

Leder:

Avisens hjerte



Birgitte Kjos Fonn
Professor i journalistikk, Oslo Met
Redaktør Mediehistorisk Tidsskrift
birgitte@oslomet.no

Medieforskningen har noen blinde eller halvblinde flekker, og det gjelder også mediehistorien. Mye forskning er innholdsanalyse eller studier av eierskap, rammevilkår og marked samt teknologiske endringer. Når aktørene trekkes inn, er det gjerne journalistprofesjonens kjernetropper det fokuseres på. Det arbeidet som tradisjonelt er blitt lagt ned i redigerings- og presentasjonsleddet, av ansatte som verken skriver sakene eller tar bildene, har vi langt mindre kunnskap om. Men det er gjerne her vinkling i titler og ingress finner sted, samt annen redigering og kutting i teksten, for ikke å snakke om valg av bilder og bidrag til å sette sammen stoffmiksen – i det hele tatt

det som skaper avisens ansikt utad. Vi snakker om *redigererne*, og den øvrige *desken*. Deskens arbeid er riktignok innvevd i en rekke andre spørsmål man kan stille til et mediemateriale, men det går likevel gjerne under radaren hos medieforskerne.

Dette har seniorforskerne **Per Bonde Hansen** og **Gudrun Rudningen** forsøkt å gjøre noe med, i artikkelen «Desken var avisens hjerte som aldri lukket et øye» som publiseres i dette nummeret. Artikkelen er hovedsakelig intervjubasert, og den sammensatte metaforen i tittelen er et sitat fra en informant – et sitat som i grunnen sier det meste om den posisjonen desken har hatt i redaksjonelt

arbeid i mange år. Men deskens rolle og posisjon har også endret seg betydelig.

Metoden som Hansen og Rudningen, den ene historiker og den andre antropolog, begge med arbeidslivsforskning som spesialfelt, har valgt, er livsløpsintervjuer. Informantene er i forskjellige aldersgrupper og har forskjellig fartstid, men alle har mange års erfaring som redigerer eller vaksjef, noen av dem helt tilbake til 1970-årene. Avisene informantene har jobbet i, er *VG*, *Dagbladet*, *Aftenposten*, *Romerikes Blad*, *Vårt Land* og *Nationen*.

Anerkjent journalistgruppe

I det 20. århundre fikk desken en stadig viktigere rolle etter som avisproduksjonen ble mer og mer profesjonalisert, selv om det varierte fra avis til avis – og ikke minst med avistype. Tilrettelegging av attraktivitet og salgbarhet var naturligvis viktigere i tabloida-viser som *Dagbladet* og *VG* enn i abonnementsavisene. Det påvirket også deskens arbeid og atmosfære.

En informant som i sin tid gikk fra *Aftenposten* til *VG*, beskrev det som «omtrent som å gå fra et bibliotek til et sirkus». ¹ Men alt i alt knytter de to forskerne utviklingen av en mer aktiv desk til utviklingen av profesjonalisering, tabloidisering og kommersialisering som har preget hele norsk presse, om enn i varierende grad og takt, i den perioden de studerer.

I takt med journalistenes profesjonalisering ble også redigererne eller «deskerne» stadig viktigere brikker i avisarbeidet. Deskerne ble en anerkjent journalistisk yrkesgruppe med egen kompetanse og fagbevissthet – *deskjournalister* – som hadde hånd om den både kreative og krevende prosessen det var

*I takt med journalistenes
profesjonalisering ble også deskerne
stadig viktigere brikker i avisarbeidet*

å presentere avisen, visuelt og verbalt, på en måte som var mest mulig tiltalende for leseren. Samtidig gjorde teknologiske endringer også at en annen yrkesgruppe med lignende arbeid – typografene – ble sluset langsomt ut av avisen. Studien til Hansen og Rudningen er dermed også en interessant påminnelse om mekanismene for innlemming og utstøting, men også bekreftelse, i en slik semi-profesjon som det journalistikken er.

Overgangen til digital publisering førte til inntektstap og forsøk på å kompensere med å selge digitalt innhold mer aggressivt for mange aviser. Lenge ble nett og papir holdt atskilt flere steder, i håp om at egne nettredaksjoner – og desker – skulle gi en egen «gründerkultur». Så utviklet sakte dagens situasjon seg, med «digitalt først» for de fleste redaksjoner. Klikket – eller konverteringen (at et klikk fører til at leseren abonnerer) – har ført til enda mer fokus på enkeltartiklens salgbarhet og hvordan de fremstår gjennom vinkling og presentasjon. Hansen og Rudningen sammenfatter to helt forskjellige deskfaglige tilnærminger slik:

I papiravisa lagde man saker på den journalistiske «hunchen» eller på målinger av løssalg og abonnement som tok uker og måneder å samle sammen, analysere og presentere. Den digitale trafikken styres av umiddelbare resultater av det som leses: Hvilke saker som åpnes (målt i antall klikk), lesertid og konvertering til salg.²

Nedskjæringene som fulgte i kjølvannet av den digitale revolten, rammet også desken. Ikke mange tiår etter at deskens storhetstid hadde oppstått, var den igjen på hell. Flere aviser har nedbemannet deskene, og noen har til og med basert seg på eksterne – outsourcete – desker. De skrivende journalistene har mange steder overtatt mer av det som pleide å være deskens oppgaver, men det er også utviklet andre typer roller i redaksjonene som er med på å definere deskens arbeid. Ikke minst er de tidligere vanntette skottene mellom markedsføring og redaksjon en del steder begynt å gå i oppløsning.

Samtidig kan det synes som om de nye produksjonssystemene har bidratt til mindre desk-kreativitet: Sidene er mer malstyrte og dermed også mindre mangfoldige. Særlig informanter med

fartstid fra papirdesken beklager denne utviklingen – de mener at både fortellerkunsten og det deskfaglige langt på vei er blitt borte. «Deskere er de som trives dårligst nå. Fordi all kreativiteten er tatt ut. Du sitter der som en rein produksjonsenhet og bare sender ting. Fra å pynte kaka til å legge kaka i boks», sier en informant.³

Dagbladets utvikling

VG var Norges første moderne løssalgsavis i tabloid, og også den første Hansen og Rudningen finner som utviklet en sentralredaksjon allerede på 1960-tallet. Men det er få norske aviser som har tiltrukket seg så mye interesse for sin tabloidisering som den andre løssalgsavisen Hansen og Rudningen har i utvalget – *Dagbladet*. Overgangen til tabloidformat i 1983, med en dertil hørende langt mer offensiv desking og det antropologen Arne Martin Klausen i sin feltstudie av *Dagbladet* kalte mer utpreget «tabloidestetikk»,⁴ har vært omdiskutert i nesten 40 år. I skrivende stund er kanskje siste runde i denne sagaen stillingsannonsen avisen publiserte i april i år, der avisen (i DU-form) søkte etter journalister som «(n)istirrer på lesertallene i samme minutt artikkelen din er publisert, for å se om den traff blink; (b)ytter bilde og tittel, hvis du synes saken går for dårlig; (v)il skrive om både krim, været, eldreomsorg, kjendiser, skole og katter; (og l)everer en kjapp sak, mens du venter på sitatsjekken til den andre saken du sitter med».⁵

Annonsen førte til en strøm av kommentarer i både etablerte og sosiale medier om nettopp forholdet mellom god journalistikk og en overdreven kommersialisering og tabloidisering. «Oppskrifta på utbrente journalistar og ei dårlegare avis», skrev *Bergens Tidende*-journalisten Jens Kihl på Twitter. «Dagbladet prøver ikke engang å sminke liket», skrev sosiologen Arve Hjelseth på *midnorskdebatt.no*, og la til at det var fristende å sette selve ordet «journalister» i anførselstegn. Mens *Dagbladets* avdelingsleder Eugene Brandal Laran sa til Kampanje at annonsen var et «mislykket forsøk på glimt i øyet».⁶ Uansett hva man mener om dette, er det rent profesjons-sosiologisk et uttrykk for at flere av de oppgavene som i mange år lå til desken, nå er overtatt av skrivende journalister.

Siden Klausen fullførte sin antropologiske studie av *Dagbladet* i 1986, er det skrevet en rekke bøker og artikler der *Dagbladet* er enten «hovedperson» eller et viktig studieobjekt. Den siste så langt er Martin Eides og Christine Myrvangs historie om *Dagbladets* (så langt) siste 25 år: *Alltid foran skjermen. Dagbladet og det digitale skiftet*. Boken beveger seg frem til *Dagbladets* 150-årsmerking i 2019 og følger opp boken som kom til 125-årsmerket, *Utskjelt og utsolgt*, av Hans Fredrik Dahl med flere.⁷ Eide og Myrvang fortsetter beretningen om endringen fra å være en familiebedrift med kulturradikal overbevisning, der eventuelle overskudd ble pløyd tilbake i avisdriften, til en digital først-avis med kommersielle eiere – i dag til og med det danskeide storkonsernet Aller.

Veronica Årseth Ljosheim var vitenskapelig assistent på *Dagbladet*-prosjektet, og bisto forfatterne med en større innholdsanalyse av avisen i perioden fra 1996 til 2016. Dette er den mest omfattende innholdsanalysen av avisen som er foretatt på mange år, og den er konsentrert om nett. I 1996, da studien startet, var tabloidisering av *Dagbladet* gjennomført for lengst, men i mellomtiden hadde det dukket opp en ny, betydelig endringsfaktor: Avisens nettutgave var lansert året før. Ljosheims analyse, som publiseres i sin helhet i denne utgaven av *Mediehistorisk Tidsskrift*, er et bidrag til å forstå overgangen til nettavis som primærprodukt, men også hva digitaliseringen, inntektsbortfallet og den stadig mer aggressive salgspolitikken har betydd for innholdet i avisen.

For den historiske komparasjonens skyld har Ljosheim tatt utgangspunkt blant annet i Harald Aas' omfattende hovedoppgave i statsvitenskap fra 1987, som var et tidsbilde av innholdet i *Dagbladet* rundt overgangen til tabloid. I tillegg sammenligner hun med Tobias G. Backes masteroppgave i medievitenskap fra 2011, der *Dagbladet*-forsider i perioden fra 1983 til 2009 er undersøkt (og Ljosheim videreførte selv denne studien frem til 2016).

Å studere nettaviser og papiraviser gir ikke direkte

sammenlignbart materiale, og spesielt ikke når det er en del avstand i tid. Men tallene i Ljosheims artikkel gir både interessant kunnskap om dagens produkt og et interessant innblikk i forskjellen til den avisen *Dagbladet* var for ti, tjuer og førti år siden.

Ljosheim finner gjennomgående stadig mer av de såkalt «tabloide innholdskategoriene» (selv om det er noe variasjon over tid). Samfunnsstoff er den største gruppen, med litt over en fjerdedel av nettsakene. For sammenlignbarhetens skyld er dette (som hos Aas) definert som næringsliv, arbeidsmarked, offentlig og privat velferd, juss og religion – men også forbruker- og veiledningsstoff, som vi vet fra flere undersøkelser at det er blitt langt mer av de siste tiårene. Politikk i mer snever forstand er det derimot lite av – gjennomsnittlig under seks prosent av totalen. Krim og ulykker ligger ganske høyt, med et gjennomsnitt på litt under 25 prosent, og det er mer kjendisstoff

enn før (nesten en tredjedel av underholdningsstoffet, som i seg selv utgjør 21 prosent av sakene). *Dagbladets* opprinnelige paradegren, derimot, det mer «intellektuelle» kulturstoffet, er nede i gjennom-

snittlig 2,5 prosent av nettavisens totale stoffutbud.

Innbakt i Ljosheims analyse ligger også en sammenligning av dagens papiravis og nettavis. Blant annet med grunnlag i Yngve Benestad Hågvars analyse i hans doktoravhandling⁸ mener Ljosheim det kan se ut som om *Dagbladet* løser noen av sine interne spenninger med for eksempel å reservere mer av både den tradisjonelle «finkulturen» og det tross alt temmelig etterspurte forbrukerstoffet for papiravisen, som har en eldre lesergruppe.

Ljosheim konkluderer likevel forsiktig med at papiravisen i større grad enn nettavisen tar hensyn til avisens kulturelle og intellektuelle tradisjon. Men det betyr ikke at ikke også papiravisen har endret seg betydelig, og fortsatt er i endring.

Artikkelen er basert på en kvantitativ innholdsanalyse, og sier derfor ikke noe om aktørene bak. Aktørene finner man til gjengjeld i historieverkene, som Klausens, Dahls, samt Eides og Myrvangs bøker.

*Ljosheims artikkel gir et
interessant innblikk i forskjellen
på Dagbladet før og nå*

I tillegg finner man altså noen av aktørene i Hansens og Rudningens desk-artikkel – som kort kan oppsummeres som at desken, som lagde avisenes innpakning og salgsplakat, fikk en stadig større rolle, før deres kunnskap om hvordan man når og tiltrekker seg leseren, ble satt på formel og kanskje mistet noe av sitt journalistiske preg til fordel for enda mer av det kommersielle.

Digital mediehistorie

Medieinnhold digitaliseres nå i høyt tempo, ledet an av Nasjonalbibliotekets ambisiøse plan om å digitalisere alt som noensinne har vært publisert i Norge. Bare i 2019 digitaliserte Nasjonalbiblioteket 4,7 millioner avissider. Slik er Nasjonalbiblioteket blitt et gigantisk nettarkiv for mediehistorisk innhold – faktisk et betydelig medium i seg selv. I tillegg digitaliserer en del andre institusjoner, som NRK, aktivt – og dette kommer på toppen av alt mediematerialet som de siste 20–30 årene er blitt født digitalt, hver dag.

I *Mediehistorisk Tidsskrift* har vi gjennom flere år publisert artikler om digitaliseringen av mediehistorien og hva det innebærer. Allerede i 2018 var dette tema for Norsk mediehistorisk forenings årlige seminar, da i samarbeid med Nasjonalbiblioteket, og høsten 2018 (nr. 2 2018, nr. 30) ble det gitt ut et spesialnummer av tidsskriftet med tittelen «Den historiske digitaliseringen». Her diskuterte og problematiserte flere bidragsytere etiske, kildekritiske og filosofiske sider ved det digitale skiftet for mediehistoriens materiale.

Professor i medievitenskap og leder for Mediehistorisk forening, **Henrik G. Bastiansen**, har skrevet flere artikler om problematikken, ikke minst de kildekritiske spørsmålene endringene utløser. I nr. 1 2020 (nr. 33) skrev han artikkelen «Nettarkivenes digitale objekter som intellektuell utfordring: Mediehistorie 2.0 og behovet for en ny filologi», og i dette nummeret kommer fortsettelsen på dette arbeidet.⁹ Bastiansens anliggende er hvordan vi skal forholde oss til digitalt innhold som kilder.

For historikere betyr dette en helt ny virkelighet. Behovet for å bla seg gjennom støvete arkiver eller fikle med et vrangvillig mikrofilmapparat blir stadig mindre. Det gjør arbeidet mye lettere – og det kan til og med gjøres uten å oppsøke noe bibliotek. Men Bastiansen advarer mot å ta materialet i bruk uten å ha tenkt nøyere gjennom hva man gjør. For hva slags materiale sitter vi egentlig med?

Det er lett å tenke at en digital kopi er akkurat det – nemlig en kopi, og at man kan betrakte den som identisk med originalen. Og medieinnhold er jo dessuten i seg selv kopier – slik Bastiansen peker på i artikkelen i nr. 33 – for selv medieinnhold som er lagret fysisk, som en papiravis eller en bok, er massedistribuerte kopier av en annen original. Men den digitale kopien er likevel noe helt annet enn den opprinnelige, selv i mediens verden. Lagringsmediet er en del av mediets egenskaper. Ikke bare er det slik at det

Hva slags materiale sitter vi egentlig med når vi bruker digitaliserte kilder?

gulnede og sprø papiret eller den knitrende lyden i seg selv kan gi fra seg viktig informasjon, men den masseproduserte kopien som ble laget, i fysisk format, med andre fysiske forutsetninger, i en annen tid, om en annen tid, er noe helt annet enn den digitale versjonen. Bastiansen tar i sin artikkel i dette nummeret for seg flere av de spørsmålene som reises i kjølvannet av at medier endrer lagringsmedium, og skriver: «Hvis en forsker ikke reflekterer over hvordan en medietype kan påvirke det forskningen søker svar på som *følge av sitt formmessige uttrykk*, kan vi få en medieblind historieforskning.»¹⁰ Samtidig gir han en nyttig oversikt over hvordan medieforskeren får tilgang til digitalisert materiale, i de tilfellene hvor det fortsatt ikke bare er å sette seg ved sin PC og trykke på en knapp.

Viktige medieprofiler

I sin faste spalte i Forum-delen tar Bastiansen også for seg arven fra viktige journalister. Han fokuserer særlig på den kjente amerikanske radio- og TV-reporteren Edward R. Murrow, men tar også for seg forsøkene på å samle biografier og kunnskap om en rekke vik-

tige norske medieprofiler, noen av dem nålevende. *Mediehistorisk Tidsskrift* har opp gjennom årene bidratt med flere slike biografiske tekster, og mange av dem er nevnt i Bastiansens spalte.

I dette nummeret har vi et nytt slikt bidrag om en viktig norsk journalist. Fotojournalist og masterstudent **Håkon Benjaminsen** har skrevet en biografisk artikkel om fotojournalisten Karina Jensen. Karina Jensen (1963–1998) var mesteparten av sitt korte yrkesliv fotograf i *Aftenposten*. Hun var en aktiv, utgående fotoreporter som blant annet ble kjent for bildene i boken *Mor Russlands døtre*, som hun publiserte sammen med Bente Riise og Isak Rogde kort tid etter at Sovjetunionen hadde brutt sammen. Minst ett av disse bildene er ikonisk, og viser en ung russisk kvinne som stiger forsiktig ned fra operasjonsbordet etter at hun har fått gjennomført en abort ved et sykehus i

Moskva. Bildet, som heter «Prevensjon på russisk», fikk utmerkelsen Årets bilde i 1993, og er også gjengitt i Benjaminsens artikkel her i tidsskriftet.

Artikkelen er basert på intervjuer, medietekster og annen litteratur, og gir et godt innblikk i Karina Jensens liv, men også i utviklingen i det som var hennes fag – fotojournalistikk – i Norge fra 1980-årene og utover.

Karina Jensen var fra 1986 student i et av de første kullene på det nye utdanningstilbudet for pressefotografer i Norge, Norsk Pressefotograferskole (NPFS), som ble etablert i Fredrikstad i 1983. Skolen var et viktig ledd i profesjonaliseringen av norsk fotojournalistikk, og tolv år etter ble den lagt under høyskoleparaply i Oslo og fikk navnet fotojournalistutdanning. Generasjonen Karina Jensen tilhørte, opplevde dermed at yrket de hadde valgt, fikk en betydelig statusheving og ble innlemmet som en selvfølgelig del av journalistikkprofesjonen, akkurat slik deskerne i Hansens og Rudningens artikkel i en periode opplevde.

Karina Jensen ble rammet av kreft og døde bare 35 år gammel. Kort tid etter ble Karina Jensens minnefond etablert. I de to tiårene det eksisterte, fikk 34 fotojournalister stipend til sin faglige utvikling fra fondet. De siste årene har Norsk Journalistlag videre-

ført denne støtten under navnet Karina-stipendet.

Foto og utenriksjournalistikk

Utover dette har vi som alltid bokstoff, samt den faste spalten Medieminne. Denne gangen er det tidligere redaktør i *Trønder-Avisa*, **Arve Løberg**, og tidligere redaktør i *Fjell-Ljom*, **Einar Galaalen**, som har tatt imot stafettpinnen. Vi har også debatt om klimaforskning og forskningsformidling, ansporet av spesialnummeret høsten 2020 om miljø og klima i mediehistorien.

Nå står to spesialnumre for tur. Neste nummer blir et spesialnummer basert på forskningsprosjektet «Norsk fotohistorie 1940–2011», med Jens Petter Kollhøj og Are Flågan ved Nasjonalbiblioteket og Anne Hege Simonsen ved OsloMet som gjesteredaktører. Våren 2022 håper vi videre å lage et spesialnummer om nordisk utenriksjournalistikk.

I mars 2021 arrangerte Norsk mediehistorisk forening i samarbeid med forskergrupper på medieinstituttene ved Høgskolen i Volda og OsloMet et nordisk seminar om dette temaet. Seminaret, som er inspirert av det nordiske mediehistoriske samarbeidet som de siste årene er blitt formalisert gjennom foreningen NOMEH – Nordic Media History Network – samlet forskere fra alle de nordiske landene utenom Island, samt en representant fra et baltisk land. Seminaret (som selvsagt var digitalt), viste at det finner sted svært mye interessant forskning om mediehistorie og internasjonale forhold i de nordiske landene. Når vi nå avslutter årets første nummer i 2021, *Mediehistorisk Tidsskrift* nr. 35, vil vi takke alle bidragsytere som velger å sende artiklene sine til vårt tidsskrift. Vi er også svært takknemlig for bidragene fra våre anonyme fagfeller, samt bokanmeldere og andre som skriver for oss. Nevnes må også våre dyktige redaksjonelle medhjelpere, språkvasker **Hegelin Waldal** og designer **Endre Barstad**, for den innsatsen de yter hver gang.

Oslo, 15. juni 2021

*Håkon Benjaminsen har
skrevet en biografisk artikkel om
fotojournalisten Karina Jensen*

Noter

- 1 Per Bonde Hansen og Gudrun Rudningen (2019). Desken var avisens hjerte som aldri lukket et øye, *Mediehistorisk Tidsskrift* nr. 1 (nr. 35)
- 2 Ibid.
- 3 Ibid.
- 4 Arne Martin Klausen (1986). *Med Dagbladet til tabloid. En studie i dilemmaet «børs og katedral»*. Oslo: Gyldendal
- 5 *Dagbladet søker to journalister til faste stillinger* (journalisten.no). Lest 10. april 2021. I en versjon som senere ble fjernet, het det også at de aktuelle journalistene var typen som lå våkne om natten og tenkte på hvordan sakene kunne vært skrudd enda bedre til.
- 6 *Dagbladet etterlyste journalister som «ligger våkne om natta»: – Oppskriften på en dårligere avis. Fagpressenytt; Dagbladet etterlyste journalister som «ligger våkne om natta»: – Oppskriften på en dårligere avis. Kampanje og Dagbladet prøver ikke engang å sminke liket – adressa.no (midtnorskdebatt.no), alle lest 10. april 2021.*
- 7 Hans Fredrik Dahl et al. (1993). *Utskjelt og utsolgt. Dagbladet gjennom 125 år*. Oslo: Aschehoug
- 8 Yngve Benestad Hågvar (2016). *Nyhetssjangerer i nettaviser. Tekstnormforskjeller mellom nett- og papirnyheter i VG, Dagbladet og Aftenposten 2010-2014*. Doktoravhandling, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo
- 9 Henrik G. Bastiansen (2020). Mediehistorie 2.0. og behovet for en ny filologi. *Mediehistorisk Tidsskrift* nr. 1 (nr. 33), 32-45. [MHT-2020-33-Bastiansen-IDO.pdf \(medietidsskrift.no\)](#)
- 10 Henrik G. Bastiansen (2021). Brikker til en ny filologi. *Mediehistorisk Tidsskrift* nr. 1 (nr. 35)