende	1	sørger	1
nyhedsmedie	1	teksten	1
nyhedsstrøm	1	tekster	1
nyhedsudbud	1	tempo	1
nyt	1	tilfredsstillelse	1
nøjagtig	1	udgive	1

udgiver	1	værktøj	1
version	1	værste	1
versioner	1	væsentlige	1
vinkler	1	væsentlighedskriterie	1
vinkling	1	ægte	1
værdier	1		