

Topik

Et retorisk bidrag til den kritiske journalistik

CHRISTINA PONTOPPIDAN, JONAS GABRIELSEN
& HEIDI JØNCH-CLAUSEN

Abstract

Den kritiske journalistik er trængt af stadig mere magtfulde kilder. Det er derfor af afgørende betydning at journalistikfagets udøvere rustes til at gennemskue, hvordan kilderne forsøger at sætte dagsordenen i konkrete sager. Forfatterne anbefaler, at journalisterne vender sig mod den retoriske lære om topik, en 2500 år gammel metode til systematisk at afsøge en given sags forskellige aspekter og vinkle den strategisk. De opstiller en konkret liste over mulige perspektiver, som kilden typisk vinkler ud fra. Et kendskab til dette strategiske værktøj kan udnyttes af den kritiske journalistik. Det vil både kunne hjælpe journalisten til at gennemskue de vinkler, kilderne anlægger, og være et nyttigt redskab til at formulere kritiske spørgsmål.

Keywords: retorik, topik, kritisk journalistik, kilder, strategisk vinkling, framing

Introduktion

Magtbalancen mellem kilder og journalister er et varmt emne i journalistikforskningen. Og med god grund: En forudsætning for, at journalistikken kan udfylde rollen som vagthund, er, at det er journalisterne, der styrer kilderne – og ikke omvendt. (Gans 1980, kap. 4; Blumler og Gurevitch 1981). Et blik på den aktuelle debat indikerer imidlertid en voksende bekymring for, at kilderne får stadig større indflydelse på de journalistiske arbejdsprocesser og dermed det journalistiske produkt. Fra flere sider lyder det således, at magtbalancen mellem journalister og kilder har forskubbet sig. Fra forskningsverdenen, hvor det fra såvel journalistiske som retoriske fagmiljøer påpeges, at journaliststanden har sværere og sværere ved at give kilderne det nødvendige modspil. (Kock 2009; Kock 2006; Kristensen 2004; Allern 1997) Og fra praktikerstanden, hvor både journalister og kommunikationsrådgivere løbende leverer historier, der eksemplificerer, hvordan kildernes magt er øget. (Albrecht 2008; Elkjær 2008) Selvom kritikken rejses fra forskelligt hold og med forskellige motiver, deler man tilsyneladende antagelsen, at kildernes indflydelse i dag er (for) stor.

Der kan udpeges flere forklaringer på, at magtbalancen mellem journalister og kilder har forskubbet sig i retning af kilderne. Et velkendt svar tager udgangspunkt i journalisternes egen verden ved at henvise til, at der er sket strukturelle ændringer på redaktionerne, og at den øgede produktion efterlader journalisterne med færre ressourcer. Et andet svar – som er det spor, vi vil forfølge – tager udgangspunkt i kildernes verden og påpeger, at kilderne de senere år har gennemgået en professionalisering. (Bro 2009,

s. 95-102; Kristensen 2004, kap.7; Wien og Lund 2001) Professionaliseringen viser sig på flere fronter: Stort set alle organisationer, fra politiske partier over velgørenhedsorganisationer til private virksomheder, har i dag adgang til kommunikativ rådgivning. Flere og flere organisationer etablerer egne kommunikations- eller presseafdelinger, der systematisk styrer, hvad og hvordan organisationen kommunikerer. Og mange politikere i dag har ansat en spindoktor og gennemgår løbende medietræning. Det er blot nogle eksempler på, at man har sat strategisk ind i forhold til at kunne håndtere kritiske journalister.

En konsekvens af kildernes professionalisering er, at journalisten ikke længere har sine arbejdsmetoder for sig selv. Kilderne har lært sig at tænke journalistisk og at anvende de journalistiske greb til egen fordel. Det gælder blandt andet nyhedskriterierne, som medieforskeren Gaye Tuchman engang beskrev som "... the sacred knowledge, the secret ability of the newsman which differentiates him from other people." (Tuchman 1972, fra Johnson-Cartee 2005, s. 115). Sådan er det ikke længere. Nyhedskriterierne er i dag ikke hemmelige, men hvermandseje for den, der forsøger at påvirke mediestrømmen. Der er således utallige eksempler på, at kilderne i dag arbejder bevidst med nyhedskriterierne som referenceramme for deres kommunikation. Mindre organisatoriske ændringer transformeres til nyheder, politikere understøtter deres forslag med konkrete historier for at skabe identifikation, ligesom enhver kommunikationsafdeling har forstået værdien af eksklusivitet, det sjette, hemmelige nyhedskriterium, der heller ikke længere er så hemmeligt. (Schultz 2005) Kilderne har altså lurt journalistikken kunsten af. Så hvor journalistens opgave traditionelt har bestået i at få kilden til at bidrage til sin historie, er udfordringen i dag snarere at undgå at komme til at bidrage til *kildens* historie.

Vi skal i denne artikel argumentere for, at journalisten bør gøre som kilden: Nemlig tilegne sig modpartens værktøjer. Som nævnt er en væsentlig del af kildernes oprustning sket ved at kigge journalisterne i kortene; for uanset om man fokuserer på rådgivningen fra de mange PR-bureauer, etableringen af egne kommunikationsafdelinger eller på, hvordan politikere i dag coaches igennem mediernes nåløje, er en stor del af kildeprofessionaliseringen baseret på indsigt i de journalistiske arbejdsmetoder. På samme måde som kildernes professionalisering hviler på indsigt i journalistikkens logik, kan journalistikken professionalisere sit virke gennem indsigt i kildernes logik. Som jægeren for at få succes må kunne tænke som byttet, må journalisten kunne tænke som kilden.

I det følgende vender vi os derfor mod retorikken, et fag, som kildesiden traditionelt har trukket på. Vi vil introducere og eksemplificere læren om topik som et produktivt redskab for den retoriske afsender til at vinkle sager på en overbevisende måde. Med afsæt i denne produktive, retoriske forståelse af topikken skal vi afslutningsvis vise, hvordan den topiske tænkemåde kan udnyttes af den kritiske journalistik som et redskab til at afkode kilders strategiske vinkling af sager.

Kildernes logik: Retorikken

Retorikken har sit ophav i det antikke Grækenland, hvor faget både blev udfoldet i det politiske liv og i juridisk sammenhæng. Fra sin spæde begyndelse har retorikkens omdrejningspunkt været, hvordan man opnår tilslutning til et konkret budskab. Det fremgår af den første og stadig hyppigt benyttede definition på retorik, formuleret af Aristoteles i ca. 330 f.Kr.: "Lad da retorik være bestemt som en kunsten, der sætter os i stand til at mønstre de mulige overbevisende momenter i ethvert givet stof." (Aristoteles *Retorik*,

II.1) Retorik er altså kunsten at finde de stærke og de svage sider i en sag, så de stærke sider kan fremdrages, belyses og underbygges, og de svage omvendt nedtones. Gennem mere end 2500 år har retorikken således leveret værktøjer til at overbevise et publikum om et givent standpunkt i en konkret sag.

Det er i denne forstand, retorikken kan siges at repræsentere kildeperspektivet. Retorikken er som fag brugbart for enhver, der ønsker at sætte dagsordenen og påvirke, hvordan konkrete sager skal diskuteres. Af samme grund er retorikken også et velegnet sted at søge indsigt i kildernes logik. Journalisten kan altså med fordel lære sig at tænke retorisk i forsøget på at forstå – og *modstå* – kildernes dagsordensættende strategier.

Retorikken er i lighed med journalistikken et fag med mange facetter. Gennem retoriikkens historie har der udkrystalliseret sig en række forskellige skoledannelser, ligesom nye perspektiver er blevet inkluderet i faget og har medført en ekspansion af det retoriske forskningsfelt. Moderne retorik har således berøringsflader med fag som filosofi, pædagogik, sprogvidenskab og – hvad der i den aktuelle sammenhæng er mest relevant – journalistik. Der kan således gives flere eksempler på, at retorikken og journalistikken lader sig inspirere gensidigt af hinanden, og at tankeformer og metodikker overføres fra det ene fagfelt til det andet. (Eide, Isager og Jønch-Clausen 2009; Kock 2004; Fabricius og Roksvold 2004; Nermann 1981; Jamieson, 1992; Jamieson, 2003)

Selve sammentænkningen af retorik og journalistik er altså i sig selv ikke ny. Men til forskel fra andre forsøg på at overføre retorisk tankegods til journalistikken, er ærindet her ikke er at bidrage til en styrkelse af journalistikkens produktive side – journalistens konstruktion af tekster – men derimod til journalistens kildekritiske arbejde. Læren om topik er ganske vist, som vi skal se nedenfor, i udgangspunktet en produktiv lære, men som et journalistisk redskab kan den anvendes kritisk til at gennemskue, hvordan kilderne strategisk forsøger at dreje de sager, der er til debat, i en favorabel retning.

Kunsten at vinkle en sag: Læren om topik

En retorisk grundindsigt er, at man altid har mulighed for at præge den sag, som publikum forholder sig til. Det gør man grundlæggende ved at vinkle sagen strategisk, altså på en måde, der understøtter den holdning til sagen, man forsvarer. Der er således afgørende forskel på, om man fremstiller spørgsmålet om, hvorvidt homoseksuelle skal have samme muligheder som heteroseksuelle for at blive insemineret, som en etisk eller en økonomisk sag. Altså som en sag om lige *rettigheder* eller som en sag om, hvem der skal have adgang til hvad på det offentlige *regning*. Hvilket af de to perspektiver, man anlægger på sagen, har afgørende betydning for, om det konkrete publikum tilslutter sig sagen eller ej, da nogle modtagere er mest tilbøjelige til at lade sig overbevise af økonomiske argumenter, mens andre vægter etiske argumenter højere. Den dygtige retoriker udskifter derfor sit perspektiv på sagen, alt efter hvem han taler til. Selve holdningen til sagen vil være den samme, enten er man for eller imod inseminering, men det perspektiv, hvorunder sagen diskuteres, ændres. Man forsøger altså at påvirke subjektet (publikum) ved at vinkle objektet (sagen).

Denne tanke, at man gennem det perspektiv, man anlægger, kan præge publikums forståelse af sagen, er essensen af den retoriske lære om topik.¹ Topikken er kort fortalt læren om, hvordan man perspektiverer sager strategisk, ved at overveje det sted hvorfra man ser sagen. Ordet 'topik' er afledt af det græske ord 'topos', der netop betyder 'sted' ('topos' i ental, 'topoi' i flertal). 'Sted' skal her ikke forstås som et rumligt, fysisk sted, men som et mentalt sted. Når man i topikken taler om 'steder', topoi, er det en metaforisk

fremstilling af det forhold, at enhver sag kan betragtes fra forskellige vinkler, der hver belyser bestemte sider af sagen. 'Sted'-metaforen kan således uden væsentligt tab af betydning erstattes med begreber som fokus, optik, vinkel, betragtningssted, perspektiv eller frame.²

Topikkens styrke ligger imidlertid ikke så meget i den abstrakte indsigt, at enhver sag kan præges ved at ændre betragtningsperspektivet, som i den konkrete operationalisering af denne indsigt. Topikken leverer et helt konkret redskab til at systematisere den proces, hvor man forsøger at finde det stærkeste perspektiv på sagen, ved at katalogisere de mulige perspektiver. Og her vender vi atter tilbage til metaforen 'sted', da det grundlæggende er dét topikken er: En samling af konkrete 'steder'. I stedet for at retorikeren skal udfinde de mulige betragtningssteder sag for sag, kan han konsultere kataloger med konkrete topoi (som altså hver repræsenterer et muligt betragtningssted), hvorved processen sættes i system. Topikken er således det redskab, der sikrer, at valget af sagsperspektiv ikke foregår ustruktureret og tilfældigt, men styret og systematisk – på samme måde som den retoriske argumentationslære gør det muligt at arbejde systematisk med valget af argumenter, og retorikkens sproglære gør det muligt at bearbejde sit sprog systematisk.³

Forskellige tider og forskellige kulturer har af gode grunde opereret med forskellige samlinger af topoi. Eksempler er her Aristoteles' faktabaserede topoi, som for den politiske tale er: Økonomiske forhold, krig, forsvar, samhandel, lovgivning, plus en lang række af undertopoi, og Quintilians begrebsbaserede topoi: Motiv, definition, sted, tid, ressourcer, plus diverse undertopoi. (Aristoteles *Retorik*, 1359a ff.; Quintilian *Institutio Oratoria*, bog V, viii 4 ff.) En mere velkendt – og måske også mere intuitivt forståelig – samling af topoi baserer sig på hv-ordene: Hvem, hvad, hvor, (med) hvilke hjælpemidler, hvorfor, hvordan og hvornår. (Andersen 1995, s. 159)⁴

Listernes historiske foranderlighed til trods er selve den topiske metode – at gennemløbe en eller flere lister med konkrete topoi for at finde det stærkeste perspektiv – ikke mindre nyttig for vore dages retorikere, end den var for antikkens talere på Athens agora. I det følgende skal vi således konkretisere den topiske tankeform yderligere ved at fremlægge en moderne topik. Det gør vi ved at se nærmere på otte konkrete og tidsvarende topoi, som den moderne retoriker, kilden, kan benytte som et praktisk redskab til at skabe overbevisning i en konkret sag. Før vi fremlægger vores bud på, hvordan journalistikken kan benytte topikken som et kritisk redskab, skal vi altså forfølge topikens retoriske anvendelighed et stykke længere. Indblikket i, hvordan kilderne bruger topikken som et strategisk redskab til at overbevise, skulle nemlig meget gerne gøre det klart, hvordan journalisterne kan bruge topikken til at *afsløre* denne strategi.

En moderne topik

De otte topoi har Pontoppidan og Gabrielsen konstrueret til undervisningen i praktisk retorik på Copenhagen Business School. Her er mere end 500 studerende i en årrække blevet præsenteret for den topiske metodik som en del af deres introduktion til kunsten at overbevise. Listen med de otte topoi fungerer her som et nyttigt redskab til at hjælpe de studerende med at finde det stærkeste perspektiv på sagen – hvad enten de ønsker at overbevise om, at man skal melde sig som bloddonor, eller om at Christiania skal bevares som et fristed. Listen er baseret på hvilke perspektiver, vi har konstateret går igen i den politiske debat, og som vi derfor betragter som relevante 'steder' at konsultere. De otte topoi er:

Økonomi
Miljø
Etik
Æstetik
Kultur
Religion
Individuelle konsekvenser
Samfundsmæssige konsekvenser.⁵

Hver af de otte topoi tilbyder en mulig vinkel, man som afsender kan vælge at anlægge og forsvare sit standpunkt ud fra. Hver topos fokuserer den konkrete sag på en bestemt måde, da det er forskellige sider af sagen, der træder frem for publikum, afhængigt af hvilken topos, der vælges. Vælges den økonomiske topos gøres den konkrete sag til en sag om økonomi – og de konkrete argumenter vil have et økonomisk indhold; vælges derimod den miljømæssige topos, vil det være de gode eller dårlige konsekvenser for miljøet, der udgør sagens omdrejningspunkt. Hvis dette valg af vinkel skal være så bevidst og strategisk som muligt, må retorikeren gennemgå listen, hver gang han åbner en ny sag – uanset sagens indhold og karakter. Dermed tvinger han sig til at overveje sagen ud fra en række forskellige perspektiver: Hvordan tager sagen sig ud, hvis sagen vinkles ud fra den økonomiske topos? Hvilke fordele er der ved at åbne sagen ved hjælp af en etisk topos? Gives der stærke argumenter, hvis sagens gøres til et spørgsmål om kultur? Og er der æstetiske, samfundsmæssige og individuelle forhold, der vil kunne overbevise det konkrete publikum?

Et konkret eksempel på brugen af listen kan måske klargøre pointen. Lad os derfor for illustrationens skyld applicere de otte topoi på en konkret sag, nemlig den pågående debat om øget videoovervågning af det offentlige rum. Argumenter genereret ud fra de otte topoi kunne eksempelvis se således ud som dem i figur 1.

Der er tale om konstruerede argumenter, hvoraf nogle oplagt nok er mere realistiske end andre. Det er således næppe sandsynligt, at den religiøse vinkel vil finde praktisk anvendelse i en dansk debat om videoovervågning. Skemaets konkrete indhold er imidlertid også mindre interessant end den bagvedliggende pointe, som skemaets eksempler skal illustrere, nemlig at den samme sag kan diskuteres under en række forskellige perspektiver – topoi. Afhængigt af hvilken topos, man benytter til at åbne sagen, vil sagen blive trukket i en bestemt retning. Hvilken en af de otte topoi, man vælger at generere sine argumenter ud fra, afspejler således den interesse, man har i sagen, og hvor man vurderer, at man står stærkest – dvs. har størst mulighed for at vinde tilslutning til sit budskab. Dette strategiske potentiale bliver tydeligere, hvis vi ser nærmere på nogle reelle eksempler på, hvordan sagen om videoovervågning faktisk er blevet vinklet af forskellige afsendere.

Et eksempel på et økonomisk perspektiv på sagen om videoovervågning finder vi hos Scanview, der er leverandør af videoovervågning. På deres hjemmeside skriver de blandt andet:

Investering i enhver sikkerhedsløsning skal kunne betale sig, og det økonomiske aspekt er ikke til at komme udenom. Videoovervågning har allerede vist sit værd som præventivt middel mod indbrud og hærværk. I disse sager er der også indirekte omkostninger, når der bl.a. skal bruges tid på skadesanmeldelser og oprydning. (<http://www.scanview.dk/html/kommuner.html>)

Figur 1. Otte topoi appliceret på sagen om videoovervågning, for og imod

Topos	For videoovervågning	Imod videoovervågning
Økonomi	Det kan betale sig, fordi overvågning forebygger kriminalitet og hærværk, som koster samfundet dyrt.	Pengene til at installere videoovervågning kan bruges bedre på kriminalpræventive tiltag.
Miljø	Der vil blive smidt mindre affald i gaderne, hvis man ved, man bliver overvåget.	Stemningen i byen vil blive som i Vestre Fængsel.
Etik	Det handler om borgernes sikkerhed og tryghed.	Det er et brud på den personlige integritet og privatlivets fred.
Æstetik	De nye kameraer er smukt og diskret designede.	Kameraerne er grimme og ødelægger byrummet.
Kultur	Det er en måde at komme den voksende forbryderkultur til livs.	Det er meget udansk at overvåge hinanden.
Religion	Vi kan desværre ikke satse på, at Gud ser alt.	Det tilkommer kun Gud at overvåge mennesket.
Individuelle konsekvenser	Mange små butiksindehavere har store udgifter til hærværk og tyveri, som man ville kunne forhindre med videoovervågning.	Hvis dette forslag gennemføres, vil det betyde skattestigninger for den enkelte skatteyder.
Samfundsmæssige konsekvenser	Som samfund kan vi ikke acceptere, at vores borgere føler sig utrygge.	Det bliver et Big Brother-samfund, hvor alle overvåger og kontrollerer alle.

I en salgssituation, som den Scanview befinder sig i, er det oplagt at fokusere på den økonomiske side af sagen. Som leverandør har Scanview en klar interesse i at diskutere videoovervågning under en økonomisk vinkel, da det inden for denne topos er let at finde argumenter til fordel for videoovervågning – først og fremmest ved at påpege, at det faktisk er rentabelt at foretage den dyre investering i videoovervågning. Omvendt har en udbyder af overvågningsudstyr mindre interesse i at diskutere de æstetiske og etiske aspekter af sagen, da mange finder udstyret grimt og har en vis etisk reservation over for overvågning. Når Scanview benytter en økonomisk topos til at vinkle sagen, er det altså, fordi det er den topos, der stærkest understøtter deres kommercielle interesse i sagen.

En anden vinkling af sagen om videoovervågning finder vi hos Dansk Folkeparti. I en pressemeddelelse om videoovervågning af pengeinstitutternes facader skriver partiet:

Udover at bankerne naturligvis mister penge, er det en meget stor psykisk belastning for personalet, at de altid skal føle sig usikre. Især når de genoptager deres arbejde i banken efter at have oplevet et røveri. Derfor er der altid nogle ansatte, der aldrig kommer tilbage. Antallet af røverier er stigende, og brutaliteten og volden, som begås under røverierne er blevet grovere. Senest blev en uskyldig familiefar i Ålsgårde dræbt, mens en mand i Nordeas filial i Tappernoje blev genbanket med et koben. (http://www.danskfolkeparti.dk/DF_Legalis%C3%A9r_videooverv%C3%A5gning_af_pengeinstitutters_facader.asp)

Dansk Folkeparti fremstiller her sagen ud fra et menneskeligt perspektiv ved at fokusere på ofrenes rolle – altså de individuelle konsekvenser. Budskabet er, at vi har en (etisk) pligt til at forhindre, at sagesløse bankansatte udsættes for overgreb. Når partiet vælger en etisk topos på sagen og endvidere sætter fokus på de individuelle konsekvenser skyldes det, at partiet som fortaler for øget videoovervågning har en interesse i at få sagen til at handle om konkrete, udsatte mennesker. De ofre for bankrøverier, som de ønsker at beskytte med øget videoovervågning, er netop de almindelige, hårdtarbejdende mennesker, som partiet generelt henvender sig. Ved hjælp af den etiske topos kombineret med toposen individuelle konsekvenser bliver sagen om videoovervågning altså endnu et eksempel på, hvordan Dansk Folkeparti stiller sig på den lille mands side, hvilket er i partiets interesse.

En tredje og sidste vinkling af sagen finder vi hos Simon Emil Ammitzbøll, daværende retsordfører for Radikale Venstre. I *Politiken* den 9. januar 2008 er Ammitzbøll under overskriften ”Pas nu på privatlivet” citeret for følgende udsagn:

Vi synes, at der er principielle overvejelser om privatlivets fred. Vi er bekymret for, hvem der overvåger, og om overvågningsbånd kan ende i de forkerte hænder. (<http://politiken.dk/politik/article455251.ece>)

Her gøres videoovervågning også til et spørgsmål om etik. Men i modsætning til Dansk Folkepartis etiske vinkling af sagen tager den etiske præmis her ikke sigte på det enkelte offer for et fysisk overgreb, men derimod på et mere abstrakt overgreb på borgernes integritet og privatliv – altså de mere samfundsmæssige konsekvenser. Som modstander af videoovervågning og generelt tilhænger af den personlige frihed har Simon Emil Ammitzbøll en klar interesse i at afdække de mere principielle aspekter af sagen og fokusere på de eventuelle langsigtede negative konsekvenser af videoovervågning for den personlige frihed. Dette mere abstrakte, samfundsetiske perspektiv på sagen vil endvidere sandsynligvis appellere til de generelt veluddannede radikale vælgere.

De tre eksempler skulle meget gerne illustrere, at det topiske sted hverken er tilfældigt eller givet af sagen på forhånd. Hver topos angiver derimod en *mulig* præmis, man kan debattere ud fra, og det strategiske arbejde består i at vælge den præmis, der bedst understøtter ens holdning i den aktuelle sag i forhold til nogle konkrete modtagere. Ved at gennemgå listen med topoi kan retorikeren systematisk afgøre, hvor – dvs. ud fra hvilket perspektiv – han har størst fordel af at føre diskussionen. Det er altså en topisk grundindsigt, at et perspektiv ikke vælges, fordi det passer til sagen, men fordi det passer afsenderen af sagen.

Eksemplerne skulle også gerne illustrere, at topik er en lære om betragtningssteder, ikke en lære om konkrete argumenter. En topos er et særligt blik, man kan anlægge på en sag – det økonomiske blik eksempelvis – ikke det konkrete økonomiske argument i sagen; en topos repræsenterer det overordnede, strategiske perspektiv, der anlægges på sagen, hvorudfra det er muligt at generere en række forskellige argumenter. I det konkrete eksempel med videoovervågning kan man således underbygge en økonomisk vinklet kritik af videoovervågning ved at argumentere for, at videoovervågningsudstyr er dyrt at installere, at pengene kan bruges bedre på kriminalpræventive tiltag, at videoovervågning er omkostningstungt i administration og vedligeholdelse, at kameraerne er dyre i strøm osv. Det interessante i en topisk sammenhæng er imidlertid ikke, hvilket af disse økonomiske argumenter der er det stærkeste, men om den økonomiske vinkel er mere overbevisende end eksempelvis den etiske, æstetiske eller religiøse.

Fra retorik til kritisk journalistik

Den topiske metodologi er altså en integreret del af retorikken, for så vidt kunsten at overbevise for en stor del består i at vinke sin sag strategisk. Denne indsigt i retorikerens topiske tænkemåde, mener vi, kan bidrage til at styrke den kritiske journalistik. For hvis topikken gennem flere tusinde år har hjulpet retorikerne med at vinkle deres sager, må journalisterne omvendt kunne benytte topikken til at *afkode* kildernes vinkling. Topikken kan med andre ord transformeres til et journalistisk redskab, der kan hjælpe journalisten med at gennemskue kildernes vinkling af konkrete sager.

I en journalistisk kontekst vil topikken således ikke være et produktivt redskab til at finde den mest overbevisende vinkel på sagen, men derimod *et kritisk redskab til at afsløre allerede anlagte vinkler*. Som kritisk journalistisk værktøj er topikken en metode til at afdække, hvordan forskellige kilder forsøger at præge en given sag ved at anlægge den eller de topoi, som tillader dem at dreje sagen i en retning, hvor de kan forholde sig til netop de aspekter af sagen, der er favorable for dem at diskutere. At tænke topisk kan med andre ord hjælpe journalisten til at klargøre hvilke strategiske perspektiver, der er i spil i en given sag, og derved hjælpe ham til at spørge kritisk ind til disse perspektiver. Eller sagt anderledes: Hvor topikken for retorikeren er et redskab til at *konstruere* overbevisende argumenter, der er topikken for journalisten et redskab til at *dekonstruere* debattens argumenter.

For at illustrere denne pointe skal vi give nogle konkrete eksempler på, hvordan journalisten kan bruge de otte topoi til at stille kritiske spørgsmål til en kildes vinkling af en sag. Vi indleder med at se nærmere på Venstres strategiske vinkling af miljødebatten.

Da Venstre kom til magten i 2001 adopterede partiet Bjørn Lomborgs økonomiske perspektiv på miljødebatten. Under sloganet ”mest miljø for pengene” blev miljøet således konsekvent italesat ud fra et økonomisk perspektiv. En grøn revolution senere har Venstres perspektiv på miljødebatten imidlertid ændret sig, idet de har, om ikke ligefrem erstattet den økonomiske topos, så i hvert fald suppleret den med en etisk topos. Det fremgik af Anders Fogh Rasmussens landsmødetale den 16. november 2008, hvor han introducerede en ”ny grøn markedsøkonomi”, der, som navnet antyder, både rummer et økonomisk og et etisk perspektiv på klimaet. Anders Fogh Rasmussens dobbelte topiske perspektiv er tydeligt i følgende formulering fra landsmødetalet:

For mig er der ingen tvivl om, at vi har en forpligtigelse til at gøre noget ved det.
Så kan man så spørge: Bliver det ikke rædsomt dyrt?

Det valgte topiske perspektiv vil ofte afsløre sig for den kritiske journalist i kildens ordvalg. I citatet fra Anders Foghs tale indikerer ordet ”forpligtelse” Venstres nye etiske perspektiv på miljødebatten. Denne etiske topos er bragt i spil for at imødekomme den stærkt voksende gruppe af vælgere uden for Venstres kernevælgere, der er bekymrede for konsekvenserne af de igangværende klimaændringer, og som er villige til at betale for at bevare miljøet. Med et gennemført økonomisk perspektiv på miljødebatten rammer Anders Fogh ikke denne store gruppe af vælgere. Over for dem må han derfor være åben for at behandle miljøproblematikken under en etisk topos.

Den etiske topos står dog ikke alene i taleuddraget, men følges umiddelbart efter op af den velkendte økonomiske topos afspejlet i ordet ”dyrt”. Denne topos er målrettet de tilstedeværende Venstre-folk. For som Anders Fogh tilføjer:

Jeg ved, at I som gode Venstrefolk har det som jeg, at når det koster nogle penge at gøre nogle ting, men det koster ligeså mange at lade være, så kan man ligeså

godt gøre noget fornuftigt – nemlig handle! (http://www.venstre.dk/fileadmin/venstre.dk/main/files/taler/afr_soendag_lm08.pdf)

Skal han have tilslutning fra Venstres bagland, kan han ikke helt forlade en økonomisk topos. Over for Venstres kernevælgere må han forsøge at fremstille den nye grønne ”forpligtelse” som *udgiftsneutral*. Det dobbelte topiske perspektiv på miljø sagen er altså aktualiseret af, at han forsøger at imødekomme flere vælgergrupper på en gang. Ud fra et kritisk topisk perspektiv er det derfor også mindre interessant at konstatere, at Anders Fogh til dels har ændret standpunkt i miljødebatten. Langt mere interessant er det, at han som resultat af en strategisk tilpasning til de nye grønne tider har nuanceret og udvidet sit i udgangspunktet gennemført økonomiske perspektiv på sagen til også at inkludere et etisk perspektiv.

Ved hjælp af de otte topoi vil journalisten kunne identificere og dermed udfordre Anders Foghs dobbelte topiske vinkel på miljødebatten. Den topiske kritik kunne fx komme til udtryk i spørgsmål som: ”Du benytter et ord som ’forpligtelse’ i relation til miljøindsatsen – er det et udtryk for, at du gerne vil gøre miljøspørgsmålet til et etisk spørgsmål?”; eller ”Har din tilgang til miljøspørgsmålet ændret sig fra et økonomisk perspektiv til et etisk perspektiv?”; eller ”Du siger, at du har ændret holdning og nu fokuserer på de etiske aspekter af sagen, men er det ikke stadig vigtigt for dig, at miljøindsatsen kan *betale* sig ud fra en økonomisk kalkule?”; eller ”Taler du i virkeligheden med to tunger i miljødebatten – ud fra et økonomisk perspektiv, når du taler til Venstres bagland, og ud fra et etisk perspektiv, når du ønsker at ramme de bekymrede vælgere uden for Venstres kernevælgere”? Spørgsmål som disse er designet til at synliggøre det anlagte sagsperspektiv med henblik på at få debattøren til at forholde sig til det, forsvare det og dermed, ideelt set, afsløre sin (retoriske) strategi.

Vi vælger at kalde denne type spørgsmål for *topiske spørgsmål*. Det er en type kritiske spørgsmål, der adskiller sig fra de velkendte journalistiske factjek-spørgsmål. I relation til ovenstående uddrag fra Anders Foghs landsmødetale kunne et factjek-spørgsmål fx være et spørgsmål af typen: ”Er det nu også rigtigt, at det ikke koster mere at gøre noget end ikke at gøre noget?” Et spørgsmål som dette undersøger – som navnet antyder – om en fremsat påstand er faktisk korrekt. De topiske spørgsmål derimod retter sig ikke mod fakta, men mod den bagvedliggende topiske strategi, der får debattøren til at vælge at betone nogle fakta frem for andre fakta. De topiske spørgsmål overflødiggør altså ikke factjek-spørgsmål, men kan fungere som et konstruktivt supplement til disse. For som det fremgår, er formålene med de to slags spørgsmål forskellige: Hvor factjek-spørgsmål skal afklare *sandhedsværdien* af en kildes udsagn, der skal topiske spørgsmål afsløre den *retoriske strategi*, der ligger bag kildens udsagn.

Ud over at være et redskab til at spørge ind til den topiske vinkel, vil listen over topoi også kunne bruges til at konfrontere kilden med topiske alternativer til den valgte vinkel. Vender vi tilbage til sagen om videoovervågning, kunne man fx udfordre Scanviews økonomiske tilgang til sagen med topiske spørgsmål som: ”Nu fokuserer Scanview som udbyder af videoovervågning oplagt nok primært på den økonomiske side af sagen, men hvordan forholder man sig hos Scanview til den etiske side af sagen?”; eller ”Videoovervågning kan ifølge Scanview betale sig, men hvad med privatlivets fred – har den ikke også en pris?”. Dansk Folkepartis fokus på de individuelle konsekvenser vil omvendt kunne udfordres gennem et fokus på de samfundsmæssige konsekvenser af øget videoovervågning. Eksempler på topiske spørgsmål kunne her være: ”I ønsker at sikre den enkelte bankansattes tryghed, men kan øget videoovervågning ikke skade

samfundet som helhed?"; eller "I fokuserer meget på den enkelte uskyldige bankansatte, der bliver offer, men hvad med resten af samfundets borgere, bliver de omvendt ikke uskyldige ofre for den øgede overvågning?". Eller man kunne stille Dansk Folkepartis etiske tilgang til sagen over for en kulturel tilgang til sagen ved hjælp af et topisk spørgsmål som: "I ønsker at sikre den enkelte tryghed, men er overvågning ikke meget udansk?" Spørgsmål som disse tjener til at afsløre og udfordre en i udgangspunktet ensidig topisk sagsudlægning. De tvinger kilden til at forholde sig til andre perspektiver på sagen, end dem han umiddelbart har en fordel i at diskutere sagen ud fra. Dermed kan journalisten ideelt set sikre sig, at det er ham og ikke kilden, der tilegner sig magten over kommunikationsforholdet.

Indtil videre har vi udelukkende eksemplificeret den topiske kritik med spørgsmål rettet mod en enkelt afsender. Men topiklisten er ikke mindre aktuel i situationer, hvor journalisten fungerer som ordstyrer i en debat eller skal formidle flere kilders syn på den samme sag. Her vil listen kunne hjælpe journalisten til at afsløre, hvordan debattører trækker den samme sag i forskellige retninger ved at anlægge forskellige topiske perspektiver. I denne situation bliver den journalistiske udfordring at få kilderne til at forholde sig til de andre debattørers topiske perspektiv på sagen. I eksemplet med videoovervågning kunne det fx være i form af et topisk spørgsmål som: "Scanview, der er leverandør af videoovervågning, fokuserer på, at videoovervågning kan betale sig. Hvordan forholder Dansk Folkeparti/Radikale Venstre sig til dette økonomiske perspektiv på sagen?"

Omvendt kan det også være tilfældet, at debattørerne faktisk er enige om, hvilken topos den konkrete sag skal anskues ud fra, men forstår noget forskelligt ved den samme topos. I sagen om videoovervågning argumenterer Dansk Folkeparti og Simon Emil Ammitzbøll netop begge ud fra en etisk topos, men forstår tydeligvis noget forskelligt ved etik. I denne situation kunne journalistens kritiske opgave bestå i at påpege debattørernes grundlæggende topiske enighed, men samtidig afsløre at de forstår noget forskelligt ved etik og bede dem om at forholde sig til den andens forståelse af det etiske perspektiv. Et eksempel på et kritisk topisk spørgsmål kunne her være: "Dansk Folkeparti og Radikale Venstre er tilsyneladende enige om, at videoovervågning grundlæggende handler om etik, men hvor Radikale Venstre fokuserer på privatlivets fred, fokuserer Dansk Folkeparti på trygheden for det enkelte menneske. Hvordan forholder Dansk Folkeparti sig til spørgsmålet om privatlivets fred? Og hvordan forholder Radikale Venstre sig til spørgsmålet om at sikre trygheden for den enkelte bankansatte?"

Formålet med de topiske spørgsmål er at åbne debatten, så den bliver så alsidig og nuanceret som muligt. Men de topiske spørgsmål er også en måde for journalisten at styre debatten på, fordi han i stedet for at gå ind i kildens argumenter udfordrer det bagvedliggende perspektiv. I det øjeblik journalisten går ind på de konkrete argumenter, har han nemlig i en vis forstand accepteret den præmis, kilden forsøger at sætte for debatten.⁶

Listen med topoi er altså et redskab for den kritiske journalistik til dels at afsløre eksisterende perspektiver i en given sag, dels at åbne sagen ved at få kilden til at forholde sig til alternative topoi. Listen med de otte topoi har imidlertid også et tredje kritisk potentiale – nemlig at afsløre interview-personer, der taler udenom. Et eksempel på dette finder vi i et indslag om Nissans interesser i Burma i P1 Morgen den 26. september 2008. Her konfronterer værten Nissans danske direktør, Peter Hal, med, at firmaet er kommet på Danske Banks sorte liste over selskaber, man ikke længere vil investere i, fordi bilfirmaet gennem et datterselskab leverer militært udstyr til Burma. Hertil svarer Peter Hal, at det overrasker ham meget med den begrundelse, at "Nissan er et selskab, som arbejder for at være meget miljøbevidste. Vi har en udvikling i gang for at blive en af Europas bedste

på at minimere CO2-udslippet fra vores motorer.⁷⁷ Nissans danske direktør stiller sig altså uforstående over for den etiske kritik med henvisning til, at Nissan gør meget for miljøet. Han forskyder med andre ord strategisk det topiske fokus fra etik til miljø. Hvad der imidlertid er vigtigere i den aktuelle sammenhæng er, at denne strategiske drejning af sagen ikke anholdes af journalisten. Nissans direktør får i den konkrete situation lov til at slippe af sted med sit skift i topos af journalisten. I en sådan situation kunne topik-listen være et redskab for journalisten til at gennemskue kildens forsøg på at tale uden om. Er journalisten nemlig bevidst om, hvilken topos hans stiller sine spørgsmål inden for, vil han måske også være mere tilbøjelig til at opdage, hvis svaret falder under en anden topos.

Afrunding: Den topiske vagthund

Vi har ovenfor set, hvordan den topiske tænkemåde er en essentiel del af kunsten at overbevise. Grundtanken er, at en retorisk sag ikke er en entydig eller autonom størrelse, men kan drejes i mange forskellige retninger alt efter, hvad der bedst fremmer ens standpunkt. Ved hjælp af topikens kataloger over relevante steder kan retoriske afsendere præge den sag, de diskuterer, ved at vælge den mest favorable vinkel at betragte sagen ud fra.

Det er denne indsigt i kildens logik, vi har forsøgt at transformere til et konkret redskab for den kritiske journalistik. Brugt som kritisk redskab kan topikken hjælpe journalisten med at afdække, hvordan kilder forsøger at præge konkrete sager. Det er i denne sammenhæng værd at bemærke, at topikken ikke vil sætte journalisten i stand til at afdække eller tjekke fakta, som jo er en nok så væsentlig opgave for den kritiske journalistik. Det er den kritiske manøvre, som de ofte benyttede factcheck-spørgsmål er udtryk for. Topikken tillader derimod journalisten at foretage en række andre kritiske manøvrer, der kan siges at ligge *under* fakta-niveauet. Topikken er således et redskab til at afsløre den måde, hvorpå fakta udvælges og vinkles af de enkelte debattører. Topikken kan bruges til kritisk at kortlægge en given debat – hvem vinkler, hvordan og hvorfor? – ligesom den kan benyttes til at kritisere en (for) snæver vinkling af en sag ved at konfrontere kilden med topiske alternativer. I egenskab af topisk kritiker vil journalisten forsøge at afklare, hvilken fordel en kilde har af at vinkle den foreliggende sag på en given måde, for på denne baggrund at gå i kritisk dialog med kilden. De topiske spørgsmål er netop designet til at afsløre, hvilke topiske valg og ikke mindst fravalg, der er foretaget i en given sagsfremstilling. Den topiske kritiker forsøger altså at trænge bag om, afsløre og udfordre, hvordan kilderne kæmper om at sætte dagsordenen med netop deres topiske vinkel på sagen.

Formålet med dette er selvfølgelig i sidste ende at synliggøre kildernes retoriske strategier over for medieforbrugeren. Ikke dermed sagt, at enhver vinkling bør fremstilles som helt igennem bevidst. I en række tilfælde vil kildens topiske fokus blot være udtryk for hans eller hendes grundperspektiv på verden. Såvel som økonomer vil være tilbøjelige til at betragte enhver sag gennem økonomiske briller, vil en miljøforkæmper kunne få de fleste sager til at handle om miljø. Men i takt med kildernes stigende professionalisering vil sandsynligheden for, at kilden har en bevidst intention om at dreje sagen i en bestemt retning, være så meget desto større. Uanset hvor bevidst valget af topisk perspektiv er, vil det dog være interessant at få afsløret og måske derigennem nuanceret et i udgangspunktet ensidigt fokus i en sag. Formålet er i sidste ende at give læseren, lytteren og seeren dels et klart billede af, hvilke (retoriske) interesser de enkelte aktører har i en given sag, dels et nuanceret billede af selve sagen, så de kan tage stilling for eller imod på så indsigtsfuldt et grundlag som muligt.

Essensen er, at hvis den kritiske journalistik skal tage kampen op mod kildernes professionalisering, må journalisten lære at tænke som retorikeren. Den topiske tankegang kan skærpe den kritiske journalists blik for, hvilken præmis kilden forsøger at lægge til grund for kommunikationen – og dermed hjælpe ham til at stille netop de kritiske spørgsmål, der udfordrer denne præmis. Ideelt set vil et kendskab til topikken således kunne bidrage til at sikre, at magtbalancen mellem journalister og kilder ikke forskydes yderligere til kildernes fordel.

Noter

1. Topikken har en helt central placering i retorikken, hvilket bliver klart, hvis man konsulterer de retoriske hovedværker, klassiske som moderne. Se eksempelvis: Aristoteles *Retorik* 1359a 1 ff., 1392a 1 ff., 1397a 1 ff.; Cicero *Topica*; Boethius *De topicis differentiis*; Perelman & Olbrechts-Tyteca *The New Rhetoric*, s. 83 ff.; Corbett *Classical Rhetoric for the Modern Student*.
2. Teorien om framing, som har vundet indpas i journalistikforskningen, har flere ligheder med læren om topik. Begge teoriarter handler om afsenders vinkling; hvordan forskellige aspekter af en sag kan fremhæves eller nedtones gennem de valg, afsenderen træffer på forskellige niveauer: Fra overordnet stofudvælgelse til ordvalg. En af de hyppigst benyttede definitioner på framing stammer fra medieforskeren Robert Entman, der ser framing som et resultat af afsenderens udvælgelse og fremhævelse. Hans definition på framing lyder således: "to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described." (Entman 1993, s. 52). Der findes en håndfuld standardiserede metoder til at afkode en teksts frames, men den metodiske litteratur er præget af en vis vaghed. Bl.a. er vi ikke stødt på en konkret metode til at afkode en afsenders stofudvælgelse. Til dette formål byder topikken på en mere veludviklet systematik, hvorfor det i nogle tilfælde kan være en fordel at benytte topikken frem for framing-begrebet.
3. Ovennævnte fremstilling af topikken er en anelse forsimplet, da topikken rummer en række funktioner foruden den her beskrevne. Se Gabrielsen 2008, kapitel 1, for en fyldestgørende beskrivelse af topikkens forskellige retoriske funktioner.
4. Foruden variationen i de enkelte topoi *indhold* er der også stor variation i *antallet* af topoi, som de forskellige retorikere finder det hensigtsmæssigt at nævne. I den ene ende af spekteret finder vi således topoikataloger bestående af så lidt som 5-10 topoi (se eksempelvis Fabricius & Roksvold 2004, s. 43 ff.; Andersen 1995, s. 159), over de mere nuancerede kataloger, der opererer med 20-40 topoi (se eksempelvis Quintilian *Institutio Oratoria*, bog V, viii 4 ff.; Wallace 1972, s. 393 ff.; Togeby 1986, side 31 ff.) til de allermost omfattende topikker, der rummer flere hundrede topoi (se eksempelvis Aristoteles *Retorik*, 1359a ff., hvor der alene under den politiske talegenre nævnes mere end 150 forskellige topoi og undertopoi).
5. Som nævnt ovenfor er listen baseret på, hvilke perspektiver vi vurderer, er tilbagevendende i den offentlige debat. Den her opstillede topikliste er altså et eksempel på, hvordan en sådan liste *kan* se ud. Man kan udskifte listens topoi eller supplere listen med andre topoi, som man finder mere dækkende for, hvilke topiske perspektiver, man registrerer i de verserende debatter. På samme måde som hver avis og redaktion arbejder med sin variant af de journalistiske nyhedskriterier, vil også topiklisten kunne tilpasses det enkelte medie. Andre mulige topoi kunne fx være sundhed, jura eller historie. Derudover er det værd at bemærke, at hver topos vil kunne konkretiseres yderligere. Under den etiske topos kan man eksempelvis skelne mellem pligtetik og konsekvensetik, mens man under topos'en miljø kan skelne mellem det sociale miljø og det fysiske miljø. Her har vi imidlertid tilstræbt at gøre listen så simpel som muligt.
6. I rollen som ordstyrer kunne man endvidere forestille sig, at de otte topoi kunne spille ind i journalists valg af kilder. Journalisten kunne således bestræbe sig på at vælge kilder, der ikke blot er uenige, men også anskuer sagen ud fra forskellige topoi for derigennem at få belyst sagen så nuanceret som muligt.
7. (<http://www.dr.dk/P1/P1Morgen/Udsendelser/2008/09/26/105727.htm>)

Litteratur

- Albrecht, Jakob (2008) 'Journalisterne taber', *Journalisten*, nr. 15.
- Allern, Sigurd (1997) *Når Kildene byr opp til Dans*. Oslo: Pax Forlag.
- Andersen, Øivind (1995) *I retorikkens hage*. Oslo: Universitetsforlaget AS.
- Aristoteles *Retorik* (1991) Platonselskabets Skriftserie. Københavns Universitet: Museum Tusulanums Forlag, 1991.

- Asp, Kent (2007) 'Fairness, Informativeness and Scrutiny – the Role of News Media in Democracy', *Nordicom Review* (Jubilee issue), s. 31-49.
- Boethius (2004) *De topicis differentiis*. Translated, with notes and essays on the text by Eleonore Stump. Ithaca/London: Cornell University Press.
- Blumler, Jay G. & Gurevitch, Michael (1981) 'Politicians and the Press: An essay on Role Relationships', In Nimmo, D.D og Sanders, K.R. (red.) *Handbook of Political Communication*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Bro, Peter (2009) *Menneskelig kommunikation: Fra telegrafisternes til journalisternes tidsalder*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.
- Cicero, Marcus Tullius (1993) *Topica*. The Loeb Classical Library. Cambridge/Massachusetts: Harvard University Press.
- Elkjær, Jakob (2008) 'Medietrænede kilder skal have modspil', *Journalisten* nr. 16.
- Entman, Robert (1993) 'Framing: Toward a Clarification of a Fractured Paradigm', *Journal of Communication*, vol. 43, s. 51-58.
- Eide, Martin, Isager, Christine og Jønch-Clausen, Heidi (2009) 'Tema: Retorik og journalistik' (introduktion til temanummer om retorik og journalistik). *Rhetorica Scandinavica*, nr. 49-50, s. 12-16.
- Fabricius, Julie & Roksvold, Thore (2004) *Anvendt retorik – Tag sproget i munden*. København: Akademisk Forlag.
- Gabrielsen, Jonas (2008) *Topik – Ekskursioner i retorikkens toposlære*. Åstorp: Retorikforlaget.
- Gans, Herbert J. (1980) *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage Books.
- Grimaldi, William M.A. (1972) *Studies in the Philosophy of Aristotle's Rhetoric*. Wiesbaden: Franz Steiner Verlag GMBH.
- Jamieson, Kathleen Hall (1996) *Packaging the Presidency – a History and Criticism of Presidential Campaign Advertising*. New York: Oxford University Press.
- Jamieson, Kathleen Hall og Waldman, Paul (2003) *The Press Effect – Politicians, Journalists and the Stories that Shape the Political World*. New York: Oxford University Press.
- Johnson-Cartee, Karen (2005) *News Narratives and News Framing*. Lanham, Rowman & Littlefield Publishers.
- Kock, Christian (2004) *Forstå Verden – politisk journalistik for fremtiden*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Kock, Christian (2006) 'Journalisten som udsøger og ordstyrer: Bag om offentlige debattørers snyd og manipulationer', in Svith, Flemming (red.) *At opdage verden: Research – fra akademikere til journalister*. Århus: Forlaget Ajour, s. 105-125.
- Kock, Christian (2009) 'Fornuftig Uenighed', *Rhetorica Scandinavica*, nr. 48, s. 64-83.
- Kramhøft, Peter (2000) *Journalistik med omtanke*. Gylling: Forlaget Ajour.
- Kristensen, Nete Nørgaard (2004) *Journalister og kilder – slinger i valsen?* Århus: Akademisk Forlag.
- Nerman, Bengt (1973) *Massmedieretorik*. Stockholm: Nørstedts Forlag.
- Perelman, Chaïm & Olbrechts-Tyteca, L. (1958) *The New Rhetoric – A Treatise on Argumentation*. Notre Dame/London: Notre Dame Press, 1971.
- Quintilian, Marcus Fabius (1969) *Institutio Oratoria*. The Loeb Classical Library. Cambridge/ Massachusetts: Harvard University Press.
- Schultz, Ida (2006) *Bag om nyhederne – værdier, idealer og praksis*. Frederiksberg C: Samfundslitteratur.
- Togebj, Ole (1986) 'Steder' i bevidsthedens landskab – Grene på ideernes træ – om at finde stof til belysning af en sag. København: Gyldendalske Boghandel, Nordisk Forlag A.S.
- Wallace, Karl R. (1972) 'Topoi and The Problem of Invention', *Quarterly Journal of Speech* vol. 58, s. 387-395.
- Wien, Charlotte & Brink Lund, Anker (2001) 'Flid, fedt og snyd – kildens leg med journalisten', in Femø Nielsen, Mie (red.) *Profil og offentlighed – public relations for viderekomme*. Frederiksberg C: Samfundslitteratur, s. 89-109.

CHRISTINA PONTOPPIDAN, cand.mag., Ekstern Lektor, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet, christinapontoppidan@yahoo.dk

JONAS GABRIELSEN, ph.d., Adjunkt, Institut for internationale kultur- og kommunikationsstudier, Copenhagen Business School / CBS, Frederiksberg, jga.ikk@cbs.dk

HEIDI JØNCH-CLAUSEN, ph.d.-stipendiat, Center for Journalistik, Institut for Sprog og Kommunikation, Syddansk Universitet, hjc@language.sdu.dk

