

Forside

Bacheloroppgave

Studieprogram: Journalistikk

Opptaksår: 2020

Er oppgaven konfidensiell? (skriv X) NEI: X JA:

Kan oppgaven benyttes til undervisningsformål (anonymt)? JA: X NEI:

Forfatter(e)

Studentnr (6 siffer)	Navn:
256125	Sabrina Isabel Alfonzo Gonzalez

Oppgavens tittel:

Hvordan vi dekker verden

Hvordan påvirker NRK, Aftenposten og Klassekampens organisasjon og redaksjonelle prioriteringer journalistikken som kommer fra Sør-Amerika?

Veileder: Ragnhild Sofie Selstø

Hvordan vi dekker verden

Hvordan påvirker NRK, Aftenposten og Klassekampens organisasjon og redaksjonelle prioriteringer journalistikken som kommer fra Sør-Amerika?



Universitetet i Stavanger

Bacheloroppgave i Journalistikk
Institutt for media, kultur- og samfunnsfag

Av: Sabrina Isabel Alfonzo Gonzalez, 256125

Veileder: Ragnhild Sofie Selstø

Våren 2023

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning:	5
2.0 Teori:	6
<i>2.1 Utenriksjournalistikk</i>	6
<i>2.2 Samfunnsoppdraget</i>	8
<i>2.3 Hva gjør en nyhet til en nyhet?</i>	9
<i>2.4 Mediemarkedet</i>	11
3.0 Metode:	11
<i>3.1 Kvalitativ intervju</i>	11
3.1.1 NRK	12
3.1.2 Aftenposten	12
3.1.3 Klassekampen	13
<i>3.2 Intervjuguide</i>	13
<i>3.3 Etterbehandling av innsamling av data</i>	13
4.0 Presentasjon av funn og drøfting	14
<i>4.1 NRK</i>	14
4.1.1 Samarbeid med Stefansen.....	14
4.1.2 Gjenspeiling av samfunnet.....	15
<i>4.2 Aftenposten</i>	16
4.2.1 Internasjonalt samarbeid.....	16
4.2.2 Nyhetskriteriene	17
4.2.3 Nedprioritering	17
<i>4.3 Klassekampen</i>	18
4.3.1 Strukturen på utenriksredaksjonen.....	18
4.3.2 Papir først	18
<i>4.4 Hovedfunn</i>	19
4.4.1 Geografisk nærhet.....	19
4.4.2 Bruk av ressurser	21
4.4.3 Lesertall fører til nedprioritering av saker	23
5.0 Konklusjon	24

6.0 Litteraturliste	26
7.0 Vedlegg	28
<i>Vedlegg 1: Intervjuguide til NRK, Aftenposten og Klassekampen</i>	<i>28</i>

1.0 Innledning:

«Latin-Amerika spiller ingen rolle. Folk bryr seg ikke om Latin-Amerika» hevdet den tidligere presidenten i USA Richard Nixon (1971) til Donald Rumsfeld i det hvite huset i Washington DC (Reid, 2017, s. 1). Til tross for at dette ble sagt for 52 år siden kan vi fremdeles se noen tendenser av det i hvordan norske mediehus dekker det søramerikanske kontinentet. Retriever viser at de siste 20 årene ble kun 232,023 saker skrevet om Sør-Amerika, noe som kan ses på som veldig lite, sammenlignet med USA eller Europa som har 6,658,708 til sammen.

Etter det jeg kjenner til er det ingen norske mediehus som har faste korrespondenter i Sør-Amerika. Det finnes kun en frilanser i det søramerikanske kontinentet, Arnt Stefansen i NRK, som har levert jevnlig til sin redaksjon i 17 år. Han skal pensjonere seg i løpet av våren, og da sitter Sør-Amerika igjen uten en fast person som tar for seg kontinentet. Det er rimelig å anta at det å ha faste korrespondenter viser hvor viktig dekningen av kontinentet har å si for redaksjonen. Det finnes svært få studier av mediedekningen av Latin-Amerika, både i Norge og internasjonalt, til tross for at Latin-Amerika er en betydelig del av verden. Kontinentet har flere innbyggere enn hele EU-området til sammen og arealet er større enn Europa og Russland inkludert. På bakgrunn av at jeg har valgt NRK, Aftenposten og Klassekampen er fordi de er tre aviser med ulike profiler, eiere, størrelse og ressurser. Felles for de utvalgte avisene er at alle satser på utenriksstoff og ingen har faste korrespondenter i Sør-Amerika.

Mitt engasjement i dekningen av internasjonale hendelser, særlig i Sør-Amerika, gjør at jeg er spesielt opptatt av problematikken. Dette velger jeg å se på som en fordel, selv om jeg er klar over at det kan være en ulempe å ha en tilknytning til feltet man forsker på. Jeg ser ikke på dette som et problem da jeg er bevisst på denne problematikken, og fordi jeg ønsker å skape et objektivt og realistisk bilde av dekningen av Sør-Amerika.

På bakgrunn av dette, blir problemstillingen *“hvordan NRK, Aftenposten og Klassekampens organisasjons og redaksjonelle prioriteringer kan påvirke journalistikken som finner sted i Sør-Amerika?”*. For å kunne besvare problemstillingen, har jeg valgt å ta utgangspunkt i teorien om utenriksjournalistikk, journalistikkens samfunnsoppdrag, Kjendslis (2008) nyhetskriteriene og mediemarkedet. I denne oppgaven konkluderer jeg med at det finnes ulike årsaker som påvirker journalistikken fra Sør-Amerika. Prioriteringer basert på valg av nyhetskriterier, slik som vesentlighet og identifikasjon som spiller en viktig rolle på hvordan

redaksjonene velger en sak fremfor andre. Begrensede ressurser som antall korrespondenter, økonomi og plass på papirutgavene påvirker også hva som blir publisert. I tillegg til geografisk avstand som spiller en avgjørende faktor i journalistikken fra det søramerikanske kontinentet.

2.0 Teori:

I dette kapittelet vil jeg presentere teorien anvendt i oppgaven. Innledningsvis vil jeg gjøre rede for relevant faguttrykk, før jeg går over på oppgavens teori. Jeg begynner dermed med å redegjøre begrepene samfunnsoppdrag, nyhetskriteriene og organisasjonsstrukturen til redaksjonene. Avslutningsvis går jeg nærmere på hvordan organisasjonens og redaksjonelle prioriteringer kan påvirke journalistikken som kommer fra Sør-Amerika.

Sør-Amerika er en fellesbetegnelse for Latin-Amerika og Mellom-Amerika. De formelle definisjonene kan dermed variere. For eksempel skiller noen Karibia fra Sør-Amerika, men i denne oppgaven regnes Karibia som en del av Sør-Amerika. Begrepet Latin-Amerika defineres dermed som hele det amerikanske kontinentet, med unntak av USA og Canada.

2.1 Utenriksjournalistikk

Dagens mediebransje sliter økonomisk, og det går ofte ut over utenriksjournalistikken ettersom den gjerne tar lengre tid å produsere, i tillegg til å kreve ekstra ressurser fra redaksjonene (Saga, 2017, s. 12). Ulike forskere har tatt på seg jobben å utforske denne tematikken, som for eksempel Piene (2008) som trekker frem at flere redaksjoner har færre korrespondenter eller journalister ut i felt. Dersom noen skal bli sendt ut, skal det være når en stor hendelse skjer. Ettersom en journalist skal bli sendt utenlands for å rapportere, blir det ofte gjort med en norsk vri og med norske kilder (Eide, 2009, s. 24).

Elisabeth Eide (2009) stiller spørsmålet om det er mulig å skape og formidle et helhetsbilde av internasjonale hendelser. Ignacio Ramonet, tidligere redaktør i *Le Monde Diplomatique*, hevder at informasjonsstrømmen i dagens samfunn er så omfattende at det kan være utfordrende å registrere hva vi kan gå glipp av (Eide, 2009, s. 15). Medieforskeren James Curran forklarer at journalistene kun fokuserer på det hjemmepublikumet er interessert i (Eide, 2009, s. 16). Det at utenriksjournalistikken ofte nedprioriteres i ulike redaksjoner kan

forklares ved å se på konkurransen mellom ulike journalistiske sjangere og temaer, dermed kan dette skape flere begrensninger i dekingen av internasjonale hendelser.

Marsteintredet argumenterer for at geografisk avstand, norsk kultur og journalistisk praksis er faktorer som påvirker dekingen av Sør-Amerika (Marsteintredet, 2017, s. 252). Geografisk avstand spiller en stor rolle, til tross for at vi alle kan være såkalte kosmopolitter er vi ikke i stand til å kunne få all slags informasjon om enkelte lands politikk, økonomiske og humanitære problemer, konflikter og dens lidelser. Derfor er journalistene nødt til å prioritere det som kan være nært og det som kan knyttes til deres lesere, lyttere eller seere (Eide, 2009, s. 16). Likevel finnes det flere utfordringer som kan være knyttet til formidlingen av internasjonale hendelser.

Den australske journalisten P. Eric Louw (2009) har forsket på fenomenet «journalistic misreading» (Louw, 2009, s. 154). Begrepet går ut på egenskapene til utenrikskorrespondenten ute i felt. Louw hevder at når en journalist skal dekke hendelser som er langt fra deres hjemland, kan det være utfordrende for dem å forstå de aktuelle kontekstene rundt det. Han argumenterer for at mange utenriksjournalister som har nylig kommet til deres nye arbeidssted ofte er utlendinger, som verken har kunnskapen eller kjennskapen til historien til de landene de skal dekke (Louw, 2009, s. 155-156). I tillegg har journalistens kildenettverk i det nye landet mye å si. Det legges ikke noe skjul på at journalistene selv velger sine egne kilder til sine reportasjer, siden journalisten skal forsøke å være objektivt. Til tross for at objektivitet er noe vanskelig å oppnå skal journalisten vise begge sider av en sak. Dessuten er det slik at korrespondenter velger mennesker de er komfortable med og det kan føre til at korrespondenten velger de som er kulturelt like og dermed kan det påvirke innholdet i reportasjene (Louw, 2009, s. 156).

I dagens samfunn med ny teknologi er det mulig for hvem som helst å være en «journalist på stedet», altså er det lettere for folk å kunne sende inn bilder og videoer til redaksjoner for å vise det som skjer når journalistene ikke er der. Dette har bidratt til at flere utenriksjournalister sitter på desken (Eide, 2009, s. 25). Den britiske journalisten, Richard Sambrook (2010), hevder at dette har ført til færre korrespondenter og flere stringere og frilansere (2010, s. 16). Denne måten å løse journalistikken på blir mer vanlig i vårt samfunn og det kan også begrunnes ved at flere journalister velger å bli værende i det landet de befinner seg i, i tillegg til at redaksjonene trenger færre livsforpliktete merdarbeideravtaler (Eide, 2009, s. 25). Ved å gjøre det slik er det mulig å spare penger og få et lignende resultat.

Likevel kan mangelen og nedprioriteringen av utenriksjournalistikken gå i strid med journalistens samfunnsoppdrag.

2.2 Samfunnsoppdraget

Begrepet samfunnsoppdrag er i litteraturen gitt flere ulike fortolkninger og forståelser, og har dermed ingen entydig definisjon. Likevel er de fleste enige om en felles definisjon om dette begrepet i de vestlige, demokratiske mediesystemene. Journalistikkens samfunnsoppdrag er knyttet til ideen om at pressen er ansvarlig for visse samfunnsoppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Ved å ivareta disse funksjoner kan vi ha et velfungerende demokratisk samfunn (Brurås, 2020, s. 37). Pressens samfunnsoppdrag har også en demokratisk og kulturell rolle i samfunnet. Det er pressens rett å informere, ettersom det er en del av pressens selvpålagte samfunnsoppdrag. Det vil si at dersom det er en sak som angår flere mennesker, har befolkningen rett til å vite hva som foregår i samfunnet de befinner seg i (Brurås, 2020, s. 37-38). Dette gjelder også hvordan pressen jobber med utenriksjournalistikk og hvordan redaksjoner prioriterer ulike saker.

Vær Varsom-plakaten (VVP) er de etiske retningslinjene for norsk presse uansett plattform (Pressens Faglige Utvalg, 2021). Regelverket ble laget for å beskytte folk mot overgrep fra pressen. Den fastsetter også etiske standarder for journalister i form av forskjellige retningslinjer for både integritet og ansvar. Denne plakaten er grunnlaget for Pressens Faglige Utvalg (PFU), som er et selvregulerende organ for pressen. De fleste mediene i landet er tilknyttet PFU. Dersom du føler at en sak har blitt løst på feil måte, har feil informasjon eller påstår at journalistene gjorde en feil, kan du klage til PFU. Plakatens punkt 1.4 går ut på pressens rett til å informere om det som skjer i samfunnet. Der står det følgende: "Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle" (Pressens Faglige Utvalg, 2021). De fleste journalister mener at det å forfølge sannheten er viktig, og at journalistikk tjener som den fjerde statsmakt (Karlsen & Stavelin, 2014, s. 37). Journalistikkens samfunnsoppdrag kan ses som en kontrakt mellom pressen og staten, og pressen og borgeren (Sjøvaag, 2020, s. 17). Journalister skal også fungere som samfunnets vaktbikkjer. De skal hjelpe til med å overvåke og holde politikere, myndigheter og andre personer ansvarlige for sine handlinger og beslutninger. Dette bidrar til å forhindre maktmisbruk og sikrer at samfunnet beveger seg i en positiv retning (Østbye, 2009, s. 5).

Dette er et sentralt element i idealet til journalistikken, at mediene er pliktet til å kritisere statsmaktene.

Når en snakker om samfunnsoppdraget og utenriksjournalistikk er det naturlig å dra inn informasjonsplikten til pressen. Ifølge professor i journalistikk, Svein Brurås (2020), er begrepet vanskelig å forstå ettersom mange tror dette er noe som er pålagt for alle journalister, likevel er det ikke slik. Brurås hevder det er et ansvar og ikke en plikt, siden publikumet ikke har rett til å vite om absolutt alt (Brurås, 2020, s. 39-40). Hva som er publikums «rett til å vite» kan være en oppgave i seg selv, likevel blir det definert slik som noe som angår flere mennesker uansett om det er positivt eller negativt. Dette kan igjen knyttes til nyhetskriteriene og hva som bør være en nyhet.

2.3 Hva gjør en nyhet til en nyhet?

Nyhetskriteriene er del av en byråkratisk rutine i redaksjonene, der disse kommer frem under vurderingsprosessene til nyhetssakene. Hvordan disse rutinene oppstår kan være et resultat av en rekke faktorer. Dette kan være et resultat av journalistens utdanning og bakgrunn, eller det kan dukke opp over tid. Hvilke nyheter en avis fremhever kan også avhenge av kommersielle mål. I denne delen skal vi se på hva nyhetskriteriene er og hva det er som gjør en nyhet til en nyhet.

Audgunn Oltedal forklarer de fem ulike nyhetskriterier ved å bruke forkortningen VISAK, det står for vesentlighet, identifikasjon (nærhet), sensasjon, aktualitet og konflikt (Oltedal, 2012, s. 17). Likevel er «eksklusivitet» også et viktig kriterium for min undersøkelse, dermed er jeg nødt til å legge til en «E» til forkortningen. Veslemøy Kjendsli definerer dette som KVEISA-kriteriene (Kjendsli, 2012, s. 54). Et krav er altså noe, gjerne en forventning, som stilles fra omgivelsene i samfunnet. Nyhetskriteriene blir ofte brukt for å vite om en sak har nyhetsverdi (Kjendsli, 2008, s. 52). De kan også bli sett på som felles normer for hva en nyhet er, altså hvorfor en journalist velger å skrive om noen hendelser fremfor andre. Jo flere kriterier en sak klarer å oppfylle, desto bedre saken blir, og dermed større sjanse er det for at en sak blir til en nyhet og krysser nyhetsterskelen.

Konflikt er ofte en viktig faktor i nyheter fordi det skaper interesse og spenning blant publikum. Konflikt kan oppstå mellom individer, grupper, organisasjoner, land, eller

ideologier, i tillegg til å gi saken nyhetsverdi (Kjendsli, 2008, s. 52-53). Likevel bør dette ikke kun være det ene kriteriet som blir oppfylt. Vesentlighet er det som gir en sak tyngde, likevel kan det variere fra redaksjon til redaksjon på hva som er en aktuell sak. Noe som er vesentlig er noe som kan angå flere mennesker. Tidspunkt har også veldig mye å si for hvor vesentlig en sak er (Kjendsli, 2008, s. 53). For å kunne illustrere, en sak om været i påskeferien, dette vil være vesentlig et par dager før ferien starter slik at det er mulig for folk å vite om de skal på fjellet eller bli hjemme. Saken hadde ikke vært vesentlig etter ferien eller flere uker før. Audunn Oltedal, medieforsker og journalist, argumenterer for at «vesentlighet» er et krav til pressen. Dette er fordi pressen står til ansvar for lesere, lyttere og seere når det gjelder å presentere det som er vesentlig til samfunnet (Oltedal, 2012, s. 25).

Kjendsli (2008) hevder at eksklusivitet-kriteriet er veldig sentralt i dagens medier. Eksklusivitet-kriteriet omhandler at en redaksjon skal stå alene med en nyhetssak før alle de andre redaksjonene. Slike saker blir ofte høyt prioritert og har stor nyhetsverdi (Kjendsli, 2008, s. 57). Identifikasjon eller nærhet handler om at leseren, lytteren eller seeren skal kunne kjenne seg igjen i saken (Kjendsli, 2008, s. 54). Kjendsli argumenterer for at dette er det viktigste nyhetskriteriet av de oppnevnte. Siden vi mennesker klarer å identifisere oss i det som skjer og saken kan få oss til å tenke «det kunne har vært meg». Dette kan påvirke oss også i en kulturell og geografisk nærhet. Med andre ord, leseren, lytteren eller seeren liker saker der de handler om det nærområdet vi befinner oss i og mennesker vi kjenner (Kjendsli, 2008, s. 54).

Videre har vi sensasjon, det går ut på at det skjer noe spektakulært, noe uventet og eller overraskende. Kjendsli kaller dette for «jöss-faktoren» i en sak (Kjendsli, 2008, s. 55). For eksempel, en hund biter en mann kan ses på som noe vi kunne forventet, men dersom en mann biter en hund, da har du noe vi ikke kunne forutse. Til slutt har vi A-en i KVEISA som står for aktualitet. Dette kriteriet handler om nærhet i tid og er det som gjør i definisjon en «nyhet». Dette kriteriet er en viktig faktor i valg av nyheter fordi det handler om hvor «fersk» eller relevant en historie eller hendelse er (Kjendsli, 2008, s. 55). Nyere hendelser gir større sannsynlighet for at det vil være av interesse for publikumet. For å kunne illustrere, dette kriteriet er ved å tenke på om nyheten kommer til å være gammel dersom den ikke publiseres i dag (Kjendsli, 2008, s. 55).

2.4 Mediemarkedet

Helle Sjøvaag (2020) argumenterer for at journalistikkens største problem i dagens samfunn går ut på forholdet mellom inntekter og samfunnsoppdrag (Sjøvaag, 2020, s. 9). I utgangspunktet har journalister makt i samfunnet og makten kan begrunnes av det selvpålagte samfunnsoppdraget i sammenheng med demokratiet (Sjøvaag, 2020, s. 20). Likevel er redaksjonene mer og mer avhengige av digitale inntekter for å kunne produsere innhold.

Mediebedrifter befinner seg i en balanse mellom normative og kommersielle mål, samt demokratiske og økonomiske forutsetninger. Sjøvaag trekker frem at mediene er hovedsakelig kommersielle virksomheter (Sjøvaag, 2020, s. 109). Påstanden gjelder ikke for statseide bedrifter som for eksempel NRK, men heller private redaksjoner slik som Aftenposten og stiftelseide medier slik som Amedia eller Schibsted (Sjøvaag, 2020, s. 109). De fleste norske mediehus er privateid, men landet har også et blandet medieeierskap som innebærer at noen medier er eid av børsnoterte konserner, noen av stiftelser og noen andre er privateid (Sjøvaag, 2020, s. 118-119). Det er viktig å ha forskjellige former for eierskap for å unngå monopol i mediemarkedet og dermed unngå markedssvikt. Privateide medier er også viktige for samfunnet og demokratiet, siden de ikke er økonomisk styrt av staten.

3.0 Metode:

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for de valgene jeg har tatt i form av metode og innhenting av data. Deretter vil jeg forklare hvordan jeg har gått fram for å hente inn den informasjonen jeg trenger til denne oppgaven.

3.1 Kvalitativ intervju

Metoden jeg har valgt for å utføre analysen min er kvalitativt intervju. Denne metoden brukes for å kunne samle inn og analysere data som kan knyttes til personens oppfatninger, opplevelser og vurderinger (Aase & Fossåskaret, 2018, s. 103-104).

Mine intervjuer kan karakteriseres som semi-strukturerte, ettersom at jeg har utarbeidet en intervjuguide med forhåndsbestemte spørsmål, med rom for oppfølgingsspørsmål, i motsetning til et strukturert intervju (Østbye, et al., 2013, s. 105). Underveis i samtalene tok jeg utgangspunkt i intervjuguiden men kom ofte med innspill som kun var relevant for

intervjuet. Jeg oppholdt intervjuene via Zoom og Google Meet med mine informanter, ettersom jeg ikke hadde anledning til å reise til redaksjonene og ha intervjuene fysisk. Likevel sørget jeg for å skape en trygg setting for mine informanter i form av samtaler. Dette kan være betryggende for både meg selv og de jeg valgte å intervju (Østbye, et al., 2013, s. 107).

Jeg har foretatt tre intervjuer for å få mer informasjon rundt praksisen på hvordan organisasjonens og redaksjonelle prioriteringer kan påvirke journalistikken som kommer fra Sør-Amerika. Dermed har jeg valgt å intervju utenriksredaktøren i Aftenposten, John Hultgren, utenrikssjef i Klassekampen Mari Eifring og NRKs utenriksredaktør Sigurd Falkenberg Mikkelsen. Grunnen jeg valgte å intervju dem er fordi måten redaksjonene blir finansiert på er forskjellige og dermed kan det påvirke journalistikken og redaksjonens prioriteringer. I kvalitative intervjuer er det vanlig å benytte begrepet «informant» om den personen som intervjues (Østbye, et al., 2013, s. 103). Målet med analysen min blir da å finne ut hvordan andre prioriteringer kan påvirke journalistikken fra Sør-Amerika. Dermed var jeg nødt til å finne de som var ansvarlige for utenriksjournalistikken i de oppnevnte redaksjonene.

3.1.1 NRK

Norsk Rikskringkasting, også kjent som NRK, har vært den nasjonale kringkasteren i Norge siden 1933 (Fordal, 2022). Det som gjør at medievirksomheten skiller seg fra resten er at denne blir finansiert av staten. Det er verdt å merke seg at NRK som allmennkringkaster har en spesiell rolle i samfunnet, og er derfor nødt til å forholde seg til spesielle krav og regler som er fastsatt av myndighetene (Sjøvaag, 2020, s. 109). I dag er NRK et mediehus med et omfattende tilbud på alle plattformer, altså radio, TV, podkast, TV og nett. Ettersom at NRK er statseid og blir finansiert av alle som betaler skatt, er det rimelig å anta at befolkningen «eier» NRK. Dermed er NRK nødt til å gjenspeile eiernes, altså alles, interesser (Sjøvaag, 2020, s. 109).

3.1.2 Aftenposten

Aftenposten er en av de største og mest anerkjente norske avisene med et netto opplag på rundt 252 448 (MedieNorge, 2023). Avisen ble grunnlagt i 1860, ble til en nettavis i 1995 og

har sitt hovedkontor i Oslo. Aftenposten publiserer nyheter, reportasjer, kommentarer og debattinnlegg om både nasjonale og internasjonale hendelser innenfor forskjellige temaer.

I motsetning til NRK er Aftenposten privateid av Schibsted ASA, som er et norsk mediekonsern. Schibsted er notert på Oslo Børs og er en av de største mediebedriftene i landet. Aftenposten blir hovedsakelig finansiert i form av salg av både aviser og annonser. I tillegg til papirutgaven, gir avisen ut også en digital utgave som gir inntekter til redaksjonen i form av abonnemeter og annonser.

3.1.3 Klassekampen

Klassekampen er en anerkjent landsdekkende dagsavis med et tydelig venstresidig og sosialistisk grunnsyn. De definerer seg selv som «Venstresides avis». Avisen kom først ut i 1977 og deretter lanserte sin nettside, Klassekampen.no, i 1995 (Eifring, 30.03.2023, telefonintervju). I motsetning til Aftenposten blir denne avisen finansiert av ulike organisasjoner og stiftelser som støtter opp avisens formål. Disse organisasjonene inkluderer blant annet Landsorganisasjonen i Norge (LO), Fellesforbundet, Rødt, Industri Energi og flere små aksjonærer (Brandal & Hetland, 2021). Norsk medieforsker, Sigurd Allern kaller Klassekampen for en "meningsavis», det vil si at de henvender seg først og fremst til et politisk og ideologisk publikum (Allern, 2001, s. 60-62).

3.2 Intervjuguide

Alle informantene har blitt stilt de samme spørsmålene slik at det skal være mulig å sammenligne svarene. Dette kan begrunnes ved at vi ønsker å se hvordan de ulike redaksjoner arbeider og dersom finnes noen likheter eller ulikheter i redaksjonene. Se vedlegg én for en detaljert intervjuguide til NRK, Aftenposten og Klassekampen.

3.3 Etterbehandling av innsamling av data

Alle intervjuene med informantene ble tatt opp med deres samtykke. Dette ble gjort for å kunne dokumentere hva som ble sagt under samtale, i tillegg for å kunne unngå misforståelser (Østbye et al., 2013, s. 108). Deretter har de blitt transkribert og analysert.

4.0 Presentasjon av funn og drøfting

I dette kapittelet vil jeg redegjøre og drøfte problemstillingen ved hjelp av informasjonen jeg har fått av mine informanter. Basert på problemstillingen i denne oppgaven, er det rimelig å anta at det finnes flere begrensninger som kan påvirke det journalistiske arbeidet i Sør-Amerika. Drøfting av intervjuene vil foregå underveis i teksten og funnene har blitt delt inn i tre deler; NRK, Aftenposten og Klassekampen.

Formålet med analysen er å undersøke *hvordan organisasjonens og redaksjonelle prioriteringer kan påvirke journalistikken som finner sted i Sør-Amerika*. For å kunne gjøre det, er det viktig å vise til om hvordan utenriksredaksjonene er organiserte, hvordan de fordeler sine ressurser for å kunne dekke kontinentet og om det eventuelt finnes noen begrensninger innad redaksjonene som forhindrer en fullstendig dekning av Sør-Amerika.

4.1 NRK

4.1.1 Samarbeid med Stefansen

Under intervjuet ble det tidlig klart hvordan utenriksredaksjonen var organisert. Det er 11 utenriksstasjoner, 11 kontorer utenfor Norge. Kontorene befinner seg i Belgia, England, Kina, Kenya, Libanon, Russland, Sverige, Tyrkia, Tyskland, Ukraina og USA. NRK har ikke per dags dato en fast korrespondent i Sør-Amerika. Arnt Stefansen har vært bosatt i Brasil de siste 17 årene og har frilanset alle årene. Tidligere i år ble det kjent at han skulle gå av med pensjon i løpet av våren (Fauconnier, 2023). Sigurd Falkenberg Mikkelsen, utenriksjefen i NRK, forteller om at de vurderer forskjellige kandidater for å være NRKs oppdragsgivere, likevel tenker de ikke å ha en fast korrespondent i Sør-Amerika (Mikkelsen, 28.03.2023, telefonintervju).

Stefansen skal pensjonere seg snart og vi jobber med å finne en måte for oss å fortsette å være til stede i Latin-Amerika. Vi tenker det skal være noe på lik linje med det vi har hatt til nå, altså en oppdragsgiver og ikke en fast korrespondent, men vi har ikke bestemt oss ennå på hvordan det skal være hundre prosent (Mikkelsen, 28.03.2023, telefonintervju).

Ifølge Mikkelsen er det slik at Stefansen tok initiativ for å komme i gang med reportasjene, deretter ble det gjort en totalvurdering av den journalistiske verdien av redaksjonen i Oslo. Den journalistiske verdien blir vurdert ut ifra vesentligheten, ressurser og interessen rundt

hendelsen eller reportasjen. Ettersom de tar en totalvurdering av en reportasje som ikke veier opp mot en av de oppnevnte, er det rom for at redaksjonen velger å ikke prioritere saken. Vesentlighet er et viktig nyhetskriteriet for NRK under vurderingsprosessen siden det skal være noe som angår flere mennesker, samtidig som de skal sikre for at det skaper interesse. Utenriksredaktøren hevder at NRK ikke er avhengig av leserstatistikken slik som andre aviser i landet, men at det likevel kan påvirke prioriteringen av saker.

Vi er på ingen måte styrt av lesertall per se, men det er jo en underliggende faktor som påvirker oss alle og som vi tenker på når vi skal vurdere en sak. Vi ønsker selvfølgelig at vår journalistikk skal kunne nå så mange som mulig [...]. Jeg mener at god journalistikk alltid finner et publikum og dermed prøver vi å publisere gode reportasjer til enhver tid (Mikkelsen, 28.03.2023, telefonintervju).

4.1.2 Gjenspeiling av samfunnet

NRK-plakatens punkt 3c fastslår at kringkastingstjenesten skal kunne speile det kulturelle mangfoldet i samfunnet, i tillegg til å legge til rette for debatt mellom samfunnsgrupper. Det er slik at de forskjellige minoritetsgruppene skal få tilgang til informasjon og gi rom til ytringsfriheten. Som et medieselskap som har vært i allmennkringkasting i omtrent 80 år, har NRK lange tradisjoner for å nå et bredt publikum (Fordal, 2022). Denne plakaten beskriver hvordan NRK skal oppfylle sine oppgaver som allmennkringkaster.

Mikkelsen forklarer at utenriksjournalistikken spiller en avgjørende rolle i å fremme mangfoldet av meninger og synspunkter. For å kunne gjøre dette er utenriksredaksjonen nødt til å rekruttere journalister med ulik bakgrunn, erfaringer og perspektiver for å kunne identifisere viktige nyhetssaker og forstå de ulike kulturelle og politiske faktorene som påvirker en situasjon.

Jeg, som utenriksredaktøren, synes at mangfoldskravet i samfunnet er en del av riksredaksjonen og underholdningsredaksjonen, dermed kan jeg ikke kommentere på punkt 3c i NRK-Plakaten. Vi jobber aktivt med å ikke publisere ensrettet tematikk og at vi får med oss alle verdenshjørner [...] (Mikkelsen, 28.03.2023, telefonintervju).

4.2 Aftenposten

4.2.1 Internasjonalt samarbeid

Aftenpostens utenriksredaksjon består av en utenriks sjef som opererer som en leder for gruppen, nyhetssjefen som jobber i lag med utenriks sjefen og dermed blir til en slags form for «nestleder» og 15 journalister der 5 av dem er faste korrespondenter i ulike land i verden. Korrespondentene befinner seg blant annet i Russland, Belgia, Tyrkia, USA og Ukraina. Til tross for at redaksjonen verken har frilansere eller en fast korrespondent i Sør-Amerika forteller utenriksredaktøren, John Hultgren, om hvordan redaksjonen klarer å være til stede i kontinentet. Aftenposten har et samarbeid med den anerkjente amerikanske avisen The Washington Post, og der er det mulig for dem å kunne ta saker og publisere dem i deres egen nettside med kreditering. Presseetikken i USA og i Norge er ulike, likevel hevder Hultgren at dette ikke er noe de har hatt noe problem med.

Saker vi skriver om Sør-Amerika, er i hovedsak skrevet fra Oslo. Men det hender også at vi sender folk for å dekke spesielle hendelser. Vi har gjort det for eksempel i forbindelse med presidentvalget i ulike land. Ellers er det saker skrevet av The Washington Post i USA som vi samarbeider med. Samarbeidet går ut på at vi kan bruke det vi ønsker av det stoffet de lager [...] (Hultgren, 03.04.2023, telefonintervju)

Det kan imidlertid stilles spørsmål ved hvordan Aftenposten vurderer reportasjene de tar fra The Washington Post. Han har ikke direkte innsyn i hvordan den amerikanske redaksjonen fungerer, men klarer å basere sitt syn på egne erfaringer etter omtrent fem år som redaksjonssjef. Informanten fra Aftenposten trekker frem at etikken i journalistikken i Norge og i USA er veldig forskjellig og dermed er de nødt til å dobbeltsjekke artiklene før publisering.

Vi må selvfølgelig lese sakene på forhånd men sakene er som regel ganske greie og vi opplever sjeldent problemer. Journalistene i The Washington Post er veldig flinke. Det kan hende at noen ganger vi er nødt til å ta en ekstra runde dersom det er for eksempel bilder av barn. [...]. I Norge har vi en annen type strenghet enn i USA når det gjelder barn [...] (Hultgren, 03.04.2023, telefonintervju).

4.2.2 Nyhetskriteriene

Et annet interessant funn er Aftenpostens bruk av nyhetskriteriene. Både NRK og Klassekampen forholder seg til KVEISA-kriteriene, altså konflikt, vesentlighet, eksklusivitet, identifikasjon, sensasjonell og aktualitet. Disse blir brukt som en pekepinne for redaksjonene for å vite om en sak har nyhetsverdi. Aftenposten derimot, bruker OVEN-kriteriene i tillegg. Dette er et begrep Aftenposten bruker for å beskrive innholdet i deres journalistikk, forteller utenriksdirektøren. O står for overraskelse, V for vesentlighet, E står for engasjerende og N for nyttig.

Disse er Aftenpostens interne nyhetskriterier. De brukes for å kunne illustrere for hva en sak bør treffe på. Dersom vi skal få god lesing på en sak så opplever vi at dersom saken har en overraskelse, er det større sannsynlighet for at den blir bedre lest. Saken bør være vesentlig, vi skriver ikke om kjendissladder. Nyttig har sin egen kategori og at en sak er engasjerende er det veldig viktig for oss å ha (Hultgren, 03.04.2023, telefonintervju).

4.2.3 Nedprioritering

De fleste mediehus er i dag kommersielle, og dette kan ha en betydning for hva som skrives i redaksjonen. Kommersialisering kan være like styrende som nyhetskriteriene for å kunne vite hvilken sak som skal prioriteres med dagens nyhetsbilde. Hultgren forklarer hvordan Aftenposten blir påvirket av leserstatistikken og hvordan det har noe å si på hvilken saker de velger å prioritere.

Grunnen til at vi ikke har et kontor i Sør-Amerika og dermed ikke en fast korrespondent, vil si at vi har prioritert det ned, altså at vi prioriterer andre ting. Hvorfor det? Det har med lesing å gjøre og hvor stor interesse vi får for sakene våres. Vi er veldig åpne om at vi er nødt til å ha folk som ønsker å lese sakene våres, hvis ikke er det ikke noe vits for oss å skrive om det (Hultgren, 03.04.2023, telefonintervju).

John Hultgren hevder at økonomien spiller en rolle til hvilken saker skal kunne prioriteres og dermed publiseres. Disse sitatene gir oss ikke en nøyaktig beskrivelse av hvor mye av avisens økonomi styrer i redaksjonen. Likevel antyder Hultgren at det er vanskelig å lage en sak som de tror ikke kommer til å være godt lest.

4.3 Klassekampen

4.3.1 Strukturen på utenriksredaksjonen

Under intervjuet ble det tidlig klart at Klassekampen er den avisen som skiller seg fra NRK og Aftenposten. Utenriksredaktøren, Mari Eifring, forteller om strukturen innad utenriksredaksjonen. Dette teamet består av sju journalister, redaktøren og en redaksjonssekretær, der seks av sju journalister er basert i Oslo. Den siste journalisten er bosatt i Kairo, Egypt og hun fungerer praktisk som en korrespondent for Midtøsten. Selv om flere av journalistene som er bosatt i Oslo også skriver flere reportasjer om ting som skjer i Midtøsten. Det vil si at denne redaksjonen har verken frilansere, stringere eller offisielle faste korrespondenter men Klassekampen tar i bruk flere fikser internasjonalt men særlig i Sør-Amerika. Fikserne er mennesker som har kunnskap i kulturen, de behersker språket og avtaler intervjuer med lokalbefolkningen (Andresen, 2008). Som oftest er det lokale journalister som tar seg av denne rollen og dermed blir det mulig for dem å kunne bekrefte eller avkrefte ulike hendelser. Ifølge Eifring blir det da mulig for redaksjonen å kunne ta en totalvurdering av situasjonen og deretter vurdere om en journalist skal bli sendt for å dekke hendelsen.

Det å reise er også et viktig medium for å kunne bygge ut et kildenettverk som du kan bruke igjen senere. Vi har ikke noen fast korrespondent i Sør-Amerika, noe jeg mener ingen andre aviser har. Vi prøver å enten å reise dit selv for å lage reportasjer eller hender det at vi tar noen frilansere [...]. Det tenker jeg er en måte å klare å få til en mer nyansert framstilling ved å faktisk være der og snakke med folk. Der får vi komme litt tettere på alt som skjer på bakken (Eifring, 30.03.2023, telefonintervju).

4.3.2 Papir først

En annen måte Klassekampen skiller seg fra de andre er ved at de tar utgangspunkt i papirutgaven i stedet for nettavisen. Ifølge utenriksredaktøren er ikke Klassekampen en avis du går til for å få med deg siste nytt, med tanke på at flestparten av leserne kommer fra selve avisen og ikke nettstedet. Det å være hovedsakelig en papiravis, som også tilbyr nyheter og annet innhold på nett kan også skape begrensninger for avisen. Eifring trekker frem at utenriksredaksjonen kun får tildelt fire til seks sider per avisutgave. Dermed forklarer utenriksredaktøren at det kan være en utfordring for dem å vite hvilken saker de skal prioritere basert på det skiftende nyhetsbildet.

[...]Vi kommer alltid en dag etter alle de andre nyhetsmediene, ofte kan det være to dager etter noe stort har skjedd. For eksempel dersom noe har skjedd på en tirsdag ettermiddag, kommer vi på jobb på onsdag, så skal vi skrive om det som skjedde dagen før også kommer avisen ut på torsdag. Vi henger alltid litt bak. Det har ganske mye å si for hvordan vi skriver, vi kan aldri konkurrere med de andre. [...].

Hun legger til:

Vår oppgave er å ha mer analytiske saker. Dette er vår største utfordring, hvordan skal dette være relevant og interessant for leserne når det handler om ting som gjerne har skjedd for en eller to dager siden (Eifring, 30.03.2023, telefonintervju).

Eifring trekker fram at Klassekampen ikke er like avhengig av leserstatistikk slik som andre aviser i landet, blant dem Aftenposten. Likevel har Klassekampen flere begrensninger på sine ressurser og de klarer derfor ikke å ha en tilstrekkelig dekning av Sør-Amerika. Som nevnt tidligere har Klassekampens utenriksredaksjon kun seks journalister, dermed er de begrenset på journalistenes tid og kapasitet. Dermed er de nødt til å ta en vurdering utfra nyhetskriteriene og nyhetsbildet, ifølge utenriksredaktøren.

4.4 Hovedfunn

4.4.1 Geografisk nærhet

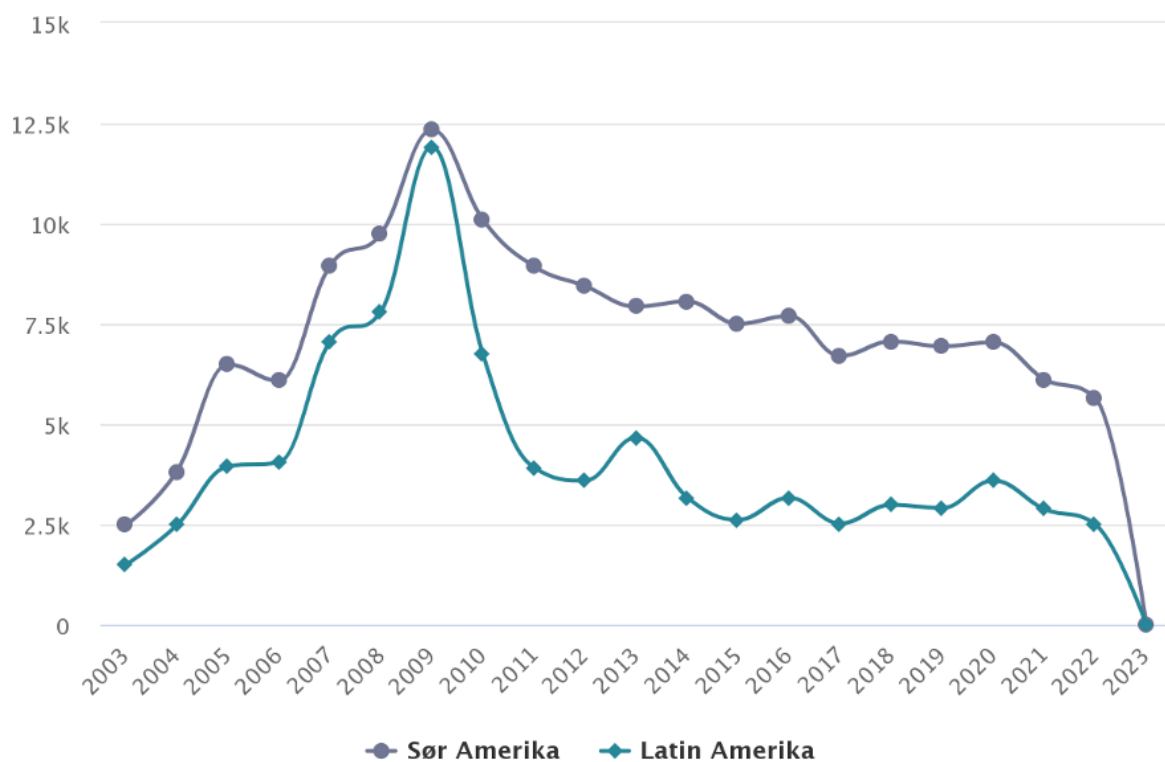
Som nevnt i teoridelen, bruker journalister en rekke nyhetskriterier når de skal velge hvilken saker de skal skrive om og deretter hvordan de skal vinkles. En av disse kriteriene er identifikasjon og vesentlighet, som er et vanlig virkemiddel i journalistikken.

Identifikasjonskriteriet blir ofte brukt for å kunne appellere til leserens følelser eller erfaringer. En reportasje eller artikkel som klarer å spille på nærhet i tid, leserens geografiske område, eller vedkommendes kultur, øker sannsynligheten for at saken blir lest (Kjendsli, 2008, s. 53-54).

Et trekk ved utenriksdekningen er dominansen av nyheter fra Europa og USA (Retriever, 2023). Europa får mye dekning i norske medier, og dette kan ses i sammenheng med identifikasjonskriteriet. Norge befinner seg i Europa og derfor blir landet sterkt påvirket dersom det skjer noe i det kontinentet det befinner seg i. Derfor er det naturlig at mange av

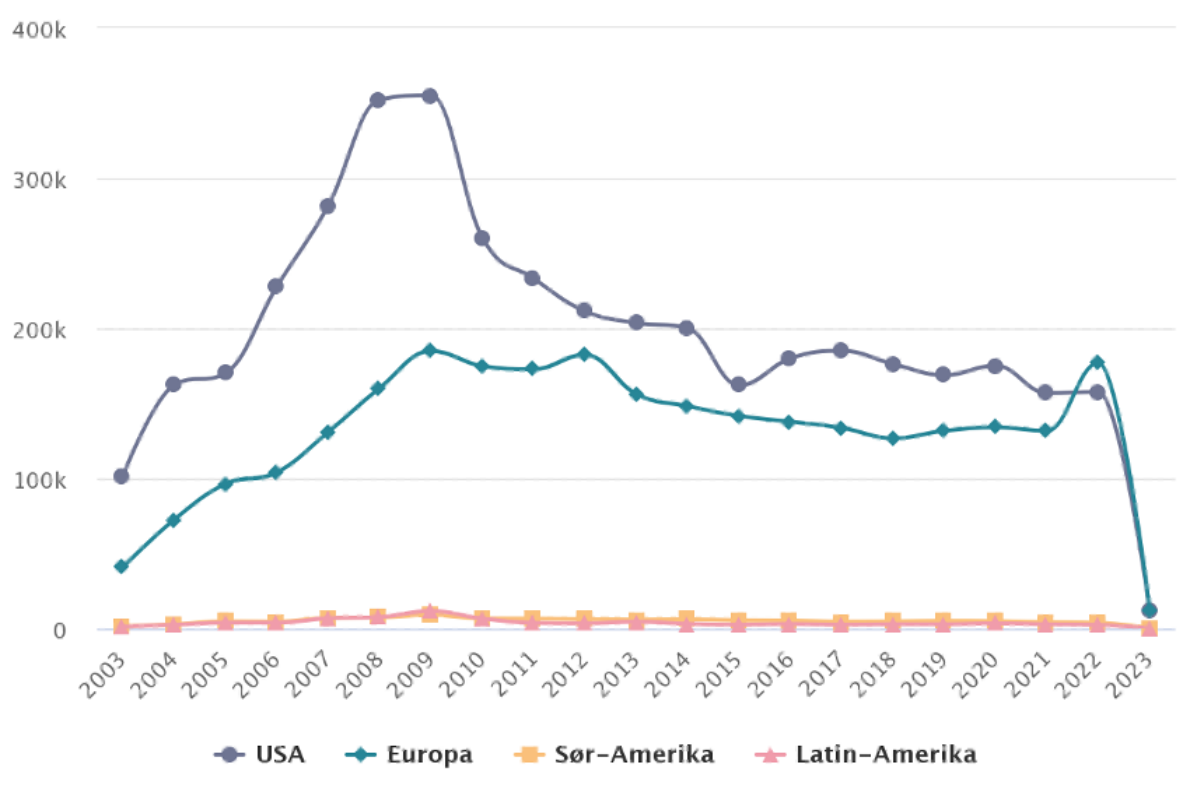
nyhetene som publiseres har noe å gjøre med Europa (Rosenberg, 2016, s. 100). For å samle inn artiklene og for å kunne sammenligne har jeg brukt databasen Retriever. Tall fra Retriever viser at i en 20-års periode, fra 31. januar 2003 til 31 januar 2023, ble 2,737,461 saker publisert med ordet «Europa» i enten overskriften eller brødteksten. Dette gjelder alle norske nyhetsmediehus, blant dem NRK, Aftenposten og Klassekampen. I tillegg handler sakene om forskjellige temaer som for eksempel politikk, kultur, sport, økonomi, kjendiser og «breaking news», altså siste nytt. Dersom vi ser på de samme 20-årene men i stedet for å søke opp Europa, søker vi opp USA, er det mulig å finne 1,148,230 saker som omhandler det geografiske området (Retriever, 2023). Figur 1 viser alle publiserte saker som inneholder enten «Sør-Amerika» eller «Latin-Amerika» i overskriften eller brødteksten fra det samme tidsperiode (januar 2003 - januar 2023). Ut ifra statistikken, er det mulig å finne til sammen 232.023 publiserte saker fra alle mediehusene i Norge (Retriever, 2023).

Figur 1: Antall publiserte saker som inneholder Sør-Amerika/Latin-Amerika i overskriften eller brødteksten i en 20-års periode (Januar 2003 – Januar 2023).



Kilde: Retriever

Figur 2: Antall publiserte saker som inneholder Europa, USA, Sør-Amerika og Latin-Amerika i overskriften eller brødteksten i en 20-års periode (Januar 2003 – Januar 2023).



Kilde: Retriever

Basert på figur 2 er det rimelig å anta at Marsteintredet (2017) sin teori om geografisk avstand har mye å si for hvordan Sør-Amerika dekkes i praksis. Ut ifra intervjuene med informantene i de ulike redaksjonene, spiller nærhet og identifikasjon en stor rolle for valg av saker som skal skrives. Journalistene må ta beslutninger underveis og deretter prioritere det som kan være nært for sine forbrukere (Eide, 2009, s. 16). Dette kan igjen knyttes til nyhetskriteriene, det skiftende nyhetsbildet og ressursene i en redaksjon.

4.4.2 Bruk av ressurser

4.4.2.1 Aftenposten og Klassekampen

Aftenposten og Klassekampen startet hovedsakelig som papiraviser og begge ble digitalisert i 1995. For at disse redaksjonene skal kunne produsere innhold og opprettholde sitt samfunnsoppdrag er de nødt til å bli finansiert i form av annonser og abonnementer, også kalt

som et nødvendig onde (Sjøvaag, 2020, s. 108). Likevel kan definisjonen på hva som er en nyhet ha forskjellige betydninger i kommersielle populæraviser. Det er ingen hemmelighet at Klassekampen er en avis med sosialistiske grunnsyn, i tillegg til å være finansiert av flere organisasjoner og stiftelser som står sterkt i sine ideologier. Ettersom de er åpne om deres ståsted er det mulig for dem å publisere saker som verken Aftenposten eller NRK hadde tenkt å publisere. Eksklusivitetskriteriet kan spille en stor rolle i hvordan redaksjoner bestemmer seg for hvilken saker de skal skrive om, ettersom det gjør at flere av mediehusene ønsker å få den ene saken som gjør at de får skille seg fra de andre redaksjonene. Selv om det er bra for utenriksredaksjoner å ha gode og eksklusive reportasjer, får fellessakene høy nyhetsverdi da det også blir dekket av flere mediehus. Det er rimelig å anta at leserne ønsker gjerne nye vinklinger når den grunnleggende informasjonen i saken er allerede offentliggjort og kjent. Dersom vi tar utgangspunkt i Pienes (2008) argument om at journalister blir kun sendt ut i felt når store hendelser foregår, da forsvinner eksklusivitetkravet og dermed må flere journalister bruke deres tid og ressurser for å finne nye vinklinger fra avstand. Noe som kan være utfordrende dersom journalisten ikke er ute i felt selv eller har et troverdig kildenettverk eller gode fiksere, for å kunne finne løsninger på ulike reportasjer. Små utenriksredaksjoner, slik som Klassekampen sin, har verken tid eller ressurser for å kunne lage nyanserte reportasjer der de selv reiser ned til enhver tid, ifølge redaksjonens utenriksredaktør.

4.4.2.2 NRK

I lang tid hadde NRK monopol på all kringkasting i Norge, og var dermed den eneste aktøren på det norske TV-markedet som tilbød innhold (Fordal, 2022). Men nå har situasjonen endret seg og allmennkringkasteren har blitt én av flere kanaler og leverandører som tilbyr innhold på TV, radio og nett. For å kunne opprettholde deres samfunnsoppdrag har de en rekke retningslinjer som allmennkringkasteren må følge, nemlig i NRK-plakaten. Denne plakaten gir rammer for NRKs ansvar, oppgaver og oppførsel i samfunnet. Punkt 3c sier følgende;

NRK skal formidle kunnskap om, og speile mangfoldet i det norske samfunnet. NRK skal skape arenaer for debatt og informasjon om Norge som et flerkulturelt samfunn (Stortinget, 2008).

Allmennkringkasteren har flere kontorer kloden rundt med flere faste korrespondenter, likevel er det en kjent faktor at Sør-Amerika ikke har en fast korrespondent, men kun én

oppdragsgiver. Det er også kjent at Arnt Stefansen går i pensjon i løpet av våren og NRK forsøker å finne noe som kan ta over stillingen hans, til tross for at det ikke blir en fast korrespondent (Mikkelsen, 28.03.2023, telefonintervju). Dersom vi tar i vurdering funnene fra intervjuet med utenriksredaktøren i NRK, kan vi se at teorien samsvarer med praksisen. Flere redaksjoner ønsker ikke å ha flere faste korrespondenter men heller flere stringere og frilansere (Sambrook, 2010, s. 16). Disse beslutninger kan også være påvirket av dagens teknologi, siden det er lettere for journalister å dekke hendelser uten å være ute i felt selv, men at folk sender inn bilder og videoer til redaksjonene. Her får mediehus spare på sine ressurser, i tillegg til å ha færre medarbeideravtaler (Eide, 2009, s. 25). Ved å gjøre dette er det også mulig for journalistene i utenriksredaksjonen å spare tid på å dekke ulike hendelser, slik at de får mulighet til å jobbe med flere saker samtidig. Selv om kanalen er pålagt til å skape en arena for debatt, i tillegg til å dekke internasjonale hendelser for det flerkulturelle norske samfunnet. Ut ifra informasjonen som har blitt opplyst av informanten er det mulig å se at NRK sine redaksjonelle prioriteringer fører til at redaksjonen velger å dekke andre hendelser og andre kontinenter fremfor Sør-Amerika. Dette skjer i redaksjonen ved å ikke ha en fast korrespondent for å spare på ressursene sine og dermed kun sende en journalist til det søramerikanske kontinentet når det er nødvendig.

4.4.3 Lesertall fører til nedprioritering av saker

Som Hultgren peker på, har ikke Aftenposten et kontor i Sør-Amerika og dermed ikke en fast korrespondent i det geografiske området. Mediehuset har nemlig valgt å ha et samarbeid med den amerikanske avisen, The Washington Post, i stedet for å ha en oppdragsgiver eller frilanser. Utenriksredaktøren hevder at det kan knyttes tilbake til leserstatistikken (Hultgren, 03.04.2023, telefonintervju). Mediehuset Aftenposten har tradisjonelt sett observert antall klikk på hver sak som publiseres, ettersom leserstatistikk har blitt et viktigere mål for avisens økonomi. Siden redaksjonen blir finansiert hovedsakelig av salg av abonnemeter, annonser og papirutgaver, er de nødt til å ha reportasjer som får flere til å abonnere hos dem. Slik at det er mulig for Aftenposten å kunne fortsette å produsere og betale sine ansatte (Sjøvaag, 2020, s. 109). Da jeg presenterte mine funn ut ifra intervjuene med informantene, innrømte Hultgren at Sør-Amerika ble nemlig nedprioritert som et kontinent. Basert på intervjuet med informanten kan vi trekke fram ulike årsaker på hvorfor det søramerikanske kontinentet blir nedprioritert fremfor andre kontinenter. Ut ifra hans arbeidserfaring, opplever han som utenriksredaktør at tallene viser at saker som handler om Sør-Amerika ikke blir like godt lest

som de andre utenriksreportasjene. Louws (2009) teori om «journalistic misreading» eller journalistisk mistolkning på norsk, kan spille en rolle i hvorfor Sør-Amerika blir nedprioritert. Valg av kilder og hvor mye kunnskap journalisten som gjør feltarbeidet har, kan påvirke hvordan det endelige produktet kommer til å være. Dersom en journalist ikke gjør et grundig forarbeid vil det skinne gjennom og det vil også være tydelig for leserne (Louw, 2009, s. 154).

Til tross for at redaksjonen har fiksere i ulike land i det søramerikanske kontinentet, velger redaksjonen ofte å bruke samarbeidet med The Washington Post, i stedet for å produsere eget innhold. Likevel kan dette variere ut ifra situasjonen og dersom det er noe stort som må dekkes. Dette kan knyttes til nyhetskriteriene og hva redaksjonen definerer som en nyhet. Noe som er avgjørende for å oppfylle samfunnsoppdraget. Som nevnt i teoridelen har journalister et selvpålagt samfunnsoppdrag, som går ut på å informere samfunnet om viktige hendelser (Brurås, 2020, s. 37-38). Dermed er journalistene nødt til å identifisere hva som bør være en nyhet.

Aftenposten benytter seg av OVEN-kriteriene, i tillegg til KVEISA-nyhetskriteriene når de skal ta en totalvurdering av en sak. Disse nye nyhetskriteriene kan være avgjørende for redaksjonen og hvilken saker de prioriterer framover. Som nevnt tidligere, er nyhetskriteriene ikke et krav alle sakene må oppfylle, men heller en forventning av leserne om hva de burde få i en sak, altså nyhetsverdien i reportasjen (Kjendsli, 2008, s. 52). For at Aftenposten skal kunne publisere en sak derimot, er de nødt til å ha minst én av OVEN-kriteriene, ifølge Hultgren. Ved å benytte seg av disse kriteriene er det mulig for redaksjonen å forsikre seg lesere til sine saker og dermed skaffe seg flere abonnenter og annonsører.

5.0 Konklusjon

Denne oppgaven besvarer problemstillingen «hvordan påvirker NRK, Aftenposten og Klassekampens organisasjons og redaksjonelle prioriteringer journalistikken som finner sted i Sør-Amerika?». Gjennom et kvalitativt intervju av tre ulike utenriksredaktører, har funnene vist at organisasjon og redaksjonelle prioriteringer påvirker journalistikken som kommer fra det søramerikanske kontinentet ved ulike vurderinger på hva blir definert som en nyhet, begrenset ressurser, som for eksempel antall korrespondenter, økonomi og plass på papiravisen. I tillegg til utvikling av teknologien som også bidrar til å påvirke hvordan journalistene dekker utenriksstoff generelt.

Først og fremst spiller utenriksredaktørene fra NRK, Aftenposten og Klassekampen mye på vesentlighet og identifikasjon i de nyhetssakene de skriver for å kunne skape engasjement blant leserne eller seerne sine. Redaksjonene mener at disse nyhetskriterier er avgjørende for å kunne forsikre interesse og nyhetsverdi i sakene som kommer fra Sør-Amerika. Statistikk fra Retriever viser hvor mye Sør-Amerika blir nedprioritert i de norske mediene fremfor deknningen av, for eksempel, Europa og USA. Det tyder på at geografisk avstand spiller en stor rolle i hvordan disse redaksjoner velger å dekke og skrive saker fra de ulike kontinentene, dermed er det rimelig å si at dette også er en prioritering innad redaksjonene.

Økonomien er også en avgjørende faktor som påvirker journalistikken som kommer fra det søramerikanske kontinentet. NRK er den eneste redaksjonen i Norge som ikke er avhengig av abonnenter og annonser for å kunne produsere innhold, i motsetning til Aftenposten og Klassekampen som er nødt til å ha en slik finansiering for å kunne produsere journalistisk innhold.

Selv om pressen uttrykker et ønske om en mer balansert dekning og anerkjenner at noen saker vil bli underdekket i Sør-Amerika, er det journalistene og redaktørene selv som tar valgene som fører til skjevheten i dagens medier. Organisasjoner og redaksjonelle prioriteringer er en utfordrende problemstilling som gjør det vanskelig å gi et entydig svar på hvordan en redaksjon bør opptre ut ifra hvordan deres ressurser blir fordelt. Ettersom det er umulig å vite hva en redaksjon bør prioritere eller ikke uten at det påvirker journalistikken som kommer fra redaksjonen.

6.0 Litteraturliste

- Aasen, T. H. Fossåskaret, E. (2018). *Skapte virkeligheter: om produksjon og tolkning av kvalitative data* (2. utg.). Universitetsforlaget.
- Allern, Sigurd. (2001). *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. IJ-forlaget.
- Andresen, K. (2008). Norsk medietidsskrift. «Fikseren»: mer enn journalistens usynlige hjelper?. s. 146-149. <https://doi.org/10.18261/ISSN0805-9535-2008-02-06>
- Brandal, N. Hetland, T. (2021). *Klassekampen – avis*. Store Norske Leksikon. https://snl.no/Klassekampen_-_avis
- Brurås, S. (2020). *Etikk for journalister* (6. utg.). Fagbokforlaget.
- Eide, E. Simonsen, A. H. (2009). *Dekke Verden! Lærebok i utenriksjournalistikk*. IJ-forlaget.
- Fauconnier, M. (2023, 16. mars). Etter 17 år i Brasil gir han seg som NRK-journalist: – Jeg ser frem til å kunne ha et litt annet liv. *Journalisten*. <https://kildekompasset.no/references/avisartikkel-hentet-fra-internett-nettavis-3/>
- Fordal, J. A. (2022). *NRK si historie*. NRK. <https://www.nrk.no/organisasjon/nrk-si-historie-1.6589747>
- Karlsen, J. Stavelin, E. (2014). *Computational Journalism in Norwegian Newsrooms*. *Journalism Practice*. 8:1, (s. 34-48), DOI: 10.1080/17512786.2013.813190. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2013.813190>
- Kjendsli, V. (2012). *Rett på sak!*. IJ-forlaget.
- Louw, P.E. (2009). «Reporting foreign places», i De Beer, A.S. (Red.), *Global journalism: Topical issues and media systems*. (5. utg.). Pearson Education.
- Marsteintredet, L. (red.). (2017). *Norge i Latin-Amerika: Forbindelser og forestillinger*. Cappelen Damm Akademisk. <https://library.oapen.org/viewer/web/viewer.html?file=/bitstream/handle/20.500.12657/30934/641272.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MedieNorge. (2023). *Opplagstall norske aviser – resultat*. MedieNorge. <https://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&page=avis&queryID=190>
- Oltedal, A. (2012). *Vesentleg og viktig? - Om profesjonsverdiar i journalistkvardagen*. IJ-forlaget.
- Reid, M. (2017). *Forgotten Continent: A History of the New Latin America* (s. 1–23). Yale University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1bzfpk7.8>

- Retriever. (2023). [Avansert søkemotor. Atekst mediearkivet – Artikkeldatabase]. Lastet ned 29.04.23. <https://app.retriever-info.com/services/archive/analysis?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2003-01-31&toDate=2023-01-31>
- Sambrook, R. (2010). *Are foreign correspondents redundant? The changing face of international news*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-12/Are%20Foreign%20Correspondents%20Redundant%20The%20changing%20face%20of%20international%20news.pdf>
- Saga, M. (2017). *Kampen om oppmerksomheten En analyse av samspillet mellom de humanitære organisasjonene Leger uten grenser og Flyktningshjelpen, og mediehusene VG og Aftenposten* [Mastergrad, Universitet i Agder]. Bragearkiv. <https://uia.brage.unit.no/uia-xmlui/bitstream/handle/11250/2455652/Saga%2C%20Margrethe.pdf?sequence=1>
- Sjøvaag, H. (2020). *Journalistikkens problem: demokrati, økonomi og teknologi*. Universitetsforlaget.
- Piene, B.D. (2008). På nett med verden. I R. Ottosen, A. H Krumsvik (Red.), *Journalistikk i en digital hverdag* (s. 174-184). IJ-Forlaget.
- Pressens Faglige Utvalg. (2021). *Vær Varsom-plakaten*. Pressens Faglige Utvalg. <https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>
- Østbye, H. Helland, K. Knapskog, K. Larsen & L.O. (2013). *Metodebok for mediefag* (4. utg.). Fagbokforlaget.
- Østbye, H. (2009). *Journalister og folk flest: Syn på medier og journalistikk 1999 – 2009*. (Rapport 2). Stein Rokkan senter for flerfaglige samfunnsstudier. <https://norceresearch.brage.unit.no/norceresearch-xmlui/bitstream/handle/1956/9386/Rapport%202009%20n%20ferdig.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

7.0 Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide til NRK, Aftenposten og Klassekampen

Sette rammer:

1. Å gi mer informasjon om
 - a. Tema, bakgrunn og formål
 - i. Forklare hvorfor jeg synes temaet er interessant.
 - b. Redegjør for informant hva intervjuet skal brukes til.
 - c. Redegjør for taushetsplikt og evt. anonymisering
 - d. Å spørre informanten om det er noe uklart
 - e. Informere om opptak og sørge for samtykke til opptak
 - i. Start opptak
2. Hva er din alder og stilling i redaksjonen? (Hvor lenge?)
3. Hva går jobben din ut på?
4. Hva skapte interesse for utenriksjournalistikk?

Nyhetssaker:

1. Hvilke kriterier prioriterer dere på nyhetssaker?
2. Er det slik at dere har som oftest en gjentakende prinsipp? (I så fall, hvilken og hvorfor?)
3. Har leser-statistikken noe å si for valgene dere tar om utenrikssaker?
4. Hvordan jobber dere for at det skal være en balansert fremstilling av Sør-Amerika?

Samarbeidet med korrespondentene:

1. Hvordan er utenriksredaksjonen organisert? Hvorfor? (oppfølging: ressurser og prioriteringer)
2. Hvordan er samarbeidet mellom redaksjonen i (Oslo) og korrespondentene/stringere ute?
3. Leverer korrespondentene saker selv, eller bestiller dere bestemte vinklinger?

Dekke verden:

1. Til NRK: I NRK-plakatens punkt 3.4 står det at dere skal formidle kunnskap og speile mangfoldet i samfunnet. Hvordan jobber dere for å oppfylle NRK-plakaten? (Særlig dette punktet?)
2. Til Aftenposten og Klassekampen: Har dere noe plakat eller mandatsetning dere forholder dere til?