

TEORI & PRAKSIS

ORD, SOM IKKE FØLGES AF HANDLING, ER UVÆSENTLIGE. | WWW.ARBEJDEREN.DK | FACEBOOK.COM/ARBEJDEREN | TWITTER.COM/ARBEJDEREN

Analyse:

Hvordan blev journalistik så ensrettet?



Kritisk og samfundsgavnlig journalistik hæmmes af en række faktorer i samfundet. Også i Danmark. Det afsløres for eksempel ved hjælp af Noam Chomsky og Edward Hermans propagandamodel, der i år fylder 25 år. Modellen er mere relevant end nogensinde før.

MEDIER

af Jens Malling

Artiklen har tidligere været bragt i sektionen Kontradoxia på modkraft.dk

Den frie presse. Uafhængige, neutrale og objektive journalister. Den fjerde statsmagt. Demokratiets vagthund. Klicheerne er mange angående den rolle, journalistikken angiveligt spiller i samfundet.

Selv i medieforskningen bliver der sjældent gjort forsøg på at forstå journalistikkens dybere mekanismer, hvordan den er viklet ind i samfundets magtstrukturer og måske ligefrem bidrager til at opretholde og forstærke de strukturer.

Et sådant vellykket forsøg var bogen *Manufacturing Consent* af Edward Herman og Noam Chomsky, da den udkom i 1988.

Med de forskningsresultater, forfatterne fremlagde, stod det klart, at journaliststandens grund til at fejre sig selv sandsynligvis var overdrevet. Det er oplagt at se journalistikkens nuværende vilkår i lyset af dette værk.

I *Manufacturing Consent* præsenterer Herman og Chomsky en »propagandamodel«. At betragte journalistikken gennem denne model kan give en forståelse af fagets udvikling og begrænsninger.

Ifølge Chomsky og Herman passerer en nyhed eller et hvert andet journalistisk produkt fem filtre på vej til modtageren. Nyhedens råmateriale ryger gennem filtrene, og kun det rensede materiale, der bliver tilbage efter denne proces, er klar til at blive bragt i et givet medie. De fem filtre er »ejerskab«, »afhængighed af reklameindtægter«, »afhængighed af kilder«, »frygt for repressalier« og »antikommunistisk ideologi«.

Chomsky og Herman præsenterede deres arbejde under den Kolde Krig. De har senere opdateret modellens femte filter.

De to forfattere peger udtrykkeligt på alternative informationskilder og en kritisk bevidsthed i befolkningen angående traditionelle mediers sandfærdighed som vigtige grænser for effektiviteten af propaganda.

Kontradoxia har kigget nærmere på nogle af filtrene og sat dem ind i en dansk kontekst. *Manufacturing Consent* er på over 300 sider og bygger på omfattende empirisk materiale. Her

gennemgås propagandamodelen med et par eksempler fra Danmark.

JOURNALISTIKKENS KRISE

Den udvikling, der er sket indenfor journalistikken, siden Chomsky og Herman præsenterede deres teori, gør den mere relevant end nogensinde før. Journalistikken er ramt af en krise, der har at gøre med, at den er underlagt et stadigt strengere profitrationale, som svækker kvaliteten og bidrager til denne tendens:

Flere historier med kun en kilde. Flere citathistorier fra andre medier. Nyhedsbureauers telegrammer og let omskrevne pressemeddelelser direkte i spalterne eller som speak med arkivbilleder. Avisers udlicitering af hele tillæg til kommunikationsvirksomheder. Mindre undersøgende journalistik. Mindre tid til research.

Mindre tid til at checke kilders udtalelser, hvilket ofte medfører, at man bare bringer dem og så lader læsere eller seere vurdere dem. Flere annoncer. Flere reklamer. Flere annoncer og reklamer forklædt som artikler. Flere fyringer. Koncentration af ejerskab på færre og færre hænder. Lukning af medier. Faldende oplagstal.

Større jobusikkerhed for journalister: Flere kortidsansættelser, større krav om fleksibilitet og uhyre stressende arbejdsomgivelser. Mere billig arbejdskraft i redaktionslokalerne i form af praktikanter og stigende magtesløshed overfor stærkt professionaliserede »presetjenester« – herunder spindoktorer – med enorme budgetter i ryggen.

Disse udviklinger skader journalistikken og dens evne til at arbejde til gavn for samfundet.

EJERSKAB

Journalistikken påvirkes i høj grad af hvem, der har ejerskab over medierne. Ejeren af et givet medie kan forhindre, at en historie, der skader hans interesser, kommer frem.

På globalt plan er der i løbet af de seneste år via konsolideringer og fusioner skabt ni transnationale medieselskaber, der tilsammen sidder på størstedelen af mediemarkedet i verden. Denne udvikling ser ud til at fortsætte og betyder, at stadig færre mennesker kontrollerer en stadig større del af medierne.

Det bliver kaldt »deregulering« af markedet til trods for, at der er tale om en politisk regu-

FORTSÆTTES PÅ NÆSTE SIDE ►