

Torgeir Dimmen

Journalistens tause kunnskap

Ei drøfting av korleis Michael Polanyis omgrep ”taus kunnskap” kan nyttast i ei vurdering av journalistisk praksis

Forfattar	Torgeir Dimmen
Ansvarleg utgjevar	Høgskulen i Volda
ISSN	0805-8075
Sats	Forfattar
Distribusjon	http://www.hivolda.no/fou

Vitskapsteoretisk essay våren 2009, Vestnorsk Nettverk, Forskarutdanninga.

© Forfattar/Høgskulen i Volda

Føresegnene i åndsverklova gjeld for materialet i denne publikasjonen. Materialet er publisert for at du skal kunne lese det på skjermen eller framstille eksemplar til privat bruk. Utan særskild avtale med forfattar/Høgskulen i Volda er all anna eksemplarframstilling og tilgjengeleggjering berre tillate så langt det har heimel i lov eller avtale med Kopinor, interesseorgan for rettshavarar til åndsverk.

Notatserien er for ulike slag publikasjonar av mindre omfang, t.d. forprosjektnotat, foredrag, artikkelutkast o.a. Eit hovudføremål med serien er å stimulere til publisering og fagleg debatt i miljøet. Spreiinga går i hovudsak til fagmiljøet i Volda, til eksterne fagmiljø og personar som forfattar(ar) ønskjer kommentarar frå. Kvar forfattar er ansvarleg for sitt arbeid.

INNHALDSLISTE

I	Innleiing og problemstilling.....	4
II	Den journalistiske vurderinga	6
III	Omgrepet “taus kunnskap”	9
IV	Analysedøme.....	15
V	Oppsummering og konklusjon.....	19
	Litteraturliste	21
Vedlegg 1	Framsida <i>Dagbladet</i> 16.03.09	23
Vedlegg 2	Framsida <i>Aftenposten</i> 16.03.09	24
Vedlegg 3	Framsida <i>Sunnmørsposten</i> 16.03.09.....	25

I INNLEIING OG PROBLEMSTILLING

I dette essayet vil eg drøfte korleis Michael Polanyis omgrep ”taus kunnskap” kan nyttast i ei drøfting av journalistikkens grunnleggande verdier.

Både i den allmenne debatten og i fagmiljøa ser det ut til å vere vanskeleg å finne brukande objektive mål som kan skilje god journalistikk frå dårleg, vesentlege saker frå uvesentlege, amatørskap frå profesjonalitet. I alle fall endar slike diskusjonar ofte opp med det ulne og udefinerbare omgrepet ”journalistisk vurdering” som overordna kriterium. Men kva er det?

Ein del empiri er lett tilgjengeleg: Avisopplag, sjåartal og nettklikk kan teljast, og mediebedriftene sine rekneskapar kan presenterast i tabellar med svarte eller raude tal. Det vil likevel vere for lettvindt å kople slik handfast empiri direkte med kvaliteten på dei aktuelle journalistiske produkta. Til det er det for mange ukjende variablar å ta omsyn til, dei fleste utanfor redaksjonens kontroll.

Det finst også lister over kva element som kan eller bør vere med i ei god sak. Slike såkalla nyheitskriterium er å finne i alle lærebøker i journalistikk, og dei angir retning for utval, innfallsvinkel og form. Men både i medieutdanningane og i det profesjonelle fagmiljøet er det allment akseptert at det i tillegg til desse meir eller mindre klart definerte kriteria også høyrer med ein X-faktor som er uråd å beskrive. Han er oftast kalla ”journalistisk vurdering”, men nemningar som ”intuisjon”, ”ryggmarksrefleks”, ”magekjensle” eller ”nose for news” er også brukte. Dette er den evna den røynde journalist eller redaktør brukar når han eller ho avgjer korleis ei sak skal prioriterast og presenterast.

I nokre lærebøker er denne X-faktoren kalla ”taus kunnskap”, m.a. i Østlyngen og Øvrebø si lærebok *Journalistikk. Metode og fag* (1998). Dei brukar omgrepet på ein allmenn måte, dvs. at dei ikkje knyter det eksplisitt til Polanyis teori med tilhøyrande omgrepsapparat.

Det ønskjer eg å gjere.

X-faktor som taus kunnskap?

Omgrepet ”tacit knowing” vart lansert av Michael Polanyi på 1960-talet. Polanyi (1891-1974) var opphavleg frå Ungarn, men budde i England frå slutten av 30-talet. Han var medisinar,

kjemikar og vitenskapsfilosof, og hovudverket *The Tacit Dimension* (1967) er basert på vitenskapsteoretiske forelesingar og artiklar han heldt i USA og England.

Polanyis omgrep ”taus kunnskap” har blitt tatt i bruk på mange ulike fagområde. Særleg innanfor ein del profesjonsutdanningar har dette omgrepet gått inn som ein sentral del av det teoretiske grunnlaget, t.d. i sjukepleie og sosialfagfagutdanning (Grimen 2008, s 79). Denne tilnærminga har vore eit alternativ til andre retningar på desse fagområda, først og fremst evidensbasert medisin. Også andre fagfelt har brukt Polanyi, t.d. pedagogikk og organisasjonsteori¹.

Mi målsetjing er å bruke original Polanyi for å sjå om hans eigen presentasjon og definisjon av omgrepet ”taus kunnskap” kan nyttast i ei drøfting av X-faktoren i journalistikken. Eg vil sjå spesielt på det han kallar ”proksimalt og distalt ledd” i ei taus kunnskapspakt, og vurdere om desse to omgrepa kan gi nye perspektiv når ein skal vurdere journalistens eller redaktørens prioriteringar i det daglege arbeidet.²

Eg vil vurdere om det gir meining å bruke nemninga ”proksimalt ledd” på konkrete, beskrivbare element innanfor journalistikken, t.d. opplagstal, målgruppe, konkurransesituasjon, økonomiske rammevilkår og nyheitskriterium, og ”distalt ledd” om den ideologien som ligg i botnen, oftast kalla ”journalistisk vurdering”.

Spørsmålet er altså om det ved hjelp av Polanyis omgrep – og hans drøfting av samanhengen mellom dei – er råd å beskrive nokre utvalde avisdøme på ein slik måte at ein kan kome noko nærare den tause kunnskapen som ligg i botnen for ulike typar journalistikk.

Dersom min konklusjon er at omgrepet kan brukast på dette fagområdet, vil eg også prøve å seie noko om ei slik tilnærming kan bidra til ei betre undervisning i journalistikk. Dvs. om det kan gi rekruttane ei enklare og betre innføring i den vanskeleg definerbare X-faktoren.

¹ Eit døme på dette er eit prosjekt utlyst i 1998 av Forskingsrådet. Det hadde desse problemstillingane: 1) Hvordan utvikles, overføres og integreres taus kunnskap i organisasjonar, med henblikk på innovasjon og konkurransedyktighet? 2) Hvordan kan denne kunnskapen bidra til en radikal forbedring av konkurransekraften i norsk næringsliv? (forskingsrådet.no)

² Min presentasjon av Polanyis omgrep byggjer i hovudsak på første del av boka *The Tacit Dimension* (1966/1967). I arbeidet med essayet har eg brukt både den engelske originalteksten og den norske versjonen *Den tause dimensjonen. En innføring i taus kunnskap*. Denne kom ut på Spartacus forlag i 2000.

II DEN JOURNALISTISKE VURDERINGA

Min foreløpige påstand er at grunnkompetansen, den tause kunnskapen hjå røynde journalistar og redaktørar, er allmenn, og at han etter måten lett kan tilpassast ulike mediekkanalar. Dette gjer at journalistar, redaktørar og grafiske medarbeidarar lett kan byte jobb, og at dei utan vidare kan bruke det meste av opparbeidd yrkeskompetanse i sin nye redaksjon.

Dette kan verke som eit paradoks, sidan variasjonen i den norske avisfloraen er svært stor. Samanliknar ein eit utval aviser ein tilfeldig dag, vil ein sjå at ingen av dei er like. Det er store skilnader i form og innhald, kva som blir prioritert på topp og kva som ikkje kjem med. Svært mange nyhende står berre i ei einaste avis, andre berre i to-tre.

Kvifor er det slik? Kvifor slår X-faktoren, ”den journalistiske vurderinga” i praksis ut så ulikt frå redaksjon til redaksjon?

Det vil eg kome tilbake seinare, med utgangspunkt i tre konkrete døme.

Men først ein nærare presentasjon av grunnlaget for drøftinga; journalistikkens klassiske nyheitskriterium, journalistisk praksis og bransjens eigen argumentasjon. For å avgrense momenta i drøftinga vel eg å omtale berre papiraviser, men argumentasjonen er overførbar til andre kanalar, t.d. fjernsyn, radio og nettmedium.

Nyheitskriterium

Kva er ei nyheit? Alle er samde om at innhaldet i dette omgrepet ikkje kan beskrivast objektivt og presist, men at det er visse kjenneteikn som går att og som kan brukast for å beskrive kva ei nyheit er.

Spørsmålet er grundig drøfta i faglitteraturen om journalistikk, ofte med utgangspunkt i opplistingar av nyheitskriterium. Ein klassikar her er Galtung og Ruge sine tolv punkt i artikkelen ”The structure of foreign news” (Galtung & Ruge 1965). Deira liste, med utgangspunkt i seriøs utanriksjournalistikk, har fått kritikk for å vere for elitistisk og for å mangle ”melodramatiske element” (Sørbø 1991, s 112). Det er difor laga mange modifiserte variantar seinare. (Sjå t.d. oversyn i Sørbø 1991, Eide 1992, Østlyngen & Øvrebø 1998, Njaastad 2004).

Andre har nærma seg nyheitomgrepet frå ein litt annan kant: Sosiologar har observert og analysert korleis nyhende i praksis "blir til" i redaksjonane. Ei mykje brukte referanse her er Gaye Tuchman si bok *Making News. A Study in the Construction of Reality* (1978).

I Østlyngen og Øvrebø si journalistikk-lære-bok er dei viktigaste nyheitskriteria oppsummerte i VISA-omgrepet. Desse fire bokstavane står for *Vesentlegheit*, *Identifikasjon*, *Sensasjon* og *Aktualitet*. I tillegg tar dei med ein femte bokstav, K for *Konflikt*. "En god nyhet skal tilfredsstillende minst ett av disse kravene – jo flere jo bedre" (Østlyngen & Øvrebø 1998, s 103ff).

Vesentlegheit betyr at nyheita skal ha ein samfunnsmessig verdi. Den skal dessutan angå lesarane, vere relevant.

Identifikasjon handlar om kulturell eller geografisk nærleik. I lokalavisa får små saker frå nærmiljøet større oppslag enn større saker frå andre stader i landet, og i rikspressa blir presidenten i USA følgt langt tettare enn t.d. statsministeren i India.

Sensasjon viser at noko bryt radikalt med det normale. Det klassiske dømet her er at "Hund bit mann" ikkje er ei nyheit, men det er "Mann bit hund".

Aktualitet er knytt til at det er noko som nettopp har skjedd, ev. nettopp har blitt kjent. Gamle saker kan gjerne få toppoppslag viss ein kan kome med nye, viktige opplysningar.

Konflikt betyr at ein har interesse-motsetnader mellom to eller fleire partar. Dette kan vere motsetnader som er der før avisa byrjar å arbeide med saka, t.d. ved politiske spørsmål i Storting eller kommunestyre, men det er heller ikkje uvanleg at journalistar aktivt arrangerer konflikt ved å leite opp og intervju meining-motstandarar.

Nokre av desse kriteria er etter måten konkrete, andre er skjønnsbaserte. Ein kan som regel finne nokså objektive mål på kor lenge det er sidan noko hende og kor langt unna det foregjekk, men det er verre å gradere vesentlegheit og sensasjon. Det som er svært viktig for ein lesar, kan vere heilt uinteressant for ein annan. Graden av sensasjon kan også langt på veg styrast av redaksjonane. I mange aviser er terskelen nokså låg for å kalle noko "sjokk", "skandale" eller "katastrofe".

Bransjemotstand

Nyheitskriterium er ikkje naturlover, men eit forsøk på oppsummering av gjeldande praksis. Dei er ikkje førehandsformulerte reglar, men heller eit kart som beskriv eit eksisterande terreng. Samanlikninga haltar likevel litt, for i motsetnad til fjell og fjordar i naturen er det her snakk om eit terreng som faktisk kan justerast etter kartet – dersom det er ønske om det. Dessutan endrar nyheitskriteria seg heile tida. For sjølv om dei grunnleggande generelle kriterielistene av typen VISA+K overlever både ein og to og tre lærebokrevisjonar, blir vurderingane rundt om i redaksjonane i praksis justerte noko frå år til år. Det vil også vere ein viss variasjon frå land til land og ikkje minst frå medium til medium.

Nyheitsproduksjon og prioriteringar i redaksjonane kan også beskrivast med utgangspunkt i eit organisasjonsperspektiv. Ein ser då ikkje berre på vurderingane hjå kvar einskild journalist og redaktør, men også på kollektive prosessar. Journalistikkteoriens *gatekeeper*-omgrep³ er oftast omtala med mest vekt på individuelle vurderingar, men institusjonelle rammer og tradisjon også er viktige variablar: Reporteren arbeider ikkje i eit vakuum. ”Nyhetstilbudet er dels et resultat av journalistens vurderinger og dels av nyhetssystemets struktur” (Eide 1992, s 55).

Ein kan også sjå på normene og nyheitskriteria i dei ulike redaksjonane som ein tredelt verdibase. I botnen har ein ei underforstått, udiskutabel norm som ”sit i veggane”, men som ikkje er formulert nokon stad. I tillegg må journalistane forhalde seg til ein del andre meir eksplisitte nyheitsverdiar som også er felles, men som like vel kan vere tema for diskusjon. På det tredje og siste nivået finn ein dei meir tilfeldige og diskutabile argumenta, knytt t.d. til vurderinga av ”mjuke” nyheiter, kjendisstoff og liknande (Schultz 2007, s 195-196).

Det kan verke som viljen til sjølvrefleksjon kring desse spørsmåla internt i bransjen er litt ymse. I alle fall er det fleire forskarar som påpeikar fagmiljøets manglande vilje til ei klargjering av kjerneomgrepet ”nyheit”. Mange journalistar er lite bevisste på at ei nyheit er noko som faktisk er produsert, at det er eit menneskeskapt kunstprodukt og noko som er eit resultat av aktive val og prioriteringar.

³ På norsk vanlegvis omsett med ”portvakt”, dvs. redaktøren eller den deskansvarlege som bestemmer kva som får sleppe gjennom og kome på trykk.

Nyhetsbegrep og nyhetsproduksjon unndrar seg fornuftig diskusjon. Den praktiske bevissthet lar seg ikke alltid lett oversette til diskursiv bevissthet [...] Enhver i en medieredaksjon vet hva en nyhet er, men det er ikke noe å snakke om. Det glipper når du setter ord på det. (Eide 1992, s 50)

Mange journalistar og redaktørar kan sjå ut til å oppfatte faget som ein medfødd eigenskap, og at dei viser til ”instinkt”, ”ryggmargsrefleks”, ”skjønn” og ”intuisjon” når dei skal grunngi eigen praksis. Dette er problematisk. Bruken av slike upresise og udefinerbare kriterium gjer det i alle fall vanskeleg å føre ein debatt om t.d. journalistisk etikk i ope lende (Bjerke 2008).

Når moralske avgjerder blir tatt på intuitiv basis, får ein også ofte ein bakvendt prosess: Ein har først ein situasjon, så ei avgjerd og til slutt ei grunngjeving, meir eller mindre oppkonstruert i ettertid. Det bør heller vere slik at ein har drøfta etiske spørsmål på ein open og fordomsfri måte på førehand, med argument for og imot. Ein har då eit langt betre grunnlag for å ta avgjerder når eit etisk dilemma brått oppstår.

Konklusjonen er at den grunnleggande ideologien bak dagens journalistiske praksis er lite verbalisert. Det er heller ikkje tradisjon i fagmiljøet for å problematisere og drøfte desse verdiane. Det bør vere eit mål for journalistikkforskinga å gjere både det usynlege og det uuttalte mest mogleg synleg. Dette vil gi ein betre debatt i offentlegheita om journalistikk og det vil vere i hjelp i undervisninga av rekruttar til yrket.

III OMGREPET “TAUS KUNNSKAP”

Det kan med god grunn hevdast at alle former for læring og utvikling, anten det gjeld sjukepleiarar, teknikarar, kunstnarar, vitskapsfolk – eller journalistar – kviler på erfaringsbasert kunnskap. Men kva er kunnskap?

Kunnskap kan vere både praktisk og teoretisk. Det kan byggje både på tradisjonell målbar empiri, intellektuelle resonnement, medfødde evner – og på uforklarleg intuisjon. Michael Polanyi har eit vidt kunnskapssyn. Eitt av hans hovudpoeng er at det er nettopp kombinasjonen av ulike kunnskapsformer som til saman skaper det han kallar ”taus kunnskap”.

Ein kan ha ulike typar kunnskapsprosessar knytt til spesifikke aktivitetsområde, t.d. kunstnariske, sportslege eller tekniske (Polanyi 2000, s 18), og ein kan ha ulike autonome kunnskapsformer. Døme på dette er sansenær kunnskap (t.d. å vite korleis kaffi luktar), praktisk handverkskunnskap (t.d. å kunne sy ein bunad), kunstnariske ferdigheiter (t.d. å spele fiolin) og språkkompetanse (t.d. å kunne bruke eit sett av språkreglar i praksis utan å kunne sjølv reglane). (Døme frå Midtgarden 2008.)

Det er ikkje noko mål i seg sjølv å dissekere og beskrive i detalj kva som skjer. Tvert om kan det verke hemmande. ”Å artikulere bakgrunnen kan være dysfunksjonelt for selve aktiviteten. Vil man se en figur, kan man ikke se for mye på figurens bakgrunn. En kompetent utførelse trenger en ikke-artikulert bakgrunn” (Grimen 2008, s 80).

Polanyi brukar sjølv dømet om pianisten som ved å fokusere for mykje på det tekniske ved fingerrørslene risikerer å øydelegge sjølv musikkformidlinga. Men denne skaden kan gjenopprettast:

Studier av en bevegelse har en tendens til å paralisere en ferdighet, men vil forbedre den når den følges av praktisk øvelse. Den omhyggelige oppdelingen av en tekst kan ødelegge forståelsen av den, men men kan også bidra til en mye dypere forståelse av den. (Polanyi 2000, s 28)

Ein eventuell nitid disseksjon på detaljnivå må altså følgjast opp med øving og repetisjon som gjer den ønskete handlinga intuitiv og automatisert.

Polanyis omgrep

Polanyis hovudtese er gjerne oppsummert i spissformuleringa “We can know more than we can tell” (Polanyi 1967, s 16). På norsk kan dette bli “Vi kan vite meir enn vi kan seie”. Ei slik omsetjing er likevel ikkje heilt dekkande, sidan ho ikkje gir full utteljing til alle tydingsnyansane i dei to nøkkelomgrepa i den originale formuleringa. På engelsk kan ”know”, ”knowing” og ”knowledge” bety både å kunne noko, å vite noko, å kjenne igjen noko og å bruke eit verkty. For Polanyi er det eit poeng at omgrepet ”know” har nettopp denne mangfaldige tydinga. På norsk finst det ikkje eitt felles ord som dekkjer alle desse alternativa. Likeeins kan ”tell” bety både å fortelje (”utsi”) og forstå (Polanyi 2000, omsetjarmerknad s 14).

Eit viktig poeng for Polanyi er at ikkje noko læring skjer i eit vakuum. Det skjer alltid med utgangspunkt i noko vi alt har lært. Denne tause bakgrunnskunnskapen kan ikkje uttrykkest i påstandsform. Vi må bruke og stole på ein dimensjon av ubegrunna kunnskap.

”Taus kunnskap” er nytta om kunnskap som ikkje kan forklarast eksplisitt (former, strukturar), om ferdigheiter (språk, sjakk, musikk) og om kunnskap som ikkje kan grunnjevast (intuisjon). Omgrepet er nytta både om teoretiske og praktiske felt for kunnskapstileigning.

I sin presentasjon av omgrepet viser Polanyi m.a. til gestaltpsykologiske eksperiment der forsøkspersonar handlar intuitivt på visse stimuli. Dette viser at læring kan skje på ubevisste måtar, og at slik skjult kunnskap kan brukast til å handle ”rett” utan at forsøkspersonane kan forklare eller beskrive kva som skjer.

Dette utvida synet på kunnskap utfordrar klassiske vitenskapsfilosofiske syn som berre ser på objektivt målbare fenomen, og det er eit alternativ til positivistiske vitenskapsideal. Polanyi er såleis i opposisjon til Popper og dei andre positivistane sitt kunnskapsomgrep som har subjektlaus kunnskap som utgangspunkt.

Det diagnostiske blikket til ein dyktig sjukepleiar baserer seg både på fagforankra, empirisk detaljkunnskap om ulike diagnosar og på årelang erfaringsutvikla intuisjon. Det er altså snakk om å kombinere to typar kunnskap. Medisin er ein klassisk naturvitenskapleg disiplin med omfattande forskning og dokumentasjon t.d. av kva typar medisin som verkar på kva måte. For å finne ut kva som feilar pasienten, tar ein prøver som blir analyserte i laboratorium med avanserte måleinstrument. Men trass i stadig ny forskning og stadig meir moderne apparatur: Objektivt målbar empiri er sjeldan nok. I nokre høve kan ein kanskje mate inn registrerte data i eine enden og få ut løysinga (t.d. i form av optimal behandling) i den andre, men slett ikkje alltid. I praksis kombinerer den røynde sjukepleiaren dei ulike prøveresultata og synlege observasjonane med eigen spesialiserte fagkunnskap og subjektive erfaring.

Kan journalistikk beskrivast på ein tilsvarande måte? Ikkje heilt. Den viktigaste skilnaden mellom journalistikk og medisin/sjukepleie er at førstnemnde fagfelt manglar objektiv, etterprøvbar empiri. Det er ingen naturvitenskaplege lover som styrer samanhengane i

medieverda. Det er ikkje noko som er 100 % korrekt (i vitskapleg forstand) og noko anna som er 100 % feil. Nyheitskriteria er ikkje eit lovverk, men ei oppsummering av gjeldande praksis.

På den andre sida kan det vere god grunn til å hevde at den journalistiske vurderinga ofte byggjer på ulike typar empiri. Det kan vere innsamla data om målgrupper, salstal, konkurransesituasjon, lesarundersøkingar og tilbakemeldingar på tidlegare oppslag. Så om ikkje samanlikninga med sjukepleiaren er fullgod, kan ho heller ikkje avvisast. Også i journalistikken er det snakk om to kunnskapsformer, ei taus og ei artikulert, og den eine kan ikkje sjåast uavhengig av den andre.

Kva slag kunnskap er grunnlaget for ”journalistisk vurdering”? Det er ikkje kunnskap av typen som vil kunne grunnjevast empirisk ut frå observasjonsutsegner eller laboratorietestar, men det er heller ikkje berre snakk om abstrakte og uartikulerbare storleikar. På same måten som bunadsaum, fiolinspel og framandspråk kan det lærast med utgangspunkt i reglar, demonstrasjon og systematisk øving. Men det er også slik at dess dyktigare ein blir, dess meir automatisert blir aktiviteten. Den ferske journalistrekrutten treng mykje konkret rettleiing og hjelp for å lage gode saker, men han eller ho lærer etter kvart, og prioritering og vinkling blir meir og meir intuitiv. Kunnskapen blir internalisert, det blir med tida ein integrert og uløyeleg del av kroppen og medvitet.

X-faktoren og kroppen

Kroppen er viktig i Polanyis drøfting av omgrepet taus kunnskap. Han er opptatt av ”tacit knowing” – som er noko anna enn ”tacit knowledge” – og hans poeng er at denne evna ikkje kan objektiverast eller skiljast frå det einskilde subjektet. Det er difor interessant å merke seg den omfattande bruken av kroppsmetaforar i faglitteraturen sin omtale av fenomenet ”journalistisk vurdering”.

Nokre døme: Ida Schultz (2007) sin artikkel har tittelen ”The Journalistic Gut Feeling”, noko som kan omsetjast med ”magekjensle”. Ho siterer også ein av informantane som på spørsmål om korleis han forhold seg til nyheitskriteria svarar at ”... they are somehow a part of the spinal cord” (s 198). Beskrivelsen av at dette er noko som sit i ryggmargen er også vanleg mange andre stader. ”Instinkt”, ”intuisjon”, ”nyheitsteft” og ”nese for nyheter” er andre nemningar i same kroppsassosierende kategori. (Sjå t.d. Sørbo 1992, s 110 og Østlyngen & Øvrebø 1998, s 26.)

Dette kan umiddelbart likne på Polanyis perspektiv, men er det det? Er det her tale om same typen subjektive, kroppsavhengige reaksjonar som han omtalar, eller er det ”berre” metaforar? Evna ”journalistisk kompetanse” er felles for mange, men ho er likevel uløyselig knytt til kvart einskild subjekt. Det er her snakk om indre prosessar som ein rettmar merksemda *frå*, og det ubevisste og ikkje-definerbare er eit viktig poeng for dei som skriv om dette fenomenet i journalistikken. Dette kan underbygge påstanden om at Polanyis omgrep er relevant i drøftinga av journalistikk.

Det er også vanskeleg å tenkje seg andre typar metaforar for å beskrive denne evna. Skal ein metafor om dette fenomenet ha meining, må han vere knytt nettopp til kroppen og kroppslege reaksjonar på ein eller annan måte. Alternativet er å sjå bort frå dette subjektive, udefinerbare elementet, og berre grunngi journalistiske prioriteringar med rasjonelle argument av typen ”dette er ei eksklusiv sak for oss”, ”dette er sensasjonelt”, ”dette er viktig”.

Momenta i avsnitta over underbyggjer min tese om Polanyis omgrep ”taus kunnskap” kan brukast i drøftinga av journalistikk og journalistisk kvalitet. Korleis høver i så fall omgrepsparet ”proksimalt og distalt ledd”?

Proksimalt og distalt ledd

Ifølgje Polanyi består den grunnleggande strukturen i taus kunnskap av to ledd. Han kallar dei det *proksimale* og det *distale* leddet. Det kombinerer to måtar å vite noko på, og det er den funksjonelle relasjonen mellom dei to ledda som er det interessante i hans teori (Polanyi 2000, s 20).

Det proksimale leddet er det nære og konkrete, men som isolert sett ikkje er viktig. Det distale leddet er det fjerne og abstrakte, men som er det eigentlege målet for handlinga.

Skjematisk kan dette setjast opp slik:

TK-omgrepa PROKSIMALT og DISTALT ledd og den funksjonelle relasjonen mellom dei.

Proksimalt	Distalt
Nær	Fjern
Ikkje viktig i seg sjølv	Hovudmål – poeng
Merksemd frå	Merksemd mot
Konkret, fysisk	Abstrakt
Detaljar, delar	Heilskap

I forklaringa av desse omgrepa brukar han som døme at vi kan kjenne att eit andlet ei stor menneskemengde utan at vi greier å beskrive eller forklare konkret kva trekk det er ved akkurat dette andletet som gjer at vi kan skilje det ut frå alle dei andre. Merksemda er retta *frå* dei einskilde trekka *til* andletet som heilskap.

Eit anna døme er korleis vi brukar kjennskapen til ein kombinasjon av muskelaktivitetar i utøvinga av ei ferdigheit:

Vi retter oppmerksomheten *fra* disse elementære bevegelsene *mot* resultatet av deres samlede mål, og er dermed vanligvis ute av stand til å spesifisere disse elementære muskelaktivitetene. Vi kan kalle dem den *funksjonelle strukturen* i taus kunnskap. (Polanyi 2000, s 21)

Dersom ferdigheita t.d. er å spele fiolin, er det viktige målet ikkje rørslene til kvar einskild finger, men det samla resultatet av alle rørsleane, nemleg musikken.

Eit tredje døme frå Polanyi (s 23) er korleis ein blind mann brukar ein stokk for å orientere seg. Trykket i handflata gir ikkje meining isolert sett, men for ein trena brukar skaper impulsane samla sett eit inntrykk av omgjevnadane som gir meining og som kan brukast i praksis til å finne fram.

Kan ein finne tilsvarande døme i journalistikken? Kan ein også på dette fagområdet seie at ein har eit forhold mellom nære, konkrete detaljar som ikkje er viktige i seg sjølv og eit fjernt, abstrakt og heilskapleg hovudmål? Påstanden verkar ikkje urimeleg. Gjennomgangen i del II over viser at det finst mange konkrete element som kan brukast i ei beskriving av journalistisk praksis og som ev. kan kallast det proksimale leddet. Samstundes er sjølve omgrepet ”journalistikk” fjernt og abstrakt. Det same er ”journalistisk vurdering”. Men det er det som er hovudmålet og som er viktig for den utøvande journalisten.

IV ANALYSEDØME

Det som i faglitteraturen blir kalla ”journalistisk vurdering” er både noko individuelt og noko kollektivt. Den tause kunnskapen er uløyselig knytt til kvart einskild individ, men det er også noko dei som er kompetente har saman. Men dersom det her er snakk om ein slags felles ideologisk base, kvifor prioriterer avisene så ulikt?

Journalistisk vurdering x 3

Tre døme frå avisframsider måndag 16. mars 2009 (vedlegg 1, 2 og 3):

- *Dagbladet*: (1) **Josef Fritzls ukjente offer** [om kriminalsak i Austerrike] og (2) **50 kvinner gratulerer Jens** [Statsministeren fyller år].
- *Aftenposten*: (1) **Uten makt over Nav-kontorene** [om toppsjefen i den nye kjempeetaten] og (2) **Smeller det for alvor i Pakistan i dag?** [om fare for nye demonstrasjonar og opptøyar].
- *Sunnmørsposten*: **Rekdals nye gullgutt** [ros av fotballspelar].

Ingen av dei fem sakene er felles.

Desse tre tilfeldige døma er ein god illustrasjon på at media ikkje berre er ein meir eller mindre nøytral kanal som refererer ”det som skjer”, men at nyheiter er noko som blir aktivt utvalt og konstruert. Det finst ikkje noko objektivt mål på kva som er ei nyheit og kva som ikkje er det. I prinsippet kan kva som helst av hendingar rundt om i verda bli ei sak, og terskelen for kva som slepp forbi portvaktene er av og til svært låg⁴.

Det er likevel langt frå tilfeldig kva som blir prioritert i dei ulike redaksjonane. Dei framsideansvarlege kjenner sitt produkt og sin marknad, og dei brukar sin profesjonelle kompetanse. Dessutan kan nyheitskriteria forklare skilnaden på dei tre avisframsidene, i alle fall eit stykke på veg.

Dagbladet er ein hybrid mellom sensasjonsavis og seriøs kulturavis. Salet skjer i all hovudsak som laussal, og utgjevaren brukar difor framsida som salsplakat frå dag til dag. Avisa er dermed avhengig av eit hovudoppslag som vekker så stor interesse blant faste og ikkje fullt så faste lesarar at dei kjøper avisa. Fritzl-saka foregår i Austerrike, og saka er dermed fjernare enn dei fleste kriminalsaker som blir omtala i avisa. Men saka er oppsiktsvekkjande og

⁴ Dersom slike vakter i det heile finst. I dag kan som kjent kven som helst starte si eiga nyheitsteneste på nettet.

sensasjonell, og det er noko som ”alle” kjenner til etter massiv mediedekning over lang tid. Saka er dessutan aktuell, sidan rettssaka mot den incest- og valdstiltalte mannen byrjar akkurat denne dagen.

Aftenposten kallar seg også riksavis, sjølv om avisa har eit klart kjerneområde i og rundt Oslo. Det er ei abonnementsavis, og er dermed i langt mindre grad avhengig av dagens framside for å nå ut til lesarane. Profilen er dessutan tradisjonelt meir seriøs enn i laussalsavisa *Dagbladet*, dvs. med mindre sensasjonelt krimstoff og kjendis-sladder. Prioriteringa av utanriks-saka frå Pakistan er eit døme på dette. Krisa i Nav er også ei velkjend sak i den norske offentlegheita. Ho er relevant for langt fleire nordmenn enn *Dagbladet* si Fritzl-sak, men langt mindre sensasjonell.

Sunnmørsposten er også ei abonnementsavis. Hovudredaksjonen er i Ålesund, og har innbyggjarar på Nordvestlandet som si primære målgruppe. Avisa kjempar for Sunnmøres interesser i alle samanhengar, fotball inkludert, og dei har lokalpatriotisme som ein viktig del av ideologien. Sunnmørsposten har også ein del riksstoff og internasjonale saker, men hovudoppslaget på framsida er nesten alltid ei lokal sak.

Kjenneteikna for dei tre utvalde avisframsidene kan oppsummerast slik:

Dagbladet: Sensasjon (sak 1), aktualitet (sak 1 og 2), konflikt (sak 1)

Aftenposten: Vesentlegheit/relevans (sak 1), aktualitet (sak 1 og 2), konflikt (sak 1 og 2)

Sunnmørsposten: Identifikasjon, aktualitet⁵.

Medias variablar

Den journalistiske vurderinga har i dette tilfellet ført til oppslag om høgst ulike personar: den kriminelle Josef Fritzl, statsminister Jens Stoltenberg, Nav-direktør Tor Saglie, pakistanske demonstrantar og fotballspelar Fredrik Carlsen. Dei deskansvarlege bak dei tre førstesidene kan ha same utdanning, bakgrunn og kompetanse, men når deira tause kunnskap i praksis skal kombinerast med dei mange ulike variablane i den daglege avisproduksjonen, blir resultatet både varierende og uføreseieleg. Det viser dei utvalde døma.

⁵ Nokre vil også kalle det sensasjonelt at dumpekandidat Aalesund greier uavgjort mot medaljefavoritt Tromsø, men eg tar – under tvil – ikkje med dette kriteriet på mi liste.

Kvifor blir det slik variasjon? Ein analyse av avisenes bruk av nyheitskriteria gir berre ein del av svaret. Det eg ovanfor har kalla ”dei mange ulike variablane i avisproduksjonen” er sjeldnare omtala når ein diskuterer god og dårleg journalistikk, men dei er gjerne like viktige m.o.t. kva som avgjer avisas faktiske prioritering.

Det kan vere tekniske, praktiske og økonomiske avgrensingar: Har redaksjonen tilgang til gode databasar og søkeverkty? Har avisa råd til å sende reporteren dit det skjer og har han eller ho tid til å grave seg ned i bakgrunnsdokumenta i ei komplisert sak?

Det kan vere konkurransesituasjonen og kva andre nyheiter som er aktuelle samtidig. Nyheitsterskelen varierer også frå dag til dag: Den 18. januar 1991 – dagen etter at kong Olav døydde og den første Golfkrigen braut ut – var han i dei fleste norske dagsaviser vesentleg høgare enn dagen før.

Eksklusivitet og tilgang til illustrasjon er også viktig. Saker som ein er åleine om får som regel større oppslag enn slikt ein deler med alle konkurrentane. I bildemedium (avis, fjernsyn, nett) er eit godt bilete eller ein god videosnutt ofte avgjerande for om ei sak i det heile kjem med eller ikkje.

Neste punkt på lista er språkleg stil, rettskriving og grafisk utforming. Nokre saker har så stor interesse for lesaren at han eller ho les dei uansett, men andre er avhengig av ei tiltalende og lett tilgjengeleg innpakking for å vekkje merksemd.

Avisa sitt publikum er også ein opplagd variabel. Alle norske aviser har nokså klart definerte målgrupper. Her er det ei delvis overlapping med ”nærleikskriteriet”, men aviser med same geografiske dekningsområde (t.d. ein by eller heile landet) kan prioritere svært ulikt, alt etter kva publikumsgrupper dei ser på som viktigast. Det kan vere ungdom, eldre, radikale, materialistiske, sportsinteresserte, religiøse...

I tillegg kjem også mindre synlege, men kanskje like viktige variablar som journalistens sosiale bakgrunn og ideologiske ståstad (Hovden & Knapskog 2008).

Dei to mest opplagde og konkrete variablane må også nemnast: Opplags- og lesartal. Publikumsappell er den grunnleggande premisen som ligg under alle diskusjonar i alle

redaksjonar når aktuelt stoff skal vurderast og prioriterast. Flest moglege lesarar, sjåarar og lyttarar er alltid målet – det skulle for så vidt berre mangle – sjølv om ingen seriøs avisredaktør vil hevde at dette er *einaste* rettesnor.

Kor klar samanhengen er mellom enkeltståande oppslag (t.d. framsider) og opplag, er ikkje alltid så lett å vite, i alle fall ikkje i publikasjonar som er gratis eller blir selde som abonnement. I laussalspressa og på nettet er det enklare. *Se og Hør* og *VG* kan truleg setje opp nokså detaljerte oppskrifter for kva type oppslag som sel godt frå dag til dag og kva framsider som ikkje gjer det. Nettavisene har endå betre kontroll. Dei har løpande statistikk over talet på brukarar og kva saker som blir klikka mest på.

Svært mykje av det som er viktig i produksjonen av moderne medium kan uttrykkjast verbalt. Mange av dei variablane eg har nemnt her kan teljast, målast og beskrivast på ein rimeleg objektiv måte. I det faglege ordskiftet om god og dårleg journalistikk blir dei likevel ofte tillagt mindre vekt enn dei klassiske nyheitskriteria. Dei representerer den offisielle ideologien og er meir stovereine som rettesnor.

Kanskje bør ein vere meir kynisk i analysen av moderne journalistikk? Sett på spissen kan ein hevde at å lage ei best mogleg avis er ikkje noko mål i seg sjølv, men det er eit middel til å tene meir pengar (ev. tape mindre). I festtalane blir det snakka om samfunnsoppdrag, vaktbikkje og fjerde statsmakt, men til sjuande og sist handlar det om ein kamp om marknadsandelar, lesar-, sjåar- og lyttartal. Jens-oppslaget i *Dagbladet* er eit godt døme på dette. Tre av dei femti kvinnelege gratulantane er siterte på framsida, m.a. med ”Smil mer, du er enda kjekkere da” og ”Sexy med menn på 50”. Det er vanskeleg å finne grunnlag for denne prioriteringa i journalistikklærarane si AVIS+K-liste.

Ulikskapane mellom media må først og fremst forklarast med at alle har si eiga målgruppe og sin eigen forretningsmodell. Den viktigaste empirien er difor data som seier noko om dette, ikkje dei tradisjonelle nyheitskriteria.

Med Polanyis omgrepsbruk kan ein sjå på både nyheitskriteria, praktiske ferdigheiter og kunnskap om marknaden som det proksimale leddet i ei taus kunnskapspakt. Dette er variablar og empiri som kan beskrivast, men som isolert sett ikkje har interesse. Merksemda skal rettast *frå* desse detaljane *mot* det distale leddet, det overordna målet: God journalistikk.

Som igjen skal gi ei meir attraktiv avis både for lesarar og annonsørar - og som dermed blir meir lønsam.

Denne prosessen føreset taus kunnskap. Både i Morgenbladet og i Se og Hør.

V OPPSUMMERING OG KONKLUSJON

Mitt utgangspunkt har vore spørsmålet om omgrepet "taus kunnskap" kan brukast for å beskrive journalistikk og om det i så fall kan brukast i opplæringa innanfor dette fagområdet.

Mange andre profesjonsutdanningar har ein godt etablert tradisjon for dette. T.d. i helseutdanningane er det ei målsetjing å gjere den tause kunnskapen artikulert, slik at han kan vidareformidlast til rekruttar på ein mest mogleg rasjonell måte. Her ser ein på taus kunnskap som noko verdfullt, noko som bør få merksemd for å bli løfta fram og brukt (Dyhr-Nielsen 2004).

I desse fagmiljøa ser ein føre seg ein syklus som kan beskrivast som "taus – artikulert – taus". Dette gjer ein ikkje først og fremst for å "avsløre" yrkesløyndomar, men fordi auka bevisstgjerung om fenomenet gjer det lettare å tileigne seg dei aktuelle eigenskapane. Målet er å stille inn mottakarantenna på rett frekvens. Å beherske den tause kunnskapen er ei viktig målsetjing i opplæringa, og auka bevisstheit om denne sida ved yrkesrolla blir sett på som noko positivt.

Polanyis hovudomgrep "taus kunnskap" er som nemnt også brukt i faglitteraturen om journalistikk, men då gjerne på ein populærvitskapleg, ikkje-original måte, t.d. slik: "Praktisk yrkeserfaring er ofte taus kunnskap" (Østlyngen & Øvrebø 1998, s 14). Det kan neppe kallast feil å bruke omgrepet slik, men forfattarane går ikkje nærare inn på hans teoretiske grunnlag. I alle fall ikkje her.

Eg har heller ikkje funne seriøse drøftingar av omgrepa "proksimalt og distalt ledd" i forhold til journalistisk praksis. Eg har prøvd å gjere det her i dette essayet med utgangspunkt i tre utvalde døme, og eg meiner slike forsøk kan tilføre debatten i fagmiljøet fruktbare perspektiv. Det kan i alle fall vere med på å problematisere bransjens immuniserande mantra om "journalistisk vurdering".

Spørsmålet er om redaktører og journalistar slepp for lett unna når dei viser til dette omgrepet. Det er liten tvil om at grunnlaget for den profesjonelle ryggmargsrefleksjonen både er svært samansett og vanskeleg målbar, men dette er ikkje grunn god nok for å ikkje prøve å analysere fenomenet. I dag verkar det slik at ein må vere innanfor for å vere kvalifisert til å delta i fagdebatten om god og dårleg journalistikk. Men dei som er innanfor er i liten grad viljug til å diskutere premissane for den rådande læra. Kritikkk frå andre enn journalistar blir avvist som irrelevant (Bjerke 2008). Her kan det trengast ei avmystifisering.

Vilkåra for norske aviser er svært ulike, men utfordringa for alle er den same: Det er for tida store endringar i det norske medielandskapet. Elektroniske medium er på frammarsj i stadig nye variantar og papiravisene er sterkt pressa av fallande opplag og sviktande annonseinntekter. Det er nye tider og dei gamle formlane verkar ikkje lenger. Den journalistiske vurderinga som ga suksess på 90-talet er kanskje mogen for revisjon?

Naturlover er vanskeleg å gjere noko med. Prioriteringane i norske aviser blir ikkje styrte av naturlover, men av "journalistisk prioritering". Journalistikkens grunnleggande verdiar bør problematiserast meir, gjerne med reiskap frå Polanyis verktøykasse.

LITTERATURLISTE

- Allern, Sigurd (2001): *Nyhetsverdier*. Kristiansand, IJ-forlaget
- Bjerke, Paul (2008): "Profesjon og intuisjon". Kapittel i upublisert avhandling om ytringsfridom og presseetikk. UiO/HVO
- Bjerke Paul (2008b): "Ytringsfrihet og presseetikk". Innlegg på konferanse 31.3.2008. HVO
- Bjørnsen, Gunn (2004): "Fra valp til vaktbikkje. Om konstruksjon av journalistisk kunnskap". Upublisert essay. HiO
- Brurås, Svein (2006): *Etikk for journalister*. Bergen: Fagbokforlaget
- Dyhr-Nilsen, Reidun (2004): "Refleksjon som middel til å gjøre taus kunnskap eksplisitt". Upublisert essay, Universitetet i Agder
- Eide, Martin (1992): *Nyhetens interesse: Nyhetsjournalistikk mellom tekst og kontekst*. Oslo: Universitetsforlaget
- Galtung, Johan og Mari Holmboe Ruge (1965): "The Structure of Foreign News" i *Journal of Peace Research*. Vol 2, 1965
- Grimen, Harald (2008): "Profesjon og kunnskap" i Molander, A. og L. I. Terum (red): *Profesjonsstudier*. Oslo: Universitetsforlaget
- Herberg, Eva Berthling og Helga Jóhannesdóttir (2007): *Kunnskap og læring i praksis: Fra student til profesjonell sosialarbeider*. Oslo: Universitetsforlaget
- Hovden, Jan Fredrik og Karl Knapskog (2008): "Kulturjournalistikken i det norske journalistiske feltet" i Knapskog, Karl og Leif Ove Larsen (red.): *Kulturjournalistikk: pressen og den kulturelle offentligheten*. Oslo: Scandinavian Academic Press
- Midtgarden, Torjus (2008): "Taus kunnskap – Tacit knowing". Forelesingsnotatar frå mars 2008. Kurs i vitskapsteori, Vestnorsk nettverk
- Njaastad, Olav (2004): *TV-journalistikk: bildenes fortellerkraft*. Oslo: Gyldendal.
- Polanyi, Michael (2000) [1967]: *Den tause dimensjon. En introduksjon til taus kunnskap*. Oslo: Spartacus
- Reinton, Per Olav (1992): *Undersøkende formidling. Den journalistiske formel*. Oslo: Universitetsforlaget
- Rolf, Bertil (1991): *Profession, tradition och tyst kunskap: en studie i Michael Polanyis teori om den professionella kunskapens tysta dimension*. [Gyttorp]: Nya Doxa
- Schultz, Ida (2007): "The journalistic gut feeling. Journalistic doxa, news habitus and orthodox news values". I *Journalism Practice*, Vol. 1, No 2, 2007, s 190-207

Sørbø, Jan Inge (1991): *Offentleg samtale. Innføring I presse-etiske grunnspørsmål*. Oslo: Samlaget

Tuchman, Gaye (1978): *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press

Vik, Frøydis Nordgård (2007): "Taus kunnskap som bakgrunn for teorilæring i naturvitenskapelige fag i sykepleieutdanningen". Upublisert essay, Vestnorsk nettverk/Universitetet i Agder

Østlyngen, Trine og Turid Øvrebø (1998): *Journalistikk. Metode og fag*. Oslo: ad Notam Gyldendal



50 kvinner gratulerer Jens!
«Smil mer, du er enda kjekkere da» «Sexy med menn på 50» «Du kler de grå hårene»
SIDE 12-15

Dagbladet
Mandag 16. mars 2009 Nr. 74. Like 12. 141. årgang. Lessalg kr 11,00 € 3 utenfor Norden



Josef Fritzls ukjente OFFER
Foto: ATV



TILTALT: Josef Fritzl

I DAG STARTER RETTSSAKEN: Fortsatt dukker det opp uhyrlige historier rundt Josef Fritzl. Maria Naubauer var trolig hans første offer.
SIDE 10 OG 11

BOKEKSTRA
15 ungdomsbøker du må lese
SIDE 38-43

Fristed for asylsøkere
7000 kan ikke sendes ut av Norge
SIDE 4 OG 5



RBKs Steffen Iversen
SUPER-SPISSER står i kø
SPORTEN
Foto: Tom E. Østhus



物
JAPAN PHOTO
www.japanphoto.no



Mik GEWE FOTOBOK
Nå også på **EKTE** fotopapir!
Beste fotobok! Beste fotobok! Beste fotobok!
www.gewe.no

HØGSKOLEN I VOLDA JOURNALIST U
POSTBOKS 500
5101 VOLDA
MØRE-RØMS DISTR HS 061010274 E
006

Aftenposten

Mandag 16. mars 2009 Uke 12 Nr. 125 150. årgang Kr. 20

” Det vil være helt feil å forveksle hans pragmatisme med viljeløshet



Politisk redaktør Harald Stanghelle skriver om bursdagsbarnet Jens Stoltenberg.
KULTUR/KOMMENTAR - side 3



CD-er er ut!

KULTUR - side 6 og 7



Rasende på TV-fotball

DEL 1 - side 4

FØLGER IKKE VAKSINERÅD

Regjeringen vil ikke stanse planene om å innføre vaksiner mot livmorhalskreft for 12-åring. Bioteknologinemnda ber om utsettelse, og mener det er knyttet for stor usikkerhet til vaksineringen. - Dette er en vaksine som er bra for norske jenter, sier statssekretær Ketil Lindseth i Helsedepartementet. DEL 1 - side 5

MYE JUKS MED MILJØAVGIFTER

Svindel med miljøavgifter er blitt den vanligste form for avgiftsjuka. Tollkontrollører avslørte unndragelser for mer enn 260 millioner kroner i fjor. DEL 1 - side 8



Finansminister Kristin Halvorsen skinnelangs i 2003.

KOLSÅS IKKE PÅ SKINNER

Bæringer frykter at Kolsås-banen aldri kommer tilbake - seks år etter at SV-leder Kristin Halvorsen tok seg en tur langs skinnene med krav om snarlig gjenåpning. «Når» er blitt til «hvis». DEL 1 - side 6

Uten makt over Nav-kontorene

På sidelinjen. Topp-sjefen i Nav er helt uenig i måten en rekke lokalkontorer håndterer Nav-reformen på. Men han har ingen innflytelse over hvordan de organiserer arbeidet. DEL 1 - side 2 og 3



«En modell der alle skal kunne alt, er en helt urimelig og umulig modell»
Tor Saglie, Nav-direktør

SMELLER DET FOR ALVOR I PAKISTAN I DAG?



Pakistanske demonstranter protesterte i Lahore i går, og satte blant annet en politibuss i brann. I dag er det varslet en masseprotest i hovedstaden Islamabad. FOTO: ASIF HASSAN/AP

Hæren står klar til å gripe inn mot en varslet massedemonstrasjon i Pakistans hovedstad Islamabad. Opposisjonsleder Nawaz Sharif er ventet dit til tross for at han har fått husarrest i Lahore. Politiet brukte køller og tåregass mot demonstranter i går. DEL 1 - side 10 og 11

Sunnmørsposten

mandag 16. mars 2009

Nr. 63 127. årgang Pris kr 20,- smp.no



lokalt

Storbonden i Syvde

Syvde-bonden Inge Arseth (38) satsar aleine like stort som sunnmørske samdrifter.

Del 1, side 10-11

Omkom etter påkjørsel

Ein 42 år gamal mann omkom då han blei påkjørt av ein 19-åring på Haramsøya i går kveld.

Del 1, side 8



lokalt

- Seksualisert mobbing

Brutal mobbing med seksualiserte innslag skjer blant barn og unge, sier psykisk helsearbeider Jimmy Gonzales i Haram.

Del 1, side 2-3

Rekdals nye gullgutt



Fredrik Carlsen jublet om kapp med tilskuerne da han scoret 1-0 like før pause. Serieoppgingen mot Tromsø endte 1-1, men AaFK var det beste laget. FOTO: STAALEWATHE

AAFK. Kjetil Rekdals midtbanefunn Fredrik Carlsen (19) fikk gå. Også de andre nykommerne til AaFK slo til. Color Line Stadion til å koke da han scoret 1-0 mot Tromsø i **Del 1, side 16-18**

Menytilbud mandag - onsdag!

 <p>Ferske nakkekoteletter Våre egne, pr kg</p> <p>29⁹⁰</p>	 <p>Blå druer 500 gs beger Sterfnia, Sar Atrika (39,80/kg)</p> <p>19⁹⁰</p>	 <p>Fiskekarbonader 120 gs, pr kg Fra våre fiskedisk</p> <p>49⁹⁰</p>	 <p>Evergood kaffe 250 g, kaffefilter-/pressemat, Classic (39,60/kg)</p> <p>9⁹⁰</p>
 <p>Tomater Løsvekt, Spania pr kg</p> <p>14⁹⁰</p>	 <p>Gulost/lett gulost 480 g, Synnøve (83,15/kg)</p> <p>39⁹⁰</p>	 <p>MENY Frihet til å velge</p>	

25

Torgeir Dimmen. Notat 9/2009. Høgskulen i Volda og Møreforskning Volda.