Lokale medier

Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø (red.)

Lokale medier

Samfunnsrolle, offentlighet og opinionsdanning

CAPPELEN DAMM AKADEMISK

© CAPPELEN DAMM AS, Oslo, 2021

ISBN 978-82-02-63045-4
1. utgave, 2. versjon 2021

E-utgaven baserer seg på 1. trykte utgave, 978-82-02-53246-8,
Cappelen Damm Akademisk, 2018

Omslagsdesign: Kristin Berg Johnsen
Sats: Bøk Oslo AS
Elektronisk tilrettelegging: Bøk Oslo AS

Boken har fått støtte fra Pressens Faglitteraturfond (PFF)

Materialet i denne publikasjonen er omfattet av åndsverklovens bestemmelser. Uten særskilt avtale med forlaget er enhver eksemplarfremstilling og tilgjengeliggjøring bare tillatt i den utstrekning det er hjemlet i lov eller tillatt gjennom avtale med Kopinor, interesseorgan for rettighetshavere til åndsverk.

www.cda.no
akademisk@cappelendamm.no

Cappelen Damm AS er sertifisert iht. FSC®, PEFC og Miljøfyrtårn.

Innhold

Forord 9

Kapittel 1
Stabilitet og endring – offentlighet, demokrati og samfunnsrolle i et lokalt perspektiv 11

Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø

Lokalavislandet Norge 14
Mediene som et økosystem 18
Mediene i offentligheten 21
Nye offentligheter 25
Samfunnsoppdrag og rolle 27
Sentrum og periferi 29
Blikket ut i Europa: Avisdød og nye hyperlocals 31
Om boka 35

Kapittel 2
Lokaljournalisten og Facebook – journalistiske profesjonsutfordringer på sosiale medier 39

Karianne Sørgård Olsen

Pressa presse? Journalistikken i et digitalt landskap 41
Journalistikken og sosiale medier 43
Teoretisk rammeverk: Goffmans teateranalogi og rolleteori 45
Datainnsamling og metodiske valg 47
Dimensjon 1: Hvordan lokaljournalister oppfatter seg selv på Facebook 49
Dimensjon 2: Faglig og praktisk Facebook-bruk blant lokaljournalister 53
Dimensjon 3: Lokaljournalistiske spenninger knyttet til profesjonell og privat på Facebook 60
Å trå riktig i skjæringspunktet mellom gammelt og nytt 66

Kapittel 3
Kommentarjournalistikk i en regional offentlighet – en studie av Nordnorsk debatt 71
Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø
Mer views, mindre news 73
Geografisk sammentrekning 76
Nordlys satser på meninger 77
Datagrunnlag og metode 79
Forvaltning av arv og tradisjon 81
Nordnorsk debatt og tomrommet etter NRK 82
Internett og sosiale medier et viktig premiss 84
Det felles nordnorske 86
Spenning, splid og konflikt 89
Tydelige standpunkt, mye politikk 91
«Kretsmesterskap» eller samlet region? 98
Regional offentlighet, mangfold og blindsoner 100

Kapittel 4
Forklarende journalistikk i Bergens Tidende – en studie av Brif 103
Lisbeth Morlandstø og Birgit Røe Mathisen
Forklarende journalistikk 105
Ungdom som brukergruppe 108
Demokrati og offentlig opinionsbygging 109
Data og metode 111
Konseptet Brif 112
Sjangerblanding? 116
Utfordrende å henge med når journalistikken digitaliseres 118
Folkeopplysning og samfunnsoppdrag 121
Motivasjon og selvtillit 125
Men nådde de ungdommen? 127
Sjangerutvikling styrker journalistikken 130

Kapittel 5
Lokalavisen og Facebook – en studie av medier og lokaltilhørighet 132
Malene Paulsen Lie
Mediebruk og lokaltilknytning 134
Å gjøre og føle sted 136

Data og metode 138
Emosjonelle bånd til lokalavis og lokalsamfunn 140
Å representere og bli representert 143
Å pleie sosiale relasjoner på stedet 145
Lokale kommunikasjonsrom på nett 147
Integrerende medier? 149

Kapittel 6
The Withdrawal of Local and Regional News Journalism – report from South Wales 151

Andy Williams and Rachel Howells

Local and regional news in South Wales 152
The decline of Welsh local and regional newspapers 155
Decreasing local news revenues 157
The withdrawal of professional journalism from Welsh communities 159
The future is digital, yet digital revenues remain low 162
Declining media plurality 164
Less local, less independent, and of less civic value 167
The rise of independent hyperlocal news 170
The future of digital local news in the public interest 173

Kapittel 7
Hvem er offentligheten? Momenter til ei vurdering av de lokale nyhetsmedienes rolle i det offentlige rom 177

Bengt Engan

Publikum er ikke hva det var 179
Journalistisk ekspertise 181
Suboffentligheter 184
Demokrati – hvem deltar og hvem debatterer? 188
Medborgerkulturen 193
Flere slags utkanter 198

Kapittel 8
Lokaljournalistikk i en fragmentert offentlighet – viktigere enn noen gang 200

Lisbeth Morlandstø og Birgit Røe Mathisen

Fragmentering og demokrati 203

Krise, transparens og tillit 204
Unge borgere og mediebrukere 209
Nye spørsmål 210

Litteratur 215

Stikkordregister 239

Forord

Denne boka er blitt til som resultat av forskningsprogrammet *Opinionsdanning, offentlighet og lokale medier*, som har vært drevet av fagmiljøet ved journalistutdanninga på Nord universitet i Bodø. Vi er to forskere som har hatt hovedansvaret for både forskningsprosjektet og boka. Med oss har vi hatt tre doktorgradsstipendiater som alle er bidragsytere i boka; Bengt Engan, Malene Paulsen Lie og Karianne Sørgård Olsen. Engan disputerte i 2016, Lie og Olsen skal disputere i nær framtid. I tillegg har to kollegaer ved School of Journalism, Media and Cultural Studies ved universitetet i Cardiff bidratt med et kapittel om lokaljournalistikkens kår i Wales; dr. and senior lecturer Andy Williams og phd Rachel Howells.

Dette har vært et stort og viktig forskningsprogram for vårt lille fagmiljø i Bodø, og det er mange som fortjener en takk for å ha bidratt. Fritt Ord finansierte forskningsprogrammet, noe som var helt avgjørende for å fullføre prosjektet og for at denne boka ble mulig. Våre kolleger i forskningsgruppa for journalistikk ved Nord universitet har bidratt med gode diskusjoner og konstruktive tilbakemeldinger på kapittelutkast underveis i skriveprosessen. Vi ønsker også å rette en takk til forlagsredaktør Ragnhild Hjorth for et solid og godt samarbeid, og for gode råd underveis.

Den største takken skal likevel informantene våre ha: redaktører og journalister i Avisa Nordland, Bergens Tidende, Firda, Nordlys, NRK Sogn og Fjordane, NRK Østafjells, Sett Nordfra og Tønsbergs Blad, mediebrukere i to ulike lokalsamfunn i Norge, lokalpolitikere i Nordland og Nord-Trøndelag og ungdommer på videregående skoler i Nordland. De har satt av tid til å dele sine erfaringer om sitt journalistiske arbeid og om sine erfaringer som mediebrukere. Uten dem hadde ikke de ulike forskningsprosjektene vært mulig å gjennomføre – ei heller denne boka.

Arbeidet med forskningsprogrammet startet høsten 2014. Underveis i den tiden vi har jobbet med våre ulike prosjekter har mediekrisen pågått for fullt, med oppsigelser, nedskjæringer og avgjørende veivalg for redaksjonene. Bokas ulike bidrag er dypdykk inn i ulike lokalsamfunn og ulike lokale og regionale mediers hverdag. Konklusjonen vår er at det ikke bare er nedskjæringer som foregår i lokale og regionale medier, men også innovasjon og engasjerende pågangsmot for å møte nye utfordringer. Arbeidet så langt har gjort oss enda mer nysgjerrige på å utforske ulike aspekter ved lokal- og regionaljournalistikken, og vi er ganske imponert over all den optimisme som det er mulig å spore – tross krise.

Bodø, 24. november 2017
Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø

KAPITTEL 1

Stabilitet og endring – offentlighet, demokrati og samfunnsrolle i et lokalt perspektiv

Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø[1]

Redaksjonene står midt oppe i avgjørende veivalg som vil få stor betydning for journalistikken og for den samfunnsrolle den vil spille i framtiden. Endrede rammevilkår utfordrer både profesjonsutøvelsen og journalistikkens rolle i offentligheten. Det gjelder også de lokale og regionale mediene. Lokaljournalistikken har alltid levd i spenningen mellom markedets krav til inntjening og publikumsoppslutning på den ene siden, og profesjonelle ideal om en journalistikk i demokratiets tjeneste på den andre (Ottosen 2004, Allern 2001). En rivende teknologisk utvikling og nye markedsvilkår utfordrer dette. Forretningsmodellene fungerer ikke lenger; annonseinntektene er sterkt reduserte, og publikum endrer brukeratferd. Resultatet er opplagsfall, nedskjæringer og oppsigelser i redaksjonene. Det gir grunn til bekymring over konsekvenser for kvaliteten i den lokale journalistikken (Dahlstrøm og Hognestad 2016).

Samtidig skjer det ny utvikling i bransjen, og redaksjonene griper muligheter som det digitale mediemarkedet bringer med seg. De tradisjonelle mediene implementerer ny teknologi, nye offentlige debattarenaer etable-

1 Dette er en fagfellevurdert vitenskapelig artikkel. Birgit Røe Mathisen er førsteamanuensis i journalistikk ved Fakultet for samfunnsvitenskap, Nord universitet. Lisbeth Morlandstø er professor samme sted.

res, nye sjangre og digitale presentasjonsformer prøves ut, og sosiale medier tas aktivt i bruk for å skape dialog og kommunikasjon med nye publikumsgrupper (Larsson mfl. 2016; Westlund 2015, 2013; Lasorsa mfl. 2012; Hermida 2010). Digitaliseringen bidrar til at formidlingen av journalistikk endres radikalt, gjennom nye fortellerteknikker og direkte interaksjon med publikum (NOU 2017:7, s. 63).

En viktig oppgave for forskningen er å ikke bare beskrive denne utviklingen, men også å være opptatt av hva den betyr for lokaljournalistikken; for kvalitet, for rammene, for profesjonsutøvelsen og for journalistikkens rolle i den lokale offentligheten. Lokaljournalistikken og lokale medier har lenge vært en underutforsket del av mediene. Det er de største nasjonale og internasjonale mediebedriftene som har hatt det meste av søkelyset på seg. Journalistikkforskningen blir kritisert for nettopp å bare handle om de største mediebedriftene, de største mediehendelsene, de mest framtredende mediepersonlighetene og de mest synlige journalistene (Wahl-Jorgensen og Hanitzsch 2009, s. 12). Aldridge (2007) og Nielsen (2015b) føyer til at lokale medier ikke bare er oversett i forskning, men også i fagdebatter, til tross for at de er sentrale og vitale arenaer for offentlig debatt. Denne manglende oppmerksomheten innebærer at det er mindre bevissthet og kunnskap om hvordan opinionsdanning foregår lokalt og regionalt, og hvilken rolle lokale og regionale medier spiller for demokratisk deltakelse. I norsk sammenheng er dette på mange måter et paradoks, med tanke på den desentraliserte mediestrukturen vi har. De siste årene har det likevel skjedd ei endring både nasjonalt og internasjonalt, der forskningen i økende grad har fattet interesse for det lokale medielandskapet (se blant annet Waschková 2017; Nielsen 2015a; Morlandstø og Krumsvik 2014). Tema for både internasjonale forskningskonferanser og vitenskapelige publikasjoner vitner om økende interesse for de lokale mediene. Det er en viktig og riktig dreining.

Denne boka er et bidrag til denne økte oppmerksomheten. Boka handler om de lokale og regionale mediene; om det journalistiske innholdet, om de lokale journalistene og om relasjonen redaksjonene har til sin omverden. Boka er et resultat av et toårig forskningsprosjekt, «Opinionsdanning og offentlighet i lokale medier», der målet har vært å studere hvilken betydning lokale og regionale medier har for offentlighet, opinionsdanning og

meningsskaping i ei brytningstid. Dette har vi studert fra ulike innfallsvinkler: analyser av journalistisk innhold, intervju med journalister og redaktører, samt intervju med publikum. Vi har besøkt flere lokalsamfunn og flere redaksjoner; både tradisjonelle avismediehus og NRKs distriktskontor. Prosjektet favner vidt, fra studier av små lokale medier med et avgrenset geografisk nedslagsfelt, til større mediehus med regionale ambisjoner. Felles for alle er at de forvalter en lokal og regional offentlighet og er viktige aktører i det norske lokalmedielandskapet.

Vi som har vært involvert i prosjektet, er fem forskere tilknyttet Journalistutdanninga ved Nord Universitet i Bodø. Tre har gjennomført sine doktorgradsarbeider knyttet til prosjektet, og flere av oss har en rekke tidligere studier av lokale medier og lokal journalistikk bak oss. Felles for oss alle er en genuin interesse for lokale medier. Vi betrakter journalistikken som en viktig del av samfunnets infrastruktur, på lik linje med skoler og samferdsel. De lokale mediene er viktige arenaer for den lokale offentlige samtalen, og de spiller en sentral rolle som forvaltere av ytringsfrihet i et lokalt og regionalt perspektiv. De bidrar til mangfold i nyhetsdekningen og gir folk flest en mulighet til å navigere i sitt lokalsamfunn – ei nødvendig forutsetning for å kunne delta i demokratiske prosesser. Kort sagt utgjør de en *demokratisk* infrastruktur. Derfor mener vi det er viktig å ha kunnskap om hvilke veivalg og vurderinger som gjøres i de lokale redaksjonene, om hvordan profesjonsrollen som lokaljournalist oppleves og utøves, og om hvilken relevans de lokale mediene har, sett fra publikums og mediebrukernes ståsted.

Gjennom antologien skal vi gjøre et dypdykk i ulike lokale og regionale medievirkeligheter i en avgrenset tidsperiode. Denne medievirkeligheten er både preget av spenning og usikkerhet fordi flere sentrale rammevilkår endres, og samtidig av stabilitet knyttet til rollen som forvalter av den lokale offentligheten. Vi er som sagt opptatt av lokalmedienes rolle i et demokratisk perspektiv, for offentlighet og opinionsdanning, og vi er opptatt av hva som skjer når rammevilkårene endres. Offentlighetsbegrepet er derfor sentralt i diskusjonen. Gjennom boka skal vi drøfte nye muligheter og utfordringer redaksjonene og journalistene møter i ei omskiftelig tid der offentligheten endres og fragmenteres. Men aller først skal vi gjennom dette innledningskapitlet se nærmere på det spesielle ved den norske medie-

strukturen, og vi skal gjøre rede for noen sentrale teoretiske begrep som brukes i boka for å belyse og diskutere de lokale medienes rolle. Vi skal også se nærmere på hvordan lokale medier utvikler seg utenfor Norges grenser.

Lokalavislandet Norge

Vår definisjon av lokale medier favner vidt, da vårt fokus er både kringkasting, små lokalaviser og større regionaviser. Disse mediene representerer hver på sin måte offentlige arenaer i ulike avgrensede lokale områder i Norge og bidrar med det å opprettholde en mangfoldig medieoffentlighet. Og nettopp det å sikre mangfold har vært et politisk mål (NOU 1999:2, s. 27), ikke minst for å sikre at Grunnlovens § 100 om at «ytringsfrihet skal kunne finne sted» kan ivaretas. Mangfold og pluralisme er med andre ord viktige mål i den mediepolitiske debatten, og for de mediepolitiske støtteordningene vi har hatt. Mediemangfoldsutvalget (NOU 2017:7, s. 7) argumenterer for å videreføre disse målene og opprettholde og styrke offentlige støtteordninger som kan sikre «den infrastrukturfunksjon som journalistikken har i samfunnet» (ibid., s. 9). De lokale og regionale mediene er en viktig del av denne infrastrukturen, og nettopp de mange lokale og regionale mediene i Norge bidrar til å skape det mangfoldet som mediepolitikken etterspør.[2]

De lokale mediene omtales gjerne som ryggraden og bærebjelken i det norske mediesystemet (Mathisen 2010; Høst 2005). Den geografiske dimensjonen er viktig. Etter at partipressen ble avviklet på 1970- og 80-tallet, er det i dag utgiversted og dekningsområde som avgjør hva slags journalistisk profil de fleste aviser får (Høst og Holm 2009, s. 46). Ved utgangen av 2016 var det 227 aviser i Norge, dette er det høyeste tallet siden mellomkrigstiden (Høst 2017, s. 5). Avisene gis ut på 187 ulike steder, både i større byer og på små tettsteder, og de aller fleste av avisene er lokale. Sigurd Høst beskriver tallet på aviser som stabilt på et meget høyt nivå, og de siste årene er det endog etablert nye lokale aviser, selv om noen av disse også har måttet legges ned igjen. Høst (2017, s. 7) karakteriserer imidlertid disse nedleg-

2 Helle Sjøvaag «Mangfold i norske medier?». Foredrag på Norsk Medieforskerkonferanse i Bergen 20.10.2016, basert på forskningsprosjektet Media Diversity. Les mer om prosjektet på: https://mediemangfold.wordpress.com/

gelsene som en «mislykket etablering og ikke som en tradisjonell avisdød». En desentralisert mediestruktur er med andre ord et karakteristisk trekk ved det norske mediemønstret, med et stort antall lokalaviser spredt over hele landet.

I tillegg til de tradisjonelle avisene er også NRK en sentral lokaljournalistisk aktør. En betydelig del av lokaljournalistikken i Norge blir produsert av NRKs mange distriktskontor. NRK er delt inn i fem regioner og 15 distrikt, med i alt 48 lokal- eller distriktskontor spredt utover landet. Distriktskontorene utgjør ryggraden i NRKs virksomhet, og her jobber om lag 1000 av de totalt 3500 ansatte i NRK.[3] De produserer egne sendinger både på tv og radio, og har i tillegg egne nettportaler.

Sigurd Høst beskriver det nivådelte avissystemet som en paraply. Paraplymodellen stammer opprinnelig fra amerikanske undersøkelser og var opprinnelig et hjelpemiddel for å studere konkurranse mellom aviser på ulike geografiske nivåer (Høst 2005, s. 12). Modellen har også fått gjennomslag i både Norge og andre europeiske land. Ifølge Høst er modellen nært beslektet med det norske idealet om en differensiert dagspresse, som har vært selve grunnlaget for norsk pressepolitikk (s. 13). I den norske utgaven av paraplymodellen skiller Høst mellom fire ulike nivå: et nasjonalt nivå med riksavisene, et regionalt nivå for storby- og distriktsaviser, et nivå for lokale dagsaviser og et nivå for lokale fådagersaviser og ukesaviser. Det er en klar rollefordeling mellom avisene på de ulike nivåene i paraplymodellen, og en viktig forklaring ligger i samspillet mellom avissystemet og det desentraliserte norske samfunnet, ifølge Høst.

Nordmenn er et avislesende folk. Både lesertall og papiropplag har tradisjonelt vært høye i Norge sammenlignet med mange andre land. Men som vi beskrev innledningsvis, utfordres journalistikken på en rekke hold. Bakteppet er sammensatt og handler både om økonomiske rammevilkår, teknologisk utvikling og brukeratferd. I 2008 slo finanskrisa inn over Norge. Tap av annonseinntekter førte til flere store nedbemanningsrunder i norske mediehus. Ifølge medlemsstatistikken til Norsk Journalistlag er det blitt 1000 færre journalister de siste fem årene.[4] MBL-avisene som er

3 Kilde: nrk.no

4 «– Nå er journalistikken i fare», nj.no

med i lønnsstatistikken til Norsk Journalistlag, hadde 3184 organiserte NJ-medlemmer i 2012, og 2499 i 2016 (Høst 2017, s. 38). Dette er en nedgang på litt over 20 prosent i gjennomsnitt. Høst påpeker at dette selvsagt ikke gjelder for alle avisene: «Noen aviser har klart seg uten å redusere den redaksjonelle staben, så for andre har nedgangen vært mye mer enn 20 prosent.»

Samtidig har en rivende teknologisk utvikling banet vei for nye aktører på mediemarkedet og ført til grunnleggende endringer av kommunikasjonen. Store, globale aktører som Facebook, Google og Amazon har overtatt som annonsørkanaler, fordi de gir langt mer målrettet markedsføring enn i tradisjonelle papiraviser. Det har påført mediene store inntektstap. Ifølge Medietilsynet gikk papiravisenes annonseinntekter ned med 740 millioner i 2015, mens inntektene fra annonsesalg på nett bare økte med 21 millioner. Totalt har avisenes annonseinntekter gått ned med 1,8 milliarder kroner de siste fem årene. Det har ført til ytterligere runder med nedskjæring og nedbemanning. Slik sett kan vi si at digitaliseringen har ført til en strukturell transformasjon av den tradisjonelle journalistikken både nasjonalt og internasjonalt (Dahlstrøm og Hognestad 2016), og gir grunn til å diskutere en redefinering av journalistikken (Peters og Broersma 2017, 2013; Deuze 2007).

Den strukturelle transformasjonen av journalistikken gir også grunn til å diskutere om paraplymodellen er dekkende for å beskrive den nye medievirkeligheten. Vi ser flere nye trender som rokker ved modellen. En trend er at flere aviser slår seg sammen. Et eksempel på det finner vi i Trøndelag, der de tre lokalavisene *Innherreds Folkeblad*, *Verdalingen* og *Levanger-Avisa* slo seg sammen til den nye avisa *Innherred* i 2015. To år etter gikk Stjørdalens Blad og Malvik-Bladet sammen og dannet tredagersavisa Bladet (Høst 2017, s. 9). En annen trend er at aviser reduserer antallet dager med papirutgivelse. Mellom 2012 og 2016 var det hele 25 aviser som reduserte sin utgiverfrekvens (Høst 2017, s. 5). Et eksempel er Amedia-avisene på Helgeland; Helgelendingen og Rana Blad gikk begge fra seks til fire papirutgivelser i uka våren 2017.[5] Denne frekvensnedgangen skyldes også at flere mediehus har måttet kuttet lørdagsavisene og i stedet gi

5 Medier24 4.5.2017 https://www.medier24.no/artikler/rana-blad-og-helgelendingen-kutter-frekvens-gar-fra-seks-til-fire-papirutgivelser/382420

ut fyldige helgeaviser på fredager, etter at Posten har kuttet postombæring på lørdager. Den gledelige nyheten er imidlertid at resultatene fra 2016 viser at det samlede opplaget bare har gått ned med 1,1 prosent sammenlignet med året før (ibid.), og at 92 av avistitlene hadde en opplagsvekst i 2016.[6] Dette henger primært sammen med en tredje trend, nemlig at det satses stadig mer digitalt i mediebransjen. Mediebruken flyttes til nett, og de tradisjonelle papiravisene har opplevd en markant nedgang i papiropplag gjennom flere år. Trykt presse opplever en sterk nedgang i både opplag og lesertall på papir, og dette er en global trend.

At flere og flere aviser nå tar betalt for sine nettsaker er likevel en bevisst strategi. Høst (2017, s. 5) viser at «ved utgangen av 2016 var det 151 aviser som hadde en betalingsordning for nettnyhetene», noe som betyr at leserne flytter seg fra papir til nett. I 2014 var første året det var flere lesere digitalt enn på papir i Norge, og i 2016 var det 39 prosent av den norske befolkningen som leste papiravis en gjennomsnittsdag, mot 56 prosent som leste nettavis (Vaage 2017). Også denne fjerde trenden kan illustreres ved de to nevnte helgelandsavisene: Samtidig som de kutter i papirfrekvens, satser begge på den digitale sjudagersavisa Nyhetsdøgnet. Begge avisene har opplevd stor digital vekst det siste året, og har nå like mange lesere digitalt som på papir, ifølge Amedia. Det samme ser vi med den nyetablerte nettavisa iFinnmark (sammenslått nettløsning mellom Finnmark Dagblad og Finnmarken), som melder om økning i antall digitale lesere.[7] Nyhetsformidling og lesing flyttes altså fra papir til nett. Norge er et av de mest digitale mediemarkedene i verden, og norske nyhetsmedier har en sterkere digital posisjon enn tilfellet er i en rekke andre europeiske markeder.[8]

Til slutt vil vi ta med en femte trend, som også får konsekvenser for det lokale mediestrukturen, nemlig at regionavisene trekker seg tilbake til sine utgiversteder. De blir mer lokale enn regionale i sin nyhetsjournalistikk (Omdal 2013, s. 97). Flere regionaviser har lagt ned en rekke lokalkontor i regionen de siste årene, noe som begrenser mulighetene for å dekke hele

6 «Status for mediebransjen», presseorganisasjonenes skriftlige høringsmateriale til Finanskomiteen, i forbindelse med høring om statsbudsjettet 2018.

7 https://www.medier24.no/artikler/her-viser-finnmark-dagblad-vei-for-lokalavisenes-framtid-na-er-53-5-prosent-av-abonnentene-heldigitale/376234

8 «Status for mediebransjen», presseorganisasjonenes skriftlige høringsmateriale til Finanskomiteen, i forbindelse med høring om statsbudsjettet 2018.

regionen. De konsentrerer seg i større grad om utgiverbyen, og blir også mer urbane i profilen ved at innholdet i større grad handler om livsstils- og forbrukerstoff (Sjøvaag 2015). I tillegg har den økonomiske krisa ført til at riksavisene har lagt ned en rekke lokal- og regionkontor: Riksavisene hadde for eksempel tidligere regionkontor i flere av de store byene i landet, men en lang rekke av disse er lagt ned. Både regionaviser og større lokalaviser har også lagt ned flere av sine lokalkontor. Det innebærer også at det er færre journalister som rapporterer fra lokalsamfunnene og regionene. Ifølge Sigurd Høst (2016b) er 22 norske kommuner uten en lokalavis med minimum 30 prosent husstandsdekning.

Medielandskapet er sammensatt og består av både rene papiraviser, rene digitale nyhetsformidlere og tradisjonelle avishus som publiserer både på papir og nett. Utgivelsesfrekvens på papir endres, i retning av færre utgivelser, mens det satses mer digitalt, der deadline er kontinuerlig. Videre skjer det forskyvninger i det geografiske nedslagsfeltet til flere medier, slik som regionmedienes tilbaketrekking representerer. Alt dette er faktorer som bidrar til å endre det journalistiske landskapet betraktelig. Paraplymodellens styrke ligger i at den tydeliggjør lokalmedienes betydning, og at den illustrerer godt hvordan lokaljournalistikken utgjør ryggraden og bærebjelken i medielandskapet. Slik sett har den fortsatt relevans. Men de endringstrekkene vi har vært inne på, illustrerer også behovet for andre perspektiver som kan beskrive den norske medievirkeligheten.

Mediene som et økosystem

En mer dynamisk og mindre statisk måte å forstå mediene på er å bruke et medieøkologisk perspektiv som vektlegger samspillet mellom ulike medier (se blant annet Peters og Broersma 2017; Anderson 2016, 2011, 2010; Nygren 2016; Napoli mfl. 2015; Nielsen 2015a). Begrepet medieøkologi er hentet fra biologien og handler om samspill mellom levende organismer og det miljøet de lever i. Anderson (2016, s. 412) definerer nyhetsøkologi som:

> … the entire ensemble of individuals, organizations and technologies in a particular geographic community or around a particular issue, engaged in journalistic production and, indeed, in journalistic consumption.

Anderson (2016) viser videre til to ulike måter å bruke begrepet på. Det ene er å innta en naturorientert tilnærming, som legger vekt på hvordan ulike medietyper eller «arter» virker inn på hverandre. Medieøkologibegrepet kan her føres tilbake til medieforskeren Neil Postman, som brukte det for å beskrive hvordan nye medier ikke bare legger til noe, men også endrer alt (Anderson 2016, s. 414). Han viser til hvordan tvs inntreden endret forhold både i hjemmet, skoleverket og politikken. På samme måte har sosiale medier endret mye av vår kommunikasjon, både i privat sammenheng, innenfor politisk kommunikasjon og for de tradisjonelle medienes kommunikasjon med sitt publikum. Nye «arter» har på den måten forandret det medieøkologiske landskapet for alltid.

Medieøkologibegrepet kan også brukes på en annen måte, ifølge Anderson (ibid.), nemlig å undersøke spredning av nyheter og å synliggjøre hvordan nyheter som formidles i små, lokale medier, siden blir fanget opp av større og blir en del av den nasjonale offentligheten. Lars Johansson, sjefredaktør i svenske Helsingborg Dagblad, har beskrevet de lokale nyhetene som *planktonet* de store mediene lever av (Nygren 2016, s. 86). Brukt på denne måten kan begrepet også synliggjøre mangfold eller mangel på mangfold: hvordan mediene i mange sammenhenger beiter på hverandre, pakker om og gjenforteller de samme nyhetene. En dansk studie fra 2009 konkluderte med at to tredjedeler av alle nyhetene som ble publisert i løpet av ei uke, var gjenbruk, lån og tyveri (Lund mfl. 2009; se også Jordalen 2014).

Rasmus Kleis Nielsen (2015b, s. 27) bruker begrepet lokale medieøkosystem for å synliggjøre at individuelle aktører er en del av et større miljø. Ifølge ham er dette et perspektiv som hjelper både journalister og forskere til å se at verken mediestruktur, nyhetsproduksjon eller informasjon om offentlige spørsmål er noe som skjer helt løsrevet, men som finner sted i en spesifikk og situert kontekst. Nielsen beskriver de lokale mediene som hjørnesteinsmedier, eller *keystonemedia* (2015c, s. 51). Med det mener han medier som er primære tilbydere av en spesifikk form for informasjon, og som gjør det mulig for andre medier å formidle denne informasjonen. Basert på en studie fra Næstved kommune i Danmark viser han hvordan lokalavisa er den desidert viktigste formidleren av politiske nyheter og politiske saker. Det er lokalavisa som sikrer at denne informasjonen er

tilgjengelig i lokalsamfunnet, og det er lokalavisa sin kommunalreporter som gjør det mulig for større, regionale medier å fange opp og formidle videre noe av dette. Klimaet for politisk informasjon i Næstved ville sett helt annerledes ut dersom lokalavisa ikke fantes.

Økologier er uavhengige og relasjonelle, og endringer på et nivå kan få stor rekkevidde (Peters og Broersma 2017, s. 8). Det kan medieøkonomien illustrere: Facebook og Google har langt på vei overtatt store deler av annonsemarkedet fra de tradisjonelle mediehusene, og denne svikten i annonseinntekter er en sentral årsak til alle nedbemanningsrundene mediebransjen har vært gjennom. Både Facebook og Google kan ses som nye «arter» i økologien, nye predatorer som truer de gamle, og spiser av maten deres.

Framveksten av sosiale medier utfordrer dermed de tradisjonelle nyhetsmediene på flere måter, og bidrar til å endre den journalistiske profesjonsutøvelsen. En britisk studie viser for eksempel at sosiale medier endrer nyhetsøkologien, men legger likevel vekt på at de ikke kan *erstatte* de tradisjonelle nyhetsmediene. Tvert imot kompletterer og forsterker de sosiale mediene den rollen de tradisjonelle mediene har (Newman mfl. 2015). Sosiale medier kan med andre ord fylle noen av de samme funksjonene som tradisjonelle medier har; de kan være en arena for informasjonsformidling og debatt og mobilisere innbyggerne til engasjement. Men de kan likevel ikke overta de tradisjonelle nyhetsmedienes ideelle funksjon som felles torg, og de kan heller ikke ivareta den kritiske, uavhengige og granskende journalistikken (Nygren og Althen 2014, s. 51 ff.).

Samtidig kan det rettes kritikk mot medieøkologibegrepet. For det første kan det innvendes at et begrep hentet fra naturvitenskapen og biologien ikke uten videre kan overføres til samfunnsvitenskapen. For det andre kan begrepet fort lede til en teknologideterministisk oppfatning som ikke anerkjenner betydningen av aktørene, eller menneskenes valg, handlinger og mediebruk, og som overser mediene som sosial praksis (Anderson 2016). Tross metaforens begrensninger mener vi likevel begrepet gir en nyttig innfallsvinkel til å forstå hvordan ulike deler av mediestrukturen henger sammen og fungerer i forhold til hverandre, og hvordan endringer og nye «arter» får langsiktig innvirkning på hvordan medielandskapet fungerer. Blant annet bidrar det til å belyse hvordan spredningen av nyheter og ulike