

## – Opprøret som uteble

– Gatemagasinerne er veldig snille i sin samfunnskritikk. Det er skuffende, mener journalist og pressemann Arne O. Holm.

TEKST: PETTER LØNNINGEN

FOTO: KAI HAGEN

petter@megafon.no

– Det er forbausende lite opprør å spore i norske gatemagasiner, sier Holm.

Hvert år samles norske gatemagasiner for å diskutere samarbeidsformer og felles strategi. Under møtet i Tromsø i april var Holm invitert for å evaluere gatemagasinenes redaksjonelle profil.

– Jeg hadde forventet å se en systemkritikk. Magasinene er i en unik posisjon til å tale de svakestes sak, men gjør det sjelden, mener Holm, som selv startet sin pressekarriere som selger av den beryktede, anarkistiske «Gateavisa».

I dag er Holm er av landets dyktigste journalister, og har gjennom sin lange fartstid vunnet flere priser for sin gravende journalistikk.

### **DYNELØFTING**

Det vokser mang en underlig plante i floraen av norske gatemagasiner. Hvert magasin har selv utviklet sin egen redaksjonelle profil, noe som har resultert i varierende uttrykk. Der noen prioriterer å lage rene featuremagasiner, satser andre på gravende journalistikk og er blitt klaget inn til Pressens Faglige Utvalg (PFU).

– Norske gatemagasiner havner et sted mellom fortellende journalistikk og den verste Se og Hør-journalistikken hvor man løfter på dyner og bretter ut menneskers privatliv for alle som vil se.

Holm mener det finnes klare ytterpunkter blant gatemagasinerne.

– Asfalt (Stavanger) og Sorgenfri (Trondheim) definerer seg mer som et jobbtilbud for vanskeligstilte, mens Virkelig (Tromsø) er det magasinet som går lengst i å definere en misjon og hvilken gruppe de skal være talspersoner for. =Oslo og =Fredrikstad har også et mandat om å formidle de stemmeløses tanker.

### **SAVNER POLITISK BRODD**

Holm er overrasket over hvor lite politisk brodd det er i magasinenes lederartikler. Noen redaktører velger bevisst ikke å skrive denne typen meningsstoff, da det bryter med deres redaksjonelle profil.

– Lederartiklene brukes i liten grad til å gå inn i den politiske debatten. Det forundrer meg,

tatt i betraktning at Norge har verdens høyeste overdosetall i forhold til befolkninga og at gruppen uføre er stadig økende. Hvis ikke gatemagasinet taler de fattiges sak – hvem skal gjøre det da, spør han.

Den unge bransjen (det eldste magasinet, =Oslo, ble startet i 2005) er fremdeles i oppstartsfasen. Holm tror det er derfor journalistikk som fag glimrer med sitt fravær i organisasjonenes formålsparagrafer.

– Det er vanskelig for små redaksjoner, som gjerne også må drifte utsalgene, å grave frem de store sakene. Samtidig er gatemagasinet i en posisjon til å velge helt andre kilder enn andre publikasjoner. Det kan resultere i spennende og utfordrende reportasjer. Magasinet sitter på annen kunnskap og kildegrunnlag enn dagspressen. Når de er nysgjerrige er de en fryd å lese, mener Holm.

## **SMÅ RESSURSER**

Redaktør i =Oslo, Anlov P. Mathiesen, peker på at lav bemanning og små ressurser påvirker hvilke saker magasinet kan følge opp.

– Gatemagasinet har generelt knapt med ressurser. Derfor hender det ofte at vi kanalisere de virkelig graverende sakene vi kommer over videre til redaksjonene i de store avisene, slik at de kan følge opp saken på måter vi ikke makter, forteller han.

– Vi skal ikke unnskyldes oss med små ressurser, men det spiller en rolle når det viktigste er at magasinet faktisk kommer på gaten i det hele tatt, tilføyer Mathiesen.

## **– POSITIVT OPPRØR**

Mathiesen mener norske gatemagasinene representerer et positivt opprør.

– Et dikt skrevet av en rusmiddelavhengig kan kanskje virke amatørmessig skrevet, men det er en stemme som til vanlig kan være undertrykket. Det er nok av magasiner rundt i verden som skal vise fingeren til øvrigheten, og som gjør det på en lite heldig måte. Samtidig ser vi at det vanskelige og tidvis deprimerende stoffet kan bli overveldende. Som leser kan det være tungt å lese om sosial elendighet i blad etter blad.

Intervjuer med gatemagasinseiere er blant magasinenes mest populære stoff, og bidrar til å rive ned fordommer mot rusmiddelavhengige og vanskeligstilte. Holm berømmer måten gatemagasinene fremstiller seierne på, men advarer mot sosialpornografi.

– Intervju med seierne gir innsikt, men enkelte intervjuobjekter må beskyttes mot seg selv. Dessuten må det balanseres; en del av historiene kan oppleves som oppramsing av en fast regle om hvordan man havnet på skråplanet. I verste fall kan slikt bidra til å skape nye fordommer og tilsløre sannheten, mener Holm.

Holm er likevel imponert over hvor langt magasinet er kommet i profesjonaliseringen.

– Gatemagasinene er en formidabel suksess; merkevaren er bygget opp på overraskende kort

tid, og journalistikken er god. Livet på gaten er ikke lett, men magasinene gjør det bedre, avslutter han.

## **Fakta Arne O. Holm**

\* Spesialrådgiver ved Nordområdesenteret, Universitetet i Nordland.

\* Journalist gjennom mange år, blant annet for Dagens Næringsliv, NRK Brennpunkt, Dagbladet og Svalbardposten.

\* Vant SKUP-prisen i 1992 og 1995 (Norsk presses pris for fremragende undersøkende journalistikk)

## **BILDETEKST:**

**METTE MEDIER:** – Vi er så mette at ingen gidder se nærmere på problemene i det norske samfunnet. Her kan gatemagasinene gjøre en forskjell, sier journalist Arne O. Holm i sin evaluering av norske gatemagasiner.

Sitater:

– Hvis ikke gatemagasinene taler de fattiges sak – hvem skal gjøre det da?

Arne O. Holm, journalist.

– Norske gatemagasiner havner et sted mellom fortellende journalistikk og den verste Se og Hør-journalistikken hvor man løfter på dyner og bretter ut menneskers privatliv for alle som vil se.

Arne O. Holm, journalist.