

Uten nyhetsverdi?



Per Halvorsen

Per Olav Solberg

Når sjefredaktøren vil belære sine lesere om mangelen på nyhetsverdi i et oppslag om kostnadene ved de redaksjonelle endringene i Psykologtidsskriftet, befinner hun seg åpenbart utenfor eget kompetanseområde.



Per Halvorsen (foto: Thomas Brun/NTB), Per Olav Solberg (foto: Arne O. Hageberg)

Psykologisk.no har sjekket måloppnåelse etter at Psykologtidsskriftet for noen år siden endret sin redaksjonelle linje for å styrke seg selv som plattform for vitenskapelig publisering. Et tydelig mål har vært å gjenvinne indeksering i kanaler som lukket døren under den forrige redaksjonen. Endringene har skjedd på bekostning av journalistikken. Ser vi bort fra annonseavdelingen, er hele den gamle redaksjonen nå borte. Ikke et vondt ord om kampen om å gjenvinne tapte indekseringsskanser. Man kan være uenig i veivalget. Det er uansett helt legitimt for sjefredaktøren – innenfor rammen av en formålsparagraf vedtatt av eier – å endre redaksjonell profil og kompetansesammensetningen i redaksjonen.

Unødig aggressiv endringsprosess

Det som kleber ved denne saken, nærmest som en verkebyll, er den unødvendig aggressive måten endringsprosessen ble gjennomført på. Dette står alt sammen å lese i Psykologisk.no. Derfor skal vi ikke gjenta det her, bare understreke følgende: Nedbemanningsprosessen for tre år siden stod i sterk kontrast til verdier som vi oppfatter at Psykologforeningen som fagforening holder høyt på vegne av egne medlemmer. Verdier som vi også oppfatter er byggesteiner i grunnmuren av humanisme som psykologifaget er tuftet på.

Journalistikkens nyhetskriterier

Når så Psykologisk.no etter noen år lager et regnestykke der kostnadene ved de redaksjonelle endringene (økonomiske og menneskelige) blir satt opp mot graden av måloppnåelse, er det selvsagt et høyst relevant journalistisk prosjekt. Vi blir derfor litt i stuss over sjefredaktørens argumentasjon og påstand om at oppslaget i psykologisk.no mangler nyhetsverdi. Det virker som hun ikke har satt

seg tilstrekkelig inn i journalistikkens klassiske nyhetskriterier, som lister opp faktorene som avgjør hvorvidt en sak har nyhetsverdi eller ikke.



For korthets skyld nevner vi bare tre av dem her: vesentlighet, aktualitet og konflikt. Av disse er vesentlighet det viktigste. Vesentlighetskriteriet er tett koblet sammen med pressens samfunnsoppdrag (jevnfør Redaktørplakaten og Vær varsom-plakaten som Psykologtidsskriftet bekjenner seg til). Samfunnsoppdraget handler om at mediene skal informere om det som skjer i samfunnet, og avdekke kritikkverdige forhold. Når du bruker et gitt antall millioner kroner av medlemmenes penger samtidig som du fratar folk jobben, og etter drøye tre år fremdeles ikke har fått «varen» du har betalt for, er ikke det vesentlig å belyse? Vi vet om flere – også blant Psykologforeningens medlemmer – som vil svare ja på dette spørsmålet.

Er saken aktuell? Angår den oss her og nå? Berører den mange nok?

Saken angår medlemmene

Vel, Psykologforeningen har over 11 000 medlemmer. De fleste gir nok blaffen. Mange, kanskje de aller fleste, hilser sikkert satsingen på mer vitenskap velkommen. Men vi tipper det også har en viss interesse å få vite hvordan foreningen de er medlem av, behandler egne ansatte, og hva den bruker medlemmenes penger til.

Er det konflikt? Det er vel en av grunnene til at sjefredaktøren i det hele tatt tar seg bryet med å kommentere oppslaget. Hun takket nei til å være kilde i psykologisk.no og presentere sin versjon der. Isteden gjør hun det på egen plattform uten å lenke til originalkilden i tråd med god skikk.

Her virker det som om sjefredaktørens behov for å ta kontroll over en historiefortelling der hun selv ikke spilte en særlig flatterende rolle, har trumfet prinsipiell redaksjonell tenkning.

Merknad. Forfatterne er tidligere ansatte journalister ved Psykologtidsskriftet.