

Magasinet om

Journalistik

Oktober 2001 • Center for Journalistik og Efteruddannelse



Reality – mediernes nye virkelighed

Tema side 8 - 13

Ny udgave af CFJE online

Den 26. september gik CFJE for første gang i luften med et helt nyt design på hjemmesiden CFJE online.

Farverne er nye, opsætningen anderledes, og som bruger får du nogle nye muligheder for at bevæge dig rundt og anvende indholdet.

En af de vigtigste forbedringer er, at du nu kan søge på bestemte emner for hele webstedet på én gang. Eksempelvis kan en søgning på ordet netjournalistik resultere i såvel aktuelle kurser og konferencer om netjournalistik som faglige artikler, øvrige papir- og webkilder samt uddannelsessteder, foreninger og organisationer, der beskæftiger sig med netjournalistik.

Desuden er det blevet lettere og hurtigere at komme rundt i centrets elektroniske univers. Hjemmesiden er blevet organiseret omkring en såkaldt dropdown-menu, der giver dig mulighed for med et enkelt klik at skifte område – uanset hvor du befinder dig.

CFJE online er også vokset indholdsmæssigt – først og fremmest med MEDIEJURA. Se en særlig omtale af MEDIEJURA på side 14-15.

Ny opsætning og design betyder også nye internet-adresser, så hvis du selv har samlet links og bogmærker til bestemte sider eller artikler, vil det være en god idé at gå ind og tjekke dem – de har nemlig fået ny adresse.

CFJE online har følgende hovedområder:

- Kurser og efteruddannelse i Danmark og udlandet for professionelle mediefolk.
- Vidensbase om journalistik med artikler om journalistiske arbejdsmetoder og produktionsvilkår.
- MEDIEJURA, en helt ny juridisk online service for alle mediefolk.
- Diplomkurser, CFJE's egne kurser der udbydes hvert år til start i september.
- CFJE, information om centret, vores projekter og fokusområder, udgivelser m.m.

Gå selv på opdagelse på internet-adressen www.cfje.dk.



Ny videreuddannelse inden for visuel journalistik

I en tid, hvor redaktionelle jobfunktioner smelter sammen, og organiseringen i redaktionerne er under konstant forandring, er der behov for at udvikle nye tværgående kompetencer, hvor journalistisk viden og erfaring kobles med andre former for faglighed. Et af disse oplagte kombinationsområder er visuel journalistik.

CFJE har udviklet en modulopbygget videreuddannelse for nyhedsgrafikere og layoutere, Videreuddannelse i Visuel Journalistik, der efter planen kommer til at starte i 2002.

Formålet med uddannelsen er at uddanne redaktionelle medarbejdere, som både har en høj bevidsthed og viden om visuel kommunikation, og som

er i stand til at arbejde selvstændigt med journalistisk metode og tankegang.

Disse nye visuelle journalister vil både kunne tage initiativ til nytænkning og udvikling af de journalistiske produkter og kan samtidig indgå som stærke sparringspartnere i det redaktionelle holdarbejde på forskellige typer af medier.

Uddannelsen er udviklet i samarbejde med både erfarne undervisere og praktikere på området og henvender sig til personer, som arbejder med visuel kommunikation i mediebranchen, og som ikke har en journalistisk grunduddannelse.

Tema om reality-journalistik

Mor var mødt op, da Jill Nielsen vandt den første danske udgave af Big Brother i maj i år. Reality-shows som Big Brother går i øjeblikket deres sejrsgang over alverdens tv-skærme, og journalistikken følger op. Men hvad er virkeligt i reality-shows, og er det en virkelighed, som journalister skal dække på lige fod med andre virkeligheder, spørger vi i denne udgave af Magasinet om Journalistik.



Forsidefoto:
Mogens Flindt/
Scanpix



Center for Journalistik og Efteruddannelse

Olof Palmes Allé 11
DK-8200 Århus N
Tlf.: 8944 0550
Fax: 8616 1988
E-mail: cfje@cfje.dk
Hjemmeside: www.cfje.dk

Redaktion: Peter From Jacobsen
Design og produktion:
Flemming Sørensen, www.fl-sorensen.dk
Tryk: Scanprint a/s



Et centralt mål med projektet er, at redaktionssekretærens rolle og placering generelt skal styrkes.
(Foto: Lars Møller/Scanpix)

Samarbejde med Berlingske Tidende om uddannelse af redaktionssekretærer

Berlingske Tidende har her i efteråret i samarbejde med CFJE indledt et uddannelses- og udviklingsprojekt rettet mod avisens

redaktionssekretærer.

Målet er at øge redaktionssekretærenes kompetence i forhold til blandt andet planlægning, over-

blik, faglig sparring med de skrivende og evnen til at udvikle journalistikken i samspillet mellem den trykte avis og webudgaven.

Styrket rolle

Samtidig lægges der stor vægt på, at redaktionssekretærenes rolle og placering styrkes, så de – igen – bliver centrale medarbejdere i den samlede redaktionelle proces.

Projektet, der ventes at vare det næste års tid, er

til dels en videreudvikling af et forløb, der blev gennemført på Politiken for halvandet år siden.

Blandt andet er det tanken på Berlingske Tidende at anvende avisens intranet i uddannelses- og udviklingsarbejdet.

Det konkrete indhold i uddannelsen vil blive defineret i tæt samarbejde med avisens redigerende medarbejdere.

Stor interesse for den fortællende journalistik

Den konference, som CFJE i de kommende dage afholder på Danmarks Journalisthøjskole om fortællingen i journalistikken, har vist sig at have stor interesse i me-

get brede kredse i det journalistiske fag.

Cirka 100 deltagere fra såvel store danske medier som ganske små magasiner og blade vil torsdag den

11. og fredag den 12. oktober diskutere mulighederne for at formidle journalistik i en fortællende form.

Det sker med udgangspunkt i oplæg fra blandt andre journalist og Pulitzer Prize-vinder Tom French, St. Petersburg Times i Florida, og professor Mark Kramer, Harvard University.

En række danske journalister vil også fremvise og fortælle om deres erfaringer med den fortællende form.

For de interesserede, som ikke er tilmeldt konferencen, vil der efterfølgende være mulighed for at læse referater af oplæggene på CFJE online på adressen www.cfje.dk/narrative.

Digital video bliver det centrale redskab under stofindsamlingen i det nye medieværksted.



CFJE udvikler og åbner medieværksted baseret på den nyeste teknologi

Nyt laboratorium for journalistik i fire medier

I bladhuse og på tv- og radiostationer er processen frem mod det fuldt integrerede mediehus, der udgiver journalistik i tre eller fire medier på samme tid, godt i gang mange steder.

Brugerne tilegner sig fortsat nyheder og anden journalistik via gammelkendte og analoge medier som aviser, magasiner, tv- og radioapparater og computere.

Men den journalistiske produktionsproces, der ligger forud for selve offentliggørelsen, er i færd med at blive integreret.

CFJE udvikler i disse måneder et nyt digitaliseret medieværksted for at kunne hjælpe denne udvikling på vej.

Formålet er støtte freelancere, medarbejdere og ledelser i arbejdet med at skabe god journalistik for flere medier på samme tid.

Digital video bliver et centralt element i den redaktionelle produktionsgang i det nye værksted. Velkendte redskaber som notesblokken og telefonen giver hverken lyd, billeder eller præcise citater.

Det gør det digitale videokamera, der derfor bliver det væsentligste redskab under stofindsamlingen.

Undervisning og forsøg

Det nye værksted skal være både et træningslokale, et værktøj til uddan-

nelse og et laboratorium for udvikling af multimedieprodukter og journalistik i flere medier. Medieværkstedet vil skulle håndtere flere typer af lærings-situationer:

Det skal kunne bruges til uddannelse af mindre grupper af medarbejdere i journalistik for fire medier på samme tid – total flerfunktionalitet – eller "multiskilling" på engelsk.

Det skal kunne modtage et redaktionelt team, der samlet skal producere og udgive i tre eller fire medier, men som hver især vil være specialiserede i en eller flere af udgivelsesformerne.

Værkstedet skal også kunne bruges til bimedial træning og produktion. Det skal for eksempel kunne huse en gruppe kursister på efteruddannelse, der arbejder med både print og web med lyd- og videosekvenser.

Endelig vil Medieværkstedet også blive et åbent laboratorium for mindre grupper af journalister, pressefotografer, undervisere eller andre, der brænder for en idé om en journalistisk produktion for tre eller fire medier, som de søger mulighed for at

prøve af i praksis – gerne eksperimenterende.

Klar i begyndelsen af 2002

Opbygningen af et sådant medieværksted er i sig selv et krævende udviklingsarbejde.

Vi planlægger at opbygge et fuldt integreret og digitaliseret produktionsapparat med fem arbejdsstationer på professionelt anerkendt og udbredt software og hardware.

Til værkstedet vil der blive knyttet faciliteter for research via telefon og internettet, mulighed for lydoptagelse i høj kvalitet på digitale båndoptagere, lydredigering, stillfotos ved hjælp af digitalt kamera med mere.

Værkstedet vil blive indrettet og testet i oktober, november og december. Fra januar 2002 tages det i brug som en åben ressource for undervisning og forsøgsarbejde.

Tekst: Lars Kabel

Foto: Claus Haagenen /Chili

Integration af medier kan give bedre journalistik

Samlet redaktion i Frederikshavn skal levere journalistik til fem medier

Tekst: Steen K. Rasmussen og Peter From Jacobsen

Fotos: Anne Mette Welling

I Frederikshavn foregår i øjeblikket et af de mest spændende journalistiske udviklingsprojekter i Danmark. Nordjyske Stiftstidendes redaktion har sammen med journalister fra Radio ANR Frederikshavn og TVDanmark Aalborg i nogle måneder forberedt sig på at producere journalistik til fem forskellige medier på én gang.

Avis, tv, radio, ugeavis og internet. CFJE har været med på sidelinien i en konsulterende, rådgivende rolle og med henblik på at lære nyt om den form for integration af journalistisk produktion.

I USA har en del medier allerede flere års erfaring med en lignende redaktionel sammensmeltning, og også flere norske medier er godt på vej. I Danmark går udviklingen formentlig også i den retning, og frederikshavnerne er pionerer på området.

Op til startdatoen den 26. september har den samlede journalistiske stab på cirka 20 personer arbejdet på at finde metoder til at udnytte de journalistiske kræfter bedst muligt i forbindelse med såvel idéudvikling som research, indsamling og formidling.

Forberedelserne har været i gang siden før sommerferien. Udgangspunktet har lige fra starten været ønsket om at udnytte det redaktionelle samarbejde og de forskellige mediers styrker til at lave bedre journalistik i Frederikshavn. Samordningen af den journalistiske indsats i tre-fire forskellige medier på en gang rummer flere klare fordele:

- Journalistisk formidling i tre, fire el-



Sekretariatet på redaktionen i Frederikshavn bliver omdrejningspunkt for produktionen af journalistik til radio, tv, internet, avis og ugeavis.

Til venstre redaktionssekretær Ytta Smith.

ler fem medier vil samlet set kunne blive mere interessant for modtagerne, både med hensyn til at informere og formidle oplevelser, end hvis de kun modtog journalistik i ét medie.

● Medierne kan samlet nå ud til flere mennesker i lokalområdet og på den måde få større journalistisk gennemslagskraft.

● Ved hjælp af opfølgninger og indarbejdning af nye vinkler kan interessen flyttes fra det ene medie til det andet, og historierne kan få en længere "levetid".

Midlerne til at nå så langt har været ret enkle – men meget effektive: Bedre organisering, koordinering og tilrettelæggelse, mere klarhed om arbejdsfordelingen og – ikke mindst – bedre styring af redaktionsmøder.

Idealerne og virkeligheden

Projektet i Frederikshavn er ikke kendeteg-

net ved store forkromede ambitioner, men er et meget jordbundet forsøg på at høste de fordele, som arbejdsfællesskab og samarbejde kan give. Her følger et resumé af nogle af de teoretiske muligheder, medieintegration byder på – sat over for den virkelighed, frederikshavnerne selv har defineret og besluttet sig for.

Idealet: Muligheden for at udnytte forskellige mediers styrker bedst muligt.

Virkeligheden: I Frederikshavn kender alle redaktionelle medarbejdere til de enkelte mediers styrker – og er klar til at udnytte



Journalist Lone Hejlskov er blevet ansat med den primære opgave at arbejde med tv. Her er hun dog i rollen som radiovært på Radio ANR Frederikshavn, og både hun og radiojournalist Pia Haugaard har desuden været nogle dage i lære som avisjournalister.

Udfordringerne

I forbindelse med integrationen af avis-, radio-, og tv-journalisterne i samme redaktion i Frederikshavn har følgende spørgsmål vist sig at være centrale:

- Lokaleindretning – at sikre at alle, der skal arbejde sammen til daglig, også har nem adgang til at mødes.
- Produktionskrav/bemanding – at overveje om forventningerne til, hvor meget der skal produceres, matcher antallet af medarbejdere i redaktionen. Et vigtigt spørgsmål i sammenhæng med det efterfølgende.
- Forandringsparathed – at overveje hvordan man opnår, at et overvejende flertal af medarbejderne ser positivt på forandringerne og er klar til at arbejde for dem.
- Kompetencer/uddannelse – at planlægge nøje hvilke typer af uddannelse, der skal tilbydes hvilke medarbejdere.
- Redaktionel ledelse – at gøre sig klart, at journalistisk produktion til flere medier stiller skærpede krav til ledelsesmæssigt overblik, initiativ, planlægning og prioritering.
- Kulturudveksling – at sikre at de forskellige redaktionelle medarbejdere forstår hinandens måde at arbejde på og får harmoniseret journalistiske standarder, hvor det er nødvendigt.
- Redaktionel struktur – at der udvikles de nødvendige redskaber til planlægning, koordinering og udveksling af stof.

dem. Eksempel: I realiteten handler det om at vurdere nyhedernes aktualitetsgrad samt lyd- og videoeffekter. Når en historie er af "her-og-nu"-karakter skal radioen og internet-udgaven være førende. Når en historie appellerer til følelserne, er det tv, der fører ordet – og når det handler om overblik, baggrund og analyse hedder krusken i førersædet avisen.

Idealet: Fuldstændig flydende deadline med løbende udgivelsesfrekvens.
Virkeligheden: Løbende opdatering på historier af "fælles" karakter. Ellers respekt for de faste deadlines for avis og tv – med mulighed for at nedlægge veto for offentliggørelse af solohistorier før det passer avis eller tv. Eksempel: Avisens solohistorie om nedskæring på hjemmeplejen til tirsdagsavisen (som laves i løbet af mandag), bliver delt med de øvrige medier – under forudsætning af, at de venter med deres vinkler til tirsdag. Fordelen for disse medier er det halve døgn forspring i forhold til konkurrenterne. Fordelen for avisen er viden om, hvordan den pågældende historie føres videre.



Idealet: Total sammensmeltning af arbejdsprocesserne for alle redaktionelle medarbejdere.

Virkeligheden: Teamwork med udgangspunkt i den enkelte medarbejders mediemæssige styrke og baggrund. Uddannelse af flerfunktionelle medarbejdere med respekt for den enkeltes ønsker og ambitioner. Eksempler: Fastbilledfotografer videreuddannes til at kunne fungere som tv-fotografer, radio- og tv-journalister behersker begge medier, avisfolk tilbydes radio- og tv-træning.

Idealet: Krydshenvisninger til de øvrige mediers dækning i ét væk.
Virkeligheden: I et omfang af to-tre gange om dagen at referere til de øvrige mediers dækning. Med klar fokus på de enkelte mediers muligheder. Eksempel: Onsdagens tophistorie til avisens Sæby-rubrik bliver til en "kort nyt" i tv tirsdag aften med henvisning til avisens brede dækning dagen efter. Via internet-udgaven er der mulighed for mange henvisninger på kryds og tværs.

Avisens pressefotografer bliver bimediale fra starten. Planen er, at de med tiden både skal tage billeder til avisen og klare al tv-fotografering. I den første tid får de dog bistand af erfarne tv-fotografer fra Tv-Danmark i Aalborg. Her instrueres en af avisens fotografer, Bent Jakobsen (th.) af tv-fotograf Michael Borup, Tv-Danmark.

Sådan hjælper medierne hinanden

Nordjyske Stiftstidende: Avisens Frederikshavn-udgave fortsætter som hidtil, men modtager ideer, tips og i visse tilfælde også færdigskrevne artikler fra radio- og tv-journalisterne. Bemandingen på syv skrivende journalister er uændret.

Radio ANR Frederikshavn: Lokalradioens timenyheder fortsætter ligeledes som hidtil, men samarbejdet med især avisjournalisterne giver mulighed for flere og hurtigere lokale nyheder og hyppigere opdateringer end hidtil. Redaktionen er fortsat bemandet med én journalistisk medarbejder.

TvDanmark Aalborg: Tv-stationens nyhedsudsendelse kl. 17.30 (der også kan ses af en del mennesker i Frederikshavn) har hidtil været baseret alene på stof produceret i Aalborg. Ambitionen er at udsende en særlig nyhedsudsendelse i Frederikshavn med et vist indhold af lokalt produceret stof. Det ligger på nuværende tidspunkt ikke fast, hvor omfattende den lokale produktion skal være.

Der er ansat én tv-journalist. Billeddækningen skal efter oplæring varetages af avisens fotografer – foreløbig med ekstra fotobistand fra TvDanmark i Aalborg.

CFJE's rolle i processen

- At arrangere og lede kurser og seminarer for alle redaktionelle medarbejdere i forberedelsesperioden.
- At levere vidensmateriale dels om den teoretiske baggrund for medieintegration, dels om danske og udenlandske erfaringer med den type redaktionel udvikling.
- At stå for coaching og efterkritik af journalistiske produkter og arbejdsmetoder.
- At evaluere processen og opsamle erfaringer med henblik på, at det samlede materiale kan anvendes af andre, som skal i gang med en lignende proces.



Integrationsprojektet i Tampa, Florida, vil spille en central rolle i kurset.

Tekst: Peter From Jacobsen
Foto: Torben Nielsen

Kursus i USA om medieintegration

CFJE planlægger i øjeblikket et kursus om mediekonvergens og redaktionel integration. Med udgangspunkt i erfaringer på amerikanske redaktioner, hvor processen har været i gang i flere år, vil kurset beskæftige sig indgående med de muligheder og udfordringer, medieintegration medfører i relation til eksempelvis ledelse, organisering, uddannelseskraft og kompetence – og ikke mindst journalistisk produktudvikling og redaktionel tænkning i brugen af flere medier på én gang.

Kurset vil finde sted i uge 6, der er den første hele uge i februar 2002, og det kommer til at foregå i USA, nærmere bestemt Florida.

Her er inden for kort kørselsafstand samlet en række af de mest interessante integrerede redaktioner i USA, blandt andre det stort anlagte og meget omtalte projekt i byen Tampa, hvor avisen The Tampa Tribune nu redaktionelt arbejder

tæt sammen med tv-stationen WFLA-TV og internet-sitet Tampa Bay Online. Det skal understreges, at kurset ikke bare vil omfatte en række besøg på redaktioner, men at det forventes, at deltagerne både før, under og efter kurset tager aktivt del i de refleksioner, overvejelser og diskussioner, som kurset i øvrigt omfatter.

Kurset henvender sig både til redaktionelle ledere og medarbejdere, som ønsker at forberede sig på en tilsvarende udvikling i Danmark. Det planlægges og gennemføres på nordisk plan. En del af tanken bag kurset er netop, at deltagerne på tværs af grænserne i Skandinavien vil kunne udveksle synspunkter og erfaringer.

Planlægningen sker i samarbejde med norske Bjørn Ottersen, som er tidligere fagmedarbejder på Institut for Journalistik, nu selvstændig konsulent med bopæl i Sverige. Tag evt. kontakt til CFJE for nærmere informationer om kurset.



Journalistikkens nye virkeligheder

Reality-shows er kommet for at blive, mener mediefolk og medieforskere. Det er journalistik, der støtter op om reality-shows, også. Observer Danmark har talt op, at der i foråret 2001 blev bragt 969 artikler om Big Brother 1 i danske aviser og ugeblade.

Tekst:
Kirsten Sparre

Artiklerne adskiller sig i

det store og hele ikke fra journalistik om alt muligt andet, men alligevel er de udtryk for et skred i journalistikkens selvforståelse.

Det handler ikke mere om, hvorvidt journalister er ved at miste grebet om væsentligheden og virkeligheden, når de i hundredevis af artikler tygger drøv på de daglige begi-

venheder i reality-shows som Big Brother og Robinson. I stedet handler det om, at journalister netop nu bliver konfronteret med helt nye virkeligheder og nyhedskriterier.

Gammeldags selvforståelse

For et fag baseret på vær-

dokumentariske beskrivelser af virkeligheden, er der bemærkelsesværdigt få, der har reflekteret over, hvordan det harmonerer med journalistik om reality-shows.

I foråret bemærkede B.T.'s chefredaktør, Kristian Lund, stilfærdigt til fagbladet JOURNALISTEN, at det var underligt for ham som avismand at dække en konstrueret begivenhed, som om det var virkelighed.

Med sin bemærkning slår chefredaktøren hovedet på ét søm, nemlig det at den journalistiske selvforståelse og de idealer,

der blev formet i det 19. og 20. århundrede, overhovedet ikke slår til i forhold til dele af den journalistik, der rent faktisk praktiseres i begyndelsen af det 21. århundrede.

Der er sket en enorm udvikling i samspelet mellem medier og publikum, siden det britiske BBC i begyndelsen af 1950'erne havde store kvaler med at lave en nyhedsudsendelse.

Stationen kunne ikke finde en løsning på det problem, at billedet af en nyhedsoplæser måske kunne have en indflydelse på seernes opfattelse af indholdet af nyhederne. Så i

Dækning af reality-shows sender journalister i en helt ny retning

Nogle medier søger at skabe et fællesskab omkring reality shows, der kan forlænge seernes oplevelse af de følelsesmæssige dilemmaer, som skabes undervejs. For eksempel gennem en ring-ind-session på B.T. med Søren, Pil og Christian, der forlod den første Big Brother serie i utide.
(Foto: Jørgen Jessen /Scanpix)

venter de også, at journalister følger op på konstruktioner, som andre medier laver.

Det er en form for hyperkompleks journalistik på flere niveauer, som sjældent er blevet så godt illustreret som i dagene efter, at verden i bogstaveligste forstand faldt i grus på Manhattan. Her diskuterede flere danske medier, hvorvidt deltagerne inde i Big Brother-huset skulle have at vide, hvad der var sket i USA.

Med journalistikken som omdrejningspunkt flød tre virkeligheder ubesværet sammen: Den brutale og rå ydre verden, den totalt konstruerede Big Brother-verden og den medieskabte offentlighed omkring programmet. Det var ikke noget problem rent journalistisk at koble de tre virkeligheder på en gang.

Den grundlæggende problemstilling var fascinerende og vedkommende: Tænk at der sidder mennesker i et hus på Sluseholmen i København, som endnu ikke ved, hvad vi ved. Det var noget, der kunne diskuteres med alle rede hjemsendte deltagere og programmets mange fans. TvDanmarks beslutning om ikke at bryde programmets koncept om at holde deltagerne isoleret

fra den ydre virkelighed blev endda rapporteret i udenlandske medier.

Det interessante ved reality-journalistik handler derfor ikke om konstrueret virkelighed versus virkelig virkelighed, fakta mod fiktion.

Det interessante er, at reality-journalistik blander parallelle virkeligheder. Det ses også til daglig, hvor artikler om Robinsondeltagernes oplevelser dengang på øen bringes side om side med nyheder om deres liv hjemme i Danmark netop nu.

Fra væsentlighed til drømme

Men hvad så med væsentligheden? Eksistensen af parallelle virkeligheder betyder vel ikke nødvendigvis, at alle virkeligheder er lige væsentlige set fra et journalistisk synspunkt?

Væsentlighed afhænger af øjnene, der ser. I den journalistiske selvforståelse, der voksede frem efter 2. verdenskrig med idealer om social ansvarlighed, er væsentlighed som regel fortolket som samfundsmæssige begivenheder, der har konsekvenser for den enkelte borgers liv og udfoldelses-

Reality-journalistik

Reality-journalistik er journalistik om reality-shows som Big Brother, Robinson Ekspeditionen og Baren, hvor journalister fra andre medier end de pågældende tv-stationer går ind i en detaljeret og nyhedsbetonet dækning af programmerne, deltagerne, rammen, legen, følelserne og alt det, der på den ene eller anden måde kan relateres til konceptet.



muligheder. I den forstand er reality-shows ikke væsentlige.

Denne medieskabte væsentlighedsopfattelse er imidlertid blevet kraftigt udfordret af mediebrugere i den sidste del af det 20. århundrede.

Faldende oplag og seertal har stille og roligt presset nyhedsmedierne til at uddybe og supplere deres opfattelser af væsentlighed til også at rumme relevans for brugeren, og i dag er nærhed og identifikation vigtige kriterier for

Den glade journalistik

CFJE udgav i juni 2001 bogen "Den glade journalistik", der handler om mediernes dækning af de kendte og de kongelige. Forfattere var Lars Kabel og Kirsten Sparre. Bogen rummer blandt andet en beskrivelse af mediernes dækning af reality-showet Robinson Ekspeditionen i 1999, og centret har siden arbejdet videre med reality-journalistik. Se flere artikler om reality-journalistik i centrets Vidensbase om journalistik på www.cfje.dk/reality.

Mange fans var bekymrede over, at deltagerne i årets Big Brother ikke fik noget at vide om terrorangrebet på USA, men fortsatte med at leve i deres egen virkelighed upåvirket af begivenhederne i den større verden. (Foto: Craig Taylor /Scanpix)

nyhedsudvælgelse og -formidling.

Udviklingen slutter ikke her: Reality-journalistik kan meget vel vise sig at være et af de første bud på den journalistik, der vil præge det drømmesamfund, som fremtidsforskerne mener, vi er på vej ind i. I det samfund er væsentlighed noget ganske andet, end journalister er vant til.

Følelsernes tid

Rolf Jensen, tidligere direktør for Institut for Fremtidsforskning, beskriver i bogen "Dream Society", hvordan det factsstyrede informationsamfund er ved at blive afløst af et drømme- og eventyrsamfund, hvor følelserne vil komme i centrum for såvel det enkelte menneskes som for samfundets udvikling. En ny tid er på vej, hvor opskriften på succes er at fortælle en rigtig god historie og fortælle den godt. "Historiefortællere fra sports- og underholdningsverdenen bliver samfundets højeste betalte: En klar og objektiv indikation på skiftet fra informationsamfundet til drømmesamfundet", skriver han i bogen.

De gode historier bliver falbudt på et emotionelt marked, hvor Rolf Jensen mener, at der især bliver efterspørgsel på historier

om eventyr, kærlighed, venskab, samhørighed, omsorg, identitet, tryghed og holdninger.

Et så grundlæggende skift i samfundets værdier vil også blive afspejlet i journalistikken. Drømmesamfundets journalistik vil – hvis Rolf Jensen står til troende – blive præget af værdier som følelser og oplevelser, som inddrager brugeren. Og det er på mange måder det, som reality-journalistikken allerede gør.

Når journalister dækker udviklingen i og omkring reality-shows, så tærsker de ikke bare langhalm på andres succes i håb om, at der falder noget af til dem selv.

De mange artikler, anmeldelser, ring-og-tal-medien-deltager sessioner, læserafstemninger og forsider er snarere led i en proces med at forlænge de oplevelser, som mange seere helt åbenlyst har i forbindelse med programmerne.

Reality-journalistikken skaber et fællesskab, der hjælper med at bearbejde de følelser, som seernes

centrale udbytte af at se programmerne.

Plads til brugeren

Der er penge og læserappel i reality-journalistik, og derfor er den i øjeblikket den stærke repræsentant for buddene på, hvordan fremtidens journalistik kan komme til at se ud.

Men der er andre andre nybrud i journalistikken såsom public journalism og fortællende journalism. Fælles for dem er, at de giver plads til, at brugere selv kan være med til at skabe indholdet og budskabet i de journalistiske produkter.

Mediebrugere har for længst mistet den uskyld, som ridderlige journalister med deres gamle idealer stadig søger at vogte.

Brugere ved godt, at journalistik er konstruerede virkelighedsbilleder, og ikke nok med, at de sagtens kan magte samspillet mellem forskellige journalistiske konstruktioner.

I fremtiden vil de også selv være en del af konstruktionerne, og så bliver virkeligheden en ganske anden for journalisterne.

Artikler om Big Brother 8. januar til 13. maj 2001

Aviser:		Magasiner:	
Ekstra Bladet	331	Se og Hør	53
B.T.	169	Her og Nu	47
Politiken	83	Kig Ind	33
Berlingske Tidende	62	Billed Bladet	30
Information	40	Ude og Hjemme	6
Aktuelt	35	Hjemmet	3
Jyllands-Posten	31	Familie Journalen	3
Kristeligt Dagblad	16	Magasinet M!	3
Børsen	13	Femina	2
Erhvervsbladet	8	Sirene	1

Kilde: Observer Danmark A/S omtalt i Børsen, 16. maj 2001

Netop ankomsten til Malaysia blev de 16 deltagere i den 3. Robinson Ekspedition omringet af de 20 tv-folk, som skulle følge dem og deres indbyrdes konflikter i de næste 47 dage. (Foto: Bent K. Rasmussen/Scanpix)



Læsere og seere bevarer jordforbindelsen

Tekst: Birgitte Knudsen, ACNielsen AIM

Seerne er kompetente brugere af medier, som sagtens kan holde styr på virkelige og konstruerede elementer.

De rubricerer reality-shows som underholdning fjernet fra sociale eksperimenter og dokumentarprogrammer.

Det viser en fokusgruppeundersøgelse, som analyseinstituttet ACNielsen AIM lavede i december sidste år – dagen efter finalen på Robinson Ekspeditionen 2000. Undersøgelsen viser også, at seerne uden problemer kan leve med, at spisesedlerne for Ekstra Bladet den ene dag fortæller, at udenrigsministeren er gået af, og den næste dag fortæller,

hvem der vandt Robinson Ekspeditionen. De ved udmærket, hvem der er folkevalgte, og hvem der groft sagt er tv-valgte, selv om alle disse kendte personer optræder på samme scene som for eksempel Ekstra Bladet.

"Jeg køber da Ekstra Bladet, når der står Klamme Erik på." (mand, 30 år)

Det viste sig, at reality-journalistikken i aviser og ugeblade har flere funktioner. Reality-journalistikken bliver for det første anvendt som forhåndsviden, som læseren/seeren bruger, når han eller hun ser et reality-program.

I forbindelse med Robinson har TV3 selv præsenteret deltagerne og de-

res baggrund grundigt. Præsentationen bliver en forklaringsmodel for spillets og personernes udvikling i løbet af Robinson Ekspeditionen, fordi seeren indlæser sin viden i programmet og prøver at regne ud, hvem der er tildelt hvilke roller.

For det andet trækker reality-journalistikken på et fælles oplevelsesunivers mellem seere og programdeltagere. Når seerne gider at læse aviser om deltagerne og se dem på skærmen i andre programmer, er det fordi, de har erfaringer sammen med dem.

Læs hele Birgitte Knudsens artikel på CFJE online på adressen www.cfje.dk/reality

Reality-begreber

Medieforskere skelner imellem tre forskellige former for reality-tv:

- Reality-serien eller docu-soapen, som følger en gruppe af autentiske personer i deres daglige miljø igennem længere tid som for eksempel BBC-programmet Airport og Fødegangen på TV 2.

- Reality-magasinet, hvor en journalistisk studievært fremlægger forskellige cases som for eksempel Station 2 på TV 2.

- Reality-showet, hvor der konstrueres en ramme omkring nogle udvalgte, almindelige mennesker, som skal leve sammen og kæmpe mod hinanden efter nogle bestemte regler, sådan som det sker i Robinson Ekspeditionen og Big Brother.

Big Brother er følelsesmæssig realisme

Reality shows er konstruerede med virkelighedsfølelsen som mål

Tekst:
Anne Jerslev

Så er vi i gang med anden omgang af den danske udgave af Big Brother og fjerde omgang af Robinson Ekspeditionen. "Det er ren overlevelse", er serierne blevet lovet – understøttet: der lokkes med flere konflikter, flere krisefyldte situationer og floskede nerver, mere virkelighed, mere affekt.

Den private tilståelse er blevet en central del af mediekulturen, i hvert fald i de reality-programmer der sætter en virkelighed i scene efter et nøje tilrettelagt koncept. "First person media" har englænderen Jon Dovey kaldt det.

Hvordan-har-vi-det tv
Programmer som Big Brother, Robinson Ekspeditionen og Baren konstruerer et scenarie, hvor en gruppe udvalgte "almindelige" mennesker agerer i en struktur, som er beregnet

” Den private tilståelse er blevet en central del af mediekulturen

på at skabe spænding og spændinger; hvor der altid tales i første person ental; og hvor det alene er det intime liv, der er på dagsordenen. Der reflekteres over følelser og de indbyrdes relationer.

Man taler om, hvordan man oplever de andre, og hvordan man har det "lige nu". Som tilskuere bliver vi tilsvarende placeret i en privilegeret øjenvidneposition med mulighed for at kigge ind i dette private rum, som tilbyder intensitet og uforudsigelighedens spænding.

Reality-shows er anderledes end den type reality-serier, hvor vi er på patrulje med politiet eller på vagt med fødegangens eller skadestuens personale, og hvor indholdet kredser om den truende familiære og personlige katastrofe, dens professionelle afværgning og de mulige ar, den efterlader.

I Robinson og Big Brother er omdrejningspunktet igen og igen selve gennemspilningen af konflikter, de rester af spænding der bliver tilbage, efter at konflikten er bilagt, og den efterfølgende emotionelle reaktion og verbale refleksion over konflikterne/spændingerne.

Følelsesmæssig realisme
Disse reality-shows tilbyder "ægte" følelser langt fra amerikansk soap-glamour samtidig med, at soapens følelsesmæssige realisme bliver endnu mere reali-

stisk, blandt andet fordi serialitetens langstrakte form muliggør genkendelighed, indlevelse og identifikation.

Når Mik forlader den aktuelle Big Brother, så ved vi godt, at det ikke er fordi, han er blevet skrevet ud af serien af en snild manuskriptforfatter, men fordi noget var på spil for den unge mand, som han ikke kunne finde ud af at håndtere.

Tilskueren tilbydes altså, i showets form, en fornemmelse af en slags nu'ets affekt, oplevelsen af at være vidne til noget ikke-scriptet og dermed autentisk, noget hvor tilfældigheden råder, og alt i princippet kan ske.

Det er noget, som ingen allerede har skrevet slutningen på – ligesom i virkeligheden. Derfor var påskekrise i forårets Big Brother, hvor de navnkundige Pil, Christian og Søren forlod huset, reality-tv når det er bedst! Det vigtige ved reality-tv som "virkelighedsfjernsyn", som det hedder på norsk, er således ikke, at der er tale om en konstrueret virkelighed, for selvfølgelig er der det. Det vigtige er, at programmerne etablerer en følelsesmæs-

sig realisme, som formidler en fornemmelse af virkelighed.

Der er jo ikke tale om en dokumentarisk registrering af en virkelighed, hvor et stort kamerahold er ude for at udforske et hjørne af realiteten for at dokumentere et bestemt forhold.

Der er snarere tale om, at formatet kan etablere en relation mellem programmet og tilskueren omkring en oplevelse af autenticitet, af ægthed og spontanitet, fordi programmet ikke er gennemscriptet.

Dermed tilbyder det en fornemmelse af at være tilstede nu og her – også selv om vi godt ved, at det styres fra et kontrolrum og ikke sendes live. (Med mindre vi da benytter den direkte live-mulighed, som denne mediehybrid også tilbyder – adgang til huset døgnet rundt via Internettet. Således kan vi hele tiden være opdateret, få fornemmelsen af at være med).

Rollen som sig selv

Det er muligt, ja det er vel ganske sandsynligt, at beboerne i huset spiller roller. Det er muligt, at de spiller op til kameraerne



og appellerer til tilskuerne, hvis stemmer bestemmer, hvem af de nominerede skal forlade huset hver fjortende dag. Det er kort sagt muligt, at autenticiteten er iscenesat.

Men når beboerne blot er overbevisende i deres iscenesættelse af sig selv foran kameraerne, kan relationen til tilskueren etableres.

"Jeg er på, og jeg viser, at jeg ved, at jeg er på, altså er jeg mig selv", synes at være formlen for autenticitet i Big Brother. Formlen ses flere steder. Deltagerne forholder sig for eksempel åbenlyst til kameraerne ved at gå hen foran dem og tale ud af huset til tilskueren eller til produktionsholdet, der sidder i Big Brother studiet.

I denne omgang af Big Brother taler de ofte om "castingen" og om, hvad det foregående hold af husbeboere gjorde og sagde, og det bliver i sig selv en af programmets markører for autenticitet.

Uforudsigelige reaktioner

En anden er tilståelsen – blotlæggelsen af sig selv. Da Jill i foråret med over 70 % af seernes stemmer vandt førsteprisen på en halv million kroner i første omgang af Big Brother var det muligvis, fordi hun i et svagt – eller var det netop vældigt veltilrettelagt – øjeblik lagde sin forhistorie blot og afslørede over for sine medbeboere og over for seerne, at hun havde været udsat for voldtægt.

Det var muligvis, fordi hun græd som pisket, da beboerne fik brev hjemmefra, og muligvis var det, fordi hun i de sidste dage inden den endelige afgørelse af konkurrencens udfald lignede en hængt kat.

Kort sagt så vandt Jill muligvis, fordi hun var i stand til at fremvise autenticitet (som blev garanteret af tv-stationen ved, at den slukkede for lyden på Internettet lige efter, at hun havde sagt det der med voldtægten), hvor hendes forhistories traumatiske hændelse og hendes stærke emotionalitet var garanten for, at det der blev projiceret på skærmen var et ægte selv.

Har Big Brother og Robinson Ekspeditionen så noget med virkeligheden at gøre?

Set fra en vinkel må man sige nej. At TvDanmark besluttede, at beboerne i Big Brother huset ikke skulle vide noget om terrorangrebet på USA, synes at være et udtryk herfor.

Set fra en anden vinkel ja, fordi programmet kan formidle en oplevelse af virkelighed. Det kan effek-

Der var stor medieinteresse for den omhyggelige casting af deltagere til TvDanmarks første udgave af realityshowet Big Brother. At være castet er imidlertid ikke noget problem for oplevelsen af autenticitet, mener Anne Jerslev. (Foto: Jørgen Jessen/Scanpix)

tivt formidle emotionalitet, fordi vi aldrig er helt sikre på, hvad der skal komme til at ske. Fordi vi ved, at i en gruppe tilfældigt sammensatte mennesker vil eksplosionen altid være tilstede som en mulighed.

Anne Jerslev

Lektor ved Institut for Film- og Medievidenskab, Københavns Universitet.

Arbejder i forbindelse med forskningsprojektet "Realitet, realisme, det reelle" med et projekt om reality-tv.



Juridisk bistand med et klik

Afdelingsforstander Oluf Jørgensen, DJH, er redaktør af MEDIEJURA – en ny elektronisk database på CFJE online

Det er nok for meget at sige, at journalister generelt hungre efter mere viden om mediejura. Men på den anden side vil de fleste, som arbejder med medier i det daglige, nok erkende, at det ikke er så helt få gange, at præcise og hurtige svar på spørgsmål om aktindsigt, kildebeskyttelse, ophavsret eller andre pressejuridiske spørgsmål havde været guld værd.

Nu er hjælpen lige ved hånden, så at sige. CFJE online har åbnet en ny elektronisk database ved navn MEDIEJURA, og her vil enhver, som arbejder med journalistik og medieforhold, kunne finde svar på mange af de juridiske spørgsmål, som op-

står i kampens hede eller i eftertankens dunkle lys.

Afdelingsforstander Oluf Jørgensen, Danmarks Journalisthøjskole, har i samarbejde med CFJE udviklet databasen, der det næste års tid vil være under opbygning.

Brugbar formidling

"Overordnet er formålet med MEDIEJURA at formidle juridisk stof, så det er både forståeligt og brugbart. En central målgruppe er naturligvis journalister, men vi mener også, at andre, som arbejder professionelt med medier vil kunne få præci-

se svar på spørgsmål som "Hvordan er muligheden for at få aktindsigt i denne situation?" eller "Hvad er reglerne for at fotografere her?", siger Oluf Jørgensen.

"Ytringsfriheden benyttes af flere og flere, blandt andet i takt med at det med internettet er blevet langt lettere at komme til orde, og i den forbindelse begår mange fejl og lovovertrædelser. MEDIEJURA vil også give borgere, der føler sig krænket, mulighed for at sætte sig ind i de gældende regler inden for eksempelvis presseetik, og man vil kunne orientere sig om Pressenævnet og andre myndigheders praksis."

Oluf Jørgensen nævner tre gode grunde til, at MEDIEJURA bør kunne blive et nyttigt redskab for både menigmand og professionelle mediefolk.

Forklaringer: "Jeg har altid bestræbt mig på at formidle det juridiske stof så forståeligt og kort som muligt, men desuden er alle forklaringer på MEDIEJURA gennemgået og redigeret journalistisk."

Sammenhæng: "Internettet giver mulighed for at koble informationer, der hænger naturligt sammen. Ud fra et typisk spørgsmål om eksempelvis offentlighedsloven kan man hurtigt få et overblik i en forklarende tekst og så derfra klikke sig videre til blandt andet relevante afgørelser fra Folketingets Ombudsmand samt andre kilder til en dybere forståelse af emnet."

Opdatering: "En af vanskelighederne ved formidling af juridisk stof er, at der

Sådan gør du

Du får adgang til MEDIEJURA direkte fra "baren" på CFJE onlines forside (www.cfje.dk). Når du har klikket dig ind på MEDIEJURA, kan du i oversigten vælge det emne, du er interesseret i at vide mere om. Hvert emne fører til en side, der giver et overblik over det indhold, databasen rummer om dette emne. Du har her følgende muligheder:

- Svar på typiske spørgsmål
- Retsregler og vejledninger
- Principielle afgørelser i konkrete sager
- Faglige artikler og behandling af aktuelle spørgsmål
- Relevante links
- Beslægtede emner

Du kan også søge direkte på et emne i MEDIEJURA ude på forsiden af CFJE online. Du vil så blive ført direkte ind til det ønskede emne.



Oluf Jørgensen, født 1947, er afdelingsforstander i informationsret og forvaltningsret ved Danmarks Journalisthøjskole, hvor han har været ansat siden 1998. Han har skrevet en lang række bøger og artikler om blandt andet offentlighed, tavshedspligt, ytringsfrihed og kommunestyre.

Det finder du i MEDIEJURA

MEDIEJURA åbner med dækning af fire områder:

- Aktindsigt - både i forhold til offentlig forvaltning, domstolene, Folketinget og EU.
- Persondata – fortæller om reglerne for, hvilke oplysninger myndighederne og andre må videregive om borgerne.
- Retssager og domstole – giver dig svar på, hvilke rettigheder du har som journalist i forhold til at få udleveret dokumenter og deltage i retsmøder.
- Presseetik – med bl.a. en række af de principielle afgørelser fra Pressenævnet.

I løbet af det næste år vil yderligere følgende 15 emner komme til: Fotografering og billeder, informations- og ytringsfrihed, injurier, kildebeskyttelse, medieansvar, medieorganisation, ophavsret, politi, privatlivs- og andre fredskrænkelser, radio og tv, racistiske udtalelser, reklame og sponsorering, skjult kamera og mikrofon, tavshedspligt, åbne døre/lukkede døre.

konstant sker ændringer, og derfor vil en bog hurtigt være forældet på visse punkter. MEDIEJURA vil blive ajourført ugentligt."

Akutte problemer

Databaseredaktøren er klar over, at mange pressejuridiske spørgsmål har rødder i meget konkrete og akutte problemstillinger. Hvilke personalesager er undtaget fra reglerne om aktindsigt? Hvornår kan en domstol nedlægge navneforbud? Hvornår må en kommunalbestyrelse lukke dørene?

"Vi bestræber os på at indrette MEDIEJURA, så den kan bruges i helt konkrete tilfælde. Det gør vi blandt andet ved at tage udgangspunkt i typiske spørgsmål, hvorfra man enten kan nøjes

med at få en hurtig briefing eller vælge at gå dybere ned i området."

Danske journalister har i en årrække knyttet ordet pressejura tæt sammen med navnet Knud Aage Frøbert. Oluf Jørgensen lægger ikke skjul på, at det har været vanskeligt at afløse Frøbert, som døde for halvandet år siden.

I modsætning til Frøbert ønsker Oluf Jørgensen ikke at blive ringet op af journalister døgnet rundt.

"Til gengæld vil man nu med moderne hjælpemidler få direkte adgang til de informationer, man forhåbentlig har brug for. Man vil også kunne stille spørgsmål til mig via emails eller ringe til mig inden for normal arbejdstid. Og endelig har blandt andre Dansk Journalistforbund en juridisk døgnservice."

Bøger om journalistik fra CFJE

Bestil på CFJE online:
www.cfje.dk/udgivelser

Bøgerne er udgivet på Forlaget Ajour, Danmarks Journalisthøjskole.
De tilsendes portofrit med faktura og girokort.



POLITISK JOURNALISTIK

Bogen beskriver, hvordan den politiske journalistik er blevet selvstændiggjort fra partier, stat og andre typer af politisk kontrol – og nu er ved at skabe egne kriterier for relevans og kvalitet.

Forfattere: Ove K. Pedersen, Peter Kjær, Anders Esmark, Maja Horst og Erik Meier Carlsen.

Pris: kr. 248,-

DEN GLADE JOURNALISTIK

På baggrund af analyser af kendthedsjournalistik i danske ugeblade, dagblade og tv-aviser beskriver bogen et kendthedsunivers befolket af royale superstars, ikoner, halvnøgne skuespillere og semikendte fra tv's reality-programmer. Bogen fortæller også, hvordan journalister, fotografer og redaktører agerer i dette kendthedsunivers. Hvordan de indsamler og formidler historier, hvor grænserne går, og hvad spillereglerne er for den form for journalistik.

Forfattere: Kirsten Sparre og Lars Kabel

Pris: kr. 248,-

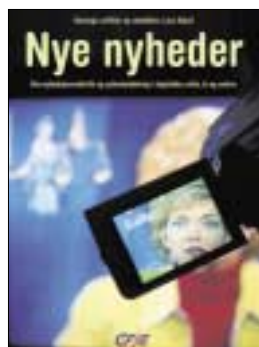


NYE NYHEDER

Om nyhedsjournalistik og nyhedsdækning i rivende udvikling i dagblade, radio, tv og online. Bidragydere er 34 anerkendte danske journalister, pressefotografer og uddannelsesarbejdere. Bogen fås nu til nedsat pris!

Redaktion: Lars Kabel

Pris: kr. 198,-



MAGT OG FORTÆLLING

10 forskere og praktikere kommer med aktuelle bud på den politiske journalistiks status efter partipresens fald og liberalisering af de elektroniske medier.

Redaktion: Erik Meier Carlsen, Peter Kjær og Ove K. Pedersen

Pris: kr. 98,-

VERDEN PÅ TILBUD

Bogen kortlægger den aktuelle udenrigsdækning, den sætter ord på udenrigsjournalistikens arbejdsmetoder, den rejser spørgsmål og formulerer udfordringer.

Forfattere: Hans-Henrik Holm, Lars Kabel, Torben Kitaj, Lars Møller og Flemming Ytzen.

Pris: kr. 198,-

Medarbejderne ved Center for Journalistik og Efteruddannelse



Henriette Hansen,
sekretær
e-mail: hh@cfje.dk



Karen Tambo,
uddannelseskoordinator
e-mail: kt@cfje.dk



Lars Kabel,
centerleder
e-mail: lk@cfje.dk



Jan Larsen,
webredaktør
e-mail: jl@cfje.dk



Steen K. Rasmussen,
fagmedarbejder,
tv og radio
e-mail: sr@cfje.dk



Maja Bodh Buhl,
sekretær
e-mail: mb@cfje.dk



Torben Nielsen,
projektleder, fagleksikon
e-mail: tn@cfje.dk



Anne Kai,
webkoordinator
e-mail: ak@cfje.dk



Peter From Jacobsen,
fagmedarbejder,
trykte medier
e-mail: pf@cfje.dk



Kirsten Sparre,
fagmedarbejder,
analyseprojekter
e-mail: ks@cfje.dk



Annegrete Skovbjerg,
fagmedarbejder,
MEDIEJURA
e-mail: as@cfje.dk