

Danish University Colleges

Kommunikatørers professionsforståelse

Ligheder med og forskelle fra journalisters professionelle selvforståelse

Andersen, Helle

Publication date:
2016

Document Version

Post-print: Den endelige version af artiklen, der er accepteret, redigeret og fagfællebedømt (peer-review) af udgiveren, men uden udgiverens layout.

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Tougaard, H. (2016). Kommunikatørers professionsforståelse: Ligheder med og forskelle fra journalisters professionelle selvforståelse.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Download policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Kommunikatørers professionsforståelse

Ligheder med og forskelle fra journalisters professionelle
selvforståelse

Kandidatspeciale
Cand. public.
Helle Tougaard Andersen
Aarhus Universitet, juni 2016

Indholdsfortegnelse

1. Indledning	4
1.1. Problemfelt	5
1.1.1. Problemformulering	7
1.2. Afgrænsning	8
1.2.1. Begrebsforklaring	8
2. Litteraturgennemgang	10
2.1. Professionsbegrebet	10
2.2. Kommunikation som profession	12
2.2.1. Fokus på etikken	15
2.3. Den journalistiske selvforståelse	17
2.4. Modstandsparadigmet mellem journalistik og kommunikation	21
2.5. Kampene i professionsfeltet	24
2.6. Opsummering af litteraturgennemgang	27
3. Metode	28
3.1. Forskningsdesign	28
3.1.1. Den eksplorative tilgang	28
3.1.2. Det multiple casestudie	29
3.1.3. Formålsbestemt udvælgelse af informanter	30
3.2. Kvalitativ metode	32
3.2.1. Introduktion til det kvalitative interview	32
3.2.2. Interviewguiden	33
3.3. Præsentation af empiri	36
3.4. Fra ord til analyse	39
3.4.1. Transskription af interviews	40
3.4.2. Tematisk datakodning og kategorisering	40
3.4.3. Datadisplay	41
3.4.4. At drage konklusioner og præsentere data	41
3.5. Refleksioner over egne forforståelser	44
3.6. Kriterier for vurdering af resultater	45
4. Analyse	47
4.1. Den professionelle kommunikatør	47
4.2. Uddannelsens betydning	50
4.3. Graden af autonomi	52
4.4. Etisk ansvarlighed	54

4.5. At gøre det gode	56
4.6. Forholdet til medierne	59
4.7. Opsummering af analyse	62
5. Diskussion	63
5.1. En profession skabt af kultur og kontekst	63
5.2. Forskel i altruistisk arbejdsmoral	67
5.3. Etisk ansvarlighed forener.....	69
5.4. Idealer og virkelighed i et kompliceret forhold	71
5.5. To fag – et felt?	74
5.6. Metoderefleksioner	77
5.6.1. Designet af undersøgelsen	77
5.6.2. Udvælgelse af interviewpersoner	78
5.6.3. Interviewguiden	80
6. Konklusion	82
6.1. Kommunikation – en moderne profession	82
6.2. Betydning af indsigt i journalistisk selvforståelse	83
6.3. Magtfulde og indflydelsesrige kommunikatører	84
6.4. Nødvendigheden af yderligere forskning	84
7. Perspektivering	86
8. Abstract	88
9. Litteraturliste	89

Bilag

1. Indledning

Som underviser på Kommunikationsuddannelsen på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole bidrager jeg til at uddanne professionsbachelorere i kommunikation.

Uddannelsen er endnu meget ung, idet vi kun har dimitteret tre hold i skrivende stund¹, og uddannelsen er derfor stadig under udvikling. Men i og med, at den er oprettet på DMJX, der er hjemsted for landets ældste journalistuddannelse, har uddannelsen i høj grad rødder i en journalistisk tradition. De studerende bliver undervist i de journalistiske arbejdsmetoder og får herigennem kendskab til journalistikkens rolle og funktion i samfundet (fx Kovach & Rosenstiel 2001) og dermed til den professionsforståelse, som journalister bliver uddannet til. En forståelse, der traditionelt omfatter en stor grad af autonomi, delte professionelle normer og en forpligtelse til public service (Hallin & Mancini 2004, pp. 34-38). Og dermed også en forståelse, som jeg som dimittend fra den daværende Journalisthøjskolen og siden som mangeårig journalist på et landsdækkende nyhedsmedie i vid udstrækning selv deler.

En ligeledes konkret professionsforståelse er derimod sværere at få hold på, når det gælder kommunikationsfaget, hvilket kan hænge sammen med flere faktorer. Kommunikation er som fag relativt ungt, ikke mindst i Danmark, hvor man ifølge Kjær Hansen & Jørgensens bog "Strategisk kommunikation for praktikere" ikke skal mange årtier tilbage, før de fleste organisationer og virksomheder klarede sig glimrende uden kommunikationsafdelinger og kommunikatører (Kjær Hansen & Jørgensen 2012, p. 17).

Inden for de seneste 25 år er der imidlertid sket en markant stigning i antallet af personer, der arbejder med kommunikation, idet både offentlige institutioner, erhvervslivet, interesseorganisationer, politikere m.v. har øget deres brug af professionelle kommunikationsfolk. Tal for udviklingen i beskæftigelsen blandt Dansk Journalistforbunds medlemmer viser således, at på blot 20 år er antallet af medlemmer ansat i kommunikationsstillinger i

¹ <http://journalistforbundet.dk/Nyheder/2015/Januar/De-forste-professionsbachelorere-i-kommunikation-star-klar/>

offentlige og private organisationer steget med 344 pct². Dertil kommer et ukendt antal, der ikke er medlem af Dansk Journalistforbund.

En anden faktor kan være, at kommunikation er en tværfaglig betegnelse for en række forskellige discipliner, der spænder fra intern organisations-kommunikation over journalistisk formidling, PR og pressearbejde til strategisk rådgivning og spin. Og det kan hænge sammen med, at kommunikatørers uddannelsesmæssige baggrund er lige så mangfoldig som opgavernes karakter, omend et stigende antal har en egentlig kommunikationsuddannelse fra fx Copenhagen Business School og en stor del har en journalistisk baggrund (Nørgaard Kristensen 2005, p. 78). Derfor kan en egentlig professionsforståelse tænkes at være lige så mangfoldig.

Som uddanner af professionsbachelor i kommunikation på DMJX forekommer det nærliggende at beskæftige sig med kommunikatørers professionsforståelse, og især med hvordan og hvorvidt en sådan forståelse differentierer sig fra den journalistiske.

Ikke mindst som underviser i journalistisk metode på Kommunikationsuddannelsen finder jeg det derfor både interessant og relevant at undersøge, hvordan aktive kommunikatører opfatter deres fag? Hvilken professionel selvforståelse har de? Hvilke normer og værdier har de? Og - ikke mindst - hvordan opfatter de deres rolle og relation til medierne?

En undersøgelse af ovennævnte vil kunne generere en viden, som jeg kan bruge i min undervisning af kommende kommunikatører. Det er lysten til at udforske dette felt, der er drivkraften for dette speciale.

1.1. Problemfelt

Begrebet professionsforståelse er omdiskuteret i den teoretiske litteratur, og professionsforskere er alt andet end enige om, hvilke beskæftigelsesområder der kan henregnes til professionerne. Dermed vil nogle professionsforskere formentlig også sætte

2

<https://journalistforbundet.dk/Filer/DJ/Dokumenter/Job%20og%20loen/Loenstatistik/L%C3%B8notater%20m.m.%20for%202013/07.%20Udviklingen%20i%20beskaeftigelsen%20for%20DJ-medlemmer.pdf>

spørgsmålstegn ved, hvorvidt man kan betragte kommunikationsfaget som en profession, og om man kan indkredse en professionsforståelse hos kommunikatører, udover at en god kommunikatør agerer på vegne af en afsender og skal være i stand til at overtale modtagere til at reagere på et budskab (Kjær Hansen & Jørgensen 2012, p. 17).

Men i og med, at DMJX uddanner professionsbachelorere i kommunikation må det som underviser på uddannelsen siges at være oplagt at undersøge, hvorvidt og i så fald hvordan man teoretisk og i praksis kan begribe kommunikation som profession.

Ikke mindst fordi kommunikatører i høj grad som uddannede vil skulle interagere med journalister, der netop har en ganske stærk professionsforståelse, idet de ser sig selv som demokratiets vogtere og præget af idealer om autonomi, objektivitet og et virke i samfundets tjeneste (fx McNair 2009, Schudson & Anderson 2009). En selvforståelse, som bliver født og får næring gennem deres uddannelse og daglige virke i mediebranchen (fx Deuze 2005).

Ganske vist er kommunikationsarbejde ikke kun rettet mod medierne, men man kan med god ret argumentere for, at netop relationen til medierne og dens aktører spiller en særlig væsentlig rolle for de fleste kommunikatører (fx Nørgaard Kristensen 2005, p. 6).

Samtidig kan man også hævde, at medierne i stigende grad er afhængig af samspillet med kommunikationsbranchen (ibid, p. 10). Alligevel hersker der internt i journalistkredse typisk stor skepsis og i mange tilfælde decideret modvilje mod strategisk kommunikationsarbejde, der bliver betragtet som uetisk, manipulerende og kun har til formål at sikre en arbejdsgiver ve og vel (fx Salter 2005). Journalister vil sågar i nogle tilfælde netop definere sig selv og egen rolle i modsætning til strategisk kommunikation (ibid.).

Ganske vist har både den tidligere formand for Dansk Journalistforbund Mogens Blicher Bjerregaard og formanden for DJ Kommunikation Per Roholt flere gange afvist, at der i dag eksisterer et sådant modsætningsforhold blandt danske journalister og kommunikatører. Senest da DJ Kommunikation holdt

generalforsamling i februar 2016, og Per Roholt understregede, at det ikke er hans indtryk, at kommunikatører er i "bad standing"³. Dansk Journalistforbund huser i modsætning til sin norske søsterorganisation da også både journalister og kommunikatører, ligesom danske journalister ubesværet kan skifte frem og tilbage mellem de to brancher.

Også rektor for DMJX Jens Otto Kjær Hansen, der var en af ophavsmændene til Kommunikationsuddannelsen på DMJX, har ved flere lejligheder understreget, at han ikke ser en konflikt mellem journalistisk og kommunikation, men snarere to sider af samme proces⁴.

Mens journalisters professionsforståelse og forholdet mellem journalister og kommunikatører har været genstand for adskillige studier gennem tiden, ligesom flere har undersøgt, hvordan journalister, der skifter til kommunikationsbranchen, oplever deres rolle, er forekomsten af en egentlig professionsforståelse blandt kommunikatører sparsomt udforsket. Disse studier har ofte fokus på enkelte elementer af en professionsforståelse så som autonomi, etik eller bidragyder til public service.

Det er på den baggrund, at dette kandidatspeciale vil undersøge og diskutere, hvordan kommunikatører selv ser på deres rolle og ikke mindst på samspillet med medierne? Kan man i det hele taget tale om en egentlig professionsforståelse hos kommunikatører? Og hænger den i så fald sammen med en særlig indsigt i journalistikkens selvforståelse?

Det fører til følgende

1.1.1. Problemformulering

Jeg vil undersøge

hvilke elementer der indgår i kommunikatørers professionsforståelse samt hvordan og hvorvidt denne adskiller sig fra og har ligheder med journalisters professionelle selvforståelse

³ <http://journalisten.dk/k-formand-det-er-ikke-min-opfattelse-kommunikatoerer-er-i-bad-standing>

⁴ <http://www.kommunikationsforening.dk/artikler/5-hurtige-til-jens-otto-kj%C3%A6r-hansen-rektor-danmarks-medie-og-journalisth%C3%B8jskole>

Jeg vil især koncentrere mig om, 1/ hvorvidt kommunikatører med særlig indsigt i den journalistiske selvforståelse er præget af denne, og 2/ hvilken betydning det har for kommunikatørers professionsforståelse, at grænserne mellem journalistik og kommunikation bliver stadig mere slørede.

1.2. Afgrænsning:

Min undersøgelse vil have en eksplorativ karakter, idet fænomenet professionsforståelse blandt kommunikatører som nævnt er sparsomt belyst teoretisk. Ambitionen er således ikke at opnå en endegyldig og entydig definition på begrebet professionsforståelse i relation til kommunikationsfaget som et hele. Det vil kræve et langt mere omfattende empirisk grundlag, end denne undersøgelse kan mønstre. Målet er derimod et forsøg på at indkredse og identificere elementer af en professionsforståelse blandt kommunikatører, og jeg vil argumentere for, at jeg med afsæt i et udvalg af relevant teori og i fire semistrukturerede kvalitative interviews med en række strategisk udvalgte informanter vil kunne bidrage til at udpege en række forskellige aspekter af fænomenet, som vil kunne anvendes og undersøges yderligere i senere forskning.

Jeg har - primært af pladshensyn - fravalgt at lægge et særligt videnskabsteoretisk paradigme ned over min metode, analyse og diskussion.

1.2.1. Begrebsforklaring

En del af begreberne i dette speciale er ikke entydige, hvorfor jeg nedenfor vil definere den betydning, jeg anvender dem i.

Kommunikatør: På DMJX bruger vi betegnelsen kommunikatør for vore professionsbachelorer i kommunikation. I dette speciale vil jeg anvende betegnelsen for alle, der er ansat til at arbejde med kommunikation, uafhængigt af deres uddannelse i øvrigt.

Kommunikation - pr/public relations

Selv om termen kommunikation – som det vil fremgå af litteraturgennemgangen – dækker over et bredt felt af funktioner,

hvoraf public relations kun er en, bruger jeg ind i mellem begrebet pr/public relations som synonym for kommunikation, eftersom jeg primært beskæftiger mig med kommunikatører, der arbejder med pr.

Professionel selvforståelse: Emnet for afhandlingen er kommunikatørers professionsforståelse, der - som det også vil fremgå af litteraturgennemgangen - kan defineres på flere måder. Ind i mellem vil jeg for den sproglige variations skyld anvende professionel selvforståelse som synonym for professionsforståelse.

Public service: Når jeg bruger begrebet public service, anvender jeg det i dets ordrette betydning: i offentlighedens tjeneste. Begrebet er i dansk sammenhæng oftest anvendt som et udtryk for, at statsejet radio- og tv-virksomhed skal sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat.

2. Litteraturgennemgang

Kommunikatørers professionsopfattelse er som nævnt et sparsomt og fragmenteret udforsket felt, om end der findes studier, der beskæftiger sig med professionalitet og professionel selvforståelse. Inden jeg folder disse studier ud i et forsøg på at indkredse et professionsbegreb i kommunikation, vil jeg i dette afsnit indledningsvist redegøre for, hvordan begreberne profession og professionsforståelse beskrives og diskuteres i litteraturen.

I afsnittet om kommunikatørers professionsforståelse vil jeg gå i dybden med den etiske dimension.

Dernæst vil jeg rette et særligt fokus på journalistikkens professionsbegreb og journalisters professionsforståelse og desuden redegøre for det modstandsparadigme, der eksisterer i journalistikken mod kommunikation som profession. Her vil jeg beskrive, hvordan Bourdieus feltteori kan anvendes som analyseredskab til at begribe disse symbolske kampe.

2.1. Professionsbegrebet

Talrige teoretikere har gennem tiderne beskæftiget sig med professionsbegrebet, men når jeg i dette speciale benytter begreberne profession og professionsforståelse, tager jeg udgangspunkt i den forståelse, der er udviklet i de seneste 100 år på baggrund af den tyske sociolog Max Webers analyse af det tyske embedsmandsstyre og den magt, professioner dengang besad (Staugård 2011, p. 162). En forståelse, der er videreudviklet af bl.a. Parsons, som betragtede professioner "som det kit, der får et moderne samfund til at hænge sammen" (ibid.). Og af Abbott, der definerer professioner som "exclusive occupational groups applying somewhat abstract knowledge to particular cases" (Abbott 1988, pp. 8 & 131). Samt af Molander og Terum, der definerer professioner "som erhvervsgrupperinger, der både har kontrol over arbejdsopgaver og udøver deres kundskaber og færdigheder i tjenester og services, der retter sig mod klienter og offentligheden" (Molander og Terum 2008, p. 18).

I en dansk kontekst karakteriserer Staugård professioner ved, at de besidder en særlig viden, en stor grad af selvstændighed, og at de udøves inden for væsentlige samfunds-områder, der "oftest er

underlagt en eller anden grad af offentlig forvaltning” (Staugård 2011, p. 163). En professionsudøver må dermed siges at være kendetegnet ved, at vedkommende kan sammenholde specialiseret teoretisk viden med en faglig vurdering og handling i praksis (ibid.).

I forlængelse af disse definitioner har forskere været optaget af at opstille lister med en lang række karakteristika for professionerne i et forsøg på at afgrænse dem i forhold til andre grupper.

Oprindeligt blev professionsbegrebet brugt om klassiske fagområder ved universiteterne som medicin, jura og teologi. Siden fulgte fag som lærer, sygeplejerske og pædagoger etc., og i dag bruges begrebet om stadig flere erhvervsgrupper (ibid., p. 160). Staugård betegner det moderne professionsbegreb som flydende (ibid.), men forsøger samtidig at indkredse et professionsbegreb ved at liste en række professionsmarkører: Eneret til at udøve professionen, selvstændighed i udøvelsen, specialisering, abstraktion og vurdering som forudsætning for udøvelsen, uddannelse på et relativt højt niveau og en særlig altruistisk arbejdsmoral, der indebærer et ønske om at gøre det gode og behandle alle lige (ibid., pp. 164–171). Hans udgangspunkt for disse markører er Abbotts begreb jurisdiktion (Abbott 1988, p. 20). Jurisdiktion forstås som ”professionsudøverens ret til, autoritet over og viden om et fagområde”, og som - ikke mindst når det gælder professioner indenfor informationsfeltet - er skabt af såvel den kultur som den kontekst, de skal agere i (ibid., p. 216).

Selv om Harrits og Gytz Olesen afviser lister over karakteristika som en måde at afgrænse professioner på og i stedet følger en anden tradition indenfor professionsforskning (Harrits & Gytz Olesen 2012, p. 10), kan man argumentere for, at deres syn på professioner i vid udstrækning stemmer overens med Staugårds. De tager ligeledes udgangspunkt i Abbotts definition og peger på, at for at kunne forstå professioners vilkår i et moderne samfund kræver det, at man anlægger et dobbelt perspektiv på professioner. Et sådant perspektiv kombinerer den funktionalistiske traditions blik, der hæfter sig ved sammenhængen mellem professioner, viden og normer med den weberianske forståelse for relationerne mellem professioner og magt. Dermed tilslutter de sig en definition af professionsbegrebet, der peger på, at professioner dels udøves på baggrund af en særlig

viden og en deraf følgende magt, dels er baseret på eksklusivitet og dermed også i besiddelse af magt i en eller anden form (ibid.).

Med Harrits og Gytz Olesens fokus på viden, eksklusivitet og magt og med Staugårds professionsmarkører in mente vil jeg herefter gå over til at indkredse et professionsbegreb for kommunikatører, som det kommer til udtryk i en række studier.

2.2. Kommunikation som profession

Det centrale i denne afhandling er som beskrevet et forsøg på at indkredse en professionsforståelse blandt kommunikatører og på at undersøge, hvorvidt og hvordan den adskiller sig fra journalisters.

I 1984 definerer Grunig og Hunt (Grunig & Hunt 1984) som nogle af de første en egentlig professionsforståelse for kommunikationsansatte beskæftiget med public relations:

”True professionals possess a body of knowledge and have mastered communication techniques that are not known by the average citizen. They also have a set of values and a code of ethics that discourage the use of their knowledge and technical skills for antisocial purposes.” (ibid., p. 4)

Grunig & Hunt argumenterer for, at public relations skal ses som et relativt nyt fag uden egentlig uddannelse eller klare retningslinjer, hvorfor kun de færreste udøvere på det tidspunkt kan siges at leve op til betegnelsen som professionel (Theaker 2004, p. 67).

I dag betragtes public relations imidlertid kun som en del af kommunikationsfeltet. Fx anfører Kjær Hansen og Jørgensen i ”Strategisk kommunikation for praktikere” (Kjær Hansen & Jørgensen 2012), at kommunikationsarbejde i dag strækker sig fra rent håndværksarbejde med ord, billeder og lyd til strategisk tænkning og analyse på ledelsesniveau, og de hæfter sig ved, at listen over roller bliver længere og længere (ibid., pp. 17-18).

Deres synspunkt bliver bakket op af en stor europæisk undersøgelse blandt 1410 kommunikatører foretaget i 30 forskellige lande. Den identificerer de fem mest almindelige arbejdsområder for kommunikatører: forhandling, PR- og marketing, strategisk rådgivning, intern kommunikation og pressearbejde. Sidstnævnte

kategori er med knap 27 pct. af de adspurgte det største område (Beurer-Züllig et al. 2008, p. 165). Undersøgelsen siger desuden, at kommunikatører bevæger sig fra at være specialister på et område til at være mere generelle rådgivere og konsulenter, hvorfor de påpeger, at de enkelte discipliner flyder sammen (ibid., p. 173).

Også Femø Nielsen beskæftiger sig som forsker med kommunikation som felt (Femø Nielsen 2001, 2010), og hun definerer en moderne kommunikatør som en, der "besidder strategisk-analytiske kompetencer, forretningsforståelse, sociale og politiske kompetencer, proceskompetencer samt kendskab til relevante medieplatforme" (ibid. 2010, p. 173).

Når man zoomer ind på et professionsbegreb i et forskningsmæssigt perspektiv, kommer man ikke uden om Nørgaard Kristensen, der med en analyse af kommunikationsbranchens medierelationer har undersøgt den professionelle selvforståelse og praksis i kommunikatørers samspil med medierne (Nørgaard Kristensen 2005).

I sin undersøgelse konkluderer hun bl.a., at kommunikatører oplever, at deres fag og branche er blevet langt mere professionaliseret. Det skyldes først og fremmest, at branchen i højere grad beskæftiger langt flere og langt bedre uddannede kommunikationsfolk med både teoretisk og analytisk tilgang til faget. Nørgaard Kristensen viser, at en professionel kommunikatør i dag er i stand til at kombinere journalistisk flair for den gode historie og en teoretisk og analytisk kompetence med organisatorisk indsigt (ibid., p. 126).

Hendes undersøgelse, der er foretaget blandt 407 medlemmer af Dansk Journalistforbunds afdeling for kommunikatører (ibid., p. 19), fortæller, at kommunikatører oplever at have gode muligheder for at påvirke mediernes dagsorden, og hun peger på, at denne udvikling ikke mindst skyldes, at konkurrencen om synlighed, legitimitet og troværdighed er øget (ibid., p. 127). I relationen til medierne opfatter kommunikatørerne altså sig selv som relativt magtfulde, hvilket smitter af på mediernes journalister og dernæst tilbage på kommunikatører, der oplever, at de i stigende grad bliver betragtet med respekt (ibid.)

Nørgaard Kristensen viser endvidere, at kommunikatører generelt retter deres loyalitet og forpligtelser mod deres arbejdsgiver eller kunder, om end kommunikatører ansat i offentlige institutioner giver udtryk for, at de opfatter sig selv som havende en demokratisk forpligtelse overfor oplysning af offentligheden (ibid., p. 122).

Netop den del af professionsforståelse er temaet i Bivins' studie fra 1993, hvori han argumenterer for, at public relations bidrager til at forberede kvaliteten af samfundsdebatten i det offentlige rum, fordi public relations giver enhver borger adgang til at udtrykke sig (Bivins 1993, p. 123). Han får opbakning af bl.a. Femø Nielsen, der peger på, at public relations griber ind i den offentlige meningsdannelse ved at bidrage til at skabe nyheder, hvorfor public relations må siges at have indflydelse på debatten (Femø Nielsen 2001, p. 67). Derfor, hævder Bivins, må kommunikatører, der arbejder med public relations, teoretisk set kunne siges at tjene offentlighedens interesser, idet de ligesom journalister kommer til at besidde en rolle som en slags facilitatorer af den offentlige debat (Bivins 1993, p. 124). Dermed kan en moderne kommunikatør ifølge Bivins sammenlignes med en advokat, der nok skal tjene sin klients interesser, men som medlem af den samlede stand bidrager til at løfte en væsentlig samfundsopgave. På samme måde betragter Bivins kommunikatørens public relations-forpligtelse som en pligt for den samlede profession, og ikke som et ansvar for den enkelte (ibid., p. 126).

Bivins er en af flere amerikanske forskere, der har interesseret sig for professionel selvforståelse blandt kommunikatører. Forskernes udgangspunkt er dog forskelligt, og Bowen interesserer sig især for, hvorvidt kommunikatører oplever autonomi. På baggrund af en undersøgelse i to store amerikanske virksomheder konkluderer hun, at oplevelse af autonomi er en afgørende del af en kommunikatørs professionelle selvforståelse på linje med øvrige professioners (Bowen 2006, p. 330). Ifølge Bowen skal kommunikatøren fungere som konsulent og sparringspartner for en ledelse, ikke mindst i etiske spørgsmål. Og da kun autonome beslutninger kan anses for at være etiske, og da etisk ansvarlighed er afgørende for, at omverdenen nærer tillid til en organisation, må oplevelsen af autonomi være en del af kommunikatørens professionelle

selvforståelse for at kunne bestride sin stilling (ibid., p. 337, p. 346). Bowen argumenterer således for kommunikatorers autonomi ud fra et etisk perspektiv, og ikke ud fra den klassiske professionsforståelses opfattelse af, at autonomi hænger sammen med besiddelse af en særlig såkaldt esoterisk viden.

Opsummerende kan man således teoretisk set beskrive et professionsbegreb for kommunikatører som vægter særlig viden og praktisk kunnen, et bidrag til oplysning af offentligheden og en etisk ageren, forankret i en vis grad af selvstændighed. Den etiske dimension vil jeg uddybe nedenfor.

2.2.1. Fokus på etikken

Professionalisme og etik hænger uløseligt sammen ifølge Parsons, der har skrevet bogen "Ethics in Public Relations" (Parsons 2008). Hun peger på, at etik som filosofisk begreb er læren om det moralsk rigtige, og som kommunikatør har man en forpligtelse til at være ekstra opmærksom på det etiske:

"We work in an industry that is so powerful that to practice in a way that is morally sound, we need to be ever more vigilant about what we do, how we do it and how it is perceived." (ibid., p. 161).

Samme pointe fremfører Femø Nielsen, når hun siger, at etik og moral er kernen i public relations, for ingen virksomheder og organisationer slipper for at blive stillet til regnskab for deres normsæt i en verden, hvor politisk korrekthed hersker (Femø Nielsen 2001, p. 155).

Også Fitzpatrick og Gauthier betragter etisk ansvarlighed som en uadskillelig del af en kommunikators professionsforståelse. De konkluderer, at en kommunikatør ikke kan agere professionelt uden at tænke en etisk dimension ind. Forretningsmæssig fremgang hænger nøje sammen med etisk ansvarlighed overfor offentligheden, hvorfor enhver kommunikatør må være sig sin samfundsmæssige forpligtelse bevidst (Fitzpatrick & Gauthier 2001, p. 210). Med samme argumentation som Bivins sammenligner de kommunikatørens professionelle rolle med advokatens (ibid., p.

203), idet en professionel kommunikator tjener samfundet ved at tjene sin arbejdsgiver eller sin kundes interesser (ibid., p. 205).

Ifølge Foght Mikkelsen (Foght Mikkelsen 2002) bør etiske hensyn altid være et kardinalpunkt for kommunikatører. Dels fordi en afsender påvirker sin modtagers mulighed for selv at kunne bestemme, og en kommunikator vil således have et personligt ansvar for, hvordan modtageren af budskabet behandles. Også selvom der kan opstå en konflikt mellem organisationens policy, krav om profit og den enkeltes samvittighed (ibid., p. 133). Dels fordi redelighed er i afsenderens egen interesse, hvis afsender vil bevare et godt forhold til sin omverden (ibid.).

Også Kjær Hansen og Jørgensen (Kjær Hansen & Jørgensen 2012) beskæftiger sig med etik, i form af det de kalder 1/pragmatisk etik, hvor attituden blandt kommunikatører siger, at nok skal man sige sandheden, men man behøver ikke rutte med den (ibid., p. 405), mens den 2/advokerende etik lægger vægt på – som advokaten – at alle har ret til at få deres synspunkt frem, og at man har en legitim ret til at søge at overbevise andre om sin sag (ibid.).

At mange kommunikatører rent faktisk oplever etiske dilemmaer, viser en undersøgelse, som Dansk Journalistforbund foretog blandt de kommunikationsbeskæftigede i forbundet i 2013⁵. Heri svarede hele 68 pct. af respondenterne, at de jævnligt befandt sig i et etisk dilemma i forbindelse med deres job. Det kunne både være i samarbejdet med medierne, hvor man som kommunikator ikke vil lyve, men på den anden side heller ikke kan fortælle hele sandheden. Det kunne også være i forhold til at føle sig klemmt på sin faglighed, fordi en kunde eller en chef ønsker, at man løser en opgave på en bestemt måde. Det kunne være opgaver, der strider mod ens egen holdning eller værdier, og det kunne være at skulle kommunikere ud fra hensyn til bestemte grupper eller personer.

Derfor er det også interessant at hæfte sig ved, at Nørgaard Kristensen netop opfordrer til at betragte den professionsorienterede forskning indenfor kommunikation med et kritisk blik, idet den kan kritiseres for at fokusere på det forbilledlige og ideelle frem for, hvordan virkeligheden reelt ser ud. For forskere

⁵ <http://kommunikationen.dk/Nyheder/2013/Januar/typiske-etiske-dilemmaer/>

risikerer ifølge Nørgaard Kristensen at overse eller negligere den egeninteresse, der altid vil styre kommunikation, og som i praksis medfører, at der altid vil være dimensioner af overtalelse og dermed magtudøvelse i enhver kommunikationsproces (Nørgaard Kristensen 2005, p. 8).

Samme kritiske afstand anlægger både Salter (Salter 2005) og Dinan og Miller (Dinan & Miller 2009) til kommunikatører og strategiske rådgivere, der i ly af Habermas' offentlighedsbegreb⁶, hævder, at de bidrager til at sikre, at flere stemmer bliver hørt i det offentlige rum. Såvel Salter som Dinan & Miller peger på, at strategiske rådgivere netop ikke kan siges at arbejde i offentlighedens interesse, fordi de altid vil tjene politiske og økonomiske særinteresser (Salter 2005, p. 99, Dinan & Miller 2009, p. 261).

At der således både kan og vil være forskel på idealer og den faktiske virkelighed vil imidlertid også være et tema i den journalistiske professionsforståelse, som jeg herunder vil beskæftige mig med.

2.3. Den journalistiske selvforståelse

I modsætning til den relativt sparsomme forskning i en professionsforståelse blandt kommunikatører foreligger der omfattende forskning i journalisters professionelle selvforståelse og i journalistik som profession.

Hallin og Mancini konstaterer således i "Comparing Media Systems" (Hallin & Mancini 2004), at journalister, på trods af de ikke besidder den esoteriske viden, der ellers traditionelt er knyttet til professionalisme, alligevel besidder en vis autonomi (ibid., p. 35). Det hænger til dels sammen med, at journalister som korps deler en række særlige professionelle normer:

"In the case of journalism these norms can include ethical principles such as the obligation to protect confidential sources

⁶ I sit berømte værk "Den borgerlige offentlighed", der udkom første gang i 1962, definerer Habermas begrebet borgerlig offentlighed som en gruppe af ligeværdige borgere, der samles til et publikum og gennem fri kommunikation sætter deres egen dagsorden og diskuterer fælles anliggender.

or to maintain a separation between advertising and editorial content, as well as practical routines – common standards of newsworthiness.” (ibid.)

Samme resultat når Gravengaard frem til i sin ph.d., hvori hun afdækker, at journalister i vid udstrækning er enige om, hvilke faktorer der er afgørende for valg og fravalg af nyhedsdeer, og at de ligeledes mener sig i besiddelse af en udstrakt grad af selvbestemmelse i deres daglige arbejde (Gravengaard 2010, p. 148).

Et vigtigt omdrejningspunkt for det journalistiske professionsbegreb er objektivitet. Ifølge Schudson & Anderson (Schudson & Anderson 2009) er objektivitet en afgørende værdi for journalistisk professionalisme (ibid., p. 92). For nok besidder journalister ikke professionsbegrebets esoteriske viden, derimod har de qua deres uddannelse og stilling jurisdiktion (Abbott 1988, p. 20) over indsamling og distribution af information og kan derfor give taletid til alle stemmer, hvorfor objektivitet er afgørende, og det der adskiller journalistik fra al anden kommunikation (ibid., p. 99).

En central del af journalistikkens professionsbegreb er forpligtelsen overfor offentligheden. I studieordningen for bacheloruddannelsen i journalistik på DMJX står der således:

”En central kerne i uddannelsen er journalistikkens rolle i et demokrati. Rollen er at varetage almenhedens interesser ved at gøre modtagerne klogere i bred forstand, så de får de nødvendige forudsætninger for at kunne handle hensigtsmæssigt som samfundsborgere og privatpersoner.”⁷

Hallin & Mancini argumenterer da også for, at denne forpligtelse er særlig vigtig for journalister, fordi uden en esoterisk viden baserer journalistikkens professionsbegreb sig i særdeleshed på pligten til at oplyse borgerne om samfundet (Hallin & Mancini 2004, p. 37).

Vigtigheden af denne del af professionsforståelsen bliver understreget i enhver grundlæggende indføring i journalistik. Fx af

⁷ <http://alfresco.dmjx.dk/share/s/UJmOG8dlQ9Se8q4eP11u4w>

af McNair, der ser demokrati og journalistik som så tæt forbundne, at hans vurdering er, at uden en journalistisk vagthund, intet demokrati (McNair 2009, p. 237). Og af Kovach og Rosenstiel, der i "Elements of Journalism" lister loyalitet overfor borgerne og rollen som den uafhængige og objektive vagthund, der holder øje med magten, som to af journalistikkens vigtigste principper (Kovach & Rosenstiel 2001, pp. 12-13).

Også Kramhøft definerer journalistikkens faglige udgangspunkt i form af identitet, etik og arbejdsmetoder som uløseligt knyttet til:

"...indsamling, redigering og formidling af information om konkrete og abstrakte begivenheder eller fænomener i samfundet uafhængigt af særinteresser og for og til et massepublikum." (Kramhøft 2000, p. 13).

Ét er som nævnt idealer, noget andet imidlertid virkelighed, og flere forskere har undersøgt de journalistiske idealer om at agere som den fjerde statsmagt og samfundets vagthund.

En af dem er Deuze, der peger på, at journalister overdriver betydningen af selvforståelsen som vagthunde. De indser ikke, at den teknologiske udvikling især af nye platforme, hvor flere kan komme til orde, har gjort og fortsat vil gøre en ende på journalistikken som noget særligt (Deuze 2005, p. 444).

Hallin & Mancini anfører ligeledes, at journalistikken i stigende grad bliver kontrolleret af eksterne aktører, der søger politisk indflydelse – den såkaldte instrumentalisering (Hallin & Mancini 2004, p. 37). Samme bekymring nærer Blach-Ørsten, der beskriver, hvordan øgede produktions- og hurtighedskrav til journalister, en omsiggribende kamp for opmærksomhed og en stadig større skare af professionelle kilder indvirker på journalisters rutiner og ressourcer. Han argumenterer for, at udviklingen betyder, at politisk journalistik i stigende grad produceres i et synkroniseret samspil mellem nyhedsmedier og professionelle kilder, hvilket bør give anledning til panderynker (Blach-Ørsten 2013, p. 94).

Et eksempel viser Lewis, Williams og Franklin i deres undersøgelse af, hvor stor indflydelse kommunikatorer har på nyhedsstrømmen i en række velestimerede britiske nyhedsmedier (Lewis et al. 2008).

Konklusionen er, at journalister i udstrakt grad benytter sig af kommunikatørers input i deres daglige arbejde med nyhedsproduktion, hvorved de - ifølge forfatterne - parkerer deres uafhængighed til skade for demokratiet og rollen som fjerde statsmagt (ibid., p. 1).

Samme indflydelse har Macnamara undersøgt ved at interviewe en række mangeårige primært australske journalister om deres forhold til pr-professionelle (Macnamara 2016). Macnamara konkluderer, at journalister er blevet mere eller mindre blinde overfor den indflydelse, pr-folkene har på journalisternes arbejde (ibid., p. 124).

Også Wiik ser et journalistisk professionsbegreb under pres, fordi feltet som et hele bliver stedse mere usikkert og fragmenteret (Wiik 2015, p. 118). Wiik har undersøgt svenske journalisters professionelle selvforståelse gennem en årrække og konkluderer, at professionelle idealer er vigtige brikker i konstruktionen af en professionsidentitet, og at de bidrager til at bringe medlemmer af samme profession sammen (Wiik 2009, pp. 354-356).

Tankevækkende er det, at Wiiks undersøgelse på trods af medieverdenens hastige forandringer viser, at journalisters professionsforståelse alligevel bliver stadig stærkere (ibid., p. 361). Wiik tolker det som et tegn på, at journalister bruger deres professionelle idealer som en slags kulturel kapital for at opretholde professionelle grænser, der kan værne dem mod forandringerne (ibid., p. 351).

Interessant er det også, at uddannelse ser ud til at være et vigtigt led i processen med at danne en professionel identitet (Nygren & Stigbrand 2013, p. 856). I en undersøgelse blandt journaliststuderende i fem forskellige lande konkluderer Nygren og Stigbrand, at studerende på samme måde som uddannede journalister skoles i en række professionelle værdier. Men at de samtidig må se i øjnene, at der er forskel på de journalistiske idealer og de reelle forhold, der venter dem på arbejdsmarkedet (ibid.)

For at kunne diskutere forskelle og ligheder mellem kommunikatørers og journalisters professionsforståelse senere, vil jeg nedenfor redegøre for det "modstandsparadigme" (Fredriksson & Johansson 2014, p. 585), der hersker mellem de to fag.

2.4. Modstandsparadigmet mellem journalistik og kommunikation

Som tidligere nævnt definerer journalister fra tid til anden deres professionsforståelse i opposition til kommunikation (Deuze 2005). Og forholdet mellem journalister og kommunikatører er da også et tilbagevendende tema indenfor forskning i journalisters selvforståelse.

En af de skarpeste kritikere af den instrumentaliserings, som både Hallin & Mancini og Blach-Ørsten peger på ovenfor, er Salter (Salter 2005):

”The border between journalism and public relations is being eroded in the context of a more general decline of normative inquiry and its replacement with inquiries into mere instrumental effectiveness.” (ibid., p. 90).

Han betragter kommunikation og public relations stigende indflydelse på journalistikken som særdeles skadelig, fordi det mindsker journalisters muligheder på at gøre deres arbejde ordentligt (ibid.). Han anser strategisk kommunikation som uforeneligt med begreber som åbenhed og ærlighed, idet strategisk kommunikation altid vil være udtryk for en partisk afsenders opfattelse af en situation (ibid., pp. 92, 101). Kommunikatører kan godt have et nobelt sigte, men strategisk kommunikation og public relations kan, som Salter ser det, ikke leve op til etiske krav (ibid., p. 97, hvorimod journalister i kraft af journalistikkens samfundsmæssige rolle er nødt til at optræde etisk korrekt (ibid., p. 98).

En undersøgelse af, hvordan svenske journalister danner deres professionelle identitet, bakker Salter op - i hvert fald i teorien. I denne gennemgår Fredriksson og Johansson det modstandsparadigme, som adskillige studier peger på, eksisterer i bedste velgående (Fredriksson & Johansson 2014, p. 586). De konkluderer således, at journalister teoretisk set betragter kommunikatører som ”uetiske, manipulerende og udelukkende drevet af deres arbejdsgivers egeninteresse” (ibid.). Derimod viser de også ganske paradoksalt, at journalister i praksis sætter stor pris på

kommunikatører og deres arbejde, hvilket skyldes, at journalister i stigende grad føler sig afhængige af et samarbejde med kommunikatører (ibid).

At kommunikationsbranchen har samme oplevelse af relationen, fremgår af Nørgaard Kristensens undersøgelse, der viser, at kommunikatører oplever en positiv og professionel relation til medierne med et element af gensidig afhængighed og jævnbyrdighed:

”Journalisterne har brug for kommunikatørens professionelle, målrettede og formfuldendte informationsinput, og kommunikatøren har brug for journalisten som adgangskort til offentlig eksponering af bestemte budskaber. Parterne er derfor mere medspillere end modspillere set med kommunikationsbranchens øjne” (Nørgaard Kristensen 2005, p. 125).

Problemet er så blot set med journalisternes øjne, at kommunikatørernes centrale status i samspillet mellem medier og samfund udfordrer de journalistiske idealer om uafhængighed, selvstændighed og klare skel mellem redaktionel tekst og reklame, påpeger Nørgaard Kristensen (ibid., p. 128).

Og netop det dilemma – forsøget på at holde de journalistiske idealer intakte, samtidig med at kommunikationsfeltet trænger sig på, er temaet i en undersøgelse (Ladendorf 2012) af journalisters syn på kommunikationsfaget. Med særligt fokus på de etiske udfordringer og journalistisk integritet har Ladendorf undersøgt, hvorvidt og hvordan svenske freelancejournalister håndterer både at løse journalistiske opgaver og kommunikationsopgaver. Hun viser, at freelancejournalisternes idealistiske professionsforståelse som journalister er intakt og uformindskede i teorien, men i praksis gradbøjer de af og til deres idealer og tager opgaver, der kolliderer med deres professionsforståelse som upartiske, objektive og i en højere sags tjeneste (ibid., p. 92). Det afhænger af, hvor mange opgaver de har, og hvorvidt de har nok at leve af. Derfor konkluderer Ladendorf, at etiske idealer i stigende grad bliver et privat projekt, der kan indrettes efter den situation, man befinder sig i (ibid., p. 83).

I forlængelse heraf peger flere forskere på, at grænserne mellem journalistik og kommunikation bliver stadig mere slørede (Salter 2005, p. 90, Lewis et al. 2008, p. 18, Sjøvaag 2015, p. 109). Det hænger dels sammen med manglen på formel professionsstatus, dels med, at journalistik består af "et hierarki af forskellige genrer", hvoraf ikke alle kan siges at leve op til de journalistiske idealer om upartiskhed og integritet (Sjøvaag 2015, p. 109). Derfor må journalistikken sætte ind på at vogte sin grænser overfor kommerciel forfladigelse (ibid., p. 112). Et praktisk udtryk for dette sås fx for et par år siden, da en gruppe nyhedsjournalister dannede deres egen gruppe under Dansk Journalistforbund⁸. Endnu skarpere er grænserne trukket op i Norge, hvor det ikke kan lade sig gøre at blive eller være medlem af det norske journalistforbund, hvis man ikke er beskæftiget med klassisk journalistisk arbejde⁹.

Det er som nævnt tidligere ikke et problem i Danmark, tværtimod skifter danske journalister ubesværet frem og tilbage mellem klassisk journalistik og kommunikation og tilbage igen¹⁰. Det giver dog ind i mellem anledning til debat og kritik, som da rådgiver for den daværende kulturminister Brian Mikkelsen (K) Sandy French i 2010 blev ansat som chef for DR-Nyhederne¹¹, og da Søren Lippert, rådgiver for tidligere sundhedsminister Nick Hækkerup (S), i 2015 blev vært på TV2 News¹². Begge er uddannede journalister og var før skiftet til rådgiver beskæftigede i nyhedsbranchen.

Alligevel må journalister, der skifter til kommunikation ofte lægge ører til kommentarer om at skifte til "the dark side"¹³. I en artikel i Dansk Journalistforbunds medlemsblad "Journalisten" om krisekommunikatørerne JØP, Ove og Myrthu, udtaler Jess Myrthu, at hans største udfordring ved at stifte firmaet var "at kaste sig ind i løvens hule og bevare sit gode omdømme i journalistkredse."¹⁴

Hvilken betydning sådanne skift har for journalisters professionsforståelse har såvel Volke (Volke 2012) som Risbøl

⁸ <http://journalisten.dk/journalisterne-skifter-kurs-vaek-fra-rolle-som-ungdomsparti>

⁹ https://www.nj.no/no/Om_NJ/Vedtekter/#%C2%A7%204.%20Hindringer%20for%20medlemskap%20-%20Grunnlag%20for%20utelukkelse

¹⁰ <http://journalisten.dk/journalistik-og-kommunikation-i-en-stor-paerevaelling>

¹¹ <http://www.dr.dk/nyheder/kultur/kritik-af-dr-ansaette-spindoktor>

¹² <http://www.altinget.dk/navnenyt.aspx?id=18395>

¹³ <http://journalisten.dk/dark-side>

¹⁴ <http://journalisten.dk/erik-ove-lad-guds-skyld-vaere-lyve-det-bliver-opdaget>

Jacobsen (Risbøl Jacobsen 2015) undersøgt i deres respektive kandidatafhandlinger ved Aarhus Universitet. Volke interesserer sig særskilt for, hvordan journalister i kommunikationsjobs oplever deres professionelle rolle, mens Risbøl Jacobsen ser på, hvordan journalister bruger deres faglighed i et job som kommunikatør og ad den vej kommer ind på, hvorvidt deres selvforståelse har ændret sig.

Begge konkluderer, at journalister i kommunikationsjob i vid udstrækning bevarer den professionsforståelse, de har opbygget dels gennem deres uddannelse dels gennem deres tidligere job som klassisk journalist på et eller flere nyhedsmedier (Volke 2012, p. 107, Risbøl Jacobsen 2015, p. 76).

Ovennævnte tyder dermed på, at på trods af – en i hvert fald teoretisk funderet - modstand og kritik forekommer journalister og kommunikatører at definere deres professionelle identitet ud fra de til en vis grad samme parametre.

Evans går et skridt videre og hævder, at journalistik og pr i dag er to sider af samme sag (Evans 2010, p. 31). De to fag er gensidigt afhængige, og begge er funderet på evnen til at researche, til at vinkle og formidle en historie, så den giver maksimal effekt (ibid., p. 33). Hun peger desuden på, at i takt med, at pr har forvandlet sig fra den fattige slægtning til den rige og magtfulde fætter, er der skabt ligeværd og fri bevægelsesfrihed mellem fagene til gavn og glæde for branchen (ibid., p. 31).

I det følgende afsnit vil jeg derfor introducere Bourdieus feltbegreb og redegøre for, hvordan det dels kan anvendes til at illustrere, hvorledes praksis i et felt reguleres af aktører, der kæmper i opposition til hinanden, dels til at identificere den specifikke logik, der driver kampene.

2.5. Kampene i professionsfeltet

Bourdieu's feltteori stammer delvist fra Webers definition af professioner som en samling af mennesker, der deler samme position og politiske, økonomiske og kulturelle interesser og ekskluderer andre (Wiik 2008, p. 353).

Bourdieu definerer et felt "som et system af positioner, der er relateret til andre positioner i feltet" (Wilken 2011, p. 52). Aktørerne i et felt konkurrerer med hinanden for at opnå magt og indflydelse i

feltet. Det gør de ved at indsamle symbolsk kapital i form af ressourcer, viden og kompetencer (ibid.).

I Bourdieusk forstand findes der forskellige former for kapital i et felt, hvor nogle er mere væsentlige end andre. Set med professionsbriller betyder det, at forskellige positioner har forskellige mængde af professionskapital, hvilket bidrager til at strukturere de sociale relationer i feltet (Harrits 2011, p. 184).

Ifølge Bourdieu er felter hverken isolerede eller har skarpt optrukne grænser, hvorfor en del af aktørernes kamp i feltet handler om, hvor grænserne skal trækkes (Wilken 2011, p. 53). Som nævnt i afsnittet om professionsforståelse har den teoretiske definition af professionsbegrebet flyttet sig fra faggrupper med særlig viden og særlige karaktertræk til en langt mere flydende og differentieret definition, afhængig af den konkrete kontekst.

Overføres Bourdieus feltteori til professionsbegrebet betyder det, at hvem, der tilhører en given profession, ikke kun er et teoretisk spørgsmål, men også et spørgsmål, der afgøres i de symbolske kampe, der foregår inden for professionerne (Harrits 2011, p. 178). Disse kampe er altså med til at afgøre et professionsfelts struktur i form af, hvad der har værdi som professionskapital. Hvad der er feltets spilleregler eller doxa, som Bourdieu benævner det, og hvor feltets grænser går, siger Harrits (ibid.) I nogle felter vil visse grupperinger være så stærke, at de formår at skabe en særlig fælles identitet, et særligt sæt af normer og værdier, en særlig organisering og en særlig diskursiv afgrænsning af, hvem der er inde, og hvem der er ude (ibid, p. 185). Dermed formår de at skabe en selvstændig symbolsk kapital eller magt, der ikke længere betragtes som egentlig magt, men snarere opfattes som en naturlig og legitim ret (ibid.).

I et ønske om at overføre Harrits' forståelse af professioners symbolske kampe til forholdet mellem journalister og kommunikatører vil jeg introducere Sviths interventionistiske journalistfelt (Svith 2015). Som Harrits tager Svith udgangspunkt i Bourdieus feltbegreb for at beskrive de historiske strukturer, der fører til to journalistfelter, det klassiske og det interventionistiske. Spændingen i det klassiske journalistfelt foregår internt mellem journalister, der kæmper om, hvilken journalistisk kapital der er mest værdifuld: et interview med en højt placeret kilde eller

afsløringen af skjulte forhold (ibid., p. 128). Udviklingen indenfor det journalistiske felt har imidlertid betydet, at flere og flere journalister bliver ansat i kommunikationsstillinger ¹⁵, hvilket betyder, at denne gruppe orienterer sig mod gruppen af klassiske journalister i en symbolsk kamp om magt (ibid., p. 129).

Det skaber ifølge Svith grundlag for at konstruere det, han betegner som det interventionistiske journalistfelt. Feltet består af to poler, en strategisk informationspol og en nyhedsjournalistisk pol, der begge har en kommunikativ kapacitet til at gribe ind i nyhedsstrømmen (ibid., p. 131), om end de gør det ud fra to forskellige positioner. Strategiske kommunikatører varetager specifikke særinteresser, mens nyhedsjournalister varetager den almene interesse, hvorfor de to poler står i modsætningsforhold til hinanden (ibid.). Ikke desto mindre intervenserer begge i praksis i journalistfeltet, og kampen i feltet står derfor om, hvilken opfattelse af virkeligheden, der opnår legitimitet og dominans:

”Det er en kamp, som må forventes at have større samfundsmæssig og social effekt end den professionsinterne konkurrence mellem undersøgende og refererende journalister i det klassiske journalistfelt” (ibid.).

Hvilke konsekvenser det får, vil ifølge Svith afhænge af de konkrete styrkeforhold i feltet (ibid), og af hvem, der besidder fx mest status og nyder den største tillid i offentligheden, idet status og tillid udgør symbolsk kapital i bourdieusk forstand (Harrits et al 2014, p. 59).

Professioner er afhængige af, at de formår at skabe sig en vis status i samfundet, og at offentligheden nærer tillid til dem (ibid.). I den sammenhæng er det derfor interessant at iagttage, at hvor Nørgaard Kristensens undersøgelse kan tyde på, at en nyere profession som kommunikation er i færd med at opnå status gennem viden og uddannelse (Nørgaard Kristensen 2005, p. 126, Harrits et al. 2014, p.

¹⁵ <http://journalisten.dk/der-er-nogen-der-vil-mene-man-har-svigtet-det-journalistiske-ideal-men>

60), viser talrige andre undersøgelser, at journalistikken i stigende grad kæmper med en ganske lav tillid¹⁶.

2.6. Opsummering af litteraturgennemgang

Jeg har i denne del af mit kandidatspeciale redegjort for, hvordan professioner generelt karakteriseres ved en særlig viden, en stor grad af selvstændighed, og en udøvelse inden for væsentlige samfundsområder, samt at professionsudøvere formår at sammenholde specialiseret teoretisk viden med en faglig vurdering og handling i praksis.

Jeg har forsøgt at indkredse elementer af en professionsforståelse blandt kommunikatører og fundet frem til, at der - til trods for at kommunikatører varetager særinteresser - hører en eller anden grad af såvel autonomi som af etisk ansvarlighed og af oplysningsansvar i forhold til offentligheden med til en professionsforståelse for kommunikatører.

Dernæst har jeg redegjort for den journalistiske professionsforståelse, der i vid udstrækning udgøres af en vis grad af autonomi, særlige fælles værdier og en bevidsthed som samfundets objektive vagthund. Og efterfølgende har jeg sat fokus på det modstandsparadigme, der i hvert fald i teorien eksisterer mellem kommunikatører og journalister, idet sidstnævnte netop benytter deres professionsforståelse som symbolsk kapital for at adskille sig fra kommunikatører.

Endelig har jeg beskrevet, hvordan Bourdieus feltteori kan anvendes som analyseredskab til at begribe disse symbolske kampe. Det er på den baggrund vil jeg undersøge, hvilke elementer der indgår i kommunikatørers professionsforståelse, samt hvordan og hvorvidt denne adskiller sig fra og har ligheder med journalisters professionelle selvforståelse.

Herfra vil jeg gå over til at beskrive min metodiske tilgang.

¹⁶ <http://radiuskommunikation.dk/wp-content/uploads/2015/11/Danskernes-tillid-til-politikerne-s%C3%A6tter-ny-bundrekord1.pdf>

3. Metode

I dette afsnit vil jeg redegøre for mit valg af forskningsdesign og min metodiske tilgang, idet jeg vil præsentere og legitimere min undersøgelsesmetode og de empiriske overvejelser. Desuden vil jeg præsentere min empiri og gøre rede for, hvordan data er analyseret. Endelig vil jeg i sidste afsnit beskæftige mig med verifikation af mine resultater.

3.1. Forskningsdesign

Min undersøgelse af kommunikatorers professionelle selvforståelse har en eksplorativ karakter, idet fænomenet er sparsomt belyst teoretisk. Desuden vil min tilgang være induktiv, når jeg i min analyse af mine informantinterviews vil gå ud fra det enkelte tilfælde til at drage slutning om noget alment gældende for kommunikatører (Bøgh Andersen et al. 2012, p. 27).

Derimod vil min analyse, når jeg holder kommunikatørernes selvopfattelse op imod journalisters være deduktiv, fordi jeg på baggrund af den tidligere gennemgåede litteratur om journalisters og journalistikkens professionsforståelse vil gå ud fra, at det generelle også gælder i det enkelte tilfælde (ibid.).

Undersøgelsen udmøntes som et multipelt casestudium, da jeg undersøger det specifikke fænomen professionsforståelse, som det opleves af fire formålsbestemt udvalgte cases (Neergaard 2015, p. 21). Det skyldes, at studiet af multiple cases vil give mulighed for dels at indkredse, hvilke sammenhænge og faktorer der kan være afgørende for, hvordan kommunikatører opfatter deres rolle og definerer egne normer og værdier, dels at sammenholde dette med journalisters generelle ditto.

3.1.1. Den eksplorative tilgang

Min tilgang vil som nævnt være eksplorativ, idet denne tilgang egner sig til at afdække og forstå begreber og fænomener, der hidtil har været teoretisk underbelyst (Bøgh Andersen et al, p. 27). Den giver endvidere undersøgeren mulighed for – i nogen grad - at frigøre sig fra teoretisk ballast og går teoriløst ud i feltet (Neergaard 2015, p. 19).

I min undersøgelse søges en forståelse for, hvordan kommunikatører opfatter deres rolle, værdier og normer, og hvordan og hvorvidt disses professionelle selvforståelse har ligheder med og adskiller sig fra journalisters.

I erkendelse af, at det imidlertid kan være vanskeligt at arbejde eksplorativt i den indledende fase vil jeg for at operationalisere begrebet professionsforståelse tage udgangspunkt i en overordnet teoretisk definition på professioner som: "eksklusive erhverv, der bruger deres særlige viden og færdigheder til at udøve services og tjenester til klienter" (Abbott 1998, Staugård 2011, Molander & Terum 2008, Harrits & Gytz Olesen 2011 m. fl.).

Denne definition bliver holdt op imod de relativt få studier, der findes om kommunikation som profession og kommunikatørers professionelle selvforståelse, og som primært beskæftiger sig med etik, autonomi og forpligtelse overfor offentligheden (Femø Nielsen 2001, 2010, Nørgaard Kristensen 2005, Bivens 1993 m.fl.).

Desuden sammenholder jeg denne forståelse med den journalistiske selvforståelse af at være autonome, objektive vagthunde for at identificere ligheder og forskelle (Hallin & Mancini 2004, McNair 2009, Gravengaard 2010, Wiik 2009 m.fl.).

I afsnittet om interviewguiden nedenfor vil jeg komme nærmere ind på, hvordan denne operationalisering konkret er udmøntet i guiden.

3.1.2. Det multiple casestudie

Et casestudie beskrives ofte som en "empirisk baseret undersøgelse, der udforsker et samtidigt fænomen i en tidsmæssig sammenhæng" (Yin 2009, p. 23), og som en "intensiv og detaljeret undersøgelse af et givent fænomen" (Bryman 2012, p. 66).

Et multiple casestudie er særligt velegnet til en eksplorativ undersøgelse, fordi det udover at være forankret i individets erfaringer og praksis, giver mulighed for at udforske alternative meninger, fortolkninger og udtryk (Neergaard 2015, pp. 18-19). Fordelen ved et multiple casestudie er desuden, at der ligger en replikationslogik bag (Yin 2009, p. 36), idet spørgsmål og teser afprøves på flere cases, hvorfor man opnår større tiltro til resultatet end i en single case (Neergaard 2015, p. 22).

Det afgørende ved et multiple casestudium er dog, at caseudvælgelsen er logisk og konsekvent, og at de enkelte cases er udvalgt med henblik på at ligne hinanden på en række fastsatte dimensioner, da det ellers ikke giver mening at foretage en sammenligning (ibid.).

Denne udvælgelse vil jeg redegøre for i næste afsnit.

3.1.3. Formålsbestemt udvælgelse af informanter

Kvalitativ forskning skal være reflektiv og eksplicit vedrørende caseudvælgelsesrationalet (Neergaard 2015, p. 12, Patton 1990). Det betyder, at kriterierne for udvælgelsen skal være åbenbare, hvorfor jeg herunder vil redegøre for de overvejelser, der ligger til grund for denne undersøgelses valg af cases.

Jeg har taget udgangspunkt i Neergaards betragtninger om, at en udvælgelse altid bør ske med formålet for øje, da dette understreger overensstemmelsen mellem problemstilling og de cases, der udvælges (Neergaard 2015, p. 11):

”Logikken bag og styrken ved formålsbestemt udvælgelse ligger i at vælge informationsrige cases til dybdegående studium, som muliggør analytisk generalisering fra case til teori. Sådanne cases vil indeholde information om emner, der er af central vigtighed for forskningens formål – derfor formålsbestemt udvælgelse” (ibid., p. 12).

Da formålet er at indkredse et professionsbegreb for kommunikatører og sammenholde det med en generel professionsforståelse blandt journalister, er udvælgelsen til denne undersøgelse foretaget blandt cases, der beskriver noget typisk inden for den ramme, som teorien konstruerer (ibid.).

For det første har jeg for at kunne sammenholde kommunikatørers professionelle selvforståelse med journalisters (Svith 2015, Salter 2005, Fredriksson & Johansson 2014, Nørgaard Kristensen 2005 m.fl.) udvalgt kommunikatører, der er ansat i stillinger/beskæftiget med public relations og kontakt til medierne i form af pressearbejde og/eller medierådgivning (Beurer-Züllig et al. 2008). Således har jeg fravalgt kommunikatører, der udelukkende beskæftiger sig med

intern kommunikation og forhandling (ibid.) ud fra en forestilling om, at de dermed ikke vil kunne bidrage med viden om relationer til medierne.

For det andet har jeg for at teste disse kommunikatorers eventuelle besiddelse af autonomi (Bowen 2006) valgt personer ansat i en chefstilling eller med status som selvstændig med freelanceopgaver. Det har jeg ud fra en forventning om, at en person i en overordnet stilling alt andet lige, vil oppebære en større grad af uafhængighed end en underordnet medarbejder.

Testningen af etiske hensyn som en uadskillelig del af en kommunikators professionsforståelse (Fitzpatrick & Gauthier 2001) og af overvejelser om en eventuel og mere eller mindre åbenbar forpligtelse over for offentligheden (Bivens 1993, Nørgaard 2005) har desuden betydet, at jeg har fravalgt kommunikatorer, der er ansat i privatejede virksomheder (Beurer-Züllig et al. 2008). Det skyldes først og fremmest, at den grad af overtalelse og pleje af særinteresser (Nørgaard Kristensen 2005, Salter 2005 m.fl.), som en kommunikator alt andet lige er underlagt, formentlig vejer tungere i en privatejet virksomhed med et kommercielt sigte og formål end i en organisation uden direkte salg for øje. Dernæst må det formodes, at loyalitet og forpligtelse overfor en sådan arbejdsgiver vejer tungere end etiske hensyn overfor en større offentlighed. Også selv om forretningsmæssig fremgang hænger nøje sammen med etisk ansvarlighed overfor offentligheden (Fitzpatrick & Gauthier 2001, p. 210).

Omvendt vil man kunne argumentere for, at det netop i den kontekst ville være interessant at høre en kommunikator med en udstrakt kommerciel tilgang til en professionsforståelse. Formålet med denne undersøgelse er imidlertid at indkredse et professionsbegreb i kommunikation, der kan sammenholdes med journalisters, hvorfor jeg har udvalgt cases, der ligner hinanden ved at arbejde i eller for organisationer, der har et bredere formål end udelukkende at sælge produkter.

Til gengæld har jeg valgt fire cases med forskellig uddannelses- og erhvervsferfaringsmæssig baggrund, idet jeg på baggrund af Nygren og Stigbrand (Nygren & Stigbrand 2013), Wiik (Wiik 2015) og Ladendorf (Ladendorf 2012) interesserer mig for, hvordan

uddannelse og erhvervserfaring spiller en rolle for dannelsen af en professionsidentitet. Endvidere har jeg differentieret på køn, alder og geografi. Udvælgelsen af konkrete navne er sket med hjælp fra mit professionelle netværk.

Denne formålsbestemte udvælgelse bør gøre mig i stand til at kortlægge de fællesnævner og forskelle, der har indvirkning på kommunikatorers professionelle selvforståelse.

Herunder vil jeg redegøre for den kvalitative metode generelt og det kvalitative interview specifikt.

3.2. Kvalitativ metode

Formålet med kvalitative undersøgelser er at tilvejebringe informationsrigdom, hvorfor kvalitativ metode er særdeles anvendelig for en undersøgelse af eksplorativ karakter (Patton 1990, p. 131) som denne. Antallet af informanter er lille, men hver case bliver studeret intensivt og genererer typisk store mængder detaljeret information (Neergaard 2015, p. 11, Bøgh Andersen 2012, p. 144).

Kvale (Kvale 2005) peger ligeledes på, at kvalitativ forskning indebærer en anden forståelsesform og opfattelse af social viden, mening, virkelighed og sandhed end kvantitativ forskning, der overordnet set har til formål at foretage statistiske generaliseringer: "Den grundlæggende genstand er ikke længere objektive data, der skal kvantificeres, men meningsfulde relationer, der skal fortolkes" (ibid., p. 24). Ved at vælge at undersøge kommunikatorers professionsforståelse kvalitativt vil jeg altså blive i stand til at fortolke den viden, mening, virkelighed og sandhed, som mine informanter ser og oplever, på bekostning af et overblik over fænomenet professionsforståelse (Bøgh Andersen et al. 2012, p. 66).

I det følgende afsnit vil jeg nærmere introducere det kvalitative interview.

3.2.1. Introduktion til det kvalitative interview

Det kvalitative forskningsinterview er velegnet, når man ønsker at opnå indsigt i menneskers livsverden. Ifølge Kvale er formålet med interviewet "at beskrive og forstå de centrale temaer, som de interviewede oplever og lever" (Kvale 2005, p. 40), da den kvalitative

interviewform giver en indsigt i en informants subjektive tanker, følelser og oplevelser. Dermed opnår forskeren viden om det enkelte individ eller grupperinger af individer, og om hvordan de konstruerer deres identitet og fungerer i en social kontekst (ibid.).

Et kvalitativt interview kan have forskellig formalisering og struktur, afhængig af i hvor høj grad forskeren ønsker at styre samtalen. Jeg har i denne undersøgelse valgt det semi-strukturerede interview, der har en vis struktur, idet det er inddelt i en række temaer med forberedte spørgsmål. Strukturen er dog fraveget ind i mellem, spørgsmål er tilpasset og uddybet, der er stillet opfølgende spørgsmål, og rækkefølgen er ændret, når flowet i interviewet lagde op til det, for at give informanten mulighed for at ytre sig om det, vedkommende syntes, var betydningsfuldt (Bøgh-Andersen et al. 2012, p. 149, Kvale 2005, p. 40).

Det primære fokus for mine interviews har været at indhente informanternes subjektive beskrivelser af deres egen adfærd og deres bevæggrunde for denne adfærd. Derfor har jeg i overensstemmelse med undersøgelsens eksplorative sigte været åben for, at der kan opstå nye og uventede emner undervejs, og været opmærksom på at fornemme og forfølge de ting, som informanterne lagde vægt på i interviewet.

Nedenfor vil jeg redegøre for, hvordan interviewguiden blev til.

3.2.2. Interviewguide

I forlængelse af den formålsbestemte case-udvælgelse har jeg for det første taget udgangspunkt i min problemformulering om, hvilke elementer der indgår i kommunikatorers professionsforståelse, samt hvordan og hvorvidt denne forståelse adskiller sig fra og har ligheder med journalisters professionelle selvforståelse.

Dernæst har mine overordnede forskningsspørgsmål om, hvorvidt kommunikatorer med særlig indsigt i den journalistiske selvforståelse er præget af denne i deres arbejde, og hvilken betydning det har for kommunikatorers professionsforståelse, at grænserne mellem journalistik og kommunikation bliver stadig mere slørede, bidraget til spørgerammen.

Endelig har gennemgangen af den teoretiske litteratur og de herfra identificerede temaer bidraget til at udforme spørgsmål, der kan formodes at indkredse kommunikatorers professionsforståelse.

Guiden består af seks temaer, der udover de overordnede rammer for kommunikationsarbejdet (Nørgaard Kristensen 2005), uddannelsesmæssig baggrund (ibid., Nygren & Stigbrand 2013, Risbøl Jacobsen 2015, Volke 2012) samt fordeling af arbejdsopgaver (Beurer-Züllig et al 2008, Femø Nielsen 2010, Kjær Hansen & Jørgensen 2012) især fokuserer på rollen som kommunikator (Nørgaard Kristensen 2005, Femø Nielsen 2010, Kjær Hansen & Jørgensen 2012, Bowen 2006, Bivens 1993 m.fl.) samarbejdet med medierne (Nørgaard Kristensen 2005, Salter 2005, Dinan & Miller 2009, Hallin & Mancini 2004 m.fl.) og etisk ansvarlighed (Foght Mikkelsen 2002, Bowen 2006, Fitzpatrick & Gauthier 2001).

Af figur 3.2.2. fremgår det, hvordan de overordnede temaer er udmøntet i en række forskningsspørgsmål, som derefter er omsat til interviewspørgsmål.

3.3. Præsentation af empiri

Alle interviews foregik på informanternes arbejdsplads i et særskilt møderum, og alle fire informanter tog sig god tid til at gennemføre interviewet.

Navnene på de fire informanter er i specialet ændret for - så vidt det er muligt - at sløre deres identitet.

Ditte, 46 år, er selvstændig og arbejder både med journalistik og kommunikationsopgaver fra sin plads i et fagligt fællesskab i provinsen. Dermed adskiller hun sig fra de øvrige informanter, der alle er ansat i en chefstilling. Hun er uddannet cand. mag. i dansk og dramaturgi, og for seks år siden tog hun en diplomuddannelse som fagjournalist på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole. Sigtet med efteruddannelsen var at blive selvstændig, og Ditte har derfor ikke overvejet at søge fastansættelse hverken som kommunikator eller journalist.

Ditte har ingen praktisk erfaring fra mediebranchen og kender hverken til arbejdsgangen eller tankegangen på en redaktion, hvilket hun selv vurderer som en ulempe. Derimod har hun tidligere arbejdet som projektleder, hvilket har givet hende en god organisationsforståelse, som hun bruger i forbindelse med kommunikationsopgaver.

Ditte anser sine journalistiske kompetencer for at være en stor fordel i arbejdet med de kommunikationsopgaver, der fylder godt og vel halvdelen af hendes tid.

Ditte er den mest fåmælte af de fire informanter. Hun svarer kortfattet og i nogen grad ureflekteret på en del af spørgsmålene. Det kan hænge sammen med, at hun ikke i samme grad som de øvrige informanter betragter sig selv som fuldtonet kommunikatør, i og med at hun også løser journalistiske opgaver og måske i virkeligheden hellere vil arbejde mere som journalist end som kommunikatør.

Hendes status som selvstændig og kun delvist beskæftiget som kommunikatør betyder også, at hun ind i mellem svarer anderledes end de tre øvrige. Jeg har dog valgt at fastholde interviewet med Ditte som et af mine fire forskningsinterview, da jeg finder det vigtigt at have en selvstændig kommunikatør med, ligesom jeg finder det vigtigt at have en akademiker med en journalistisk efteruddannelse med blandt informanterne (bilag A).

Lone, 35 år, er kommunikationschef i en uafhængig juridisk tænketank, der ligger i hovedstaden, og som hun var med til at stifte for knap to år siden. Hun har en kandidatgrad i antropologi, men allerede på sidste del af sin uddannelse fik hun ansættelse som pressemedarbejder i et ministerium, og siden har hun arbejdet med kommunikation og pressearbejde i flere ministerier og i en borgerlig liberal tænketank. Efterfølgende har hun derfor suppleret sin kandidatgrad med en diplomuddannelse i Strategisk Kommunikation fra Danmarks Medie- og Journalisthøjskole. Den viden, hun har opnået herigennem, bruger hun i udstrakt grad i sit job som kommunikatør.

Strategisk og taktisk brug af kommunikation har fra første færd været en uløselig del af tænketankens virke, og Lone har således fra begyndelsen arbejdet målrettet på at opbygge tænketankens brand

som troværdig ekspert overfor omverdenen og ikke mindst medierne.

Lone svarede grundigt og yderst reflekteret på alle spørgsmål, og det var tydeligt at mærke, at det ikke var første gang, hun beskæftigede sig med sin rolle som kommunikatør. Hun brugte - som Hans - mange eksempler fra sin daglighed for at illustrere sine pointer.

Antropologen Lone bidrager til min undersøgelse, fordi hun med sin særlige blanding af praktisk erfaring og diplomefteruddannelse i strategisk kommunikation repræsenterer endnu en indgang til feltet (bilag B).

Hans, 46 år, er kommunikationschef i en kommunal forvaltning i provinsen, og her har han arbejdet i knap 8 år. Han er uddannet journalist fra Journalisthøjskolen (DJH) og har 10 års erfaring som udøvende primært på en landsdækkende avis.

Hans er i sin tilgang til jobbet som kommunikatør stærkt præget af sin uddannelse og sin erfaring som journalist. Han har ingen formel uddannelse i kommunikation, og i stedet benytter han sig af de redskaber, han har med sig fra journalistikken, og som efter hans egen vurdering har klædt ham på til både at forstå, hvordan en stor organisation fungerer, og til at kunne kommunikere både taktisk og strategisk internt som eksternt.

Hans har meget på hjerte, han bruger mange eksempler for at understrege sin pointe, og han henviser flere gange til navngivne journalister, der hører til vores fælles referenceramme som journalister.

Hans' journalistiske baggrund og erfaring adskiller ham fra de øvrige informanter, idet han som den eneste har foretaget springet fra (dagblads)journalistik til kommunikation, og, ligeledes som den eneste, har reel indsigt i den journalistiske selvforståelse. Ikke mindst derfor er han en vigtig informant i min undersøgelse (bilag C).

Tom, 34 år, er kommunikationschef hos en mindre nonprofitorganisation, der ligger i hovedstadsområdet. Som cand. merc. com. fra Copenhagen Business School (CBS) og en fortid i et kommunikationsbureau er Tom uddannet og trænet i en kommerciel

tilgang til kommunikation, og hans opfattelse af sin rolle som kommunikatør er da også først og fremmest præget af, at det skal føre til noget.

Han blev i sin tid ansat i et nyoprettet job og har arbejdet hårdt internt for at opnå forståelse for kommunikation som værdiskabende, mens han eksternt og succesfuldt på samme måde som Lone arbejder strategisk med organisationens brand.

Interviewet med Tom bærer en smule præg af, at han i modsætning til fx Lone ikke tidligere har reflekteret så indgående over sin professionelle rolle. Derfor kræver det ofte uddybende spørgsmål, inden Tom svarer fyldestgørende, hvorfor interviewet bliver lidt længere end de øvrige.

Tom er interessant som informant, fordi han som den eneste dels har en lang videregående uddannelse indenfor kommunikation, dels har en mere kommerciel indstilling til feltet qua sin uddannelsesmæssige baggrund og tidligere ansættelse. Ganske vist er han p.t. ansat i en nonprofit organisation, hvor der ikke skal genereres et overskud til en række aktionærer eller ejere, men organisationen er stadig sat i verden med det kommercielle sigte at øge tilslutningen til sagen (bilag D).

3.4. Fra ord til analyse

I dette afsnit vil jeg redegøre for, hvordan de indsamlede data er analyseret, og først beskrive, hvordan data er transformeret fra tale til tekst via transskription.

Dernæst vil jeg med afsæt i Miles og Hubermans tredeling af analysearbejdet i 1/ datareduktion, 2/datadisplay og 3/At drage konklusioner og verifikation (Miles & Huberman 1994) redegøre for, hvordan data er reduceret ved hjælp af tematisk kodning og kategorisering og derefter præsenteret i et display for at skabe overblik.

Til sidst vil jeg kort komme ind på, hvordan jeg drager konklusioner.

Nedenfor dette afsnit følger afsnittet om verifikation.

3.4.1. Transskription af interviews

Med Kvaales definition på en transskription "som en oversættelse fra et sprog til et andet, hvorved skriftsproget bliver en fortolkning af det sagte" (Kvale 2005. p. 167) in mente, er de fire informantinterviews transskriberet så ordret som muligt. Da formålet med transskriberingen er menings- og indholdsanalyse, er pauser, afbrydelser i talen, betoning og følelsesudtryk dog udeladt.

Der er ikke ændret i ordstillinger og sætningskonstruktioner, hvilket betyder, at transskriberingerne bærer præg af talesprog. Af hensyn til forståelsen retter jeg derfor sproglige fejl og forkerte sætningskonstruktioner, inden jeg bruger citaterne i analysen (ibid., p. 166).

De fire interviews varer hver især mellem en time og halvanden, og de er transskriberet fra lydoptagelser.

3.4.2. Tematisk datakodning og kategorisering

Ifølge Miles og Huberman betyder kodning, at man knytter nøgleord og temaer til et stykke tekst. Derved brydes teksten op i mindre komponenter, som det ved hjælp af koden bliver muligt at identificere senere (Miles & Huberman 1994, p. 57).

For at kunne indkredse og identificere en mulig professionsforståelse hos mine informanter har jeg for at skabe mig et overblik over deres respektive opfattelser og forståelser først kodet de fire interviews ud fra en startliste med mulige tematiske koder. Disse koder er dels baseret på mine forskningsspørgsmål, der er udledt af den teoretiske gennemgang, dels på en gennemlæsning af data (Gravengaard 2014, p. 245). Da min analysetilgang er eksplorativ, har jeg som i en åben kodning udbygget kodelisten, når jeg undervejs er stødt på udtalelser og opfattelser, der ikke hørte hjemme under nogle af de oprindelige listede koder og genkodet dele af data (Bøgh- Andersen 2012, pp. 177-178). Som Bryman (2008, p. 409) anbefaler, har jeg ligeledes kodet visse tekststykker med flere koder, lige som jeg for at få et flow i den åbne kodning har jeg fulgt Loflands anbefaling om at stille spørgsmål til teksten som: "Hvad er det her? Hvad foregår her? Hvad laver folk? Hvad siger folk?" (Lofland et al. 2006, p. 201).

Den endelige kodeliste har jeg samlet i en række kategorier, der relaterer sig til mine forskningsspørgsmål (se figur 3.1.), og som min analyse vil tage udgangspunkt i og være struktureret efter. Jeg har været opmærksom på at medtage afvigende eksempler og modeksempler for at sikre kompleksiteten (Gravengaard 2014, p. 248), mens jeg har sorteret udsagn fra, der ikke er relevant for denne undersøgelse.

3.4.3. Datadisplay

En indholdsanalyse kan ifølge Gravengaard beskrives "som en vedvarende fordybning af meningsforståelse" (Gravengaard 2014, p. 243), idet en analyse handler om at skabe mening.

Da mine kvalitative data er karakteriseret ved at være meget detaljerede og nuancerede, har jeg fundet det hensigtsmæssigt at kondensere og præsentere et overblik over data i form af et display.

Et display er en måde både at analysere og præsentere data på, og dermed har udarbejdelsen været en integreret del af analyseprocessen (Bøgh-Andersen 2012, p. 188). Blandt mange forskellige typer displays har jeg valgt en matrix (se figur 3. 2.), idet den giver mig mulighed for at præsentere talrige informationer på én gang, da man i en matrix kan kombinere flere aspekter af data i én model (Miles & Huberman 1994, p. 108). I denne matrix meningskondenseres de fire informanternes udsagn i relation til de seks kategorier. Se figur 3.4.3.

3.4.4. At drage konklusioner og præsentere data

Tredje del af Miles og Hubermans analysemodel omhandler det at drage konklusioner, når man har overblik over data og har systematiseret og analyseret data:

"Konklusionerne på analysen må være baseret på kritiske analyser af hele datamaterialet og ikke kun analyser af nogle få udvalgte cases. Man må altid udfordre sine egne konklusioner med spørgsmålet: "Hvad er det empiriske belæg for denne konklusion", og "Hvor ser jeg disse ting i data?".
(Gravengaard 2014, p. 257)

Jeg har således bestræbt mig på at klart at beskrive, hvad der har ført til mine konklusioner undervejs, og at udvælge det eksemplariske eksempel til at konkretisere disse konklusioner og illustrere mine pointer (ibid., p. 258).

3.5. Refleksioner over egne forforståelser

Da det som Elklit og Jensen anfører (Bøgh Andersen et al. 2012, p. 119) er afgørende vigtigt, at en eller flere eventuelle forforståelser ikke kommer til at stå i vejen for en fordomsfri tolkning af tekster og empiri, vil jeg herunder redegøre for og reflektere over mine eventuelle forforståelser og deraf følgende risiko for bias.

Som journalist med mangeårig erfaring fra nyhedsbranchen og en uddannelse fra den daværende Journalisthøjskolen kan jeg ikke nægte, at jeg har en stærk professionsforståelse. Jeg har ikke arbejdet som journalist, jeg *er* journalist, hvorfor jeg kan identificere mig med det billede, der bliver tegnet hos McNair (McNair 2009), Wiik (Wiik 2009, 2015) Fredriksson og Johansson (Fredriksson & Johansson 2014) m.fl. Jeg oplever da også, at der blandt fagfæller – og ikke mindst underviserkolleger på DMJX – stadig trives en journalistisk selvforståelse, der anser det som "finere" og mere hæderligt at være journalist end kommunikatør (Nørgaard Kristensen 2005, p. 118). Kommunikatører derimod må forsvare sig selv mod at blive betegnet som "mørkets fyrster", bliver betragtet som værende i "bad standing" og at befinde sig på "the dark side."

På den anden side vil jeg påpege, at snart otte år dels som selvstændig med forskellige kommunikationsjobs og opgaver, dels som underviser på en lang række forløb på DMJX, hvor de studerende netop *ikke* har skullet være journalister, har gjort mig i stand til at betragte dette modstandsparadigme i et større perspektiv. Hvorfor jeg også sagtens kan forstå og tilslutte mig den kritik, som Deuze (Deuze 2005) er eksponent for, når han peger på, at journalister overdriver og forherliger deres egen betydning i en medieverden, hvor den teknologiske udvikling har fjernet journalistikkens eksklusivitet som informationsgatekeepere (ibid., p 444).

Jeg vil derfor argumentere for, at denne erkendelse kombineret med en bredere teoretisk forståelse for journalistik og kommunikation opnået gennem mit cand. public. studium bidrager til

at mindske den bias, som min journalistiske selvforståelse kan give anledning til i en undersøgelse af kommunikatørers professionsforståelse.

3.6. Kriterier for vurdering af resultater

Kvalitativ forskning skal som al anden forskning lave op til en række forskningskriterier og kvalitetsstandarder (Bøgh-Andersen 2012, p. 147).

I dette afsnit vil jeg derfor verificere denne undersøgelses resultater, idet jeg vil redegøre for, hvordan undersøgelsen lever op til de videnskabelige krav om reliabilitet og validitet.

Ganske vist hersker der ifølge Neergaard uenighed om, hvilke vurderingskriterier der skal være gældende i casestudieforskning, idet der ikke findes nogle generelt accepterede retningslinjer (Neergaard 2015, p. 46). Hun peger på, at idet kvalitativ forskning - som omtalt flere gange - fokuserer på dybdegående studier af få cases, kan det ikke være målet med denne type forskning at sikre repræsentativitet.

Målet er derimod at sørge for, at undersøgelsen giver så substantiel information, at den belyser problemstillingen i tilstrækkeligt omfang og på troværdig vis (Neergaard 2015, p. 52, Bøgh Andersen 2012, p. 97).

For at sikre min undersøgelses reliabilitet og dokumentere min fremgangsmåde tager jeg udgangspunkt i, hvilke kriterier der ifølge Patton afgør casestudiers troværdighed og gyldighed. Han peger således på 1/hvorvidt analysen er stringent og systematisk, 2/hvorvidt undersøgeren selv er troværdig, og 3/hvorvidt undersøgelsen vurderes på en fair og balanceret måde (Patton 1990).

For at leve op til punkt 1 har jeg ovenfor detaljeret beskrevet, hvorledes jeg har tilrettelagt min undersøgelse fra interviewguide over gennemførslen af interviews, kodning og udarbejdelse af display til selve analysen, ligesom jeg har indgående har argumenteret for min caseudvælgelse.

Jeg har endvidere i forhold til punkt 2 detaljeret redegjort for min egen forforståelse og personlige holdninger i forhold til begrebet professionsforståelse, hvorefter jeg nærer forhåbning om, at mine bestræbelser på at opfylde punkt 1 og punkt 2 vil bidrage til, at

undersøgelsen vurderes fair og balanceret, og dermed opfylder punkt 3.

Validitet handler om, hvorvidt man måler det, man tror, man måler og undersøger (Bøgh-Andersen 2012, p. 147), og trods undersøgelsens eksplorative karakter har jeg derfor i udarbejdelsen af interviewguiden taget udgangspunkt i de begreber og forståelser, som litteraturgennemgangen afdækkede.

Herfra vil jeg gå til analysen.

4. Analyse

I dette afsnit vil jeg præsentere resultaterne af min undersøgelse. Kode- og kategoriseringsarbejdet med de fire informantinterviews har ført frem til, at analysen falder i seks dele, der hver især præsenterer og identificerer væsentlige aspekter af informanternes professionelle selvforståelse.

Som det fremgår af mit display (se figur 3.2) overlapper nogle af koderne hinanden, ligesom kategorierne griber ind i hinanden. Det betyder, at nogle udsagn vil kunne give mening mere end et sted i analysen. Jeg har dog bestræbt mig på at placere udsagnene i de afsnit, hvor jeg vurderer, at de hører mest hjemme.

Analysen af interviewene er foretaget som meningskondensering, hvor udsagnene trækkes sammen til kortere pointer og betyder, at lange tekster reduceres til kortere, mere koncise formuleringer (Kvale 2005, p. 190).

4.1. Den professionelle kommunikatør

Som litteraturgennemgangen viste, spænder kommunikationsfaget bredt. Fra håndværk med ord, billeder og lyd over pr og pressearbejde til strategisk tænkning og analyse på ledelsesplan (Kjær Hansen & Jørgensen 2012, pp. 17-18), mens Nørgaard Kristensen peger på, at en professionel kommunikatør er karakteriseret ved at være i stand til at kombinere journalistisk flair for den gode historie og en teoretisk og analytisk kompetence med organisatorisk indsigt (Nørgaard Kristensen 2005, p. 126). Den forståelse kommer også til udtryk i de fire interviews, om end de fire informanter lægger trykket forskellige steder.

Lone fremhæver evnen til at tænke både taktisk og strategisk og dermed bruge kommunikation til at nå organisationens mål på lang sigt. En professionel kommunikatør i hendes øjne forstår den faglige substans i det, hun skal kommunikere, og kan analysere sig frem til, hvornår det er rigtigt at gøre det ene, og hvornår man skal gøre det andet. Og så peger hun på, at det er uhyre vigtigt at kunne sige nej:

”Jeg synes, at man er professionel, når man kan sige nej, foretage fravalg og tænke tingene sammen, så

kommunikationen er konsekvent både internt og eksternt.”
(bilag B, p. 7).

Også Tom peger på, at en god kommunikatør har forståelse for rækkevidden af en kommunikationsindsats og kan se, både hvornår kommunikation er en del af løsningen, og hvornår det ville være smartere at holde sin mund: ”Der er i virkeligheden mange udfordringer, der ikke kan løses med kommunikation, fordi problemet er noget helt andet” (bilag D, p. 13).

Han fremhæver endvidere evnen til at tale med mennesker, som en måske banal men dog afgørende kompetence for en professionel kommunikatør, der på mange måder kan sammenlignes med en god sælger, også selv om Tom indskyder, at kommunikatører ikke bryder sig om termen sælge, men foretrækker at bruge ordet pitche, fordi ”det lyder pænere” (ibid., p. 11).

Hans tager som kommunikatør i en offentlig forvaltning med mange tusinde ansatte udgangspunkt et andet sted. Han betragter egen troværdighed, etik og moral som vigtige ingredienser i en professionel ageren, fordi han som kommunikatør er nødt til at kunne tænke som modtagerne af budskabet for at handle taktisk og strategisk:

”Jeg skal kunne sætte mig ind i, hvad det, jeg gør, betyder for de mennesker, der lige om lidt får at vide, at de er fyret, eller at deres institution lukker, eller at de ikke kan få den kørsel til deres børn, som de hidtil har kunnet. Ellers kan jeg ikke kommunikere professionelt.” (bilag C, p. 10).

For Hans er professionel kommunikation åben og ærlig: ”Når journalister spørger, svarer vi, og vi svarer altid. Svaret ’ingen kommentarer’ findes ikke. Og det gælder hele organisationen” (ibid., p. 14). Men selv om alle har ret til at udtale sig om det, de har forstand på, er der selvfølgelig i en stor kommunal forvaltning emner og områder, som man hverken kan eller vil fortælle om, påpeger han.

Både Lone, Tom og Hans betragter altså både sig selv som facilitatorer, idet de sørger for at få det rigtige budskab ud på det

rette tidspunkt, og som gatekeepere, der til andre tider må smække porten i og tie, afhængig af sagen og situationen.

Som selvstændig adskiller Ditte sig på flere punkter fra de øvrige informanter. Som kommunikatør har hun mest erfaring med rollen som facilitator og sparringspartner, idet hun bliver hyret til at skabe synlighed om en kundes produkt eller ydelse (bilag A, p. 8). Det indebærer både taktisk og strategisk rådgivning i form af, hvem skal vide hvad hvornår, hvorfor hun også i hvert fald teoretisk set vil fungere som gatekeeper, hvis situationen kræver det.

Alle fire har en oplevelse af, at kommunikationsarbejdet er blevet mere professionelt i de år, de har arbejdet indenfor feltet, hvilket ligger i tråd med Nørgaard Kristensens undersøgelse, der peger på en mere professionaliseret branche (Nørgaard Kristensen 2005, p. 126). Fx siger Ditte: "Der er kommet langt flere medier, og det kræver flere specialer som kommunikatør, fordi man skal kunne håndtere hele paletten" (bilag A, p. 6).

De fire er også enige om, at professionelt kommunikationsarbejde spiller en stor rolle i det moderne samfund, hvor konkurrencen, som bl.a. Nørgaard Kristensen peger på (Nørgaard Kristensen 2005, p. 127) om synlighed, legitimitet og troværdighed ustandselig vokser.

Lone siger:

"De nye medieplatforme har betydet, at flere har mulighed for at tage aktivt del i debatten, hvorfor det bliver stadig vigtigere at skille sig ud. Det er vel også derfor, at mange virksomheder og organisationer opruster på kommunikationssiden" (bilag B, p. 10).

Opsummerende kan jeg konkludere, at evnen til taktisk og strategisk tænkning er det altafgørende professionstræk for mine fire informanter, fordi det gør dem i stand til at veksle mellem rollen som facilitator, når han eller hun sørger for at kommunikere det rette budskab ud på det rette tidspunkt og til rette vedkommende, og som gatekeeperen, der ved, hvornår tiden er inde til at holde mund.

4.2. Uddannelsens betydning

I forlængelse af analysen af den professionelle kommunikator peger Nørgaard Kristensen (Nørgaard Kristensen 2005) i sin undersøgelse på, at flere og bedre uddannede kommunikatører er årsagen til, at feltet udviser større professionalitet i dag end førhen. De fire informanter medgiver således også, at de på forskellig vis trækker på deres uddannelse i deres daglige arbejde som kommunikatører.

Deres uddannelsesmæssige baggrund er imidlertid også temmelig forskellig, da Lone er antropolog, Tom er cand. merc. med overbygning i kommunikation, Ditte er cand. mag i dansk og dramaturgi, og Hans er journalist. Dertil kommer, at både Lone og Ditte har en efteruddannelse, Lone i strategisk kommunikation og Ditte i journalistik.

Det betyder, at de henter deres viden om strategisk kommunikation, pr og organisationsforståelse samt deres praktiske kunnen i form af evnen til at vinkle et budskab, researche og formidle klart og konkret lige så forskellige steder fra.

Som akademikere trækker Lone, Tom og Ditte bl.a. på det kendskab til analytisk tænkning og metode, som deres kandidatuddannelse har bidraget med. Fx nævner Tom diskursanalyse og Ditte projektledelse, mens Lone peger på kvalitativ metode (bilag D, p. 4, bilag A, p. 2, og bilag B, p. 3).

Lone understreger også, at hendes efteruddannelse har givet hende en grundlæggende indsigt i, hvordan ekstern og intern kommunikation spiller sammen, og dermed en evne til at tænke kommunikation taktisk og strategisk (bilag B, p. 3). Tom fremhæver, at han med sig fra CBS har evnen til at legitimere kommunikatørens eksistensberettigelse i en organisation og til at synliggøre den kraft til gavn for bundlinjen, der ligger i professionel kommunikation:

”Som kandidat fra CBS bliver vi skolet til at gå ud og insistere på vores rolle på det private marked, hvor vi jo ikke kan sidde og tro, at der er nogle andre, der sørger for indtjeningen.”
(bilag D, p. 6).

Hans derimod udnytter sin journalistiske uddannelse og erfaring, og han ser det som en klar fordel for en kommunikator at være

uddannet journalist. Han fortæller, at han blev ansat til at vide, hvad omverdenen tænker, og hvordan organisationen skal agere i det (bilag C, p. 1). Og netop den forståelse kombineret med den samfundsinteresse og den evne til at afkode, hvad der fænger folk, som alle journalister bør have, betyder i Hans' øjne, at han som journalist føler sig godt rustet til jobbet som kommunikatør:

”Evnen til at kunne sætte sig ind i ting hurtigt, forstå sammenhænge og se, hvem der er de væsentlige aktører, og hvad deres interesse er i det her, har journalister med sig” (ibid., p. 3).

Også Ditte forklarer, hvordan hun trækker på sin journalistiske efteruddannelse. Hendes tilgang er dog langt mere praktisk orienteret, da hendes kommunikationsopgaver primært ligger indenfor formidling (bilag A, p. 5). Hun har derfor god brug for hele sin journalistiske værktøjskasse fra vinkling, research og formidling til konceptudvikling og målgruppeforståelse. Ditte peger på, at hun uden sin efteruddannelse som journalist ville være mindre skarp, mindre konkret og langt mere akademisk og ”langhåret” (ibid., p. 7).

Ikke mindst i forholdet til medierne er forskellen på de fire informanternes uddannelsesmæssige baggrund tydelig. For mens Lone og Tom har måttet oparbejde en forståelse for medievirkeligheden gennem praktisk erfaring og samarbejde med journalister, trækker Ditte og i særdeleshed Hans på deres journalistiske skoling. For Dittes vedkommende er denne skoling dog langt mere teoretisk end praktisk, da hun aldrig har arbejdet på en redaktion (bilag A, p. 1).

Alle fire informanter lægger således vægt på, at deres uddannelse har udstyret dem med en særlig viden, som de gør brug af som professionelle kommunikatører, men det er samtidig evident, at denne viden kan hentes forskellige steder fra og ikke nødvendigvis behøver erhverves gennem en egentlig uddannelse i kommunikation.

Praktisk erfaring bidrager ligeledes, hvorved jeg kan konkludere, at en uddannelse nok har betydning for disse kommunikatørers professionelle selvforståelse, men der er flere måder at opnå den særlige viden, de mener, der kræves for at agere som professionel kommunikatør.

4.3. Graden af autonomi

Som det fremgår af litteraturgennemgangen er besiddelse af særlig viden er et af karakteristikaene ved den traditionelle opfattelse af professionsbegrebet. Og sammen med esoterisk viden hører autonomi.

I forhold til hvorvidt en kommunikator har autonomi i sin udførelse af sit hverv internt i en virksomhed eller organisation, er informanterne enige om, at fuldstændig autonomi for en kommunikator må være en illusion. Som kommunikator er man ansat eller hyret til at kommunikere på vegne af nogen. Og derfor vil kommunikationen altid skulle tilrettelægges i et samarbejde med nogen, der har en overordnet beslutningskompetence (Kjær Hansen & Jørgensen 2012, p. 141).

Hans, Lone og Tom oplever da også generelt, at såvel chefer som kolleger i organisationen interesserer sig for og ofte blander sig i deres arbejde. Det hænger særligt i Lones og Toms tilfælde sammen med, at begge arbejder i en organisation, hvor evnen og forpligtelsen til at kommunikere er en del af alle ansattes jobbeskrivelse (bilag B, p. 1 & D, p. 3). For Hans handler det som ansat i en politisk styret forvaltning om, at han som kommunikator både er underlagt en forvaltningslovgivning med regler for, hvad der må kommunikeres, og til enhver tid kan pålægges at kommunikere det ud, som en byrådsbeslutning eller hans politiske chef kræver (bilag C, p. 21).

Både Lone og Hans føler dog begge, at deres faglighed bliver respekteret, og at de derfor besidder en vis autoritet i deres job. Især Lone nyder en udstrakt grad af autonomi og autoritet som medstifter af tænketanken. Som hun selv udtrykker det: "Det er mig, der har den rådgivende rolle og kan sige ja eller nej" (bilag B, p. 11).

Lone beskriver sig selv som en udfordrer, og hun mener, at hun aldrig har været typen, der slog hælene sammen og klappede i, hvis hun var uenig med en chef eller en leder. Tværtimod, hun finder det overordentlig vigtigt, at man som kommunikator til enhver tid tør udfordre en chef eller leder på en beslutning, der - set med kommunikatorens øjne - forekommer uklog. Hun betegner det som en pligt (ibid., p. 30), og Lone illustrerer dermed Bowens argumentation for, at enhver kommunikator bør have en autonom

stilling i organisationen, hvis vedkommende skal kunne agere professionelt (Bowen 2006, p. 330).

Hans har samme indstilling til kommunikatorens autonome virke som Lone: "Det er mig, der træffer beslutningen om, hvordan vi kommunikerer, og jeg har faktisk ret frie rammer" (bilag C, p. 15). Det skyldes efter hans egen vurdering, at både kolleger og medarbejdere har tillid til ham og hans rådgivning (ibid., p. 16).

Tom derimod skal i højere grad kæmpe for, at hans faglighed bliver respekteret, og han oplever ikke samme grad af autonomi og autoritet internt i sin organisation, som Lone og Hans gør (bilag D, pp. 20-21). Det skyldes ifølge ham selv, at da han for fire år siden blev ansat som kommunikationschef i en organisation, der primært beskæftiger jurister, var det i en nyoprettet stilling. Derfor skulle han i begyndelsen ofte forklare og ind i mellem forsvare sin faglighed for folk, der ikke fattede, hvad kommunikation skulle gøre godt for.

Tom erkender gerne, at det var en stor omvæltning for ham, der kom fra en stilling på et mediebureau, hvor alle arbejdede med kommunikation, og hvor kunderne "betalte ham i dyre domme for at komme og være dygtig til at kommunikere", pludselig at befinde sig blandt folk, der blandede sig i hans arbejde og udfordrede hans professionelle selvforståelse (ibid.).

Ditte skiller sig også ud her, da hendes forståelse for autonomi ser ganske anderledes ud (bilag A, p. 8). Som selvstændig udbyder af kommunikationsydelser bliver hun netop hyret til at løse en specifik opgave af kunder, der ikke selv har tilstrækkelig viden til selv at varetage opgaven. Kunden betragter hende derfor som eksperten og stiller ikke spørgsmål til hendes ekspertise:

"Vi taler om opgaven, og de får et produkt tilbage eller en løsning eller en plan. Og så kan det jo godt være, at der er nogle små justeringer eller sådan noget, men jeg har aldrig oplevet at blive kritiseret på min metode eller noget andet." (ibid.)

Opsummerende kan jeg slå fast, at informanterne oplever en større eller mindre grad af autonomi i deres daglige virke, og selv om de ind i mellem skal forsvare og forklare egen faglighed bliver de – med

Tom som en delvis undtagelse - betragtet som en autoritet på deres område.

4.4. Etisk ansvarlighed

Som demonstreret i litteraturgennemgangen har det teoretiske blik på kommunikatorens professionelle rolle særligt fokus på etik. Etisk ansvarlighed hænger uløseligt sammen med at agere professionelt som kommunikator, påpeger en række teoretikere (Foght Mikkelsen 2002, Parsons 2009 m.fl.), og min undersøgelse viser, at de fire informanter grundlæggende har samme indstilling. De oplever, at etiske overvejelser er en del af jobbet, men der er forskel på, hvor tit og i hvor høj grad de hver især bliver udfordret.

For Lone er faglig og saglig kommunikation en selvfølge, og som kommunikator i en tænketank, der lever af at udlægge lovgivningen, kalder hun det ligefrem "katastrofalt", hvis der kunne sættes spørgsmålstegn ved, hvorvidt noget er fagligt korrekt eller ej (bilag B, p. 28).

Derfor kan hun heller ikke tilslutte sig anden halvdel af Kjær Hansens og Jørgensens udsagn om, at man skal sige sandheden, men man behøver ikke rutte med den (Kjær Hansen & Jørgensen 2012, p. 405): "Det ville være dødsstødet for os, hvis vi ikke sagde sandheden hele tiden." Sandheden er lig med lovgivningen, og spørgsmålet om, hvorvidt jobbet ind i mellem kolliderer med ens egen etik og moral, er derfor enkelt for Lone. Det gør det ikke, hvis blot man som hun holder sig til det strengt faglige:

"Er det her indenfor vores område, og ligger det i tråd med, at vi arbejder for en bred ytringsfrihed eller ej? Så kan vi jo godt personligt mene, at noget er grotesk, men det har intet med det rent juridiske at gøre, og som tænketank mener vi ikke noget, vi peger kun på, hvad der er juridisk gældende." (bilag B, p. 27)

Hun erkender dog også, at hun i tidligere ansættelser har været udfordret af at vide mere, end hun kunne sige, og det pinte hende, når resultatet derefter blev en ensidig og fejlagtig fremstilling i medierne (ibid., p. 30).

Lone er ikke på samme måde som de øvrige informanter eksplicit om, hvorvidt der er grænser for, hvilke arbejdsgivere hun vil arbejde for. Derimod ville hun aldrig bidrage til at servere en løgn på vegne af en arbejdsgiver (ibid., p. 28).

Hverken Ditte, Tom eller Hans er i tvivl om, at løgn og fordrejning af sandheden må være absolut udelukket for en professionel kommunikatør: "Jeg ville aldrig opfordre til at lyve. Det går ikke, det bliver afsløret," (bilag A, p. 14), "Det med at lyve, det er no go" (bilag D, p. 35), og "Selvfølgelig må man ikke lyve. Det er sådan set bare almindelig sund fornuft" (bilag C, p. 29).

Derimod medgiver de alle tre, at de gerne tilrettelægger eller vinkler et budskab strategisk, så det sætter fokus på det, de gerne vil fortælle, og eventuelt samtidig fjerner opmærksomheden fra noget, de enten ikke kan eller må fortælle. Tom siger:

"Det sker selvfølgelig også her, og i de situationer, hvor man tænker, at det der, det vil vi være kede af, kommer ud, så prøver man da at se, om man kan få snakken over i en anden boldgade." (bilag D, p. 36)

Tom kan til gengæld ikke huske, at han nogensinde har skullet forsvare eller forklare en sag, han ikke var enig i. Og han erkender gerne, at han ville være loyal overfor sin arbejdsgiver meget langt hen ad vejen, hvis en sådan sag skulle dukke op. Omvendt lægger han også vægt på at kunne se sig selv i spejlet og bevare sin personlige integritet (ibid., p. 36). Hvorfor han netop er glad for at arbejde i en organisation, der ikke umiddelbart er sat i verden for at tjene penge til en flok aktionærer, men som i høj grad arbejder for at forbedre forbrugerbeskyttelsen. På den anden side kan han – måske lige med undtagelse af våbenindustrien – sagtens forsvare at arbejde for en kommerciel arbejdsgiver, hvis blot kommunikationsarbejdet er spændende og givende nok (ibid., p. 29).

Heller ikke Ditte kan komme i tanke om en situation, hvor hun har skullet fire på sine personlige grænser. Ditte ser sig selv "kundens mand", idet hun udfører det arbejde, kunden betaler hende for, og hun spekulerer som udgangspunkt ikke over, hvilket formål opgaven har (bilag A, p. 8). Men selv om hun lever af at sælge sine

kompetencer som kommunikatør til kunder, er der dog grænser for, hvem og hvad hun vil arbejde for. For ligesom hun aldrig vil lyve på en kundes vegne, vil hun fx heller ikke arbejde for personer, hun er politisk uenige med, eller for våbenfabrikanter eller tobaksindustrien, og hun vil aldrig medvirke til at dække over "en rådden sag" (bilag A, p. 14)

For Hans ser hverdagen ind i mellem lidt mere broget ud. Som kommunikatør i en organisation med mange tusinde ansatte havner han af og til i en situation, hvor han skal forsvare eller forklare noget, han ikke bryder sig om:

"Det kan fx være sager, der handler om seksuel krænkelse af et barn, for her er der jo den sideeffekt, at en medarbejder hos os bliver mistænkt, og der skal jeg ret hurtigt træffe et valg, der, uanset hvad jeg gør, kommer til gøre ondt enten på den ene eller på den anden" (bilag C, p. 30)

Især Hans er eksplicit omkring, hvem han ikke vil arbejde for. Fx ville han få det svært med en politiker fra Dansk Folkeparti som øverste chef, og våbenindustrien skal heller ikke regne med ham (ibid.).

I det hele taget giver han flere gange i interviewet udtryk for, at hans indsats fokuserer på målet frem for midlet, og her adskiller han sig markant fra både Tom og Lone, der interesserer sig for selve kommunikationsarbejdet. For nogle år siden sagde Hans da også pænt nej tak til at arbejde for en større ejendomsmæglerkæde, fordi han ikke ville acceptere præmissen om, at kæden solgte boligdrømme. Det er dog ikke ensbetydende med, at han ville sige nej til alle kommercielle arbejdsgivere. Han har bare svært ved at pege en ud, der kunne gå an (ibid., p. 31).

De fire informanter tegner således et billede, der viser, at etisk ansvarlighed både har en faglig professionel dimension og en mere personlig orienteret.

4.5. At gøre det gode

Etisk ansvarlighed hænger i høj grad sammen med "en særlig altruistisk arbejdsmoral, der indebærer ønsket om at gøre det gode

og behandle alle lige”, som er en af de professionsmarkører, der figurerer på Staugårds liste (Staugård 2011, p. 171). Bivins og Fitzpatrick og Gauthier oversætter dette ønske og peger på, at kommunikatører, der arbejder med public relations, teoretisk set må kunne siges at have en altruistisk arbejdsmoral, idet de tjener offentlighedens interesser som en slags facilitatorer af den offentlige debat (Bivins 1993, Fitzpatrick & Gauthier 2001).

Som offentlig ansat kommunikatør er Hans ikke et øjeblik i tvivl om, at hans arbejde består i at gøre det gode, og han betegner sågar sig selv som ”ridder af det gode” (bilag C, p.11):

”Jeg kan faktisk godt lide at være et sted, hvor man sætter sig ned og siger, det vi skal her, det har faktisk et formål, som er ‘the greater good’. Jeg ved godt, at det lyder corny, men jeg synes faktisk, at jeg bidrager til, at de unger derude får nogle bedre vilkår, når jeg klæder nogle ledere på til at gøre deres medarbejdere dygtigere.” (ibid, p. 4).

Han peger på, at for ham som journalist er opgaven med at bidrage til oplysning af borgerne naturlig, og han betragter det som sin og de øvrige medarbejders pligt at fortælle kommunens skatteborgere, hvad organisationens mange grene foretager sig (ibid., p. 12).

Ditte, som også har en journalistisk uddannelse, ser det ikke som sin opgave at bidrage til oplysning af offentligheden. Det må nogle andre tage sig af: ”Min opgave er at løse den opgave, som kunden har sat mig til” (bilag A, p. 9). Det betyder imidlertid ikke, at hun ikke glæder sig over, at en større opgave for en fagforening var med til at sætte dagsorden i medierne i for nylig:

”Det var et meget tilfredsstillende stykke arbejde, og jeg synes også, at det var interessant for offentligheden. Men jeg havde ikke lavet det, hvis jeg ikke fik penge for det” (ibid., p. 10).

Også Lone og Tom stejler over ordet pligt, for ingen af dem anser det for deres pligt som kommunikatører at bidrage til at oplyse borgerne, om end Lone peger på, at tænketanken ønsker at bidrage til, at debatten er kvalificeret og synliggøre de eventuelle

konsekvenser af en ændret lovgivning, hvilket i sidste ende kommer offentligheden til gode (bilag B, pp. 12-13).

Tom fremhæver også, at hans organisation føler en forpligtelse til at dele den viden, den har med offentligheden, men samtidig lægger han ikke skjul på, at der er bygget en kommerciel hensigt ind i denne forpligtelse:

”Jeg synes, at vi gør noget godt, men det er en win-win situation. For vi gør både forbrugerne dygtigere til at navigere på nettet, samtidig med at vi kan mærke det på vores salg af certificeringer.” (bilag D, p. 23)

Hverken Tom eller Lone vil altså tage en forpligtelse til at gøre det gode på sig. Deres tilgang er, på trods af at de begge arbejder i organisationer, der ikke umiddelbart skal generere et overskud til en flok aktionærer, kommerciel. De arbejder derimod målrettet på at påvirke og sætte en dagsorden i medierne for at skabe opmærksom omkring deres sag til gavn for organisationen. Lone kalder det tænketankens ”ypperste formål” (bilag B, p. 11), mens Tom anser det som en væsentlig del af sit job (bilag D, p. 25).

Skønt Hans til forskel fra Tom og Lone betragter det som en forpligtelse at bidrage til at oplyse borgerne, lægger han heller dog ikke skjul på, at han ligeledes bruger denne forpligtelse strategisk i arbejdet med at sætte den dagsorden i medierne, som hans organisation ønsker:

”Enhver henvendelse fra journalister er en anledning til at fortælle, hvor fantastiske vi er, uanset at de ringer for noget helt andet. Vi arbejder altid på få den gode historie ud” (bilag C, p. 16).

Ansættelsesforhold spiller altså ind på, hvordan de fire informanter ser på professionsbegrebets altruistiske arbejdsmoral, idet kun den offentligt ansatte kommunikatør anser det som sin pligt at arbejde for oplysning af borgerne, mens de privatansatte gerne bidrager til oplysningen, men deres tilgang er ønsket om et kommercielt udbytte.

4.6. Forholdet til medierne

Muligheden for at bidrage til og influere på mediedagsordenen er en væsentlig faktor i den professionelle kommunikators hverdag, understreger de fire informanter samstemmende.

Forholdet til medierne og de journalister, der er ansat der, har derfor stor betydning, og alle fire beskriver relationen som positiv. Generelt opfatter de journalister som medspillere, selv om Hans foretrækker betegnelsen "interessenter" (bilag C, p. 22). Og de oplever i høj grad, at journalister er afhængige af og taknemmelige for det input, de som kommunikatører leverer. Ikke mindst fordi den teknologiske udvikling betyder, at færre journalister skal bidrage med flere artikler eller indslag (fx bilag A, p. 12).

Den indflydelse, det giver, udnytter de alle fire til en proaktiv indsats overfor medierne, idet de serverer et bredt udbud af færdige historier for dem, og mange af dem ryger mere eller mindre direkte i. Ind i mellem endda i sådan en grad, at Tom kan blive helt forskrækket over, hvor nemt det er:

"Det er tosidet, for på den ene side synes jeg, at det er fedt, når de tager mit skriv, på den anden kan jeg godt tænke, at de er dovne, og at det er for nemt." (bilag D, p. 31).

Ditte ser også tit sine pressemeddelelser og andre tekster trykt mere eller mindre uredigeret i både store og små blade og aviser, hvilket gør hende glad og stolt, men samtidig understreger hun, at hun faktisk forventer, at journalister er kritiske og ikke "altædende" (bilag A, p. 12).

Ikke mindst Lone arbejder strategisk med tænketankens medierelationer. Hun inviterer gerne journalister indenfor til et samarbejde, allerede mens historien er undervejs, fordi "det giver større og bedre historier" (bilag B, p. 18). Lone lægger i det hele taget ikke skjul på, at det i vid udstrækning er lykket hende at få journalister til at betragte tænketanken som en uvildig og troværdig ekspert, som de selv kontakter. Kun en sjælden gang, når det er særlig vigtigt, kontakter hun selv medierne (ibid., p. 20). Samme resultat har Tom i nogen grad opnået med sin strategi, idet det er lykkedes ham at minimere de negative historier om

organisationen og i stedet få journalisterne til selv at ringe, når de har brug den viden, de ved, Tom kan levere, og som de ikke kan få andre steder (bilag D, p. 27).

Generelt oplever både Tom og Lone en gensidig respekt og afhængighed mellem sig selv som kommunikatør og de journalister, de samarbejder med, og ingen af dem føler sig som en del af det modstandsparadigme, som forskere som Fredriksson og Johansson (Fredriksson & Johansson 2014) taler om. For begge handler det som kommunikatør om at indse, at kommunikatører og journalister har forskellige roller, og at der er ting, man som kommunikatør ikke kan blande sig i, fx journalisters redigeringsret (bilag B, p. 25).

Heller ikke Ditte har oplevet eksempler på den skepsis, som forskningen peger på, men hun har heller ikke megen direkte kontakt med medierne i rollen som kommunikatør, da hun som oftest rådgiver sine kunder til selv at opsøge medierne (bilag A, p. 4).

Ingen af de tre opfatter desuden sig selv som mindre værdifulde i et samfundsmæssigt perspektiv end journalister, og Louise finder det faktisk "lidt sjovt", at journalister opfatter kommunikatører som hørende til på "the dark side":

"Jeg tror, at det er et udtryk for den trussel, de føler, fordi der bliver ansat stadig flere uden journalistisk baggrund som fx rådgivere og på medierne." (bilag B, p. 23).

Hun illustrerer dermed Deuzes pointe om, at journalister overdriver deres egen betydning som vagthunde i en verden, hvor den teknologiske udvikling for længst har elimineret deres monopol på nyhedsformidling (Deuze 2005, p. 444). Og Wiiks konklusion, at journalister bruger deres professionelle idealer som en slags kulturel kapital for at opretholde de professionelle grænser, der kan værne dem mod forandringer (Wiik 2009, p. 351).

Anderledes ser det ud med Hans' øjne, der med sin journalistiske baggrund har en anden indsigt i den journalistiske selvforståelse og dermed den skepsis, som journalister nærer overfor kommunikatører. Hans forklarer, at han værdsætter journalistikkens rolle som demokratiets vogter – også i forhold til sin egen forvaltning

- og anerkender, at der stadig bliver bedrevet fin og vigtig journalistik i visse medier:

”Objektivt set er rollen som den fjerde statsmagt jo ekstrem vigtig. For det er jo vigtigt, at nogen holder øje med magthaverne og holder dem, der snyder, i ørerne, og den uafhængighed til at gøre det kan vi godt kalde finere rent samfundsmæssigt. Men i forhold til at bidrage til, at de ca. 12.000 mennesker, der arbejder hos os, kan se sig selv i medierne på en måde, der afspejler virkeligheden, er min opgave lige så fin.” (bilag C, p. 27).

Samtidig kan han også sagtens få øje på en journalistisk selvforståelse, der er selvfed og præget af klappen hinanden på skuldrene:

”Jeg mødes stadig med flere af mine tidligere kolleger fra dagspressen, og jeg kan, især efter at jeg er trådt ud af kredsen, høre, hvordan de tit er helt vildt tilfredse med deres egen indsats og bekræfter hinanden i en næsten sekterisk selvforståelse om, at ’vi er noget særligt’.” (ibid., p. 28).

Alligevel opfatter han stadig sig selv som journalist, og fx ærgrer det ham, at han har været nødsaget til at melde sig ud af Dansk Journalistforbund og ind i DJØF. Og derfor blev han også både vred og skuffet, da en tidligere kollega såede offentlig tvivl om hans moral og værdier, blot fordi han havde skiftet job og har fået en anden rolle (ibid., p. 9).

Forskellene i indsigt i den journalistiske professionsforståelse kommer i det hele taget tydeligt til udtryk i interviewene. Hans er som nævnt ikke overraskende den, der mest eksplicit demonstrerer sin indsigt i den journalistiske selvforståelse, mens Dittes manglende erfaring med redaktionsarbejde stiller hende anderledes (bilag A, p. 1).

Lone og Tom derimod beretter begge, at de har måttet oparbejde en forståelse for journalisters hverdag gennem praktisk erfaring med

journalister, idet ingen af dem er uddannet eller har arbejdet som journalister (bilag B, p. 4, & D, p. 2).

Også i forhold til relationen til medierne ligger de fire informanter på linje, idet de alle i større eller mindre grad oplever, at medierne er glade for deres input, og at de evner at bruge medierne strategisk til at sætte dagsordenen med en fordelagtig historie. De to informanter uden en journalistisk uddannelse mærker ikke journalisternes modstand mod kommunikatører, det samme gælder Ditte, der har en journalistisk efteruddannelse, mens derimod den uddannede journalist sagtens kan få øje på, at journalisters professionelle selvforståelse har det svært med kommercielt orienterede kommunikatører.

4.7. Opsummering af analyse

Opsummerende viser analysen af de fire informantinterviews, at evnen til at tænke taktisk og strategisk er et afgørende professionstræk for en kommunikatør, der i kraft af uddannelse og erfaring har en særlig viden, som de udnytter til at opnå autoritet og en vis grad af autonomi i deres daglige virke. Etisk ansvarlighed – både professionelt og personligt - er ligeledes et væsentligt professionstræk, hvorimod kun en enkelt kan tilslutte sig professionsbegrebets altruistiske arbejdsmoral.

Endelig beskriver de forholdet til medierne som positivt, gensidigt og givende, og kun en enkelt kan nikke genkendende til det modstandsparadigme, visse forskere peger på.

På den baggrund vil jeg gå over til at diskutere analysens fund.

5. Diskussion

I denne del vil jeg diskutere, hvordan undersøgelsens fund svarer på problemformuleringens intention om at undersøge, hvilke elementer der indgår i kommunikatorers professionsforståelse, og hvordan den adskiller sig fra og har ligheder med journalisters professionelle selvforståelse.

I diskussionen vil jeg inddrage teorien om professionsbegrebet generelt og om kommunikation som profession specifikt.

Desuden vil jeg med anvendelse af teorien om journalistikkens professionsforståelse og dens forhold til kommunikation diskutere, hvorvidt kommunikatorer med særlig indsigt i den journalistiske selvforståelse er præget af denne. Ligesom jeg ved at inddrage Bourdieus feltbegreb og Sviths Bourdieubaserede interventionistiske journalistfelt også vil diskutere, hvilken betydning det har for kommunikatorers professionsforståelse, at grænserne mellem journalistik og kommunikation bliver stadig mere slørede.

Endelig vil jeg til sidst i et særskilt afsnit diskutere de metodiske begrænsninger i undersøgelsen og disses betydning.

5.1. En profession skabt af kultur og kontekst

Med udgangspunkt i den teoretiske definition på professioner og den foreliggende analyse af de fire informantinterviews må man først og fremmest diskutere, hvorvidt kommunikation som fag i det hele taget kan defineres som en profession.

Som analysen viser, er kommunikation som fag karakteriseret af en række professionsmarkører. De fire informanter illustrerer alle, at deres professionelle rolle fordrer taktiske og strategiske evner og analytiske kompetencer, journalistisk flair for den gode historie samt etisk ansvarlighed overfor omverdenen, som beskrevet af bl.a.

Nørgaard Kristensen, Femø Nielsen, Foght Mikkelsen og Kjær Hansen & Jørgensen (Nørgaard Kristensen 2005, Femø Nielsen 2001, 2010, Foght Mikkelsen 2002, Kjær Hansen & Jørgensen 2012). Dermed kan man argumentere for, at analysen viser, at kommunikatorer som fagpersoner lever op til den specialisering, abstraktion og vurdering, der er en forudsætning for udøvelsen af en profession (Staugård 2011, p. 166).

Det samme gør sig gældende i forhold til det relative høje uddannelsesniveau, som professionsbegrebet - ligeledes i henhold til Staugårds professionsmarkører - kræver. De fire informanter beretter alle, hvordan de trækker på deres respektive uddannelser og den særlige viden, de har erhvervet der, til at løse opgaver for kunder eller for den organisation, de er ansat i (bilag A, B, C & D). Og de illustrerer dermed Nørgaard Kristensens pointe om, at et højere uddannelsesniveau blandt kommunikatører er en af de væsentlige årsager til en stigende professionalisering af kommunikationsfaget (Nørgaard Kristensen 2005, p. 126).

Tre ud af fire informanter oplever desuden, at deres faglighed i vid udstrækning respekteres, og de selv træffer beslutninger, om hvordan arbejdet tilrettelægges. Heraf kan man slutte, at de har opnået en vis autonomi i udførelsen af deres job. De bidrager gerne – i større eller mindre grad – til oplysning af omverdenen, og det hører med til deres professionelle selvforståelse aldrig at lyve overfor omverdenen på vegne af en arbejdsgiver for fx at dække over en kedelig sag (bilag A, B, C & D).

Man kunne således på dette grundlag argumentere for, at kommunikation som fag - i hvert fald i nogen udstrækning - lever op til professionsbegrebet.

Imod taler imidlertid en række forhold. For i og med, at analysen viser, at informanternes særlige viden og praktiske kunnen kan erhverves fra både den akademiske verden, fra forskellige kommunikations-uddannelser, fra journalistisk skoling og ikke mindst fra praktisk erfaring, er det vanskeligt at argumentere for, at virket som kommunikatør forudsætter en esoterisk viden. Den viden, som i klassisk forstand giver eneret til at udøve professionen (Staugård 2011, p. 164). Spørgsmålet er dog, om esoterisk viden er afgørende for at være en profession i moderne forstand, idet professioner som fx lærergerningen, pædagogfaget og journalistikken heller ikke kan siges at besidde esoterisk viden (Hallin & Mancini 2004, p. 35). Og de regnes dog alligevel som professioner. Disse hverv deler som korps en række særlige professionelle værdier og normer, ud fra hvilke de definerer sig (ibid.). Skal man slutte ud fra de fire informanters fokus på

taktisk og strategisk tænkning og etisk ansvarlighed, kan man argumentere for, at det også gælder for kommunikatører.

Ingen af de fire informanter kan heller påberåbe sig fuldstændig selvstændighed i udførelsen af deres hverv. For selv om de alle fire oplever respekt om deres faglighed og en vis autoritet i rollen som kommunikator, blander såvel chefer som kolleger sig alligevel gerne eller har en mening om deres arbejde som kommunikator. For "kommunikere kan vi vel alle", som Tom påpeger (bilag D, p. 20). Desuden giver de alle udtryk for, at fuldstændig autonomi må være en illusion, idet de er ansat til at kommunikere på vegne af nogen (bilag A, B, C & D).

Heller ikke på denne markør kan kommunikationsfaget altså siges at leve op til professionsbegrebet (Staugård 2011, p. 165). Men samtidig giver de fire udtryk for, at de ser det som kommunikatørens professionelle rolle - Lone kalder det endda pligt (bilag B, p. 30) - at råde og vejlede ud fra deres faglige viden, uanset om rådene bliver fulgt eller ej.

Dermed kan man argumentere for, at de i praksis illustrerer Bowens konklusion om, at autonomi i udøvelsen skal være en naturlig del af en kommunikatørs professionelle selvforståelse for, at de kan spare med og vejlede en ledelse til at træffe etisk ansvarlige beslutninger (Bowen 2006, p. 330).

I det hele taget kan man diskutere, om fuldstændig autonomi ikke altid vil være en illusion. Ikke bare for kommunikatører, men for professionsudøvere generelt, idet de fleste vil være hyret eller ansat til at udføre deres arbejde i samarbejde med eller for nogen, hvorfor en vis indblanding i form af ledelsesbeslutninger, lovgivning, politisk indgriben etc. vil forekomme (Staugård 2011, p. 171).

Endelig kan man diskutere, om kommunikationsfeltet kan opvise en altruistisk arbejdsmoral og et ønske om at gøre det gode som endnu en markør på professionsbegrebet. Både Femø Nielsen og Bivins peger således på, at især public relationsopgaver kan betragtes som et eksempel på, at kommunikatørers arbejde kan betragtes som en slags altruisme (Femø Nielsen 2001, p. 67, Bivins 1993, p. 124). Når kommunikatører bidrager til, at alle får en ret til og en mulighed for at udtrykke sig, tjener de som facilitatorer af den offentlige debat,

hvilket i et samfundsmæssigt perspektiv kan siges at bidrage til "at gøre det gode".

Analysen viser da også, at alle fire informanter gerne bidrager til at oplyse omverdenen. Faktisk arbejder de målrettet og strategisk med at påvirke debatten, så vidt det er muligt. Men for tre ud af fire sker det ud fra en kommerciel tilgang fremfor ud fra en egentlig altruistisk arbejdsmoral. Særligt Tom, men også Lone og Ditte understreger, at kommunikation skal føre til noget. Formålet med kommunikation er at skaffe kunder i butikken og værdi på bundlinjen, og de føler ingen forpligtelse i deres nuværende job overfor samfundet til at udfylde denne oplysningsopgave (bilag A, p. 10, B, p. 14, & D, p. 22). De forbinder med andre ord ikke virket som kommunikatør med en altruistisk arbejdsmoral. Og selv om de kategorisk afviser at ville lyve for en arbejdsgiver, medgiver de gerne, at sandheden kan vinkles og serveres i en for arbejdsgiveren fordelagtig rækkefølge (bilag A, p. 14, B, p. 28, C, p. 16 & D, p. 35). Og de demonstrerer dermed Salters og Dinan & Millers synspunkt om, at strategiske rådgivere aldrig kan siges at arbejde i offentlighedens interesse, fordi de altid vil være hyret til at tjene politiske og økonomiske særinteresser (Salter 2005, p. 99, Dinan & Miller 2009, p. 261).

Som offentligt ansat illustrerer Hans som den eneste Nørgaard Kristensens pointe om, at kommunikatører ansat i offentlige institutioner opfatter sig selv som udstyret med en demokratisk forpligtelse til at oplyse borgerne (Nørgaard Kristensen 2005, p. 122). Hans ser det netop som sin pligt at fortælle byens skatteborgere de gode historier om, hvad deres penge bliver brugt til. Han betegner sågar sig selv om "Ridder af Det Gode", fordi han oplever, at hans arbejde bidrager til at gøre hverdagen og livet bedre for de børn og forældre, der kan betegnes som en slags kunder i hans butik (bilag C, p. 11).

På den baggrund må man konkludere, at kommunikationsfeltet, som de fire informanter ser det, ikke umiddelbart er kendetegnet ved en særlig altruistisk arbejdsmoral. Men når den eksisterer, kan den hænge sammen med ansættelsesforhold. Og man kan dermed argumentere for, at de fire informanter illustrerer Bivins pointe om, at bidraget til oplysning af borgerne er en forpligtelse, der ikke påhviler den enkelte kommunikatør, men snarere den samlede stand,

på samme måde som det er tilfældet for advokater (Bivins 1993, p. 126).

Opsummerende kan man på spørgsmålet om, hvorvidt kommunikationsfeltet kan defineres som en profession, argumentere for, at det ikke er tilfældet, hvis man benytter den række af professionsmarkører, som Staugård lister (Staugård 2011, pp. 164-171).

Omvendt kan man også pege på, at kommunikatører ligesom lærere, pædagoger og ikke mindst journalister opfylder nogle karakteristika ved det traditionelle professionsbegreb.

Ikke mindst med Harrits & Gytz Olesens fokus på viden, eksklusivitet og magt in mente (Harrits & Gytz Olesen 2012, p. 10) kan man argumentere for, at kommunikationsfeltet lever op til et mere flydende professionsbegreb, som er kendetegnende for professioner i moderne forstand (Staugård 2011, p. 160). Moderne professioner – hvilket Abbott påpeger i definitionen på begrebet jurisdiktion - er skabt af såvel den kultur som den kontekst, de skal agere i (Abbott 1988, p. 216), og de hviler på et sæt af særlige professionelle normer og værdier (Hallin & Mancini 2004, p. 35).

I det følgende afsnit vil jeg diskutere, hvordan disse elementer af kommunikatørers professionsforståelse kan sammenlignes med og differentieres fra journalisters professionelle selvforståelse.

5.2. Forskel i altruistisk arbejdsmoral

Som ovenstående diskussion af kommunikatørers professionsforståelse viser, opfylder kommunikation som fag altså nogle af de karakteristika, der gælder for professioner, og ikke andre. Det samme gælder for journalistikken, hvilket litteraturgennemgangen tidligere i dette speciale har vist.

Journalister kan ikke påberåbe sig en esoterisk viden, men deres professionelle selvforståelse bygger alligevel på en vis grad af autonomi og en pligt til objektivt, etisk ansvarligt og uafhængigt af særinteresser at oplyse almenheden. De anser rollen som en uafhængig fjerde statsmagt som selve kernen i journalistikken og afgørende for, at demokratiet fungerer (Kovach & Rosenstiel 2001, pp. 12-13, McNair 2009, p. 237 m.fl.).

Til sammenligning viser analysen af de fire informantinterview, at de opfatter professionen som kommunikatør som specialiseret viden og uddannelsesmæssige kompetencer, nogen eller høj grad af autonomi og autoritet samt en etisk ansvarlighed overfor offentligheden, og deres arbejde udføres på vegne af nogen og skal først og fremmest føre til noget og skabe værdi. For tre ud af fire hører en altruistisk arbejdsmoral dermed ikke med til deres professionelle selvforståelse. De ser det ikke som en pligt at bidrage til at oplyse og gøre det gode, om end de samtidig understreger vigtigheden af altid at fortælle sandheden (bilag A, B, C & D).

Man kan på den baggrund argumentere for, at den vidt forskellige tilgang til en altruistisk arbejdsmoral udgør den afgørende forskel på kommunikatørers og journalisters professionsopfattelse. Kommunikatører arbejder for at opnå noget for nogen, journalister for at oplyse samfundets borgere.

Interessant er det derfor, at den fjerde informant, Hans, giver udtryk for, at han på samme vis, som da han var nyhedsjournalist, føler sig forpligtet til at oplyse borgerne og i det hele taget at arbejde for at gøre det gode (bilag C, p. 17).

Spørgsmålet er så, om Hans' indstilling udspringer af hans journalistiske skoling eller skyldes hans offentlige ansættelse. Og her er analysen ikke entydig, idet både interviewet med Lone og med Tom viser, at altruisme ikke er en del af deres professionsforståelse, men snarere en pligt, der er afhængig af ansættelse (bilag B, p. 13 & bilag D, p. 23) Samme indstilling har Ditte, der primært forholder sig til sin egen situation og ikke tager stilling, hvorvidt kommunikatører i al almindelighed bør arbejde for at oplyse borgerne (bilag A, p. 10). Hans derimod peger på, at han som journalist og med sin deraf følgende altoverskyggende samfundsinteresse, ikke kunne forestille sig at arbejde et sted, hvor fx kommercielle hensyn ville tælle mere end at bidrage til oplysning af borgerne. Dermed indikerer han, at det er uddannelsen, der først og fremmest har skolet ham og skabt hans professionsforståelse (bilag C, p. 4), men samtidig demonstrerer han, at den også er afhængig af ansættelsen.

Hans' professionsopfattelse ligger således på linje med de fund, såvel Risbøl Jacobsen som Volke gør i deres respektive kandidatspecialer blandt journalister, der er skiftet til

kommunikationsjob. Især journalister ansat kommunikatører i offentlige stillinger tager deres journalistiske selvforståelse med sig, men også journalister, der arbejder som freelancere med kommunikationsopgaver, bevarer samme selvforståelse (Risbøl Jacobsen 2015, Volke 2012).

Hans illustrerer desuden Nygren og Stigbrands konklusion, der siger, at uddannelse er et vigtigt led i processen med at danne en professionel identitet (Nygren og Stigbrand 2013, p. 856). Ligesom man med Wiiks pointer om, at professionelle idealer er vigtige brikker i konstruktionen af en professionsidentitet, kan argumentere for, at Hans ved at holde fast i det mest væsentlige ideal for journalisters professionelle selvforståelse stadig opfatter sig selv som en del af det journalistiske professionsfællesskab (Wiik 2009, pp. 354-356).

5.3. Etisk ansvarlighed forener

Anderledes ser billedet ud, når det gælder etisk ansvarlighed overfor offentligheden. For mens tilgangen til altruistisk arbejdsmoral adskiller kommunikatørers og journalisters professionsforståelse i denne undersøgelse, tyder analysen på en fælles opfattelse af etisk ansvarlighed som en bærende del af en professionsidentitet.

Som litteraturgennemgangen illustrerer, bør professionalisme og etisk ansvarlighed hænge uløseligt sammen for en kommunikatør (Parsons 2008, p. 161, m.fl.). De fire informanter giver da også alle i analysen klart og tydeligt udtryk for, at løgne af enhver art er udelukket, hvis man vil sin organisation, virksomhed eller kunde det bedste, og ingen af dem kunne forestille sig at arbejde for arbejdsgiver, hvor de ville skulle lyve eller fordreje sandheden (bilag).

De demonstrerer således, som Fitzpatrick og Gauthier påpeger det, at forretningsmæssig fremgang hænger nøje sammen med etisk ansvarlighed overfor offentligheden (Fitzpatrick og Gauthier 2001, p. 210). De illustrerer desuden Foght Mikkelsens blik på kommunikatøren som afsender af et budskab og dermed den, der har ansvar for, at det er ærligt og redeligt (Foght Mikkelsen 2002, p. 133).

Etisk ansvarlighed er en lige så afgørende del af journalisters professionsforståelse (Hallin & Mancini 2004, p. 35, m.fl.), idet rollen og ansvaret som den fjerde statsmagt og demokratiets vogter kræver en stærk, faglig etik (Kramhøft 2001, p. 25).

Men selv om etisk ansvarlighed således er en vigtig værdi i begge professionsopfattelser, peger analysen også på, at det er væsentligt at diskutere, om kommunikatører og journalister forstår det samme ved etisk ansvarlighed.

For mens journalistikkens opfattelse af etik, bl.a. ifølge Kovach og Rosenstiel, bygger på sandhed, troværdighed og objektivitet (Kovach & Rosenstiel 2001, pp. 12.-13), viser analysen, at tre ud af fire informanter i denne undersøgelse kan tilslutte sig Kjær Hansen & Jørgensens: "Man skal altid sige sandheden, men man behøver ikke at rutte med den" (Kjær Hansen & Jørgensen 2012, p. 405).

Så når Tom, Hans og Ditte tilrettelægger og vinkler et budskab strategisk for at sætte fokus på det, de gerne vil fortælle, frem for på det, de helst vil undgå, demonstrerer de vægten af den egeninteresse, som Nørgaard Kristensen påpeger, altid vil styre kommunikation (Nørgaard Kristensen 2005, p. 8). Og netop den egeninteresse adskiller ifølge bl.a. Salter professionsforståelsen hos kommunikatører og journalister (Salter 2005, p. 92). Han peger således på, at kommunikatører måske godt kan have et nobelt sigte, men formålet med budskabet vil altid være udtryk for en partisk afsenders opfattelse af situationen (ibid.).

Den opfattelse kan man argumentere for, at Lone er et eksempel på. Som det fremgår af analysen, er hun som den eneste ikke umiddelbart enig i, at sandheden skal doseres. Hun ser det som sin opgave som kommunikatør i en juridisk tænketank at formidle lovgivningen og kun den, og hendes budskaber er, siger hun, hverken vinklede eller udtryk for egeninteresse, men derimod uvildige ekspertudsagn, som journalister selv opsøger (bilag B, p. 8).

På den baggrund kunne man påpege, at Lone på samme måde som journalister hævder at være forpligtet på sandhed, troværdighed og objektivitet. Men i modsætning til Hans, der hylder sin journalistiske skoling som en del af sin professionelle selvforståelse og bruger den som kommunikatør, agerer Lone ikke på baggrund af en særlig indsigt i journalisters professionsforståelse. Som akademiker med en

efteruddannelse i kommunikation har hun ikke en sådan. Og hun lægger ikke skjul på, at hendes bevæggrunde ikke er et journalistisk ideal. Tværtimod har hun siden tænketankens oprettelse arbejdet taktisk og strategisk på at opnå ekspertstatus blandt journalister og i offentligheden i det hele taget (ibid., p. 6). Lones indstilling til et etisk ansvar overfor offentligheden afhænger altså af, hvad der tjener afsender, i dette tilfælde tænketanken bedst. Og så kan man argumentere for, at vi er tilbage ved den egeninteresse, som Nørgaard Kristensen påpeger, idet hun på linje med Salter og Dinan & Miller argumenterer for, at der altid vil være dimensioner af overtalelse og dermed en eller anden form for magtudøvelse på vegne af fx politiske eller økonomiske særinteresser på spil i enhver kommunikationsproces (Nørgaard Kristensen 2005, p. 8, Salter 2005, p. 99, Dinan & Miller 2009, p. 261).

I næste afsnit vil jeg videre diskutere det modsætningsforhold, som, i hvert fald litteraturen hævder, eksisterer mellem kommunikatører og journalister.

5.4. Idealer og virkelighed i et kompliceret forhold

Som det fremgår af analysen af de fire informantinterview er forholdet til medierne en væsentlig del af disse kommunikatørers professionsforståelse. De fire definerer alle deres relation til medierne som en overvejende god og givende relation. De oplever, at journalisterne er glade for, interesserede i og i vid udstrækning afhængige af deres input (bilag A, B, C & D).

Tre ud af fire informanter stiller sig derfor uforstående overfor det modstandsparadigme, som litteraturgennemgangen afdækkede som en væsentlig faktor i journalisters i forhold til kommunikatører (ibid.). Informanterne møder ikke modstand i deres daglige arbejde med journalister, snarere tværtimod.

Det giver derfor anledning til at diskutere, hvorvidt forholdet mellem kommunikatører og journalister reelt er præget af, at journalister ifølge Fredriksson og Johansson betragter kommunikatører som "uetiske, manipulerende og udelukkende drevet af deres arbejdsgivers egeninteresse" (Fredriksson & Johansson 2013, p. 586). Eller om der er tale om, at ét er idealer i en professionel selvforståelse, noget andet virkelighed.

Journalisten Hans genkender imidlertid den skepsis, som Fredriksson og Johansson beskriver, at journalister pr. definition nærer mod kommunikatører (ibid, p. 585), og han har selv oplevet det i praksis i begyndelsen af sit virke som kommunikatør (bilag B, p. 26). Og det er derfor nærliggende at antage, at det netop er den særlige indsigt i den journalistiske selvforståelse, som Hans har med fra sin uddannelse og mangeårige erfaring som nyhedsjournalist, der giver ham blik for det teoretisk funderede modstandsparadigme.

For Hans understreger også, at han betragter modstanden som en del af journalisters professionelle selvforståelse og et ideal, der bliver luftet ved festlige lejligheder fremfor en reel del af det daglige forhold mellem journalister og kommunikatører. Dermed illustrerer han på lige fod med de øvrige informanter den anden konklusion i Fredriksson og Johanssons undersøgelse, der viser, at journalister i praksis sætter stor pris på kommunikatører og deres arbejde (Fredriksson & Johansson 2014, p. 586).

Interessant er det også, at mens litteraturen byder på en lang række studier, der demonstrerer journalisters skepsis mod kommunikatører, er det modsatte ikke tilfældet. Som analysen viser, betragter tre ud af fire kommunikatører journalister som medspillere og kolleger, og de ligger alle på linje med Nørgaard Kristensen, der påpeger, at kommunikatørers positive og professionelle relation til medierne er præget af gensidig afhængighed og jævnbyrdighed. Journalister har brug for kommunikatørens input, mens kommunikatørerne har brug for mediernes eksponeringsplatform (Nørgaard Kristensen 2005, p. 125).

Isoleret set er der således ikke meget i denne undersøgelse, der umiddelbart tyder på, at det modstandsparadigme, som Fredriksson og Johansson taler om, eksisterer (Fredriksson & Johansson 2014, p. 585).

Men, som Nørgaard Kristensen bl.a. understreger, det er præcis denne opfattelse af gensidig afhængighed og jævnbyrdighed, der rammer journalisters professionelle selvforståelse og bidrager til at journalister ligefrem definerer deres professionsforståelse som i opposition til kommunikation (Nørgaard Kristensen 2005, p. 125).

Som tidligere beskrevet er journalisters professionsforståelse i høj grad baseret på idealet om rollen som samfundets vagthund, der

agerer autonomt og uafhængigt af særinteresser (McNair 2009, p. 237). Inddrager man resultaterne i dette speciale, viser det sig tydeligt, at de fire informanter netop oplever, at deres viden og evne til tænke taktisk og strategisk i forhold til medierne i vid udstrækning udstyrer dem med en magt til at påvirke og i nogle tilfælde sætte en dagsorden, når de ønsker det. I det hele taget giver de fire mere eller mindre eksplicit udtryk for, at de qua deres strategiske viden og praktiske færdigheder har stor indflydelse på nyhedsformidlingen i medierne (bilag A, B, C & D).

Man kan således konstatere, at de som kommunikatører bidrager til at lægge pres på den journalistiske frihed og dermed den journalistiske selvforståelse som uafhængige vagthunde. Også selv om de alle fire i interviewene understreger vigtigheden af kritisk og uafhængig journalistik (ibid.).

Yderligere kan man argumentere for, at de fire illustrerer den instrumentalisering, som bl.a. Hallin & Mancini taler om, at journalistikken er udsat for af eksterne aktører (Hallin & Mancini 2004, p. 37). Og at de er et eksempel på de professionelle kilder, der ifølge Blach-Ørsten får stadig større indflydelse på journalisters rutiner og ressourcer (Blach-Ørsten 2013, p. 94).

Kommunikatørernes indflydelse bliver endnu tydeligere, hvis man inddrager, hvordan Tom og Lone ifølge analysen er lykkedes med at brande deres egen organisation i en grad, at de har opnået en slags ekspertstatus (bilag B, p. 8 & D, p. 27). At Hans oplever, at han til stort set hver en tid kan sætte dagsorden i den lokale presse med den rigtige historie (bilag C, p. 17), og at Ditte ofte ser sine pressemeddelelser trykt fra ord til andet i nogle af landets største aviser (bilag A, p.9). Med andre ord demonstrerer de med al tydelighed den tendens, som bl.a. Macnamara advarer imod, når han peger på, at journalister er blevet så vant til at benytte sig af kommunikatørers bidrag, at de er blevet blinde for den indflydelse, det giver kommunikatørerne (Macnamara 2016, p. 124).

Set med journalistiske øjne er den udvikling bekymrende (ibid., Salter 2005, Lewis et al. 2008, Blach-Ørsten 2013 m.fl.), og som både Wiik og Nygren og Stigbrand viser, bidrager den til, at journalister hylder deres professionelle idealer i endnu højere grad som en slags symbolsk kapital, når virkeligheden banker på (Wiik 2009, Nygren og

Stigbrand 2013). Til gengæld viser Ladendorf, at den idealistiske professionsforståelse blandt freelancejournalister er intakt i teorien, men ofte bliver gradbøjet i virkeligheden, hvor det gælder om at leve af sine opgaver (Ladendorf 2012).

På den ene side kan man altså argumentere for, at modstandsparadigmet eksisterer, om end det i hverdagen har karakter af et teoretisk ideal, som Hans dels kender fra sin egen tid som udøvende journalist, dels stifter bekendtskab med, når hans tidligere kolleger bliver (selv)højtidelige.

På den anden side kan man hævde, at idealet om den frie og uafhængige journalist, der definerer sig selv i opposition til kommunikatører, er en illusion udryddet af en virkelighed med stadig stigende hurtigheds- og produktionskrav (Blach-Ørsten 2013, p. 94). Og et udtryk for det, som Deuze beskriver som journalisters trang til at overdrive deres egen betydning (Deuze 2005, p. 444). Hvorfor samarbejdet mellem kommunikatører og journalister i hverdagen netop foregår positivt og professionelt præget af gensidig afhængighed og jævnbyrdighed, som såvel Nørgaard Kristensen (Nørgaard Kristensen 2005, p. 127) som de fire informanter peger på.

I næste afsnit vil jeg diskutere om denne gensidige afhængighed og jævnbyrdighed betyder, at grænserne mellem de to professioner bliver så slørede, at de to ender med at blive et og samme professionsfelt, samt hvilken betydning det har for kommunikatørers professionsforståelse.

5.5. To fag – et felt?

At kommunikatører har stor indflydelse på nyhedsstrømmen illustrerer analysen af de fire informantinterviews i denne undersøgelse tydeligt.

Spørgsmålet er imidlertid, om grænserne mellem journalistik og kommunikationsfaget efterhånden er så udviskede, som bl.a. Sjøvaag, peger på (Sjøvaag 2015, p. 109), at man kan gå så vidt som Evans og hævde, at journalistik og pr efterhånden er to sider af sag (Evans 2010, p. 31). Eller om professionerne trods alt ikke tåler sammenligning (Salter 2005, p. 97).

For at diskutere om journalister og kommunikatører er aktører i samme professionsfelt, vil jeg inddrage Sviths Bourdieu-inspirerede interventionistiske journalistfelt. Feltet består af to poler, en strategisk informationspol og en nyhedsjournalistisk pol. Som nok står i modsætningsforhold til hinanden, men - som de fire informantinterviews understreger - hvor både kommunikatører og journalister har kapacitet til at intervenere og dermed til at gribe ind i nyhedsstrømmen (Svith 2015, p. 131).

Man kan således argumentere for, at i og med kommunikatører forsøger at påvirke nyhedsstrømmen og sætte dagsorden i medierne, optræder de som aktører i samme felt som journalister (Wilken 2011, p. 52).

I takt med at journalisterne bliver stadig mere presset af krav om hurtighed og produktion, viser såvel teorien som analysen af de fire informantinterviews, at kommunikatørernes magt og indflydelse i feltet stiger. Både Tom og Lone giver eksplicit udtryk for, at journalister stadig oftere bruger deres organisation som eksperter, mens Hans og Ditte har talrige eksempler på, at pressemeddelelser ryger uredigeret i medierne. Denne magt og indflydelse udstyrer kommunikatørerne med en vis professionskapital, og set med Harrits' professionsblik er det således ikke kun et teoretisk spørgsmål om professionsmarkører, der afgør, om kommunikatører tilhører samme professionsfelt som journalister. Den diskussion afgøres i lige så høj grad i de symbolske kampe om, hvad der har værdi i feltet (Harrits 2011, p. 178).

Alligevel må man konstatere, at kommunikatørerne stadig støder mod en mur i feltet. I og med at den traditionelle journalistiske professionsforståelse er baseret på den række af særlige professionelle normer og værdier om uafhængighed, objektivitet og selvstændighed, som bl.a. McNair, Schudson og Anderson og Kovach og Rosenstiel lister som del af den journalistiske professionsforståelse (McNair 2009, p. 237, Schudson & Anderson 2009, p. 99, Kovach & Rosenstiel 2001, pp. 12-13), har journalister formået at skabe sig en særlig position i feltet med en særlig diskursiv afgrænsning af, hvem der er inde, og hvem der er ude (Harrits 2011, p. 185). Illustreret fx af den gruppe nyhedsjournalister, der for et par år siden stiftede deres egen gruppe

i Dansk Journalistforbund for at adskille den uafhængige nyhedsjournalistik fra resten. Det er samme særlighed, Hans henviser til, når han taler om tidligere kolleger, der bekræfter hinanden i "en sådan sekterisk selvforståelse" (bilag B, p. 28). Og som afføder kommentarer om "the dark side" og "mørkets fyrster" til journalister, der skifter fra journalistik til kommunikation.

Dermed kan man på den ene side argumentere for, at fordi kommunikatørerne breder sig med hast i professionsfeltet, får de stadig mere indflydelse på feltets regler. Som nævnt i indledningen er antallet af medlemmer af Dansk Journalistforbund, beskæftiget med kommunikation, stærkt stigende. Mange af dem har sågar en journalistisk uddannelse i bagagen og dermed en særlig indsigt i den journalistiske professionsforståelse, præcis som Hans¹⁷. Og man kan som Evans hævde, at den frie bevægelse mellem de to fag, som bl.a. illustreres af danske journalister, der ubesværet skifter fra journalistik til kommunikation og tilbage igen¹⁸, indikerer, at kommunikation og journalistik er to sider af samme felt. Det samme gør det faktum, at kommunikatørers input er en lige så almindelig del af hverdagen for en journalist som deadlines. Og - ikke mindst - at de to fag er baseret på samme evne til at researche og formidle en sag på bedste vis (Evans 2010, p. 32).

På den anden side kan man påpege, at journalister stadig i kraft af en professionsbevidsthed baseret på særlige normer og værdier udgør så stærk en gruppering, at de formår at indtage en særlig plads i feltet. Det faktum illustrerer således bl.a. Salters opfattelse af, at journalistik og kommunikation ikke er to sider af samme sag, idet kommunikatører tjener særinteresser, journalister varetager almene interesser (Salter 2005, p. 99).

Under alle omstændigheder fører det frem til at diskutere, hvilken betydning - om nogen - disse slørede grænser har for kommunikatørers professionsforståelse.

Ifølge analysen er de fire informanter særdeles bevidste om deres stigende indflydelse på professionsfeltet, hvor de oplever den gensidige afhængighed og jævnbyrdighed, som Nørgaard Kristensen taler om (Nørgaard Kristensen 2005, p. 127). De fremhæver, hvordan

¹⁷ <http://journalisten.dk/journalister-indtager-kommunikationsjobs>

¹⁸ <http://journalisten.dk/journalistik-og-kommunikation-i-en-stor-paerevaelling>

de udnytter deres viden om og indsigt i den journalistiske del af feltet til at sprede deres budskaber, og hvordan taktisk og strategisk ekspertise har gjort i hvert fald Tom og Lone i stand til at brande organisationen til en status som eksperter, som journalister selv opsøger. Man kan derfor argumentere for, at kommunikatørerne i denne undersøgelse demonstrerer, hvordan deres professionelle selvforståelse kan udnyttes som en faktor i feltets symbolske kamp om legitimitet og dominans (Svith 2015, p. 132).

Derimod synes de ikke at være optagede af at udfordre den journalistiske pol. Tværtimod ser de alle fire værdien af forskellige roller og en kritisk og uafhængig journalistik, der giver dem et uafhængigt modspil og holder øje med magthavere generelt. Som Hans udtrykker det: "Selv om jeg selv synes, at jeg er mr. Honest, har jeg brug for, at nogen holder øje med det, vi går og laver." (bilag B, p. 22).

Dermed kan man overordnet argumentere for, at de fire informanter dels tilslutter sig Evans' pointer om flere ligheder end forskelle, dels giver Salter ret i, at kommunikation og journalistik ikke er et og samme fag (Evans 2010, p. 32, Salter 2005, p. 105).

5.6. Metoderefleksioner

I dette afsnit vil jeg diskutere udvalgte metodiske svagheder ved undersøgelsen, og hvilken betydning disse svagheder har for resultaterne.

Jeg vil koncentrere mig om tre punkter: 1/ Designet af undersøgelsen, 2/ udvælgelse af interviewpersoner, og 3/interviewguiden.

Jeg vil således ikke diskutere generelle svagheder og styrker ved den kvalitative metode, da det vil føre for vidt i dette speciale, eller diskutere min egen rolle som interviewer og fortolker, da jeg har behandlet den under metodeafsnittet.

5.6.1. Designet af undersøgelsen

Først og fremmest kan man diskutere, om designet af undersøgelsen med fire kvalitative interviews overhovedet giver mulighed for at svare på problemformuleringen.

Der findes ikke vedtagne regler for, hvor mange kvalitative interviews man skal foretage for at kunne kalde det en undersøgelse. Ifølge Kvale ligger antallet af interviews i en kvalitativ undersøgelse typisk omkring 15 +/- 10 (Kvale 2005, p. 108).

Dermed må jeg konstatere, at min undersøgelse ligger lavt. Kvale peger dog også på, at det nødvendige antal afhænger af undersøgelsens formål (ibid.) Formålet med denne undersøgelse er som beskrevet i afsnittet om afgrænsning at indkredse elementer af kommunikatorers professionsforståelse, som de opleves af forskellige interviewpersoner, fremfor at opnå en endegyldig og entydig definition på begrebet.

Analysen viser imidlertid, at de fire informanter er temmelig enige om, hvilke elementer deres professionsforståelse indeholder, og hvordan deres relation til medierne ser ud. Ligesom der i vid udstrækning er overensstemmelse mellem de enkelte informanternes opfattelse og den anvendte teoretiske forståelse. På den baggrund kan man argumentere for, at det lave antal går an her.

Men selv om analysen identificerer en række fællestræk, og min tilgang er induktiv, da jeg bruger det enkelte tilfælde til at drage slutning om det alment gældende for kommunikatorers professionelle selvforståelse (Bøgh Andersen et al. 2012, p. 27), må jeg erkende, at antallet af interviewpersoner er så lille, at det ikke er muligt at generalisere ud fra den foreliggende Repræsentativitet er ganske vist heller ikke målet med denne type undersøgelsesdesign (Neergaard 2015, p. 52), men man kan hævde, at den induktive tilgang alligevel indebærer en vis form for generalisering. Man kan derfor argumentere for, at analysen kun i nogen grad bidrager til at svare på problemformuleringen.

5.6.2. Udvalgelse af interviewpersoner

Med så få interviewpersoner bliver udvælgelsesmetoden særdeles vigtig. Som beskrevet i metodeafsnittet har jeg udvalgt de fire informanter med det formål at indkredse en professionsforståelse hos kommunikatorer og sammenholde den med journalisters for bl.a. at undersøge, om grænserne mellem kommunikation og journalistik efterhånden er så slørede, at de to professioner kan siges at være to sider af samme sag.

Jeg har derfor valgt fire informanter, der på væsentlige punkter ligner hinanden, og man kan derfor anføre, at der vil være vigtige pointer og synspunkter, der ikke bliver repræsenteret. Som tidligere nævnt har jeg fx fravalgt kommunikatører, der arbejder i privatejede virksomheder, fordi jeg vurderer, at deres professionsforståelse vanskeligt lader sig sammenligne med journalisters.

Analysen viser imidlertid, at selv om både Lone og Tom arbejder for organisationer, der ikke er sat i verden for at genere et overskud til en ejerkreds, og Ditte som freelancer både arbejder som journalist og kommunikatør, er de alle tre i højere grad drevet af et kommercielt sigte end et ønske om at oplyse offentligheden. Hvorfor man kan diskutere, om man overhovedet kan sammenligne professionsforståelse på dette punkt.

Omvendt kan man også argumentere for, at analysen netop tyder på, at på dette punkt adskiller kommunikatørers og journalisters professionsforståelse sig væsentligt.

Man kan med nogen ret problematisere, at tre ud af fire informanter har en uddannelse eller efteruddannelse fra DMJX. Analysen tegner imidlertid ikke noget entydigt billede af, hvorvidt og hvordan uddannelse og især uddannelse som journalist har betydning for professionsforståelsen. Ganske vist viser analysen, at Hans i forhold til public serviceforpligtelse og en altruistisk arbejdsmoral har en anden professionsforståelse end de øvrige. Men mit belæg for at hævde, at det skyldes hans uddannelse og erfaring som nyhedsjournalist, er yderst spinkelt, idet Hans er den eneste med denne baggrund. Samtidig er han alene om at være ansat i en offentlig forvaltning, hvilket i lige så høj grad kan have betydning for hans professionsforståelse.

I hvert fald viser analysen, at Ditte ikke deler Hans' forståelse, selv om hun er uddannet journalist fra samme institution. Det kan imidlertid hænge sammen med, at Ditte har taget sin efteruddannelse som voksen og ikke har erfaring fra en journalistisk arbejdsplads, hvorfor hun ikke, som Nygren og Stigbrand peger på, har samme skoling i en journalistisk professionsforståelse som Hans (Nygren & Stigbrand 2013, p. 856).

Jeg må dog konstatere, at i forhold til en betydning af journalistisk erfaring og indsigt er materialet for spinkelt til at kunne bruge det

enkelte tilfælde til at drage slutning om noget alment gældende (Bøgh Andersen et al. 2012, p. 27).

Endelig kan man anfægte, at tre ud af fire informanter beklæder en chefstilling og som en naturlig følge deraf har en vis grad af autonomi i deres job, mens den fjerde som selvstændig må antages at have det samme. Man kan således argumentere for, at billedet af kommunikatørers autonomi i denne undersøgelse bliver forskønnet, idet en menig kommunikationsmedarbejder næppe vil kunne hævde at besidde autonomi.

Analysen viser da også, at de fire informanter oplever en udstrakt grad af autonomi, hvorfor man kan frygte, at sammenligningen med den journalistiske autonomi er skæv.

Omvendt kan man hævde, at netop fordi journalistikkens professionsforståelse - på samme vis som de klassiske professioner - ikke er hæftet op på et ansættelsesforhold (Staugård 2011, p. 160), giver det mening at sammenligne med kommunikatører i chefstillinger.

På den baggrund kan det diskuteres, om udvælgelsen af de fire informanter er med til at tegne et for ensidigt billede af kommunikatørers professionsforståelse.

5.6.3. Interviewguiden

Som sidste punkt vil jeg pege på, at man kan diskutere, hvordan og i hvor høj grad interviewguiden bidrager til at indkredse en professionsforståelse for kommunikatører.

Som beskrevet i metodeafsnittet er interviewguiden udarbejdet på baggrund af problemformuleringen, forskningsspørgsmålene og den teoretiske gennemgang af forskning i såvel kommunikatørers som journalisters professionsforståelse.

Alligevel kan man diskutere, om spørgsmålene i tilstrækkelig grad medvirker til at identificere informanternes professionsforståelse sammenlignet med journalisters. Fx fører ingen af spørgsmålene til direkte overvejelser om forskellen på at kommunikere på vegne af nogen for at opnå noget og det journalistiske ideal om objektivitet og uafhængighed. Selv om den manglende objektivitet set fra et

journalistisk synspunkt måske kan siges at udgøre den største forskel på kommunikatørers og journalisters professionelle selvforståelse.

På den anden side kan man argumentere for, at guiden er udformet, så den i vid udstrækning kommer rundt om Staugårds professionsmarkører, idet de fire informanter forholder sig til, hvorvidt man som kommunikatør har eneret til og selvstændighed i udøvelsen. Hvilken betydning uddannelse har, og om arbejdet udføres på baggrund af specialisering, abstraktion og vurdering, samt hvorvidt kommunikatører besidder en altruistisk arbejdsmoral (Staugård 2011, pp. 164-171).

De fire interviews er gennemført som semi-strukturerede, hvilket vil sige, at strukturen med seks temaer er tilpasset den aktuelle interviewsituation, hvorfor - som det fremgår af transskriberingen af interviewene - jeg ind i mellem har ændret på rækkefølgen af spørgsmål, slået spørgsmål sammen og i enkelte tilfælde sprunget et spørgsmål over, som informanten tidligere har svaret på.

Jeg kan dog konstatere, at der er stor forskel på, hvordan de fire informanter opfatter flere af spørgsmålene især under tema D. Dette tema har til formål at indkredse elementer af kommunikatørers professionsforståelse, hvorfor spørgsmålene både er åbne, direkte og informationssøgende (Kvale 2005, p. 137). Hvor Hans og Lone har meget på hjerte og svarer nuanceret på fx D1 og D2 (se figur 3.2), må Tom flere gange have præciseret, hvad spørgsmålet sigter efter, mens Ditte generelt svarer kortfattet og i nogen grad ureflekteret på flere af spørgsmålene. Det kan skyldes, at hun ikke som ønsket fik spørgsmålene tilsendt på forhånd, fordi jeg ønskede informanternes umiddelbare svar. I Dittes tilfælde resulterer det sammenholdt med hendes relativt ringe erfaring som kommunikatør i, at hun derfor i flere tilfælde ikke ved præcis, hvad hun skal svare.

Imidlertid kan man argumentere for, at i og med tilgangen som nævnt var eksplorativ, findes der ikke rigtige eller forkerte svar, men netop kun den personlige opfattelse.

Efter således at have diskuteret analysens resultater i forhold til problemformuleringen og de metodiske svagheder ved undersøgelsens resultater, vil jeg i det følgende først konkludere på og siden perspektivere undersøgelsens resultater.

6. Konklusion

Formålet med dette speciale har været at undersøge, hvilke elementer der indgår i kommunikatorers professionsforståelse, og hvordan en sådan adskiller sig fra og har ligheder med journalisters professionelle selvforståelse.

Jeg har fokus på, om kommunikatører med særlig indsigt i den journalistiske selvforståelse er præget af denne, ligesom jeg interesserer mig for, om det har nogen betydning for kommunikatorers professionelle selvforståelse, at grænserne mellem journalistik og kommunikation bliver stadig mere slørede.

6.1. Kommunikation - en moderne profession

Overordnet set kan man konkludere, at denne undersøgelse illustrerer, at kommunikatører deler et særlig sæt af professionelle værdier og normer i form af evnen til taktisk og strategisk tænkning, analytisk kompetence, journalistisk flair for den gode historie og en forpligtelse til at agere etisk ansvarligt i forhold til offentligheden. Og den viser, at kommunikatører i kraft af deres eksklusive viden og kunnen har magt til at påvirke og i nogen grad sætte dagsordenen i den medieverden, de samarbejder med.

Dermed kan man også argumentere for, at det giver mening at tale om kommunikation som en profession i moderne forstand, skabt af den kultur og den kontekst, kommunikatører agerer i.

Samtidig kan man konkludere, at kommunikatorers professionsforståelse i højere grad adskiller sig fra end har ligheder med journalisters samme. Ganske vist viser undersøgelsen, at kommunikatørerne lige som journalister gerne bidrager til at oplyse borgerne. Men hvor journalister teoretisk set betragter det som selve den centrale kerne i deres virke at varetage almenhedens interesser ved at agere demokratiets uafhængige og kritiske vagthund, handler oplysning for kommunikatørerne først og fremmest om strategi og kampen for synliggørelse og indflydelse.

Undersøgelsens sammenligning mellem kommunikatørers og journalisters professionsforståelse viser også, at begge anser etisk ansvarlighed som en del af deres professionelle værdisæt. Men hvor journalister – stadig teoretisk set - er optaget af så objektivt, sandfærdigt og troværdigt som muligt at fremlægge fakta, lægger

kommunikatørerne i undersøgelsen ikke skjul på, at naturligvis skal man sige sandheden, men et budskab bør doseres og serveres på den mest fordelagtige måde for afsender.

Dermed kan man argumentere for, at denne undersøgelse også i nogen grad bidrager til at illustrere Nørgaard Kristensens pointe om, at kommunikation altid vil være styret af økonomiske eller politiske særinteresser, ligesom den vil indebære elementer af overtalelse og dermed magtudøvelse (Nørgaard Kristensen 2005, p. 8).

6.2. Betydning af indsigt i journalistisk selvforståelse

Hvorvidt en særlig indsigt i den journalistiske selvforståelse præger kommunikatørers professionsforståelse, giver undersøgelsen derimod ikke et endegyldigt svar på.

Noget kunne dog tyde på det, hvis man betragter Hans' tilgang til faget. Dels understreger han, at han trækker på sin journalistiske skoling og redaktionelle erfaring i sit nuværende job, dels anser han det - på samme måde som redaktionelt ansatte journalister - som sin pligt at oplyse offentligheden om stort og småt. Hans bekender sig altså i vid udstrækning til professionsbegrebets altruistiske arbejdsmoral.

Hans er imidlertid den eneste erfarne journalist blandt informanterne, hvorfor det er umuligt at afgøre, om hans altruisme skyldes hans journalistiske baggrund eller hans ansættelse i en offentligt forvaltning. Ditte, der også er uddannet journalist, giver således ikke udtryk for samme indstilling. Det kan imidlertid skyldes, at Ditte først for nylig har taget sin (efter)uddannelse, og at hun ikke har redaktionel erfaring.

Omvendt demonstrerer både Lone og Tom, der begge har opbygget kendskab til journalisters professionelle selvforståelse gennem samarbejde med dem, at deres tilgang til oplysning af offentligheden ikke handler spor om altruisme. Det handler derimod for dem - og det samme gælder i nogen grad Ditte - udelukkende om synliggørelse og dermed indflydelse til gavn for bundlinjen.

På den baggrund kan man forsigtigt argumentere for, at undersøgelsen - på linje med Volke og Risbøl Jacobsens fund (Volke 2012, Risbøl Jacobsen 2015) - kunne indikere, at en særlig indsigt i journalisters professionsforståelse har betydning for

kommunikatørers ditto. Men materialet er for spinkelt til en egentlig konklusion.

6.3 . Magtfulde og indflydelsesrige kommunikatører

Ligeledes kan man på baggrund af undersøgelsens resultater konkludere, at de stadigt mere slørede grænser mellem journalistik og kommunikation spiller en rolle for, hvordan kommunikatørers professionelle selvforståelse tager sig ud.

Kommunikatørerne i undersøgelsen opfatter overvejende sig selv som magtfulde og indflydelsesrige i forhold til journalister i medieverdenen, og de lægger ikke skjul på, hvordan de bruger deres viden om og indsigt i det journalistiske felt til at fremme egne budskaber.

Derfor er de heller ikke optaget af at dyrke et eventuelt modstandsparadigme mellem de to fag. Tværtimod opfatter kommunikatørerne i undersøgelsen relationen til journalisterne som positiv, og de oplever, at journalisterne er glade for og i stigende grad afhængige af input. De har da også kun overbærende hovedrysten til overs for en påstand om, at journalister generelt – i hvert fald ifølge teorien - føler sig finere og mere betydningsfulde på grund af deres rolle som demokratiets vogtere end kommunikatører.

Kommunikatører er altså, hvis man skal tro denne undersøgelse, blevet en væsentlig aktør i det interventionistiske journalistfelt, hvorfor de kommer til at udfordre journalisterne på legitimitet og dominans. Til trods for, at undersøgelsen også illustrerer, at kommunikatørerne netop sætter pris på værdien af kritisk og uafhængig journalistik.

Dermed kan man konkludere, at undersøgelsen demonstrerer, hvordan kommunikatører hastigt er i færd med at opbygge en professionsidentitet, der hviler i sig selv, og hverken føler sig i opposition til eller underlegen overfor den journalistiske.

6.4. Nødvendigheden af yderligere forskning

Endelig peger metoderefleksionerne på, at undersøgelsesdesignet har visse svagheder, både i forhold til antallet af informanter, udvælgelsen af samme og udformningen af interviewguiden. Man må derfor konkludere, at resultaterne i denne undersøgelse kun kan

bruges til at give et fingerpeg om, hvordan professionelle kommunikatører definerer en egentlig professionsforståelse. Men dog et fingerpeg, der vil kunne undersøges og udforskes yderligere i fremtidige undersøgelser af både kvantitativ og kvalitativ karakter.

7.0 Perspektivering

Formålet med dette speciale har først og fremmest været et forsøg på at indkredse en professionsforståelse blandt kommunikatører.

Hvordan opfatter aktive kommunikatører deres fag, hvilke normer og værdier har de, og kan man i det hele taget tale om kommunikation som en profession?

Som et relativt ungt fag – især i dansk sammenhæng – uden traditionelle professionsmarkører som eneret i udøvelsen og esoterisk viden baseret på et højt specialiseret uddannelsesniveau er kommunikatører ofte blevet mødt af en opfattelse af, at alle og enhver kan bestride erhvervet.

Derfor er det ikke mindst som uddanner af professionsbachelor i kommunikation interessant at kunne konstatere, at denne undersøgelse konkluderer, at kommunikatører kan siges at kvalificere sig som profession i en moderne forstand.

Med til professionsbetegnelsen, der traditionelt har været brugt om medicin, jura og teologi, hører en anerkendelse og privilegeret position, som man kan argumentere for, at kommunikatører vil kunne nyde godt af. Ikke mindst i deres relation til medierne.

Det viser sammenligningen af kommunikatørers professionelle selvforståelse med journalisters ditto, hvilket har været et andet formål med denne undersøgelse.

For trods samme mangel på eneret i udøvelsen og esoterisk viden har journalister alligevel hidtil formået at dominere relationen til kommunikatørerne ved at italesætte journalistik som finere og mere ædel end kommunikation. Forklaringen er, som sammenligningen viser, en stærk professionsforståelse baseret på den række af professionelle normer og værdier, der har givet journalister en særlig position.

Spørgsmålet er så, om journalisterne kan bevare denne position. For mens antallet af stadig mere professionelle kommunikatører vil stige støt i de kommende år, betyder medieudviklingen, at stadig færre journalister skal levere mere, hurtigere og oftere. De bliver dermed mere og mere afhængige af input fra kommunikatører, der nok skal vide at udnytte deres position. Ikke bare til at sikre sig indflydelse i professionsfeltet, men formentlig også til at opnå stadig mere legitimitet og dominans.

Hvad det vil betyde for journalistikken og for kommunikatørerne som profession, kan kun tiden vise.

Som nævnt i konklusionen bidrager denne undersøgelse dog kun med et fingerpeg om, hvilke elementer en professionsforståelse hos kommunikatører indeholder, og man kan derfor argumentere for, at det kunne være relevant at undersøge feltet nærmere og inddrage et bredere felt af kommunikatører i en undersøgelse. Ved fx at inddrage ansatte i det private erhvervsliv, på flere niveauer og kommunikatører med andre opgaver end eksterne pr-relationer vil man givet opnå et langt bredere og mere nuanceret billede.

Abstract

Title: Professional identity among communicators

Subtitle: How such an identity differs from and is similar to the one of journalists.

The purpose of this master thesis is to examine how professional communicators understand and construct their professional identity, how this understanding appears in comparison with the one of journalists, and how blurring borders between communication and journalism in a modern media reality might affect this understanding.

The theoretical foundation is a selection of studies of professions in general made by researchers like Abbott, Staugård, Harrits et al., studies of the formation of a professional identity among communicators as well as among journalists.

Based on these theoretical studies, the field theory of Pierre Bourdieu and interviews with four Danish communicators working as professionals in the field of communication and public relations I have conducted a qualitative exploratory multiple case study.

My research shows that communicators as professionals share special values, act on the basis of higher education and also agree to a certain ethical responsibility towards the public. Therefore they might regard themselves as professionals in a modern way and in line with journalists and teachers.

I also find, that communicators and journalists both have different opinion on and - at the same time - share certain values of how to act as a professional. Nevertheless, the relationship between communicators and journalists is still characterized by love-hate, because journalists like to maintain their ideals of being independent watchdogs when researchers ask them, whereas they couldn't do without communicators in everyday life.

Therefore I find, that communicators have a strong and powerful influence on journalism today which affect their feeling of being professionals in a positive way.

Although the results might seem rather reliable, this master thesis may have some methodical weaknesses as regards the small amount of interviews and the selection of informants.

Therefore the results of this master thesis should be read with caution as they call for further examination and research of how to understand and construct a professional identity among communicators.

Litteraturliste

Abbott, Andrew (1988), *The System of Professions. An Essay on the Division of Expert Labor*, The University of Chicago Press, Chicago

Beurer-Züllig, Bettina et al. (2009), *Typologies of communicators in Europe*, *Corporate Communications: An International Journal* Vol. 14 no. 2 pp. 158-175, 2009

Bivens, Thomas H. (1993), *Public Relations, Professionalism, and the Public Interest*, *Journal of Business Ethics* 12, pp. 117-126, 1993

Blach-Ørsten, Mark (2013), *The Emergence of an Increasingly Competitive News Regime in Denmark*, i Kuhn, Raymond & Kleis Nielsen, Rasmus, *Political Journalism in Transition: Western Europe in a comparative perspective*, pp. 93-110, London I.B. Tauris

Bowen, Shannon A. (2006), *Autonomy in communication*, *Journal of Communication Management*, Vol. 10 Iss 4, pp. 330-352, 2006

Bøgh Andersen, Lotte et al. (red.) (2012), *Metoder i statskundskab*, (2. udg.), Hans Reitzels Forlag, København

Dinan, William & Miller, David (2009), *Journalism, Public Relations and Spin*, i Wahl-Jørgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas (red.), (2009), *The Handbook of Journalism Studies*, pp. 250-264, Routledge, London

Deuze, Mark (2005), *What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered*, *Journalism* vol. 6:4, pp. 442-464, 2005

Femø-Nielsen, Mie (2001), *Under lup i offentligheden – introduktion til public relations*, Samfundslitteratur, Frederiksberg

Femø-Nielsen, Mie (2010), *Strategisk Kommunikation*, Akademisk Forlag, København

Fitzpatrick, Kathy & Gauthier, Candance (2001), *Toward a Professional Responsibility Theory of Public Relations Ethics*, *Journal of Mass Media*, 16 (2&3), pp. 193-212, 2001

Fredriksson, Magnus & Johansson, Bengt (2014), *The Dynamics of Professional Identity*, Journalism Practice vol. 8:5, pp. 585-595

Glaser, Barney G. & Strauss, Anselm L., (1967), *The Discovery of Grounded Theory*, Aldine Publishing Company, Chicago

Glaser, Barney G. (1992), *Open Coding*, The Sociology Press, Californien

Foght Mikkelsen, Jan (2002), *Formidlingsetik. Bidrag til en etik om strategisk kommunikation*, Roskilde Universitets Forlag, Roskilde

Foght Mikkelsen, Jan (2015), *Dybdegående interview-fortolkning. Ter problemstillinger*, Hans Reitzels Forlag, København

Gravengaard, Gitte (2010), *Journalistik i praksis – valg og fravalg af nyhedsdejer*, Samfundslitteratur, Frederiksberg

Grunig, James & Hunt, Todd (1984), *Managing Public Relations*, Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, New York

Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004), *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge University Press, Cambridge

Harrits, Gitte S. (2011), *Professionsfeltet: Sociale relationer og symbolske kampe*, i Blok-Johansen, Martin & Gytz Olesen, Søren (2011), *Professionernes sociologi og vidensgrundlag*, pp. 176-193, Via Systime, Aarhus

Harrits, Gitte S. & Gytz Olesen, Søren (2012), *På vej til professionerne*, Via Systime, Aarhus

Helder, Jørn et al., (2009), *Kommunikationsteori – en grundbog*, Hans Reitzels Forlag, København (baggrund)

Hsieh, Hsiu-Fang & Shannon, Sarah E. (2005), *Three Approches to Qualitative Content Analysis*, Qualitative Health Research Vol. 15., pp. 1277-1288, 2005 (baggrund)

Ladendorf, Martina (2012), *Freelance Journalists' Ethical Boundary Settings in Information Work*, Nordicom Review 33:1, pp. 83-98, 2012

Lewis, Justin et al. (2008), *A compromised fourth estate?*, Journalism Studies, vol 9:1, pp. 1-20, 2008

Lofland, John et al. (2006), *Analyzing Social Settings*, Wadsworth Thomsen Learning, Californien

Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom (2001), *Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*, Crown Publisher New York

Kjær Hansen, Jens Otto & Jørgensen, Hanne Birgitte (2012), *Strategisk kommunikation for praktikere. I andres brød 2.0. Håndbog om informationsjournalistik, virksomhedskommunikation og public relations*, (2. udg.), Forlaget Ajour, Aarhus N.

Kounalakis, Markos et al. (1999), *Beyond Spin. The power of Strategic Corporate Journalism*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco (baggrund)

Kramhøft, Peter (2000), *Journalistik med omtanke. Arbejdsmetoder i udredende og analytisk journalistik*, Forlaget Ajour, Aarhus N.

Kristensen, Nete Nørgaard (2005), *Kommunikationsbranchens medierelationer – professionelle netværk, kommunikationsfaglige perspektiver og mediedemokratiske konsekvenser*, Modinet, Working paper no. 19, Københavns Universitet, 2005

Kvale, Steiner (2005), *En introduktion til det kvalitative forskningsinterview*, Hans Reitzels Forlag, København

McNair, Brian (2009), *Journalism and Democracy*, i Wahl-Jørgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas (red.), (2009), *The Handbook of Journalism Studies*, pp. 237-249, Routledge, London

Mellado, Claudia & Hanusch, Folker (2011), *Comparing professional identities, attitudes, and views in public communication: a study of Chilean journalists and public relations practitioners*, Public Relations Review vol. 37:4, pp. 384-391 (baggrund)

Miles, Matthew B. & Huberman, A. Michael (1994), *Qualitative Data Analysis – an Expanded Sourcebook*, Sage, London

- Molander, Anders & Terum, Lars (2008), *Profesjonsstudier*, Universitetsforlaget, Oslo
- Neergaard, Helle (2015), *Udvælgelse af cases i kvalitative undersøgelser*, (2. udg.), Samfundslitteratur, Frederiksberg
- Nygren, Gunnar & Stigbrand, Karin (2013), *The Formation of a Professional Identity*, *Journalism Studies*, 15:6, pp. 841-858, 2013
- Parsons, Patricia J. (2008), *Ethics in Public Relations. A Guide to Best Practice*, (2nd ed.) Kogan Page Limited, London
- Patton, Michael Q. (1990), *Qualitative Evaluation and Research Methods*, Sage, London
- Risbøl Jacobsen, Sarah (2015), *Journalistik i kommunikation*, kandidatspeciale Aarhus Universitet
- Salter, Lee (2005), *The commiunicative structures of journalism and public relations*, *Journalism* vol. 6:1, pp. 90-106, 2005
- Schudson, Michael & Anderson, Chris (2009), *Objectivity, Professionalism, and Truth Seeking in Journalism*, i Wahl-Jørgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas (red.), (2009), *The Handbook of Journalism Studies*, pp. 88-101, Routledge, London
- Sjøvaag, Helle (2015), *Hard News/soft news. The hierarchy of genres and the boundaries of the profession*, i Carlson, Matt & Lewis, Seth C (red.) (2015), *Boundaries of Journalism. Professionalism, Practices and Participation*, pp. 101-117, Routledge, London
- Staugård, Hans Jørgen (2011), *Professionsbegrebet*, i Blok-Johansen, Martin & Gytz Olesen, Søren (2011), *Professionernes sociologi og vidensgrundlag*, pp. 161-175, Via Systime, Aarhus
- Svith, Flemming (2015), *Kampene, som styrer journalister og nyhedsmedier – frispark og frispilninger i Bourdieus feltteoretiske arbejde*, *Journalistica* nr. 1, 2015
- Theaker, Alison (2001), *The Public Relations Handbook*, (2nd ed.), Routledge, London

Volke, Lis Katharina (2012), *Journalist på den anden side*, kandidatspeciale Aarhus Universitet

Waisboard, Silvio (2013), *Reinventing Professionalism. Journalism and News in Global Perspective*, Polity Press, Cambridge (baggrund)

Wiik, Jenny (2009), *Identities under construction: professional journalism in a phase of destabilization*, *International Review of Sociology*, 19:2, pp 351-365, 2009

Wiik, Jenny (2015), *Internal boundaries. The Stratification of the journalistic collective*, i Carlson, Matt & Lewis, Seth C (red.) (2015), *Boundaries of Journalism. Professionalism, Practices and Participation*, pp. 118-133, Routledge, London

Wilken, Lisanne (2011), *Bourdieu for begyndere*, (2. udg.), Samfundslitteratur, Frederiksberg

Yin, Robert K. (1994), *Case Study Research – Design and Methods*, (2nd ed.), Sage, London

Webkilder:

<http://journalistforbundet.dk/Nyheder/2015/Januar/De-forste-professionsbachelor-er-i-kommunikation-star-klar/>

<https://journalistforbundet.dk/Filer/DJ/Dokumenter/Job%20og%20loen/Loenstatistik/L%C3%B8notater%20m.m.%20for%202013/07.%20Udviklingen%20i%20beskaeftigelsen%20for%20DJ-medlemmer.pdf>

<http://journalisten.dk/k-formand-det-er-ikke-min-opfattelse-kommunikatoerer-er-i-bad-standing>

<http://www.kommunikationsforening.dk/artikler/5-hurtige-til-jens-otto-kj%C3%A6r-hansen-rector-danmarks-medie-og-journalisth%C3%B8jskole>

<http://kommunikationen.dk/Nyheder/2013/Januar/typiske-etiske-dilemmaer/>

<http://alfresco.dmjx.dk/share/s/UJmOG8dlQ9Se8q4eP11u4w>
<http://journalisten.dk/journalisterne-skifter-kurs-vaek-fra-rollen-som-ungdomsparti>

https://www.nj.no/no/Om_NJ/Vedtekter/#%C2%A7%204.%20Hindringer%20for%20medlemskap%20-%20Grunnlag%20for%20utelukkelse

<http://journalisten.dk/journalistik-og-kommunikation-i-en-stor-paerevaelling>

<http://www.dr.dk/nyheder/kultur/kritik-af-dr-ansaette-spindoktor>

<http://www.altinget.dk/navnenyt.aspx?id=18395>

<http://journalisten.dk/dark-side>

<http://journalisten.dk/erik-ove-lad-guds-skyld-vaere-lyve-det-bliver-opdaget>

<http://journalisten.dk/der-er-nogen-der-vil-mene-man-har-svigtet-det-journalistiske-ideal-men>

<http://radiuskommunikation.dk/wp-content/uploads/2015/11/Danskernes-tillid-til-politikerne-s%C3%A6tter-ny-bundrekord1.pdf>

<http://journalisten.dk/journalister-indtager-kommunikationsjobs>

<http://journalisten.dk/journalistik-og-kommunikation-i-en-stor-paerevaelling>