

Konstruktiv

journalistik

Behov og baggrund,
mål og modeller

A woman with long hair, wearing a dark jacket, is playing an acoustic guitar and singing into a microphone on the deck of a bright pink boat. The boat is docked in a city street, with classical buildings in the background. Large black letters on the side of the boat read "TELL THE TRUTH". A small sign on the boat says "THE WORLD IS NOT BEING DESTROYED BY CLIMATE CHANGE WE ALREADY WERE HERE". Another sign on the boat says "CLIMATE CHANGE 5 MILLION DEATHS A YEAR". A sign on the building in the background says "ACT NOW".

TELL THE TRUTH

En dansk-norsk hvidbog

sdu.dk

SDU 
Syddansk Universitet



Indhold

1. Forord – Behovet for dette hvidpapir	3
2. Baggrunden for konstruktiv journalistik	4
3. Målet for konstruktiv journalistik	8
4. Modeller for konstruktiv journalistik	10
5. Mediernes arbejde med konstruktiv journalistik	14
6. Efterord – fremtiden for konstruktiv journalistik.....	20
7. Anvendte kilder	22
8. Bidragsydere	23



1. Forord

– behovet for dette hvidpapir

Den konstruktive journalistik vinder frem mange steder i verden, men i få lande er denne form for journalistik blevet en større del af medielandskabet end i de nordiske lande. Endnu trives myter og misforståelser dog om, hvad det egentlig betyder at være ”konstruktiv”, og det kan hindre den fortsatte udvikling og udbredelse. Derfor har vi skrevet denne hvidbog. “Vi” er i dette tilfælde en blandet gruppe mediefolk, som tæller journalistiske praktikere og forskere med indsigt i konstruktiv journalistik, forskning og metode. Målet med hvidbogen er at skabe klarhed om den konstruktive journalistik, dens historie, målsætning, modeller og metoder.

Ingen af os forfattere mener, at den konstruktive journalistik skal erstatte alle andre former for journalistik. Den konstruktive journalistik er et supplement. Vi ved også fra egne erfaringer i redaktions- og undervisningslokaler, samt fra den stadig mere omfattende forskning, at den konstruktive journalistik efterhånden er efterspurgt mange steder, både blandt de af os, som producerer journalistikken, og blandt de af os, som er brugere af den.

Derfor har vi brug for at blive klogere på den konstruktive journalistik - hvad den kan og ikke kan. Vi håber, at denne hvidbog kan bidrage til endnu mere udvikling og afprøvning og til et fagligt, professionelt fællesskab.

Sluttelig en tak. Denne hvidbog var aldrig blevet til noget, hvis ikke det havde været for Fondet for Dansk-Norsk Samarbejde, der arbejder for kulturel, videnskabelig, uddannelsesmæssig og andre former for udveksling mellem netop Danmark og Norge.

Fondet har undervejs i dette arbejde dækket transportudgifter, skaffet os mødemuligheder i begge lande og ikke mindst sikret os tale- og skrivetid. Resultatet af dette unikke dansk-norske samarbejde er blevet denne hvidbog, som i modsætning til en grønbog, hvis formål er at skabe debat, har til formål at klarlægge og præcisere.

God læse- og inspirationslyst

Orla Borg, Peter Bro, Cathrine Gyldensted,
Ulrik Haagerup, Vigdis Holmaas, Brian Holst,
Nanna Holst, Ida Løvdahl Alvsen, Gerd Maria May,
Morten Skovsgaard og Ingrid Tinmannsvik



Baggrunden for konstruktiv journalistik

”En god nyhed behøver ikke være død, ødelæggelse og elendighed – det kan også være inspiration og nye løsninger”. Sådan indledte daværende nyhedsdirektør i DR, Ulrik Haagerup, en kronik i Dagbladet Politiken i december 2008. I kronikken opfordrede han til, at ”vi i pressen tør være lige så kritiske overfor os selv og vores egen vanetænkning, som vi fordrer af alle andre brancher, vi dækker”, og helt konkret foreslog han, at danske journalister og redaktører også begyndte at sætte fokus på ”løsninger, inspiration og historier om, at verden ikke kun er tosset, ond og farlig. At den også er fuld af muligheder, glæde og livskvalitet.”

Kronikken blev startskuddet til en offentlig diskussion om nyhedsmediernes rolle, og ”konstruktiv journalistik” blev genstand for debatter i alt fra artikler og bøger til seminarer og konferencer. Lige så vigtigt var det dog, at stadig flere medier begyndte at eksperimentere med den konstruktive journalistik, og siden har tanken og teknikkerne bredt sig til redaktions- og undervisningslokaler rundt om i verden. Blandt andet blev verdens første universitetsafdeling for konstruktiv journalistik grundlagt i 2015 under ledelse af Cathrine Gyldensted på Windesheim Universitetet i Holland.

Snart efter stiftedes flere institutter, Constructive Journalism Project i London, UK (2016), Constructive Institute i Danmark i 2017, samt Hellenic Institute for Constructive Journalism, Athen, GR (2022) for blot at nævne nogle få europæiske eksempler.

Men studerer man journalistikkens historie, viser det sig faktisk, at denne form for journalistik slet ikke er ny. Mange prominente journalister, redaktører og medie-ejere har før haft denne vision og formuleret den. Lige så længe der har eksisteret journalistik, har man diskuteret, hvordan journalistikken kan blive konstruktiv, og nogle af mediehistoriens bannerførere for konstruktiv journalistik er som nævnt blandt fagets mest kendte navne. Det, som blandt andet adskiller den moderne bølge fra tidligere bølger, er den forskning og praktiske applikation, der stammer fra psykologien, men bruges i udviklingen af konstruktiv journalistik¹, og som er yderst relevant for

moderne journalistik. Deriblandt hvilke følelser, der henholdsvis engagerer eller frastøder brugerne. En diskussion, som vi i dag kender under begrebet "News Avoidance".

Så lad os kaste et blik tilbage i tiden: Det begyndte med den første generation af journalister. Den generation, der erstattede politikere, professorer og adel, som indtil da havde drevet aviserne. I USA var det kendte avisejere som William Randolph Hearst og Joseph Pulitzer (ophavsmanden til Pulitzer-priserne), der betonede, at nyhedsmedierne fra tid til anden skulle gøre mere end at præsentere problemer for deres læsere.

Indimellem skulle aviserne også præsentere løsninger, og ved særlige lejligheder skulle journalisterne og redaktørerne også selv træde i karakter og bidrage til løsningerne. Det var en form for journalistik, der gik under flere navne, såsom "Action Journalism" og "Journalism that acts", og i en af de senere nekrologer om Joseph Pulitzer blev han priset for at være netop "konstruktiv".

Allerede dengang blev "konstruktiv" brugt som et begreb, og det optræder blandt andet i Walter Williams verdensberømte "The Journalist's Creed". Williams var grundlægger af verdens første egentlige journalistiske skole i Missouri, USA. The Journalist's Creed er oversat til mere end 100 sprog, og endnu den dag i dag bruges den mange steder rundt omkring i verden til at beskrive fagets kerneværdier. Datidens læsere satte pris på Williams' tilgang, og Hearst, Pulitzer og andre tjente styrtende med penge og blev uhyre velhavende.

De var ikke alene. På den anden side af Atlanten havde andre af samtidens europæiske journalister, redaktører og ejere succes med samme tilgang, hvor man også fokuserede på, hvad der gik godt, eller hvor man pegede på mulige løsninger på problemerne. Blandt dem var engelske redaktører som William T. Stead og Alfred Harmsworth (sidstnævnte var også kendt som Lord Northcliffe).

Danske Henrik Cavling (som også har lagt navn til en af fagets mest prestigefulde journalistpriser) var også et godt eksempel på dette. Cavling bedrev såkaldt "aktions-journalistik" efter udenlandsk forbillede, og han skabte en historisk avissucces på en opskrift, som han beskrev som "fælles foretagender" med læserne. I alle tilfælde var problemer, mere eller mindre presserende, kernen i journalistikken, men med tiden blev jagten på problemer næsten et selvstændigt mål for journalistikken, og mange mediefolk glemte, at præsentationen af problemer var et middel til andre mål: at hjælpe samfundet.

Op igennem 1900-tallet blev journalister og redaktører stadig mere optaget af at finde problemer, og hvis man endelig valgte at gøre noget ved dem, skete det ved at konfrontere landets beslutningstagere - politikere, virksomheds-

ledere og andre – med spørgsmål af typen ”hvad vil du gøre for at løse problemerne?”. Men den konstruktive tilgang vendte tilbage sidst i 1900-tallet. Det skete under betegnelser som, ”Civic Journalism” og ”Solutions Journalism”.

USA var igen foregangslandet, men forsøgene på at inddrage borgere i journalistikken – ikke kun som ”ofre”, men også som handlende borgere, der kunne være med til at debattere og udvikle samfundet – bredte sig til mange andre lande. Især til de nordiske lande. Det var en bevægelse i journalistikken, der blev beskrevet som en stille revolution i redaktionslokalerne rundt om i verden.

Forsøgene med en mere inddragende og aktiverende form for journalistik i form af ”Action Journalism” og ”Public Journalism” er blevet beskrevet som de to bølger i mediehistorien, der er gået forud for den konstruktive journalistik. Der er forskelle mellem disse journalistiske bevægelser², men der er også ligheder. En overordnet lighed er, at alle tre bølger udfordrer to herskende normer i journalistikken, nemlig:

1. Magtkritik. Den kan udøves ad andre veje end den gængse overdrevne negativt kritiske, med faste rolleinddelinger i *skurke og helte, vindere og tabere*.
2. At portrættere verden mere retvisende. Hvis dette skal opnås, skal vi erkende og arbejde med egne bias, udvide kildevalg og fakta grundlag og tilføje langt flere nuancer, end det er normen i almen journalistik, som den udøves i dag.

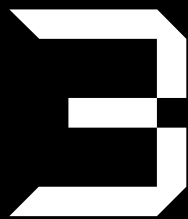
I 2008, hvor Ulrik Haagerup udgav sin kronik, tiltrådte Per Westergård som chefredaktør på Fyens Stiftstidende. Her implementerede han som en af de første konsekvent den konstruktive tankegang i den daglige journalistik. Denne tilgang til journalistikken vendte i nogen grad tilbage til Cavlings ”Aktionsjournalistik”, idet målet var dobbelt: 1) ”At presse magten til at skabe fremgang og udvikling” og 2) at rykke ved journalistens rolle som objektiv iagttagere: ”Vi skal som journalister selv bevæge os ind i arenaen og være med til at vise vejen, påvirke udviklingen, skabe løsninger.” (Haagerup, En konstruktiv nyhed, 2012)

Den tredje, moderne bølge er i gang, og hvis vi skal lære noget af de to foregående bølger, så er det: At de journalistiske målsætninger, modeller og metoder skal være velbeskrevne og legitime, så der etableres faglig konsensus omkring dem. Ellers forsvinder konstruktive former for journalistik fra redaktionslokalerne og undervisningslokaler på journalistuddannelserne. Det er også vigtigt, at der er værktøjer, virkemidler og metoder, som er velafprøvede og kan tages i brug på redaktioner og blandt journalister rundt om i verden, viser erfaringerne fra de to første bølger i mediehistorien.

Derfor er der brug for en hvidbog, som i meget kort form beskriver disse ting. På de følgende sider opridser vi derfor, hvad konstruktiv journalistik er i dag, hvad den konstruktive journalistik vil, hvordan man kan arbejde med den, og hvordan den udvikler sig i disse år. Slutteligt præsenterer vi en liste med de vigtigste kilder, hvis man ønsker at læse mere.

²Bro, Peter (2023) *Constructive Journalism: Precedents, Principles, Practices*. London: Routledge





Målet for konstruktiv journalistik

Den konstruktive journalistik er i dag i stigende grad en tankegang, der er omsat til forskellige metoder, der bliver taget frem i redaktionslokalerne, når en historie skal udvikles eller vinkles.

Spørgsmål såsom ”Hvad bliver der gjort for at løse problemet?” eller ”hvordan kan vi involvere vores publikum i at finde frem til de mulige løsninger?”, bliver i stigende grad stillet.

Arbejdsmetoderne i konstruktiv journalistik er lige så forskellige som i den undersøgende, politiske eller fortællende journalistik, for blot at nævne nogle få kategorier. Alle genrer er kendetegnet ved en række forskellige teknikker og værktøjer, som understøtter det overordnede mål, som kendetegner de forskellige kategorier. Lige så vigtigt er det, at nogle af teknikkerne og værktøjerne anvendes inden for mange forskellige genrer. Tænk blot på interviewet, som bliver brugt i forbindelse med mange former for journalistik.

Der er efterhånden en lang række tilgange i den konstruktive journalistik, og journalister, redaktører og andre kan være uenige om, hvor langt den konstruktive journalistik skal gå i forhold til at bidrage til at løse samfundets problemer. Men fælles for de forskellige tilgange er ambitionen om, at journalistikken skal beskrive verden mere retvisende, og at magtkritik kan udøves ad andre veje, end klassisk journalistik gør.

At beskrive verden mere retvisende indebærer, at journalister har et ansvar for at fokusere på, hvad der er gået godt (fortiden), hvad der går godt nu, (nutiden) eller hvad der måske kan gå godt (fremtiden). I den konstruktive journalistik er begge elementer vigtige, og tilhængere af konstruktiv journalistik fremhæver ofte, at man ikke kun skal betragte verden med et øje – med et blik for problemer – men at man heller ikke kun skal betragte verden med det andet øje – med et blik for potentialer (hvad der går godt eller kunne komme til at gå godt).

Nej, man skal som journalist betragte verden med begge øjne, fordi det giver læsere, lyttere og seere en mere retvisende forståelse af verden. Den kon-

struktive journalistiske metode udøves på en række forskellige måder, og det kan blandt andet ske ved, at journalister arbejder for at tilføje:

- flere nuancer
- mere kompleksitet
- mere diversitet i valget af kilder
- publikumsdialog og -inddragelse
- et løsningsfokus
- kritisk journalistik fra et åbent og nysgerrigt udgangspunkt.
- en erkendelse af egne bias (køn, etnicitet, vestlig centrisme etc.)

Kritikere af konstruktiv journalistik ynder at påpege, at ovenstående parametre er det samme som god journalistik i det hele taget. Til det vil tilhængere af konstruktiv journalistik typisk indvende tre ting:

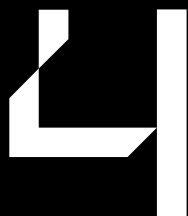
1. Idealet for god journalistik står sjældent mål med, hvad der reelt bliver publiceret. På trods af vores stærke idealer ender en del klassisk journalistik med at mangle nuancer, kompleksitet, diversitet – samt med et overdrevent kynisk (negativt) udgangspunkt.
2. Konsekvent at inddrage et løsningsfokus er nyt i moderne journalistisk sammenhæng.
3. Det samme kan siges om fokuseret inddragelse af publikum og systematisk samskabelse af indhold med borgere.

Det er afgørende at understrege, at konstruktiv journalistik hviler på de samme principper om en fri, upartisk og uafhængig presse, defineret af World Press Freedom Index/Reporters Without Borders, som al øvrig journalistik. Konstruktiv journalistik må altså ikke forveksles med positiv journalistik, der udelukkende fokuserer på det, der går godt, og mangler kritisk granskning samt mangfoldighed i kildevalg. For at metoden er konstruktiv, skal den indeholde en kritisk tilgang til både problemer og mulige løsninger. Dvs. overholde eksisterende grundprincipper i journalistisk metode.³ Hvis man skal prøve at sammenfatte alle disse ting og beskrive det som en gennemgående tankegang, kan det overordnede *mål* for den konstruktive journalistik beskrives således:

“Den konstruktive tilgang til journalistikken har som mål at skabe refleksion, forståelse og handlekraft med udgangspunkt i samfundsmæssige udfordringer og potentialer.”

Dette gøres gennem en række forskellige metoder, formater og værktøjer med sigte på at skabe produktiv og engagerende dækning, samtidig med at man holder fast i journalistikkens kernefunktioner. Der er således fælles fodslag om, hvad det overordnede mål med den konstruktive tilgang er. Samtidig udvikles der løbende en voksende vifte af forskellige metoder, formater og værktøjer, som kan give journalister inspiration til, hvordan de kan tilføje konstruktive journalistiske elementer til dækningen, uanset om stofområdet er nyheder, politik, udland, indland eller lignende.

³Constructive Journalism: An Introduction and Practical Guide for Applying Positive Psychology Techniques to News Production



Modeller for konstruktiv journalistik

Grundlæggende handler den konstruktive tilgang om et mindset, som kan blive til et værdisæt: At man allerede, når man planlægger sin journalistik, tænker over, hvordan man kan nuancere, involvere og lede efter mulige løsninger eller håb sideløbende med den kritiske og undersøgende tilgang. Denne tilgang kræver i stor udstrækning de samme kompetencer, som når tilgangen er primært kritisk og konfliktsøgende. Men målet for researchen skal udvides, når tilgangen er konstruktiv, så der fokuseres på at afdække både problemet og mulige løsninger. Ønsker man at gå denne vej, er der gode erfaringer med, at man allerede på redaktionsmødet, når historien bliver besluttet, overvejer, hvilke konstruktive tilgange, der er relevante at fokusere på i den enkelte historie. På den måde inkluderer researchen vinkler, der peger frem, eller cases, der er lykkedes, samtidig med, at problemet undersøges.

Men skal det lykkes, må redaktioner og journalister bryde med indlærte praksisser – ja, udvide eget mindset og egne normer. I det følgende præsenterer vi nogle af de mest udbredte modeller og metoder inden for feltet.

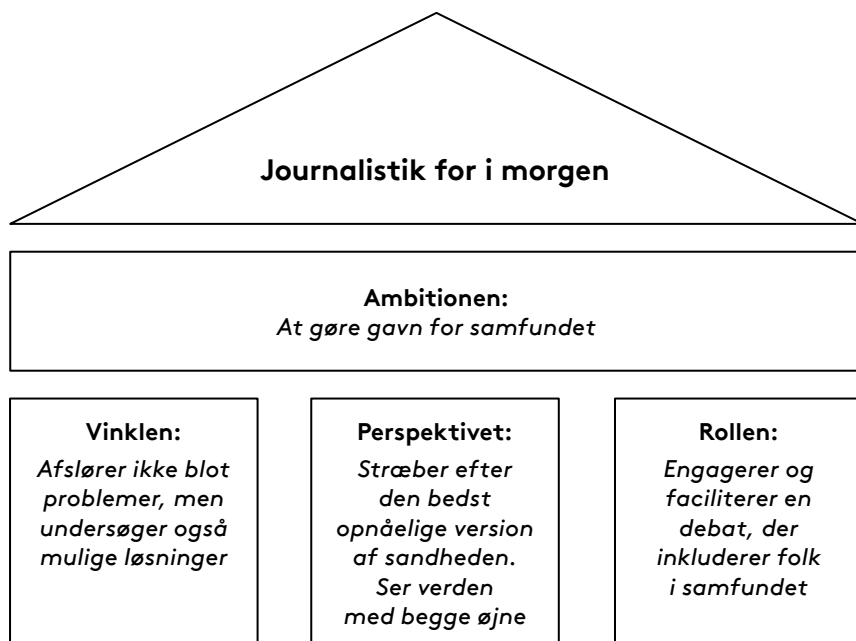
De tre søjler fra Constructive Institute, Danmark

Constructive Institute har udviklet modellen “De tre søjler” for at sikre sådan en mindset-udvidelse. Modellen viser, at målet med den konstruktive tilgang er at skabe journalistik, der hviler på et tredelt fokus: på løsninger, på at være nuanceret og på at understøtte den offentlige debat. Ambitionen er at bidrage til demokratiet gennem en kritisk og konstruktiv journalistisk tilgang. Modellen danner strategisk forståelse for den konstruktive journalistik med afsæt i arbejdet hos Constructive Institute og bliver f.eks. i praksis brugt når instituttet laver workshops, der skal hjælpe medier med at udvikle konstruktive journalistiske temaer.

Den konstruktive journalistiks tre faser

En anden, nyere model beskriver den konstruktive journalistik som en proces, der baserer sig på tre faser snare end tre søjler. Denne model kaldes

De tre søjler, Constructive Institute



Model for den konstruktive journalistiks tre faser

	Nyt	Kritisk	Inspirerende
Tid	Nutid	Fortid	Fremtid
Mål	Oplyse	Afdække	Inspirere
Spørgsmål	Hvad/ hvornår	Hvem/ hvorfor	Hvad nu/Hvordan
Stil	Konkret	Kritisk	Nysgerrig
Rolle	Detektiv	Dommer	Facilitator
Involverende	Efterspørg relevans	Efterspørg viden	Inviter til debat om mulige løsninger

Modellen er udviklet af forfatterne til hvidbogen her i samarbejde med Constructive Institute.

“Konstruktiv journalistisk metode” og bliver ofte brugt, når en historie skal udvikles i en konstruktiv sammenhæng. Den er med til at understrege, at journalistikkens rolle ændrer sig i takt med, at en historie udvikler sig. I den første fase er man primært rapporterende på den konkrete event og har altså her rollen som detektiv, der opdager, hvad der er sket. I den næste fase – den kritiske tilgang – agerer man dommer, hvor man gennem research fastslår, hvem der er offer, og hvem der er ansvarlig i en sag.

I den tredje og sidste fase – den inspirerende fase – er det afgørende, at man som journalist holder fast i den kritiske og objektive tilgang og ikke promoverer en særlig løsning, men i stedet præsenterer researchen på de forskellige løsningsmuligheder tydeligt og objektivt, så publikum selv kan træffe deres egen

beslutning baseret på fakta. Her er rollen at facilitere en konstruktiv debat, der søger svar på, “hvad nu og hvordan” på baggrund af journalistisk research.

I oversigten over modellen “Konstruktiv journalistisk metode” herunder kan man se, at den konstruktive tilgang indeholder både det nye, det kritiske og det inspirerende. Først når man har været igennem alle tre faser, kan man kalde det konstruktiv journalistik. I praksis betyder det, at man holder fast i en historie så længe, at man både fortæller, hvad der er nyt, kritisk undersøger historien og researcher på mulige potentialer og også faciliterer en debat om, hvordan det aktuelle problem kan løses. Som modellen viser, er det afgørende for denne tilgang, at man arbejder *sammen med* og ikke blot *til* sit publikum. Det er beskrevet her i modellen ved, at man gennem de tre faser involverer sit publikum med de tre forskellige søjlers mål.

I den første fase er fokus at afdække, hvad der har relevans for publikum. Det eksemplificeres senere ved f.eks. Kosmopols brug af værktøjet Harken i formatet “Spørg os”. I den anden fase er fokus at involvere publikum i researchen. Det kan f.eks. gøres, sådan som det digitale medie *Zetland* gør, når de efterspørger viden blandt deres medlemmer, inden en historie udvikles. Se afsnittet om *Zetland* længere fremme. I den tredje fase er fokus på at debattere mulige løsninger på det problem, der ligger til grund for den journalistiske serie eller historie. Det eksemplificeres f.eks. gennem formatet *Løsningernes Rum*, der ligeledes behandles senere i denne hvidbog.

FINT-modellen

En tredje, udbredt model til at udvide sit mindset, er den såkaldte FINT-model. Modellen baserer sig på en kritik af de traditionelle nyhedsværdier, som journalister har benyttet sig af i årtier. Her har de klassiske VISAK-kriterier⁴ været og er stadig en del af den journalistiske grunduddannelse, når de kommende generationer af journalister skal lære, hvad en god nyhed rummer, og pointen er, at jo flere af elementerne, som optræder i en nyhed, desto bedre.

Særligt konflikt-kriteriet er blevet dominerende for journalistikken, og dette kriterium har været definerende for, om en historie fik plads på forsiden eller ej. Men som udøvere af den konstruktive journalistik har anført, resulterer dette kriterium i et stærkt fokus på negativitet, og det risikerer at føre til en skævvridning og giver altså ikke et retvisende billede af verden, som den konstruktive journalistik søger at tilføje. Resultatet risikerer at blive, at man som medieforbruger oplever, at det står værre til i verden, end det egentlig gør. Det fører til en svækkelse af vores demokratier, hvis befolkningen ikke har et reelt billede af verdens tilstand.

Et bud på en model, der komplementerer VISAK-kriterierne, er FINT-modellen. Den præsenterer fire journalistiske værdier, der tilsammen sikrer, at modtageren af journalistikken bliver oplyst og inspireret, får et bredt perspektiv på sagen og efterlades med handlekraft. Modellen er tiltænkt arbejdet med at udvikle den journalistiske historie, hvor VISAK i højere grad bruges til at udvælge en historie. FINT-modellen er udviklet af Gerd Maria May og bliver brugt på en række medier i forbindelse med strategiudvikling såvel som i det daglige journalistiske arbejde.

FINT dækker over fire værdier. F står for Fællesskab, hvilket peger på, at man som journalist skal tage afsæt i, hvilket behov modtagerne af journalistikken har, og involvere dem løbende gennem historiens udvikling og efterfølgende i historiens konklusioner. I står for Inspirerende, dvs. at man her skal fokusere



på at efterlade modtageren inspireret i modsætning til apatisk. Det gør man f.eks. ved at kombinere en negativ nyhed med et bud på en mulig løsning eller en beskrivelse af, hvordan nogen søger efter løsninger. N står for Nuancer, så man husker på, at det er vigtigere at give et bredt perspektiv på sagen end en helt skarp vinkel. Modellen slutter med T for tillid, der husker journalisten på, at der både skal være tillid til kilderne i historien og til mediet som afsender.

FINT-modellen har gennem flere forsøg vist, at denne tilgang skaber loyalitet og en øget interesse for journalistikken.⁵ FINT-værdierne danner desuden grundlag for Folkets Journalistpris i Danmark, der uddeles årligt til en form for journalistik, der understøtter en god offentlig debat baseret på Fællesskab, Inspiration, Nuancer og Tillid. FINT-modellen er også blevet brugt til at udvikle journalistiske serier, der tager afsæt i problemer, der er aktuelle for målgruppen, og involverer dem i at afdække problemet samt at afdække mulige løsninger. Får modtagernes bud på andre perspektiver og skaber relationer til målgruppen, der øger tilliden. Det er serier, der f.eks. sætter spot på butiksdød i mindre byer, mangel på sundhedspersonale, skolelukninger, problemer med integration og klimaforandringer mm.

⁴Væsentlighed, Identifikation, Sensation, Aktualitet, Konflikt

⁵Fra tårn til tov, Gerd Maria May



Mediers praktiske arbejde med metoder, modeller og værktøjer i konstruktiv journalistik

I takt med at den konstruktive journalistik har bredt sig rundt om i verden, har flere og flere nyhedsorganisationer og journalistuddannelser udviklet deres egne metoder og tilgange til, hvad det vil sige at arbejde konstruktivt. Dette afsnit beskriver nogle af de mere kendte tilgange.

De Correspondents 10 punkter

Hos det hollandske medie De Correspondent har man udviklet et 10-punkts-manifest, som er mediets gennemgående værdisæt. Disse punkter har til at hensigt at skabe troværdighed og at være involverende og løsningsorienterede. De punkter, som er direkte relevante for journalistikkens udformning, lyder således:

- **Vi er din medicin mod dagens problemer** (Løsningsfokus)
- **Vi bekæmper stereotyper, fordomme og frygt-påvirkning** (Bias, Nuancer)
- **Vi fortæller dig ikke kun problemet, men også hvad der kan gøres ved det** (Løsningsfokus)
- **Vi arbejder sammen med jer, vores ekspert-medlemmer** (Publikumsdialog, Nuancer)
- **Vi foregiver ikke at være neutrale, men er transparente om vores billede af verden** (Bias)
- **Vi ønsker at være så rummelige som muligt** (Bias)
- **Vi tror på gennemsigtighed og løbende selvforbedring** (Bias)

Karakteristisk for De Correspondents journalistik er, at de meget målbevidst involverer deres medlemmer fra start til slut. Fra idéudvælgelse og research til debat af dækningen.

Eksempel: **Container skibstrafik: Hvad er løsninger på CO2 aftryk, dårlige arbejdsbetingelser, overforbrug og trafik.**

NRK's tre kriterier

Hos det norske public service-medie NRK definerer man den konstruktive journalistik som journalistik, der skal leve op til de samme tre kriterier, som er angivet hos Constructive Institute: 1. *Den skal vise et mere nuanceret billede af verden.* 2. *Den skal pege på løsninger.* 3. *Den skal modarbejde polarisering og bidrage til at skabe dialog med og mellem mennesker.* De tre kriterier er afsæt for forståelsen af den konstruktive journalistik hos NRK.

Journalistikken skal i denne udgave ikke nødvendigvis leve op til alle kriterier i hver eneste historie, men skal som helhed skabe et billede af verden, der lever op til ovenstående kriterier. Modellen herunder viser, hvordan de enkelte historier hver især kan leve op til et eller to af kriterierne, men tilsammen kan skabe et billede af en sag, der understøtter alle tre kriterier.

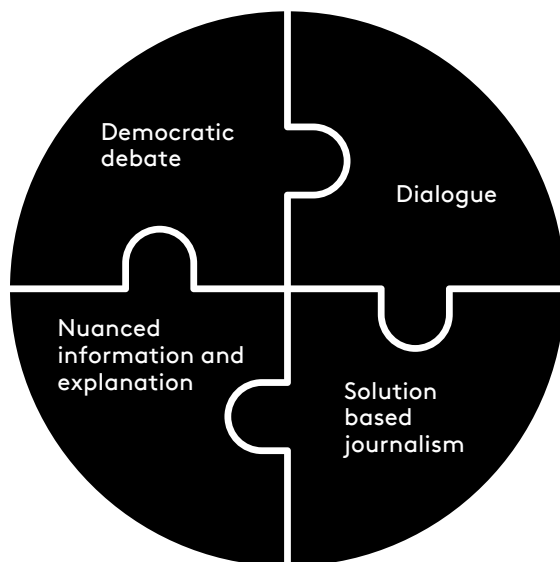
TV2 Kosmopol

TV2 Kosmopol er et dansk regionalt public service-mediehus. Her har man udviklet seks redaktionelle pejlemærker, som man styrer efter både i dagligdagens journalistik og i de større strategiske beslutninger.

Pejlemærkerne er:

1. **Udsyn:** Hvordan løser andre metropoler lignende problemstillinger?
2. **Perspektiv:** Hvordan bliver vi klogere af den her historie?
Hvad er nuancerne? Hvad har målgruppen af input?
3. **Personlig:** Vi sætter ansigter og følelser på de historier, vi laver.
Vi giver stemme til befolkningen i hovedstadsområdet.
4. **I tiden:** Vi taler ind i metropolens tendenser og lytter til, hvilke spørgsmål befolkningen stiller sig selv.
5. **Relevans:** Vores historier skal betyde noget og kunne bruges til noget. Vi tester hver uge, hvad målgruppen finder mest relevant, at vi undersøger.
6. **Overraskende:** Vi overstiger forventningen ift. historievalg, form, udtryk og transparens. Vi tager målgruppens undren lige så alvorligt som vores egen.

Constructive journalism



Målet med pejlemærkerne er at være relevant og give håb, løsninger og handlekraft på de udfordringer, der er i dækningsområdet. Det forsøger man blandt andet ved at fokusere på at involvere målgruppen i hvilke historier, der skal dækkes, og hvordan. Pejlemærkerne hænger visuelt som skilte alle vegne i huset, og de er en del af journalisters og redaktørers samtaler om, hvorvidt en idé er relevant for netop Kosmopol – fra morgenmøder til slutrefleksion over, hvorfor noget performede, som det gjorde.

Midtjyske Mediehouses KLIO-model

I de midtjyske mediehus har man udviklet den såkaldte KLIO-model. De fire bogstaver står for: 1) Kritisk, 2) Løsningsorienteret, 3) Inddragende og 4) Opfølgende. Modellen KLIO har ud over de gennemgående konstruktive tilgange også sat særligt fokus på det opfølgende. Dette fokus hjælper med at holde fast i de for mediet gode historier. Ofte opstår den oplagte konstruktive mulighed længere fremme i en histories udvikling, og derfor er det oplagt at have muligheden for en videreudvikling af en allerede skrevet historie med på redaktionsmødet. Ved at skrive dette fokus ind i den strategiske model bliver det naturligt at give historierne endnu et strategisk blik, inden de kasseres som gårsdagens nyheder.

TV2 Fyns konstruktive kompas

Hos den fynske regionale tv-station TV2 Fyn satte man sig i 2020 det ambitiøse mål, at man ville være verdens mest konstruktive mediehus. Det indebar ansættelse af en konstruktiv redaktør, undervisning af alle mediehusets journalister og udvikling af egen konstruktiv model, der fik titlen *Det konstruktive kompas*.

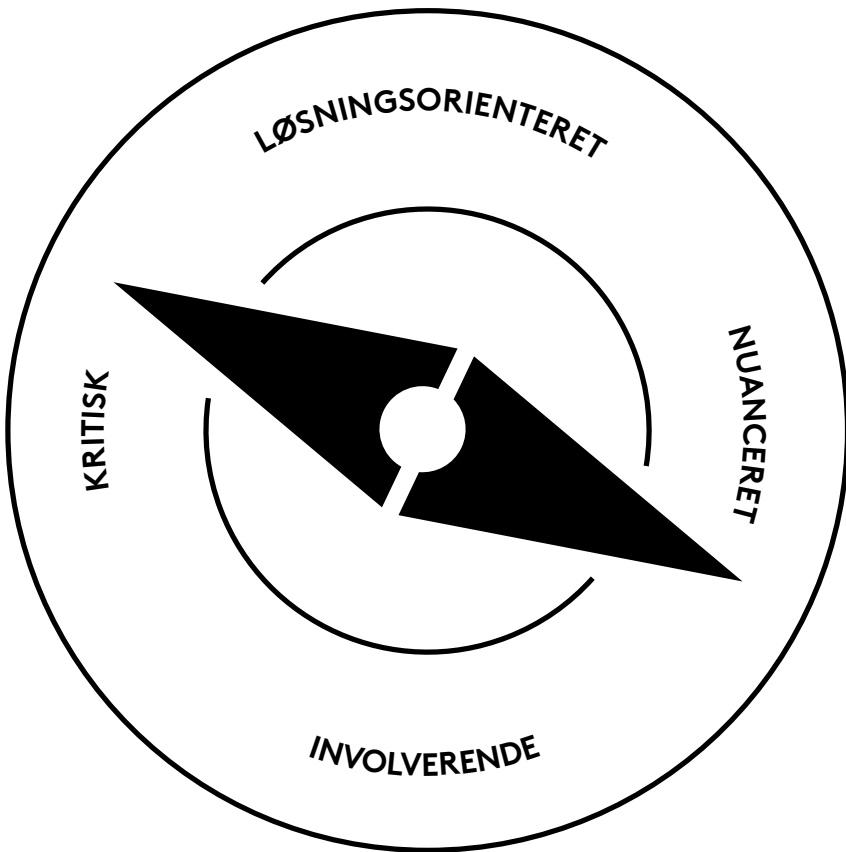
Kompasset har fire poler, de forkortes LINK, hvilket står for:

- 1) Løsningsorienteret
- 2) Involverende
- 3) Nuanceret
- 4) Kritisk.

Et særligt fokus her var at involvere fynboerne i stationens journalistik. Den involverende del i det konstruktive kompas indebærer, at man som medie skal *“inspirere, engagere, aktivere og lytte til fynboerne, så journalistikken kan være med til at rykke lokalsamfundet i en bedre retning.”*

Et eksempel på det er f.eks. deres tilgang til dækningen af Corona-krisen, hvor de hurtigt oprettede et koncept, de kalder “Spørg os”. Her opfordrede mediehuset fynboerne til at stille spørgsmål, som journalisterne så skaffede svar på fra de relevante kilder og publicerede til alle. På den måde lavede de løsningsorienteret journalistik, der involverede fynboerne, var nuanceret gennem forskellige spørgsmål og forskellige kilder og var kritisk, eftersom alle svar blev tjekket kritisk i samarbejde mellem journalisterne og forskellige eksperter.

TV2 Fyn arbejder således med en del af den konstruktive journalistik, der af nogle vil blive defineret som værende mere aktiv eller ligefrem aktivistisk. Her er det vigtigt at pointere, at hvis en sådan målrettet kampagne stadig skal agere inden for de konstruktive rammer, er det afgørende, at den konstant har et objektivi afsæt i både research og formidling. Den konstruktive journalistik hviler altid på principperne om en fri, upartisk og uafhængig presse.





Zetlands seks principper

Det danske digitale medie Zetland er bygget på et ønske om at skabe en ny type journalistik. Journalistik, der blandt andet “lytter højere”. Folkene bag Zetland har defineret seks principper for deres journalistik. Både det involverende, det nuancerede og det løsningsorienterede fokus gennemsyrrer journalistikken hos det rent digitale Zetland. De beskriver selv deres formål således: *Vi er her for at hjælpe vores medlemmer med at forstå og navigere i tidens vigtigste historier – i samfundet, i tiden og i livet.*

Det mål har sat rammerne for journalistikken, der nu udvikles i tre niveauer. Konkrete begivenheder og forløb, samfundsmæssig betydning og eksistentiel betydning. Samtidig er det et defineret mål at gøre journalistikken bedre ved at inddrage mediets medlemmer i research og overvejelser undervejs i udviklingen af en historie.

Zetlands seks principper lyder således:

1. **Vi er vores medlemmer** (nuancer, publikumsdialog)
2. **Vi giver overblik og graver dybt** (nuancer)
3. **Vi forklarer uden at forenkle** (nuancer)
4. **Vi bekæmper kynisme og leder efter løsninger** (løsningsfokus)
5. **Vores teknologi er menneskevenlig**
6. **Vi er ærlige, også når vi er i tvivl** (bias)

Et eksempel på Zetlands brug af principper kan se således ud: Inden en idé bliver til en historie, inviteres medlemmerne til at komme med deres input. Under researchen kan medlemmer blive spurgt igen. Historierne har som udgangspunkt altid enten indarbejdet et bud på en løsning eller en form for håb. Efter publicering inviteres medlemmer til at debattere med kilder og journalisten bag samt andre medlemmer. Udvikler debatten sig, kan det blive til en ny historie.

Windesheim Universitets seks søjler

Afdelingen for konstruktiv journalistik på Windesheim blev grundlagt i 2015 og omfattede i de første år både udvikling af metoder til brug i den praktiske journalistik samt etableringen af en forskningsenhed, hvis sigte var at undersøge den konstruktive journalistiks betydning og samfundseffekt. Windesheim udviklede seks søjler til brug for at sikre konstruktive elementer i daglig journalistisk ideudvikling og praksis.

6 pillars of constructive journalism

Solutionsfocus:

Add a solution oriented framing of news.
Take coverage further.

What Now?:

Convey a productive perspective about the future
and our ability to get there.

Depolarization:

Steer away from polarized, black/white, reporting and
interviewing. More accurate reporting.

CoJo Interviewing:

Ask other questions to power, so-called victims and
experts about resources, collaborations, common ground
and solutions. "Kill your victim".

"Factfulness":

Adapted from Roslings book
Are we looking at progress or setback?

Engage & Co-Create:

Engage and empower the public. Co-create with them.
Creates relationship and possible stronger trust.



Efterord – fremtiden for konstruktiv journalistik

Den konstruktive journalistik udvikler sig i mange retninger i disse år, og den konstruktive journalistiks fortsatte udbredelse afhænger af, at der er plads til forsøg med alverdens forskellige emner, formater og på alle nyhedsplatforme.

Den konstruktive journalistiks fremtid er spændt ud mellem disse to delvist modsatte behov: Praktiske erfaringer gennem forsøg og præcise beskrivelser af, hvad det vil sige at arbejde konstruktivt. Erfaringen fra de senere år viser her, at der er en mængde faktorer, som kan henholdsvis hindre og hjælpe med udbredelsen af de konstruktive tilgange.

Når det kommer til faktorer, som hindrer udviklingen og udbredelsen af den konstruktive journalistik, så forlyder det fra flere af de norske og danske nyhedsmedier, der har arbejdet mest med konstruktive tilgange, at der er behov for at formalisere udviklingsarbejdet. Hvis ikke medierne gør det, så risikerer man, at de vaner, rutiner og produktionsprocesser fra den mere traditionelle journalistik, som er opbygget gennem årtier, snart overtager i en travl hverdag. Sådanne formaliseringer af det konstruktive arbejde sikrer nogle medier ved løbende at veje, måle eller på anden vis evaluere, hvordan og hvor meget det konstruktive fylder i det journalistiske arbejde. Andre ansætter særlige, dedikerede medarbejdere i faste eller mere flydende forløb, som har til ansvar at sikre et fokus på det konstruktive.

Når det kommer til forhold, der hjælper med udbredelsen af den konstruktive journalistik, så har det ikke mindst haft betydning hos mange medier, at deres læsere, lyttere og seere efterspørger konstruktive tilgange. Generelt set viser mange målinger – internt hos medierne selv og via eksterne forskningsprojekter – at mange er trætte af ”død, ødelæggelse og elendighed”.

Vigtigt er også, at flere medier angiver, at medarbejdere og lederne faktisk får højnet arbejdsglæden, når de ikke alene fokuserer på samfundsproblemer, små såvel som store, men faktisk også får mulighed for at se nærmere på, hvad der kan være løsninger, og hvad der kan inspirere. På den måde kan konstruktiv journalistik også medvirke til øget arbejdsglæde.



Endelig er en gennemgående pointe i megen af den litteratur – fagbøger, debatbøger mv. – som er blevet udgivet om konstruktiv journalistik, at denne form for journalistik ikke er et mål i sig selv, men et middel til at hjælpe med et større mål. Nemlig at skabe et stærkere demokrati.

Hvordan den konstruktive journalistik udvikler sig i årene fremover, kan ingen vide, men belært af historien synes én ting sikkert: hvis ikke vi i fællesskab udbreder og deler erfaringerne med, hvad den konstruktive journalistik kan – og ikke kan – så udvikler journalistikken sig ikke, og så risikerer vi, at andre typer medier bliver det foretrukne sted, hvor nyheder brydes, mennesker mødes og meninger vendes. Det har været afsættet for det fællesskab, som ligger bag udarbejdelsen af denne hvidbog.



- Bro, Peter (2023) *Constructive Journalism: Precedents, Principles, Practices*. London: Routledge
- Gyldensted, Cathrine (2015) *From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism*. Charleston, SC: Group Publishing.
- Gyldensted, Cathrine (2021) Blev du klogere? Sådan forbedrer du den offentlige samtale. Højskolernes Forlag.
- Gyldensted, Cathrine og Malene Bjerre (2014) *Håndbog i konstruktiv Journalistik*. Århus: Ajour.
- Haagerup, Ulrik (2008) ”Konstruktive nyheder”. *Politiken*, 6. december.
- Haagerup, Ulrik (2012) *En Konstruktiv Nyhed*. Århus: Ajour.
- Haagerup, Ulrik (2014) *Constructive News: How to Save the Media and Democracy with Journalism of Tomorrow*. New York: InnoVatio Publishing.
- Holmaas, Vigdis (2019) *Konstruktiv Journalistikk*. Bergen: Fakkbokforlaget.
- May, Gerd Maria (2020) *Fra Tårn Til Torv*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- McIntyre, Karen, and Nicole Smith Dahmen (2021) *Reporting Beyond the Problem: From Civic Journalism to Solutions Journalism*. New York: Peter Lang.
- McIntyre, Karen, and Cathrine Gyldensted (2017) “Constructive journalism: Applying positive psychology techniques to news production.” *The Journal of Media Innovations* 4 (2): 20–34.
- Jørgensen, Kristina Lund and Jakob Risbro (2021) *Konstruktiv Journalistik: Fra ide til Historie*. Århus: Forlaget Ajour.
- Lough, Kyser and Karen McIntyre (2023) “A systematic review of constructive and solutions journalism research.” *Journalism* 24 (5), 1069-1088

7. Anvendte kilder



8. Bidragsydere (alfabetisk rækkefølge)

Orla Borg, leder af fellowship-programmet på Constructive Institute Aarhus Universitet, Danmark

Peter Bro, professor, ph.d. og leder af journalistuddannelserne på Syddansk Universitet, Danmark

Cathrine Gyldensted, journalist, tidl. leder af Windesheim afdeling for konstruktiv journalistik, NL. Master of Appl. Pos. Psych, UPenn/USA, Danmark

Ulrik Haagerup, leder af Constructive Institute på Aarhus Universitet, Danmark

Vigdís Holmaas, journalist og forfatter til bogen Konstruktiv journalistikk, Norge

Brian Holst, Nyheds- og Silkeborg redaktør hos Midtjyllands Avis, Danmark

Nanna Holst, redaktør for Inddragelse og Dialog hos TV 2 Kosmopol, Danmark

Ida Løvdahl Alvsen, ph.d.-stipendiat på Nord Universitet med fokus på konstruktiv journalistik, Norge

Gerd Maria May, forfatter, journalist og strategisk udvikler af konstruktiv journalistik i praksis, Danmark.

Morten Skovsgaard, professor (mso), ph.d. og forskergruppeleder ved journalistuddannelserne på Syddansk Universitet, Danmark

Ingrid Tinmannsvik, konstruktiv redaktør hos NRK, Norge



Syddansk Universitet
Campusvej 55
DK-5230 Odense

Telefon: +45 6550 1000
sdu@sdu.dk
www.sdu.dk