

Motstemme og folkeopplyser på vei mot en digital offentlighet

- kommentarjournalistikk i regionale medier

Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø

Universitetet i Nordland

UiN-rapport 6/2014

Forord

Formålet med dette forskningsprosjektet har vært å studere meningsjournalistikken i regionavisene. Prosjektet springer ut av undervisningen vår i kommentarjournalistikk. Som fersk ansatt ved Senter for journalistikk fikk en av oss, Birgit Røe Mathisen, ansvar for dette kurset våren 2013. Det ga raskt inspirasjon til å utvide kunnskapsgrunnlaget innafor sjangeren. Vi har begge forsket på lokaljournalistikk gjennom mange år, og ønsket å bygge videre på det, samtidig som vi også beveget oss inn på andre områder av journalistikken. Det regionale nivået i pressestrukturen representerer en mellomting mellom den nære og ultralokale journalistikken i små redaksjoner, og de store riksdekkende mediene. Det geografiske perspektivet er videre, redaksjonene større og mer spesialiserte, samtidig som den geografiske forankringen regionalt er tydelig til stede. Kommenterjournalistikken har et regionalt utgangspunkt, og deltar i offentligheten regionalt, men like gjerne også nasjonalt. Slik bestemte vi oss for å se nærmere på menings- og kommenterjournalistikken som sjanger, nettopp på det regionale nivået.

Å jobbe med dette prosjektet har vært en givende prosess. Det har vært et samarbeidsprosjekt fra a til å, der begge har hatt like stor eierskap til både problemstilling og datamateriale. Med ulik bakgrunn og ulik kompetanse, har vi begge lært mye nytt. Tidligere har vi jobbet sammen som stipendiat og veileder. I dette prosjektet har vi samarbeidet på et annet plan, og hatt andre, jevnbyrdige roller. Det har vært et berikende og fruktbart samarbeid, som vi ser fram til å fortsette med. Selv om dette prosjektet er avsluttet og rapporten ferdigskrevet, er ikke vi ferdige med kommenterjournalistikken. Vi skal videreføre arbeidet med ny empiri og nye problemstillinger de to kommende årene.

Prosjektet har ikke blitt til av seg selv. Vi ønsker å rette en stor takk til Fritt Ord, som har gitt oss driftsmidler til å gjennomføre innsamlingsarbeidet. Vi vil også takke alle våre informanter i Adresseavisen, Avisa Nordland, Bergens Tidende,

Fædrelandsvennen, Nordlys og Stavanger Aftenblad. I alle redaksjonene er vi blitt møtt med velvillighet, imøtekommenhet og entusiasme. Det har også gitt oss som journalistutdanning verdifull kontakt med praksisfeltet, og mulighet til å knytte nye forbindelser med redaksjonsmiljø vi ikke har kjent så godt til fra før.

Arbeidet med dette prosjektet startet høsten 2013. Underveis akselererte mediekrisen for fullt, med oppsigelser og nedskjæringer og en offentlig debatt om konsekvensene det får for samfunn og demokrati. Det er en debatt vi har deltatt i. Mediekrisen som ytre omstendighet har også preget våre diskusjoner om det vi har funnet. Gjennom prosjektet har vi jobbet med journalistikk av høy kvalitet, og det har gitt oss mange bekreftelser på at journalistikken som institusjon fyller noen sentrale og grunnleggende roller i et moderne demokrati. Roller ingen andre kan erstatte.

Bodø 25. august 2014

Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø

Innhold

Forord.....	3
Kapittel 1: Innledning.....	7
Kapittel 2: Kommentarjournalistikk i tidligere studier	13
Kapittel 3: Metode	21
Kvantitativ innholdsanalyse.....	21
Kvalitativ innholdsanalyse	23
Kvalitative intervju.....	24
Om avisene i studien	25
Kapittel 4: Samfunnsrolle og makt.....	29
Fire hovedoppgaver.....	33
Nordnorsk debatt mellom Bodø og Tromsø	39
Kapittel 5: Nyhetsbildet avgjør tema	45
Nyhetsbildet styrer	45
Verdiløst uten klare standpunkt.....	53
Likestillingsdebatten på Sørlandet	60
Kapittel 6: Det regionale i den nasjonale debatten.....	65
Mangel på nyanser, kunnskap og perspektiv	70
Færre motstemmer	73
”Ja til reservasjonsretten” i vest.....	74
Kapittel 7: Kommentaren på digitale arenaer	79
Muligheter	79
Eksperimentering og uutnyttet potensial	83
Nettet gir større nedslagsfelt	85

Betalt-digitalt?	87
Kapittel 8: Unge stemmer	91
De unge mener hele tiden	91
Må tenke nytt i innhold og form	95
Unge stemmer gir troverdighet.....	98
Kvinnelige eller mannlige kommentarstemmer.....	102
Veien videre	106
Kapittel 9: Konklusjon og sluttdrøfting	109
Litteraturliste	115
Vedlegg 1: Kodeliste.....	119
Vedlegg 2: Intervjuguide	121
Vedlegg 3: Informanter	123
Vedlegg 4: Godkjenningsbrev fra Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste	125

Kapittel 1: Innledning

Nyhetsmediene har en sentral demokratisk oppgave knyttet til den offentlige meningsdannelsen og forvaltning av ytringsfriheten og det frie ord. Debatt og samfunnskritikk er viktige oppgaver i den forbindelse, i følge både medienes eget etiske regelverk og mediepolitiske dokument. Slik er journalistikk og demokrati nært knyttet til hverandre. Uten journalistikk vil demokratiet forvitte (McBride and Rosenstiel 2014: 166). Mediene er langt på vei den mest sentrale arenaen for offentlig ordskifte og samfunnskritikk, og menings- og kommentarjournalistikken er viktig for denne delen av samfunnsoppdraget.

Denne rapporten handler om meningsjournalistikken, den subjektive, analytiske og forklarende journalistiske sjangeren. Kommentaren er en sjanger for offentlig resonnering i praktiske, etiske og politiske spørsmål, der siktemålet er å overbevise eller reise tvil (Knapskog 2009: 290). Pressa skal bidra til debatt og rasjonell meningsdanning, og påvirke opinionen gjennom offentlig resonnering om aktuelle emner i samtiden (ibid; 295). Gjennom det etiske rammeverket viser pressen selv en uttalt ambisjon om å bidra til en kritisk, resonerende offentlighet: i første del av Vær Varsom-plakaten påpekes det at pressen skal ivareta viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk (VVP 1.2). En viktig del av kommentarjournalistikken handler nettopp om å vekke debatt, øve opp lesernes kritiske vurderingsevne og å spille rollen som den kritiske fjerde statsmakt (Iglund og Stølås 2008: 47-49). Kommentarjournalistikken er preget av analyse, kunnskap, uavhengighet, kontrovers og en kritisk tradisjon (Sneve 2002: 31).

Kommentarsjangeren har sterke historiske røtter. Den moderne kommentarens utgangspunkt er essayet (Sneve 2002: 17). Det var særlig på siste del av 1800-tallet at de rene kommentarspaltene dukket opp, der målet både var å underholde, informere og selge aviser (Knapskog 2009: 292). Den analytiske kommentaren gjorde for alvor sitt inntog i norsk presse på 1800-tallet, blant annet gjennom landets første, og

ledende essayist, Aasmund Olavsson Vinje. Den norske partipressen åpnet for en ny type politisk kommunikasjon, og en ny bruk av den subjektive kommentaren, basert på tolkning av foreliggende fakta (Sneve 2002: 25). Journalistene tilegnet seg en ny autoritet som fortolker av offentligheten (Schudson 1995: 49). I den norske tradisjonen speilet alle kommentatorene avisens grunnholdning. Avviklingen av partipressen ble et viktig vannskille for kommentarjournalistikken. Journalistikken ble profesjonalisert og uavhengigheten ble et viktig ideal. Sentralt i profesjonsideologien sto oppfatningen av pressen som den fjerde statsmakt. Dette preget også kommentarjournalistikken. Et konkret uttrykk for denne endringen er at den personlige kommentaren og analysen ble styrket på bekostning av den tradisjonelle lederen (Sneve 2002).

Kommentaren er blitt stadig viktigere både for norsk og utenlandsk presse. Den har økt i omfang og utgjør en stadig større andel av journalistikken i dag, både i papiravisene, i etermediene og på digitale flater (Sneve 2002; Igland og Stølås 2008; Knapskog 2009; Nossen 2010). Mediene prioriterer altså meningsjournalistikken, og flere journalister og redaktører jobber med denne typen stoff. I ei tid der papiroplaget faller, og nyhetsformidlingen i trykt presse er sterkt utfordret av nettmedier uten deadline, er bakgrunnsjournalistikken, dybden og den analytiske kommentaren blitt viktigere. Den britiske mediesosiologen Brian McNair (2000: 61) beskriver kommentaren som det tolkende øyeblikket i nyhetsproduksjonen. Han forklarer meningsjournalistikkens store utbredelse med kommersialiseringen av journalistikken, informasjonsoverfloden, teknologisk endring og veksten i PR-bransjen (s. 71).

Med veksten i kommentariatet, har også kommentatorene som sådan blitt langt mer synlige. Profilerte kommentatorer blir en del av mediehusenes merkevarebygging (Nossen 2010; Wold 2010). Stjernekommentatorene opptrer på flere plattformer, og blir også hentet inn av andre medier enn der de selv jobber (Erlandsen 2012).

Mediehusene låner ut kommentatorene til hverandre. De profilerte kommentatorene får på denne måten ekspertstatus og blir kjendiser (Wold 2010).

Kommentariatets rolle i forbindelse med den politiske journalistikken har også vært gjenstand for offentlig debatt og kritikk flere ganger. Kritikken har handlet om mangel på analytisk dybde og relevans. Kommentatorene blir kritisert for å innta en selverklært rolle som eksperter i å fortolke, spå og dømme (Allern 2010; Erlandsen 2012). Denne kritikken ble blant annet reist i kjølvannet av Ramin- Osmundsens avgang som minister i 2007. I sin analyse av hvordan norske nyhetsmedier dekte denne saken, stiller Gunn Sara Enli (2009) spørsmål om i hvilken grad journalistene selv var aktører som påvirket utfallet. Analysen hennes handler i hovedsak om kommentatorenes rolle som fortolkere av den politiske offentligheten, og hun viser at kommentatorene i de ulike mediene var omtrent samstemte i sitt krav om at Ramin-Osmundsen måtte gå av. Samme året som denne saken verserte, skrev Audun Lysbakken og Torbjørn Røe Isaksen (2007) artikkelen *Kommentariatets diktatur* i Samtiden, der de kritiserte den politiske journalistikken, og mente kommentariatet har for mye makt over den politiske samtalen. Kritikken handlet om mangel på relevans og analyse, at kommentariatet er samstemte og går i flokk. Også denne artikkelen førte til debatt, og et omtrent samstemt pressekorps forsvarte sin kommentarpraksis.

Men samtidig har vi sett at deler av kommentariatet bringer andre synspunkt til torgs. I debatten som fulgte i kjølvannet av Røe Isaksens og Lysbakkens artikkel, ga Stavanger Aftenblad på kommentarplass de to politikerne rett i sin analyse. I studien av Ramin-Osmundsen-saken fant dessuten Enli (2009: 131) at deler av regionpressen markerte seg med en annen stemme og en annen virkelighetsforståelse i sine kommentarer. Stavanger Aftenblad forsvarte Ramin-Osmundsen og var kritiske til de store mediernes dekning av saken.

Denne rapporten handler om kommentar- og meningsjournalistikken i nettopp regionpressen. Avis-Norge deles ofte inn i flere nivå, den såkalte paraplymodellen (Høst 2005). Øverst finner vi de riksdekkende avisene. Dernest finner vi regionavisene eller storbyavisene. Neste nivå er lokale dagsaviser og nederst finner vi de ultralokale fådagersavisene. Regionpressen har tradisjonelt hatt en sterk stilling i norsk presse, og spilt en rolle som de ulike regionenes talerør – gjerne gjennom kommentar- og meningsjournalistikken. Det har endret seg de siste årene. Opplagstallene til hele avisbransjen har gått ned. Noen avisgrupper har holdt stand eller økt opplaget; det er de minste lokalavisene og de riksdekkende menings- eller nisjeavisene. Regionavisene eller storbyavisene har derimot tapt opplag år for år.

Innholdsmessig er det også mye som tyder på at regionavisene har endret karakter. De er blitt mer lokale, i større grad en lokalavis for utgiverstedet og i mindre grad utøver rollen som hele regionens talerør. Svein Egil Omdal (2013: 100) beskriver en lokal- og regionjournalistikk under press, og mener utviklingen av regionavisene går i motsatt retning av samfunnsutviklingen, som preges av en stadig sterkere regionalisering. Den samme tendensen peker Dag Nordbotten Kristoffersen (2010) på. Han mener norske lokal- og regionaviser demper sine regionale ambisjoner, til tross for en økende regionalisering innen både offentlig forvaltning og privat næringsliv. Og han mener det er grunn til å diskutere denne utviklingen i forhold til medienes samfunnsoppdrag. Også samkjøring av regionpressen gjør det interessant å se nærmere på hvordan denne delen av pressen forvalter rollen som kommentator. Bidrar de ulike avisene til nyansering av den offentlige debatt eller framstår de like i kommentarer og analyser?

Mye av den tidligere forskningen på kommentarjournalistikk er opptatt av de nasjonale mediene og kommentariatet i hovedstaden. Vårt fokus er på de regionale mediene, og den betydningen de spiller i den offentlige debatten. I motsetning til de mindre lokalavisene, har regionavisene tradisjon for dedikerte kommentatorer, og fast spalteplass til den meningsbærende journalistikken. I denne rapporten vil vi

presentere et prosjekt hvor vi har sett nærmere på hvilken rolle de regionale mediene spiller i offentligheten, både nasjonalt og regionalt. Vi har lest og analysert Adresseavisen, Avisa Nordland, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen, Nordlys og Stavanger Aftenblad systematisk gjennom flere måneder og intervjuet redaktører og kommentarjournalister i disse avisene. Prosjektets hovedproblemstilling er *hvordan journalister og redaktører forstår og utøver sin samfunnsrolle gjennom kommentar- og meningsjournalistikken*. For å svare på dette har vi konkretisert følgende forskningsspørsmål:

Hva handler kommentarjournalistikken i regionpressen om? Hvordan oppfatter redaktører og journalister meningsjournalistikkens rolle og oppdrag? Hvilke vurderinger og prioriteringer gjøres i redaksjonene i denne delen av journalistikken? Hva betyr digitalisering og sosiale medier for kommentariatets rolle?

I neste kapittel gjør vi rede for tidligere forskning knyttet til kommentar- og meningsjournalistikk og de teoretiske bidrag vi vil diskutere våre funn opp mot. I kapittel 3 presenterer vi de metodiske valgene vi har gjort og det empiriske materialet som ligger til grunn for studien. De fem neste kapitlene presenterer og diskuterer det vi har funnet i studien; kapittel 4 handler om hvordan leder og kommentarskribenter ser på sin egen rolle som menings- og debattaktører. I kapittel 5 tar vi for oss hvordan avishusene utøver sin kommentarjournalistikk. I kapittel 6 ser vi nærmere på den regionale stemmen i en nasjonal offentlighet. Kapittel 7 handler om nettets muligheter for kommentarjournalistikk og kapittel 8 om hvordan avishusene jakter på de unge debattstemmene, både som mediebrukere og kommentatorer. Avslutningsvis oppsummerer vi hovedfunnene i kapittel 9.

Men før vi går videre, kan det være på sin plass å reflektere litt rundt den spesielle situasjonen som har preget mediebransjen det siste året. Vi startet arbeidet med vår studie høsten 2013. Underveis i arbeidet, kom det stadig nye meldinger om kutt og nedskjæringer i bransjen. Journalistikken står i 2014 midt i en alvorlig krise.

Annonseinntektene forsvinner og mange hundre journalister kommer til å miste jobbene sine i tiden som kommer. Mange mediehus har allerede tatt beslutninger om nedbemanning, andre har varslet at de vil følge etter. Medielandskapet endres raskt, og det er vanskelig å se langt fram i glasskula. De tillitsvalgte er skremt over tempoet i prosessen. Det er en frykt vi deler, både som journalistlærere og forskere. Denne studien handler om journalistikkens betydning for offentlighet, ytringsfrihet og demokrati. Vårt utgangspunkt er at samfunnet trenger journalistikk som informerer, provoserer, avslører og kritiserer, og som bidrar til debatt. Vi frykter at mediekrisen vil svekke vilkårene for det journalistiske samfunnsoppdraget. Det vil offentligheten og demokratiet tape på, både nasjonalt og lokalt.

Kapittel 2: Kommentarjournalistikk i tidligere studier

I dette kapitlet vil vi gi et innblikk i det som finnes av tidligere forskning på og litteratur om kommentar- og meningsjournalistikken og dens rolle i offentligheten. Denne kunnskapen utgjør et viktig bakteppe for vår studie.

Rapporten *Kommentarsjangeren – den politiske kommentarens historie og posisjon i dag* av Stein Sneve (2002) drøfter den journalistiske kommentarens historie og posisjon, sett i forhold til både samfunnsutviklingen og utviklingen av andre journalistiske sjangre. Rapporten er laget med tanke på journaliststudenter, og er ei lærebok i hvordan skrive kommentar. I en nyere lærebok, *Kommentaren*, har Alf Kjetil Igland og Audun Stølås (2008) intervjuet flere sentrale kommentatorer, blant annet om hensikten med kommentarjournalistikken. Her trekker informantene fram flere aspekter; som å gå bak nyhetene og forklare sammenhenger, overbevise leserne eller påvirke politikerne, øve opp lesernes kritiske sans, være ei uavhengig vaktbikkje og skape debatt. Boka gir ellers et historisk overblikk over utviklingen av kommentarsjangeren.

En viktig del av kommentarsjangeren er lederartiklene i avisene. I masteroppgaven *Lokalsamfunnets lim og lupe – lokaljournalistikk analysert i et sentrum-periferiperspektiv* gjennomførte en av forskerne i dette prosjektet, Birgit Røe Mathisen (2007), en kvalitativ undersøkelse av lederartikler i fire lokalaviser gjennom en måned. Den viste at de fire avisene forvaltet lederplassen ganske ulikt, med tanke på hvor klart skribentene argumenterer. Likevel er det en klar fellesnevner: alle de fire avisene er lokale forkjempere. De spiller en tydelig aktørrolle og er opptatt av sin region og sitt lokalsamfunns ve og vel. Et gjennomgående trekk er videre at når det rettes refs og kritikk, er dette rettet mot politiske myndigheter, ikke økonomiske. Undersøkelsen omfattet også intervju med redaktørene i de fire avisene. Her ga redaktørene uttrykk for at lederartiklene er viktige, og at ei lokalavis skal tørre å mene noe på lederplass. De ser det som en viktig del av sitt samfunnsoppdrag at

avisa skal være en meningsaktør. Sneve (2002: 36) påpeker som sagt at den tradisjonelle lederartikkelen er svekket etter at partipressen ble avviklet. Det har åpnet feltet for den mer personlig engasjerte kommentaren, noe som er blitt styrket på bekostning av lederen de siste årene.

I boka *Nyhetsverdier* fra 2001, har Sigurd Allern tatt for seg innholdet i ti norske aviser – fra lokalaviser til riksdekkende aviser. Her har han blant annet sett på omfanget av de ulike sjangrene, og han finner at kommentar- og debattstoffet utgjør om lag en tiendedel av det redaksjonelle stoffet i disse avisene (Allern 2001). Vi vet at andelen kommentarstoff i mediene har økt siden den gang, men har ikke nyere tall for å sammenligne dette. Blant de avisene som er med i Allerns undersøkelse, er det Vårt Land og Adresseavisen som prioriterer kommentarsjangeren høyest. 44 prosent av kommentarstoffet, altså lederartikler og redaksjonelle kommentarer, i hans undersøkelse handler om kunst og kultur. Utover det finner han at det i hovedsak er innenrikspolitiske forhold som dominerer. Disse artiklene handler oftest om økonomiske og politiske spørsmål, og Allern karakteriserer mye av kommentarstoffet som politisk journalistikk.

Det finnes også noen nyere masteroppgaver fra universitetene i Oslo og Bergen som handler spesifikt om kommentarsjangeren. Hedda Andrea Nossen (2010) har analysert hvordan både nyhets- og kommentarjournalistikken i Aftenposten har utviklet seg fra 1950 til 2008. Et funn hos henne er at kommentarjournalistikken har økt i omfang: den er firedoblet fra 1950 til 2008. De fleste kommentarene handler om politikk, rettsvesen og kultur i 2008. Et viktig funn hos Nossen er også at kommentatoren eller journalisten er blitt mer synlig. Journalisten er mer til stede i tekstene i 2008 enn tidligere, både i form av byline og at de bruker ordet jeg. Hun stiller spørsmål om journalistrollen har endret seg fra å være en anonym formidler til samfunnsekspert? Hun peker videre på at avisene bevisst profilerer kommentatorene som en del av merkevarebyggingen. Dette er også i tråd med Sneves (2002)

påpekning av at den moderne kommentaren har fått en mer personlig og engasjert form.

Den samme tendensen finner Pia Martine Wold (2010), i ei masteroppgave i medievitenskap ved Universitetet i Bergen. Tittelen på oppgava er *Vaktbikkjer i flokk – om kynismen i politisk kommentarjournalistikk*. Hun har analysert hvordan norske kommentarjournalister omtalte Høyre-leder Erna Solberg i valgåret 2009. Et entydig funn hos henne er en sterk samstemthet i kommentarene, der kommentatorene i ulike aviser stort sett var enige og sjelden ga noen divergerende analyse av situasjonen. Hun finner også at kommentarene handler mer om Solbergs personlige egenskaper enn om politiske saker. Wold skriver at kommentatorjournalistikken om Solberg er lite motivert av det politiske, og har sjelden begrunnede analyser bak påstandene. Hun finner en mangel på argumentasjon og faktisk analyse. En lignende konklusjon gir Mari Erlandsen (2012) i sin analyse av argumentasjonen hos tre profilerte kommentatorer i riksmediene. Hun finner at kommentatorene ofte bryter reglene for kritisk diskusjon. Argumentasjon er vag og uklar, med et påståelig språk og tvetydige fraser i større grad enn resonnement og analyse. Det går ut over kommentatorenes troverdighet, konkluderer hun.

Wold problematiserer også enigheten og flokkmentaliteten blant kommentatorene. Hun spør om det er på grunn av at de er redde for å ytre politiske meninger, og at det er tryggere å mene det samme som de andre. Men hun er også kritisk til at det er strategiske og personlige aspekt ved sakene som blir prioritert, ikke politiske. Er det da politisk relevant informasjon som blir formidlet, og hva slags verdi har det for det demokratiske oppdraget? er et av spørsmålene hun reiser. Samtidig finner hun at regionpressen skiller seg noe ut fra flokk-tendensen, og til dels gir andre analyser enn de riksdekkende avisene. I likhet med lokalpressen, ligger en viktig rolle for regionpressen å være en motstemme i den offentlige debatten, og gi andre bidrag til forståelsen av samfunnslivet enn det rikspressen gjør (Mathisen 2010: 62). Verden

ser annerledes ut fra Kristiansand, Bergen, Stavanger, Trondheim, Bodø og Tromsø, enn den gjør med Akersgata som utgangspunkt.

På samme måte som Wold er Knut Olav Åmås (2007) opptatt av flokktendensene i pressens meningsdannelse. I debattboken *Verdien av uenighet* problematiserer han at det norske samfunn dyrker konsensus og konformitet. Han mener det er et paradoks at muligheten for dissens har skrumpet, i et samfunn som dyrker ytringsfriheten. Samtidig påpeker han at medieutviklingen, med større mangfold, sosiale medier, nedbygging av partipressen, blogger og nye tidsskrifter gir gode muligheter til nettopp debatt og uenighet.

Nettet og digitale arenaer er tema for flere studier. Eli Skogerbø og Marte Windsvold (2008) diskuterer nettet som debattarena for en politisk offentlighet i boka *Digitale dilemmaer* (Enli og Skogerbø 2008). De har analysert nettdebatter på to digitale arenaer, nettdebatter i avisene og nettdebatter på kommunenes hjemmesider. De diskuterer blant annet den harde diskusjonen om anonymitet og manglende redigering av til tider uregjerlige og brutale nettdebatter. Konklusjonen deres er at "nettdebattene har relativt få lesere, enda færre deltakere, lav status blant journalister og er antatt å ha liten direkte innflytelse på offentlig debatt og beslutninger" (s. 58). På tross av dette beskriver de avisenes nettdebatter som en suksess, mens debatten på kommunenes hjemmesider som en fiasko. Avisene har en debatt-tradisjon å bygge på, mens de kommunale fora ikke klarer å motivere til debatt på sine hjemmesider, som mer oppfattes som et sted for informasjon.

Mye har skjedd siden den gang, og flere studier har satt søkelyset på avisenes kommentarspalter og sosiale medier. Anders Aalbu (2012) har undersøkt hvordan norske aviskommentatorer benytter det sosiale mediet Twitter for å styrke den offentlige debatten. Han konkluderer med at Twitter har ført til økt tempo i den offentlige debatten. Kommentatorene oppnår interaksjon med et bredt spekter av mennesker med ulik grad av makt. Samtidig viser studien at fragmentering og

«ekkokamre» (at en på nettet i hovedsak oppsøker diskusjonsfora med argumenter som er lik ens egne) er ei utfordring ved den offentlige debatten på Twitter.

Bernard Enjolras m.fl. (2013) presenterer i boka *Liker, Liker ikke* en omfattende undersøkelse av hvordan sosiale medier, hvor også Twitter er med, påvirker samfunnsengasjement, demokratisk deltakelse og offentlighet. Forskerne har undersøkt om sosiale medier bidrar til å styrke eller svekke mobiliseringen rundt samfunnspolitiske spørsmål og hvordan dette eventuelt forandrer den offentlige samtalen. I studien av politisk mobilisering via sosiale medier finner de at Facebook spiller en viktig rolle for mobiliseringsprosesser i Norge og at det først og fremst viser at "grupper som tradisjonelt har vært svakere representert [i demonstrasjoner], nå i sterkere grad rekrutteres via sosiale medier" (ibid: 109). I studien av sosiale medier i relasjon til den offentlige samtalen finner de at påstanden om en høyreekstremistisk og røff nettdebatt er noe overdrevet. De sier for det første at "disse uredigerte og usensurerte arenaene har en klar slagside i venstreliberal retning" (s. 151), altså ikke høyreekstremistiske. For det andre hevder de at det som kanskje skal til "for å "kvalitetssikre" ytringene i nettdebatten ikke først og fremst er strengere regulering, men snarere tilstedeværelse og utøvelse av redaktøransvar" (s. 152).

Nettopp håndteringen av nettdebatten er gjenstand for tema i en studie av Karoline Ihlebæk, Anders Løvlie og Henry Mainsah (2013). Studien viser at det har skjedd en innstramming i de store nettavisene etter 22. juli, der debatten i sterkere grad er tematisk styrt, og der redaksjonene gjør mer aktiv bruk av moderering og forhåndskontroll. Moderatoren er etablert som en viktig ny portvaktrolle i digitale fora. Forfatterne skriver at moderering anses generelt for å spille en positiv og vesentlig rolle i å sikre en viss kvalitativ standard i elektroniske debatter, og kan tilføre en viss demokratisk verdi (s. 227). Et funn hos dem, er også at redaktørene etterlyser en mer deltakende form i nettdebatten, spesielt fra journalistenes side, likevel finner de få eksempler på at det gjennomføres (s. 234).

Ny teknologi endrer journalistikken og det journalistiske landskapet. Den britiske antologien *The End of Journalism Version 2.0* (Charles 2014) undersøker nettopp hvordan politiske, kulturelle, økonomiske, teknologiske og profesjonelle forhold virker inn på journalistikken. Internett, sosiale medier og blogging gjør at «alle» har mulighet til å kommentere og analysere i det offentlige rom. Dette er ikke lengre forbeholdt det journalistiske kommentariatet. Ivor Gaber (2014: 53) tar utgangspunkt i den engelske politiske bloggsfæren, og argumenterer for at skillene mellom bloggere, bloggende journalister, kampanjejournalister og kommentatorer stadig blir mer utydelige. Denne utydeligheten får også innvirkning på tradisjonelle journalistiske konvensjoner som objektivitet og sannhetssøking. Gaber skriver at det er mange likheter mellom bloggsfæren og det journalistiske kommentariatet. Likevel er mange journalister opptatt av å markere skillet mellom tradisjonell journalistikk og blogging, blant annet knyttet til etiske krav (s. 58). Gaber argumenterer imidlertid for at det er nødvendig med nye etiske retningslinjer for både bloggere og journalister (s. 64).

I samme antologi skriver Mick Temple (2014: 191) om ytringsfriheten og betydningen av å slippe ulike syn til i medieoffentligheten. Temple tar ikke for seg kommentarjournalistikk som sådan, men er opptatt av den offentlige sfæren som helt essensielt for demokrati og ytringsfrihet. Han skriver at i en stadig mer fragmentert medievirkelighet, er det nødvendig at de etablerte mediene agerer som et forum for et stort spenn av synspunkt. Det innebærer også å slippe til synspunkt som majoriteten finner frastøtende. For det første er det viktig av hensyn til medienes mulighet til å overleve: brukerne er aldri mer enn et tastetrykk unna andre kilder. For det andre er det i følge Temple viktig for medienes oppgave med å informere offentligheten. Ved å slippe ulike synspunkt til, vil de også møte kritisk motstand, debatt og tilsvær. Framtiden til nyhetsmediene på nett avhenger av en ting; nemlig innholdet (s. 199).

Innledningsvis refererte vi til kritikken mot det norske kommentariatet. Den samme kritikken er reist i den britiske mediedebatten. I boka *Journalism and Democracy* tar Brian McNair (2000) for seg tre hovedinnvendinger mot kommentarjournalistikken (s. 76-80): At den er mer opptatt av politisk spill enn den politiske prosessen og innholdet i politikken. At veksten av kommentatorer ikke er ledsaget av nok ressurser til å gi den analytisk dybde. At kommentatorer, politiske redaktører utgjør en mektig, journalistisk elite med en selvoppnevnt autoritet. Like fullt argumenterer han for behovet for de tolkende øyeblikkene i journalistikken, fordi verden er kompleks og informasjonsstrømmene så raske. Han trekker også fram den økende PR-industrien, og kilders anstrengelser for å skape og påvirke de journalistiske presentasjonene. McNair mener derfor satsingen på kommentar er en fornuftig strategi: «in a world of spin and intensified news management, political commentary is the best counter-spin we have. When politics is increasingly a series of performances, we need reviewers” (s. 83). Samtidig advarer han mot å overvurdere kommentariatet: “Just as long as we are not seduced, awed or intimidated into thinking that they really know as much as they want us to think they know” (ibid).

I boka *Journalistiske nyorienteringer* (Eide 2009), argumenterer Karl Knapskog (s. 304) for ei journalistisk nyorientering der kommentaren spiller en avgjørende rolle, både i sin rendyrkede form som argument- og kunnskapsbasert meningsytring, som refleksivt verktøy og som medium for en utvidet dialog med leserne om journalistikkens beskrivelser og tolkninger. Knapskog legger til grunn at den moderne kommentarjournalistikken er et sentralt medium for offentlig resonnering og meningsytringer om etiske og politiske spørsmål. I likhet med McNair, gir også han til kjenne ei positiv holdning til meningsjournalistikken som strategi.

De studiene vi her har referert til, danner et viktig bakteppe for vår studie. Samlet sett belyser disse studiene både historikk, bakgrunn, omfang og innhold. De er opptatt av meningsjournalistikken i et demokratisk perspektiv, og betydningen av nye digitale arenaer. De fleste studiene handler imidlertid mest om de store,

nasjonale mediene. Ingen av dem har et entydig fokus på de regionale mediene. Det er her vår studie kommer inn. Vi ønsker å fylle ut det som allerede finnes av forskning på området med et dypdykk i kommentar- og meningsjournalistikken nettopp i regionpressen.

Kapittel 3: Metode

Vi har benyttet oss av ulike metodiske tilnærminger for å svare på prosjektets hovedproblemstilling om *hvordan journalister og redaktører forstår og utøver sin samfunnsrolle gjennom kommentar- og meningsjournalistikken*. Vi har analysert leder og kommentarer i seks regionaviser høsten 2013, både kvantitativt og noen artikler kvalitativt, og intervjuet redaktører og kommentarjournalister i de samme avisene. Kvalitative og kvantitative metoder svarer på de ulike forskningsspørsmålene i studien; *Hva handler kommentarjournalistikken i regionpressen om? Hvordan oppfatter redaktører og journalister meningsjournalistikkens rolle og oppdrag? Hvilke vurderinger og prioriteringer gjøres i redaksjonene i denne delen av journalistikken? Hva betyr sosiale medier for kommentariatets rolle?* Disse ulike metodiske tilnærmingene utfyller hverandre, og vi mener de til sammen gir et godt grunnlag for utvidet kunnskap om kommentar- og meningsjournalistikken i regionpressen, både om hvordan innholdet i avisene ser ut og innsikt i de vurderingene og prioriteringene som gjøres i redaksjonene.

Utvalget i studien er de fem regionavisene *Adresseavisen, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen, Nordlys* og *Stavanger Aftenblad*. I tillegg har vi innlemmet *Avisa Nordland* i Bodø, som befinner seg i grenselandet mellom lokalavis og regionavis. *Avisa Nordland* ble til i 2002, da *Nordlandsposten* og *Nordlands Framtid* fusjonerte. Etter fusjonen har avisa bevisst satset på å utvikle kommentarsjangeren, og å ha profilerte kommentatorer. Vi mener derfor det kan forsvares å innlemme *Avisa Nordland* i prosjektet. I tillegg representerer avisa en stor region som ikke naturlig dekkes inn av de andre regionavisene.

Kvantitativ innholdsanalyse

Den ene metodiske tilnærmingen har vært å gjennomføre en kvantitativ innholdsanalyse av kommentar- og meningsjournalistikken i disse seks regionavisene høsten 2013. Vi har analysert alle lederartikler og kommentarer som avisene hadde

på trykk i fra 1. september til 30. november 2013. Det var til sammen 1123 leder- og kommentarartikler i regionavisene i denne perioden, 475 ledere og 648 kommentarer.

I tabell 3.1 ser vi at det er Bergens Tidende som har flest kommentarer i perioden, 248, nesten 60 flere enn Stavanger Aftenblad og Adresseavisen, som har nest flest kommentarer. Fædrelandsvennen har færrest kommentarer med sine 151. Det vil si at Bergens Tidende i gjennomsnitt har ca 20 ledere og kommentarer i uka, mens Fædrelandsvennen har rundt 12. Disse forskjellene er ikke så unaturlige når vi vet at Bergens Tidende sammen med Stavanger Aftenblad og Adresseavisene er de største avisene av disse seks (jfr. tabell 3.2), og også de tre avisene med størst kommentaravdelinger; henholdsvis 5 og 4 faste kommentatorer. Fædrelandsvennen har tre ansatte i kommentaravdelingen, det sammen som Avisa Nordland og Nordlys.

Tabell 3.1: Antall kommentarer og ledere i regionavisene.

	Antall	Prosent
Adresseavisen	189	17
Avisa Nordland	167	15
Bergens Tidende	248	22
Fædrelandsvennen	151	13
Nordlys	177	16
Stavanger Aftenblad	191	17
SUM	1123	100

En kvantitativ innholdsanalyse gir mulighet til å registrere forekomsten av ulike forhold i avistekster og dermed skaffe oversikt over et stort datamateriale. Variablene i denne kvantitative innholdsanalysen er, i tillegg til å kartlegge omfanget av kommentarstoffet, i hovedsak knyttet til hva disse lederne og kommentarartiklene handler om - hvilke tema de setter søkelys på. Vi har også identifisert om det er lokale, regionale eller nasjonale forhold som er utgangspunktet for

kommentarstoffet, og hvorvidt kommentatorene gir uttrykk for et klart standpunkt til saken som kommenteres eller er mer drøftende. Til slutt har vi registrert om det er kvinnelige eller mannlige journalister som skriver kommentarene i regionavisene (se kodeliste i Vedlegg 1).

Kvalitativ innholdsanalyse

Vi har også analysert et utvalg av disse leder- og kommentarartiklene kvalitativt, hovedsaklig med sikte på å kunne si noe om argumentasjon, analyse og perspektiv. Vi har valgt ut tre saker, eller case. Den ene handler om likestilling og fant sted i Fædrelandsvennen i september 2013. Det var til sammen 2 kommentarer om dette tema. Den andre saken handler om legers reservasjonsrett og var å finne i Bergens Tidende i oktober. Det var 1 leder og 2 kommentarer på trykk om dette tema. Den tredje saken handler om diskusjonen rundt behovet for en regional debattarena i nord og er hentet fra Nordlys og Avisa Nordland i november. Saken utgjorde til sammen 4 ulike kommentarer og ledere i disse to avisene.

En kvalitativ innholdsanalyse gir muligheter til å se på hvilke perspektiv det argumenteres fra. Formålet med en argumenterende tekst er å overbevise mottakeren om et standpunkt, en vurdering eller et virkelighetsbilde (Mathisen 2007: 40). En viktig del av samfunnskommunikasjonen har som mål å overbevise, derfor er også argumentasjon sentral i innholdsanalyse av tekster (Bergström og Boreus 2000: 89). I retorikken betraktes den argumenterende virksomheten som et av de mest effektive virkemidlene for å overbevise andre (ibid: 90). I analysen har vi brukt Toulmins analyseskjema for argumentasjonsanalyse. Toulmins modell går ut på å skille ut fire byggesteiner i argumentasjonen (Bergström og Boreus 2000: 108-129). Den første er selve *påstanden* det argumenteres for. Den andre byggesteinen er *argumentet*– det man bygger påstanden på. Den tredje er *premisset* for argumentasjonen, forutsetningen for det avsender argumenterer for, broen mellom fakta og påstand. Den fjerde er *premissargumentet*; støtten eller «backingen» for premisset i argumentasjonen. Sentralt i Toulmins modell er også å analysere

motforestillinger i den argumenterende teksten; argumenter som taler mot forutsetningen eller premisset i argumentasjonen.

Bergström og Boreus (2000: 124ff) identifiserer også ulike typer av argumentasjon. *Symptomargumenter* handler om å overbevise om at noe kan betraktes som et symptom eller tegn på noe. Et annet argument er *årsaksargumentet*, der avsender vil overbevise ved å peke på årsaksrelasjoner. *Generaliseringsargumentet* handler om å dra slutninger fra en enkelt hendelse til flere. *Autoritetsargumentasjon* handler om å overbevise ved å henvise til autoriteter eller autoritative kilder, mens *motivasjonsargumentasjon* bygger på "patos" mer enn "logos", og appellerer til mottakers følelser og motivasjoner. Disse argumentasjonstypene forsøker vi å identifisere i analysen.

Kvalitative intervju

Kvalitative intervju er en sentral metode for å samle inn og analysere data knyttet til personers oppfatninger, vurderinger og virksomhet (Østbye m.fl. 2002). For å kunne si noe om de vurderinger og prioriteringene som gjøres i redaksjonene har vi derfor gjennomført intervju med redaktører og kommentatorer i alle de seks redaksjonene. Dialogen med profesjonsutøverne er også sentral for å forstå de prosessene som er med på å prege journalisters valg av tema, form og vinkling (Morlandstø 2006: 38-39). Vi har gjennomført semi-strukturerte intervju, der tema er definert på forhånd (se intervjuguide i Vedlegg 2), men der det også er rom for spontane oppfølgingsspørsmål og å følge den enkelte informants fortelling. Vi har intervjuet seks kommentatorer og fem redaktører i disse seks avisene (se liste over informanter i Vedlegg 3). Det var ikke mulig å gjennomføre intervju med redaktøren i Adresseavisen i denne prosjektperioden. Politisk kommentator Siri Wahl-Olsen har derfor svart både på spørsmålene som ble stilt til redaktørene, altså om Adresseavisas overordnede politikk for kommentar- og meningsjournalistikken, og spørsmålene som ble stilt til den enkelte kommentator. Intervjuene er deretter transkribert og analysert.

Vi har valgt å gjennomføre intervjuene med åpne kilder og har altså ikke anonymisert informantene i prosjektet. Vi har også identifisert hvem står bak enkeltsitatene vi bruker i rapporten. Det er fordeler og ulemper med å operere med åpne kilder i forskning. En ulempe ligger i faren for at informantene snakker mindre fritt og tar taktiske og strategiske hensyn i sine svar, både overfor arbeidsgiver, kollegaer, kilder og annonsører. Fordelene er at de blir mer ærlige og mindre poserende fordi de vet at andre kjenner deres praksis (Bjerke 2009: 177). Våre informanter jobber i en bransje hvor åpenhet i intervju er normen. En annen viktig grunn til at vi har valgt åpne informanter er at de alle innehar profilerte stillinger som er vanskelig å anonymisere, uten å samtidig anonymisere hvilke mediehus de er ansatt i. Det er offentlig hvem som innehar lederstillinger i pressen, blant annet står dette på trykk i kolofonen i enhver avis. Slik kan anonymisering lett bli en pseudoanonymitet i praksis (Hinna og Strømme 2010: 37). Informantenes profesjonsrolle handler dessuten om å være tydelige stemmer og delta åpent i samfunnsdebatten. Ei viktig forutsetning for den åpne praksisen vi har valgt, er imidlertid at premisene er klare på forhånd, og at intervjupersonene har gitt sitt samtykke til nettopp denne framgangsmåten. Alle sitat er dessuten sendt informantene for sitatsjekk.

Vi er to forskere i prosjektet. Birgit Røe Mathisen har gjennomført de kvalitative intervjuene og transkribert disse. Lisbeth Morlandstø har gjennomført den kvantitative innholdsanalysen av ledere og kommentarartikler i avisene og registrert disse. Alt av analyse har vi gjort i fellesskap og all tekst har vi skrevet sammen. Prosjektet er meldt inn til Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste (NSD) og godkjent (se godkjenningsbrev i Vedlegg 4).

Om avisene i studien

Til slutt i dette kapitlet skal vi beskrive de seks avisene som inngår i studien, og hvordan de ulike redaksjonene organiserer arbeidet med meningsjournalistikken. Adresseavisen utkom første gang i 1767 og er landets eldste nålevende avis. Avisen har hovedkontor i Trondheim og har trøndelagsfylkene som sitt primære nedslagsfelt.

Adresseavisen er eneste dagsavis som utkommer i Trondheim og kommer ut som papiravis, e-avis, nettavis (adressa.no). I tillegg produserer de radio (Radioadressa) og tv (TV-adressa). Adresseavisen er en politisk konservativ avis.

Avisa Nordland kom ut første gang i 2002 etter en sammenslåing av lokalavisene Nordlands Framtid og Nordlandsposten. Avisen har hovedkontor i Bodø. De har lokalkontor på Fauske, Oppeid og Ørnes og dekker hele 13 kommuner i Salten-området. Avisa Nordland er også den eneste dagsavisen i Bodø og kommer ut som papiravis, e-avis og som nettavis (an.no).

Bergens Tidende utkom første gang i 1868, har sitt hovedkontor i Bergen og har fortrinnsvis Hordaland og Sogn og Fjordane fylker som sitt dekningsområde. Avishuset har lokalkontor i Oslo. Avisen kommer ut 7 dager i uken som papiravis, e-avis og som nettavis (bt.no). Redaksjonelt er avisen liberal og politisk uavhengig.

Fædrelandsvennen utkom første gang i 1875 og har sitt hovedkontor i Kristiansand hvor de er den eneste dagsavisen. De har lokalkontor i Lillesand og Mandal. Avisen kommer ut som papiravis, e-avis og som nettavis (fvn.no). Dekningsområdet er Agderfylkene. Mediehuset Fædrelandsvennen innbefatter også lokalavisene Farsunds Avis og Lindesnes, samt lokalradio og lokal-tv (fvntv).

Nordlys utkom første gang i 1902. Avisen har sitt hovedkontor i Tromsø og har hovedsakelig Troms fylke som sitt nedslagsfelt. De har lokalkontor i Bardufoss, Finnsnes og Storslett. Avisen kommer ut som papiravis, e-avis og som nettavis (nordlys.no).

Stavanger Aftenblad kom ut første gang i 1893 og har hovedkontor i Stavanger. Avisen har Rogaland som sitt dekningsområde og har lokalkontor i Haugesund, Jørpeland, Sandnes, Bryne, Egersund, Flekkefjord og Oslo. Avisen kommer ut som

papiravis, nettavis (Aftenbladet.no) og Aftenbladet Mobil. De produserer også radio på nett (Nettradio.no).

Tabell 3.2: Fakta om avisene i studien

	Opplag ¹	Ansatte ²	Eiere
Adresseavisen	67325	272	Polaris
Avisa Nordland	19894	72	Amedia/Polaris
Bergens Tidende	73470	310	Schibsted
Fædrelandsvennen	34845	120	Schibsted
Nordlys	21902	75	Amedia
Stavanger Aftenblad	59262	208	Schibsted

Alle de seks redaksjonene definerer kommentarjournalistikken som en viktig del av virksomheten, og alle har egne kommentaravdelinger, eller ansatte med kommentatorvirksomhet som en øremerket del av arbeidet. Størrelsen på kommentaravdelingene varierer, og også i hvor stor grad dette arbeidet utføres av flere av redaksjonens ansatte.

Kommentaravdelingen i *Fædrelandsvennen* består av tre redaktører: sjefredaktør, politisk redaktør og kulturelledet redaktør. Hovedansvaret er lagt til politisk redaktør, og det er han som skriver de fleste lederartiklene, selv om det i utgangspunktet er åpent for at flere ansatte i redaksjonen kan skrive kommentarer. I tillegg til de tre, er det to journalister som kommenterer fast. Kommentatorvirksomheten er knyttet til stillingsbeskrivelsen.

Stavanger Aftenblad har ei kommentaravdeling som består av fem faste stillinger: sjefredaktør, kultur- og debattredaktør, politisk redaktør, politisk reporter og en utenriksreporter. Også *Bergens Tidende* har en kommentatorgruppe på fem, som ledes av politisk redaktør. I tillegg skriver kultur- og debattredaktøren tidvis

¹ Opplag pr. 31.12.2013

² Ansatte pr. 1.1.2014

kommentarer. Avisen åpner også for at nyhetsreportere kan skrive, men da kun analytiske bakgrunnsartikler, ikke meningsbærende kommentarer.

Adresseavisen har en egen leder- og kommentaravdeling som ledes av politisk redaktør. Gruppen består av fire kommentatorer. I tillegg har avisen en kommentator på sport og en på kultur. Disse to er ikke del av leder- og kommentaravdelingen, men er likevel tilknyttet avdelingen gjennom kommentarvirksomheten. Avisen åpner ikke for at nyhetsreportere kan skrive kommentarer. De fire avisene *Fædrelandsvennen*, *Stavanger Aftenblad*, *Bergens Tidende* og *Adresseavisen* har altså alle egne kommentaravdelinger, og journalister utenom denne avdelingen slipper i svært liten grad til som kommentatorer.

De to nordligste avisene i studien har derimot en åpnere praksis: *Avisa Nordland* har en gruppe på tre som skriver de fleste kommentarer og ledere; sjefredaktør og to kommentatorer. I tillegg leverer sju av avisas reportere fast til den daglige kommentarspalten "Apropos". Disse skriver ikke kommentarer like ofte som de tre i kommentargruppen, men følger en fast turnus. Blant annet er lederne ved to av distriktskontorene inne i denne turnusen.

Nordlys følger et mønster som er ganske likt; sjefredaktør og to av reporterne utgjør den faste kommentargruppa som skriver hyppigst. Disse to jobber også som nyhetsjournalister i tillegg til kommentarvirksomheten. Ut over dette inngår seks til åtte av journalistene i en fast kommentarturnus, der de skriver til den faste spalten "Dagens kommentar". Vi ser altså at de to nordnorske avisene sprer kommentatorvirksomheten utover redaksjonen i større grad enn de fire andre avisene gjør, og i langt større grad slipper nyhetsjournalister til i meningsjournalistikken. Det er nærliggende å tenke at dette henger sammen med størrelsen på redaksjonen. *Avisa Nordland* og *Nordlys* er mindre enn de fire andre avisene, og er i større grad nødt til å trekke inn nyhetsreportere for å kunne ha det omfanget de ønsker på kommentatorvirksomheten.

Kapittel 4: Samfunnsrolle og makt

Hovedproblemstillingen i dette prosjektet er hvordan journalister og redaktører forstår og utøver sin samfunnsrolle gjennom kommentar og meningsjournalistikken. Det skal vi drøfte nærmere i dette kapitlet. Videre vil vi ta for oss forskningsspørsmålene: Hva handler kommentarjournalistikken om? Hvordan oppfatter redaktørene og journalistene meningsjournalistikkens rolle og oppdrag? Her vil intervjuene gi oss noen svar. I kapitlet vil vi også gå inn i en av de kvalitative casene.

Makt er et sentralt begrep i forhold til mediens samfunnsrolle. Aller først skal vi derfor se nærmere på maktbegrepet og vår forståelse av det. Journalistikk og makt står i forhold til og er innvevd i hverandre (Eide 2001: 16). Mediene speiler, gransker, formidler og fortolker andre aktørers makt, og har dermed selv også makt. Maktbegrepet kan forstås på flere ulike måter. I følge sosiologen Lukes (2008) kan makt betraktes som et tredimensjonalt begrep: maktens første dimensjon handler om det å makte å sette ting på dagsorden. Maktens andre dimensjon handler om den makten som ligger i ikke-beslutninger, eller å holde noe unna dagsorden. Maktens tredje dimensjon handler om ideologi og symbolmakt. Den symbolske makten handler om makt over bevissthet, forestillinger og oppfatninger, makt til å definere virkeligheten og prege folks forståelser. I denne sammenheng handler det om å forstå journalistikkens symbolmakt i den norske offentligheten (Eide 2001: 20).

Tradisjonelt oppfattes dagsordenmakten som sentral for mediene: nyhetsmediene har en dagsordensettende funksjon. Mediene har makt til å løfte fram saker, tema og problemområder, og også makt til å usynliggjøre saker. Mediens innflytelse ligger i muligheten til å framheve saker de tror på, og muligheten til å overse saker de ikke tror på (Waldahl 2007: 133). Dette handler om maktens første og andre dimensjon, i henhold til Lukes tredelte maktbegrep. Vi legger til grunn denne tredimensjonale forståelsen av makt i vår videre drøfting av meningsjournalistikken.

Innledningsvis refererte vi til kritikken som er reist mot kommentarjournalistikken. Denne kritikken er relatert til spørsmålet om makt: kommentatorer og politiske redaktører blir til en maktelite med en selvpålagt autoritet (McNair 2000: 82), kommentatorer bedriver en illegitim maktutøvelse gjennom en pervertering av samfunnets politiske kommunikasjon (Knapskog 2009: 285).

Et tema i intervjuene, har vært informantenes opplevelse av makt knyttet til kommentatorrollen. Alle informantene sier at de har en stemme i offentligheten og dermed opplever at de har makt til å påvirke ordskiftet og dagsorden. Informantene er imidlertid ikke helt entydig i oppfatningen av *hvor mye* makt de har. Anders Opdahl i Nordlys mener han *har* makt og at det er hele poenget med å være kommentator. Han sier det slik:

Og hvis ikke, hvis folk ikke hadde brydd seg, og politikerne ikke hadde brydd seg og vært redd for den publisistiske krafta som ligger i Nordlys, så hadde det ikke vært vits i å drive på med kommentar.

Opdahl viser også til et konkret eksempel hvor han mener å ha endret utfallet av en politisk sak:

Det pågikk en diskusjon internt i Høyre før valget, om Fiskeridepartementet. Den diskusjonen var ikke synlig for folk. Så fanga vi den opp, fulgte opp med en leder, og til slutt en kommentar med en tydelig mening om at Fiskeridepartementet burde legges ned, og at det burde opprettes et sterkt næringsdepartement med fiskeri som kjernevirksomhet. Og det ble resultatet. Det kan godt hende det hadde blitt uansett, men det blir lettere å legitimere prosessen politisk når meninga har stått på trykk i en leder eller i en kommentar i Nordlys, da er det blitt en slags prosess rundt det. Så der ligger det også en slags makt, utvilsomt.

Frøy Gudbrandsen i Bergens Tidende svarer "nei det har jeg ikke" på spørsmålet om hun har makt som kommentator. Hun legger vekt på at makten ligger et annet sted enn hos kommentatorene. Hun sier:

Det er politikerne som har makt. Det er der makten ligger. Det jeg skriver får ikke noen konsekvenser. Men jeg er jo en av mange stemmer som bidrar til en offentlig debatt. Det kan også bidra til å snu en offentlig debatt, korrigere en debatt eller endre et bilde.

Alle informantene legger nettopp vekt på det Gudbrandsen sier her, at makten handler om å sette dagsorden og til å påvirke beslutningstakere ved å legge premissene for en debatt. Vidar Udjus i Færelandsvennen kommer også med et konkret eksempel for å synliggjøre hvordan premissene for en debatt kan påvirke. Eksemplet handler om eiendomsskatt i Kristiansand:

Etter at bystyret hadde fattet en beslutning så gjennomførte de en retaksering av eiendomsskattegrunnlaget. Selvfølgelig førte det til masse protester i bydeler som ble jekket opp som særlig attraktive og dermed fikk høyere eiendomsskatt. Da de reaksjonene kom var det en del politikere som begynte å fabulere om nok en retaksering, ut fra et håp om å gjøre alle fornøyde. Da skrev jeg en nokså klar kommentar som i alle fall ble diskutert og var en del av premissgrunnlaget for at de i neste kommunale møte sa at nei, vi lar det være nå. Vi går ikke videre med dette. Den [kommentaren] ble referert til i debatten og var en del av beslutningsgrunnlaget for at de la det dødt.

I denne konkrete saken opplevde Udjus at hans kommentar var en viktig del av premissgrunnlaget for den politiske debatten rundt avgjørelsen. På tross av dette ser vi likevel at informantene skiller mellom det å ha makt til å påvirke en debatt og å påvirke *utfallet* av en debatt. Redaktør Lars Helle i Stavanger Aftenblad sier: "Vi kan være en premissleverandør, men det er ikke sånn at vi kan endre enkeltsaker". Redaktør Gard Steiro i Bergens Tidende er enig og formulerer seg slik:

Jeg har jo en definisjonsmakt og en mulighet til å påvirke, skape en debatt og overbevise noen. Men jeg opplever ikke at Bergenspolitikere snur i en sak i det BT mener noe på lederplass. Det skal mer til. Men det er slik at kommentarer kan skape en debatt og skape en bølge i opinionen slik at det blir politikk ut av det.

Det er også flere som påpeker at kommentatorene ikke har makt til å *endre mening* i befolkningen, selv om de kan være med på å *legge premissene for* debattene, noe Tom Hetland i Stavanger Aftenblad gir uttrykk for her:

Ja det er klart jeg har makt til å sette spørsmål på dagsorden og kritisere og legge fram mine meninger. Men jeg er av de som tror at aviser på lederplass eller det kommentatorer mener har lite gjennomslagskraft for å få folk til å mene det samme som oss.

Flere av informantene legger altså vekt på at de har en posisjon der de når mange. Siri Wahl-Olsen i Adresseavisa sier hun har tilgang til "Norges viktigste talerstol" og Oddvar Nygård i Nordlys sier at det er klart han har makt når han får spredt meningene sine til "tusener av lesere" samtidig. Lars Helle konkretiserer dette med å påpeke at når 240.000 mennesker leser Stavanger Aftenblad på en eller annen plattform hver dag, så tilsier det at redaksjonen har en kanal som ingen andre har. Det er flere som videre legger vekt på at den sterkeste maktutøvelsen fra denne mektige talerstolen forekommer når kommentarene blir koblet til nyhetsstoffet. Tom Hetland i Stavanger Aftenblad sier at "kommentarene kan forsterke eller løfte saker høyere opp på dagsorden og gi større oppmerksomhet enn de ellers ville ha fått" og Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen konkretiserer det ved å vise til en barnevernsak som de jobbet med på nyhetsplass:

To av nyhetsjournalistene våre satte barnevern på dagsorden, og vi fulgte opp med kommentarer og ledere og krevde på lederplass at statsråden måtte komme på banen. Og vi fikk statsråden til å komme hit til Trondheim og delta på folkemøter. Det ble gjort endringer. Det ble satt på dagsorden og politikerne begynte å bry seg om barnevern, også her lokalt i Trondheim. Det hadde de ikke gjort før.

Vi ser at informantene legger vekt på at den makten de besitter handler om makt til å sette dagsorden i større grad enn makt til å forme folks oppfatninger eller påvirke utfallet av saker. Vi ser at de fleste informantene legger stor vekt på det å være premissleverandør som et av de mest sentrale maktmidlene de har. I tråd med Lukes (2008) tredimensjonale maktbegrep som vi refererte til innledningsvis i kapitlet,

anser informantene at meningsjournalistikkens makt er sterkest forankret i maktens første dimensjon; dagsordenmakten. Til en viss grad berører makten også den tredje dimensjonen; makten til å definere virkeligheten og prege folks forståelse, selv om informantene tidvis er tvilende til om meningsjournalistikken kan påvirke eller endre folks meninger og oppfatninger. Sterkest er makten knyttet til å sette dagsorden, og sterkest opplever de at dagsordenmakten er når meningsjournalistikken og nyhetsjournalistikken kobles sammen og er opptatt av de samme sakene og temaene.

Fire hovedoppgaver

Hvilken funksjon og samfunnsrolle mener kommentatorene i regionavisene at de har? Dette er et spørsmål som på mange måter henger sammen med temaet makt. Når informantene snakker om makt er de nettopp ofte opptatt av å beskrive meningsjournalistikkens rolle og funksjon. Informantene mener kommentariatets funksjon og samfunnsrolle er å være 1) en *meningsbærende aktør*, 2) en *folkeopplysende aktør*, 3) en *kritisk og analyserende aktør* og sist men ikke minst 4) en *patriotisk samfunnsaktør* på vegne av regionen. Og alt dette for å engasjere og skape debatt i samfunnet. La oss ta de ulike rollene etter tur.

1) Meningsbærende aktør

Det er kanskje den meningsbærende rollen som klarest skaper en bro mellom informantenes beskrivelse av den makt de utøver og rollen de har som premissleverandør inn i en samfunnsdebatt - det å gi uttrykk for en mening. De nevner stikkord som å løfte blikket, skape dybde, gi nye perspektiv og se ting i nye sammenhenger. Gard Steiro i Bergens Tidende konkretiserer det på denne måte med utgangspunkt i Bergen:

Det vi ønsker er jo å være en veldig tydelig stemme. Da mener jeg en tydelig stemme i norsk offentlighet [...] Jeg mener den [kommentaren] er utrolig viktig her, den blir lagt merke til og debattert og diskutert her i Bergen. Kommentatorene er en viktig del av ordskiftet i Bergen, de er tydelige og synlige.

Vi husker også eksemplene både fra Trondheim (barnevern) og Tromsø (Fiskeridepartementet) - at kommentatorene mener de også gjennom kommentarjournalistikken har makt til å endre noe i samfunnet. Og det er nettopp denne rollen den meningsbærende aktøren skal inneha – presentere meninger som kan være med på å skape debatt og påvirke samfunnet. Eivind Ljøstad i Fædrelandsvennen formulerer det på en overordnet måte, når han sier at de gjennom kommentarjournalistikken skal "vekke den sløve majoriteten" og "påvirke samfunnet". Anders Opdahl i Nordlys konkretiseres det ved å sette det litt mer på spissen:

Personlig syns jeg det er tilfredsstillende med reaksjoner, også de negative. Det er et ganske ærlig svar. Men jeg mener det er viktig å framkalle skarpe synspunkter, og synes ikke det skader at folk blir provosert og irritert. En flott lørdag for meg, etter å ha skrevet lørdagskommentar, er når det ligger 4-5 tekstmeldinger på telefonen når jeg våkner, hvor folk har en tydelig mening om mitt bidrag. Da skaper jeg grunnlag for debatt. Det syns jeg er ganske givende.

Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen er kanskje inne på noe av det samme når hun sier:

Så må du være litt sint hver dag. Du må ikke være rasende, men litt sint. Hisse seg litt opp. Jeg syns man skal hisse seg opp på vegne av de svakeste. Det er en klisje nesten, men jeg mener det. For eksempel et tema det har vært mye styr om her i Trondheim, er tiggerne og romfolket. Og der har vi forsvart på lederplass at de har rett til å være i gatene så lenge de ikke plager andre. I et liberalt samfunn skal det være slik. Det har vi fått veldig mye kjeft for. Jeg er den som har tatt det. Jeg ble skjelt ut etter noter for å være "hun som er så misforstått snill". Hvor dum jeg er. [...] Man må tørre å være litt folkefiende.

Den meningsbærende rollen er sentral. Kommentatorene vil påvirke og endre, provosere og skape debatt. Det samme finner Igland og Stølås (2008:48) i sin studie. De har intervjuet flere kommentatorer om hensikten med kommentarjournalistikken og skriver: «noen ønsker å påvirke leserne for et standpunkt. De er selv overbevist om et standpunkt i saker som de opplever som viktige for samfunnet. På motsatt side er det enkelte som uttrykker en sterk aversjon mot å skulle påvirke leserne for et

synspunkt. [...] Noen er mer opptatt av å påvirke politikerne på ulike nivå i samfunnet og komme med råd til de vedtak de folkevalgte skal gjøre».

2) Folkeopplysende aktør

Den andre funksjonen til kommentarjournalistikken er å være folkeopplysende. Mange av informantene legger vekt på at den rollen er viktig – altså det å forklare en komplisert verden for sine lesere, skape orden i kaos og sette ting inn i en større sammenheng. Vidar Udjus i Fædrelandsvennen sier det slik:

Det å stimulere til debatt og ramme inn ting, forklare ting og gi mening, det er viktige dimensjoner. Framover vil det være viktig. Tilværelsen vil bli mer og mer komplisert, og mer og mer interaktiv. Da tror jeg det blir enda viktigere å ha personer som evner å være til stede, forklare og ha kompetanse.

Informantene kommer inn på at det er forskjellige samfunnsområder som bør forklares, utdypes og settes inn i en sammenheng for leserne. Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen konkretiserer det til et område som omtales mye, og stadig mer, i dagens medier, nemlig kriminalitet.³

Jeg syns kriminaljournalistikken trenger den forklarende stemmen. Jeg prøver å forklare hva som egentlig foregår og hva det betyr. Jeg syns det er en viktig samfunnsrolle.

Oddvar Nygård i Nordlys er opptatt av politikken mer generelt:

Det er interessant å prøve å gjøre politikk forståelig og interessant. I verdens rikeste land, der folk ikke har så veldig mye å bekymre seg over, så er det et fakta at den politiske kunnskapen og interessen kan være ganske laber. Jeg tror det å klare å levendegjøre politikken litt...

Stein Sneve i Avisa Nordland er på sin side opptatt av å hjelpe leserne til å sette det lokale i et større perspektiv:

³Se også Morlandstø et.al. (2009) og Omdals to kronikker (5. og 12. oktober 2013 både i Stavanger Aftenblad, Adresseavisen, Bergens Tidende og Fædrelandsvennen) med titlene "Klokka er 19, her er drapsrevyen" og "Dagsrevyens svarte hull", hvor temaet nettopp er økt fokus på drap og kriminalitet i NRK.

Der funker kommentarjournalistikken veldig bra, nettopp fordi den er analytisk, i hvert fall prøver jeg å være analytisk ved å sette ting i sammenheng og se hvordan ting som skjer helt andre steder i verden påvirker våre liv og utviklinga i Bodø. Det er noe av det som kan være veldig spennende når man jobber med kommentarer. Og jeg tror det er lettere når man jobber med kommentarjournalistikk. Nyhetsjournalistikk blir mer krevende, det har med kilder og kildetilfang å gjøre. Så det å løfte perspektivet er nok lettere når man sitter og analyserer enn når du skal lage en konkret nyhets sak. Så jeg tror det gir oss et mer globalt perspektiv. Jeg mener det er kjempeviktig, og jeg tror folk er interessert i det.

Tom Hetland i Stavanger Aftenblad er også opptatt av det samme som Sneve, nemlig å sette nyhetene inn i en sammenheng, og å forankre det lokalt. Han sier om kommentaren:

Den må ha ei forankring i det regionale, det som er det viktigste interesseområdet for våre lesere. Så skal kommentarene også være et utsikts punkt ut i verden mot det nasjonale, mot framtiden. En kommentarjournalistikk må ikke være for nærsynt. Vi har et slagord i avisa, visjon for Aftenbladet, at vi skal gjøre Rogaland litt større og verden litt mindre, og det kan godt være motto for kommentarjournalistikken også.

Vi ser at folkeopplysningstanken står sterkt blant kommentatorene, blant annet i form av å skape sammenheng, og å koble de lokale sakene med resten av verden. Det samme konkluderer Igland og Stølås (2008: 48) med. Hos deres informanter går ønsket om å forklare, vise sammenheng og bakgrunn igjen hos alle. Noen vil også gi leserne nye tanker og perspektiver og utfordre dem til å ta standpunkt.

3) Kritisk og analyserende aktør

Hvis vi fortsetter der Sneve slapp i sitatet over, med at analyse er sentralt, så er det noen av informantene som også legger vekt på den kritiske rollen til kommentariatet. Nygård sier det slik:

Jeg tenker at en del av pressa sin kritiske funksjon overfor makta, er å ikke bare fortelle *hva* som skjer, men også fortelle folk *hvorfor* det skjer. Bringe analyser

og skaffe litt forståelse.[...] Å fremme en kritisk samfunnsdebatt og demokrati, kort og godt.

Frøy Gudbrandsen i Bergens Tidende setter det litt i perspektiv ved å si:

Man har jo en fri posisjon uavhengig av partiene og regjeringen, og kan komme med kritikk som aldri kan komme fra partiene, fordi de er en del av det samme systemet.

Gudbrandsen snakker også om den kritiske "annerledesstemmen", nettopp den du har mulighet til å heve når du står utenfor partiene og regjeringen. Eivind Ljøstad i Fædrelandsvennen er også inne på noe av dette når han snakker om å være en fjerde statsmakt:

Vi er jo til for å påvirke samfunnet. Jeg skulle ønske vi gjorde det mer, særlig på saker som handler om maktovergrep og sånne ting.

Vi ser at pressens kritiske samfunnsrolle også er et tydelig ideal hos informantene. Første del av Vær Varsomplakaten handler om pressens samfunnsrolle, og slår fast at pressen ivaretar viktige samfunnsoppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk (VVP 1.2). Idealet er tydelig gjenspeilet hos informantene. Igland og Stølås (2008: 48) trekker også fram denne funksjonen: vaktbikkjerollen er tydelig hos en del av kommentatorene, og de ønsker å passe på at politikere, forvaltningsansatte og ledere i næringsliv ikke bruker makten sin til å utsette andre for overgrep og forsømmelser.

4) Patriotisk samfunnsaktør

Det fjerde perspektivet på hvilken samfunnsrolle kommentarjournalistene i regionavisene har, er nettopp knyttet til det å sitte utenfor, ikke bare utenfor parti og regjering, slik Gudbrandsen påpeker, men også utenfor Oslo. Vi snakker ofte om at region- og lokalavisene har et dobbelt oppdrag, nemlig det kritiske og det patriotiske (Mathisen 2013). Det er viktig for lokal- og regionalmedier å kunne løfte frem og være

en stemme på vegne av lokalsamfunnet og dets behov overfor storsamfunnet, i tillegg til å være en kritisk aktør. Flere påpeker denne dobbeltheten, nemlig å være kritisk innad og patriotisk utad. Og denne patriotismen har selvsagt ulikt innhold fra regionavis til regionavis. Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen sier det slik:

Vi som er her i Trondheim, vi skriver om lokal og regional politikk, løpende nyhets saker. Vår oppgave er, vi kaller oss "Midt-Norges frie stemme", det er et festuttrykk. Men det er fordi vårt fokus og vårt ståsted er Midt-Norge. Så vi skal primært være opptatt av det.

I Bergens Tidende har vi allerede vært inne på Frøy Gudbrandsens filosofering av "annerledesstemmen". Hun sier videre at regionavisene skal ha den regionale stemmen. Hennes sjefredaktør, Gard Steiro, støtter dette og konkretiserer det med følgende uttalelse:

Hvis man gjennom kommentarjournalistikken klarer å bidra til å løfte opp de viktige sakene for regionen på nasjonalt nivå, så er det bra. Også om man klarer å synliggjøre konsekvenser av nasjonal politikk ned på et regionalt nivå.

Alle er altså opptatt av å forankre kommentarjournalistikken i det regionale og i det lokale, men vi kan kanskje hevde at det patriotiske ved samfunnsrollen blir om mulig enda mer patriotisk jo lenger unna Oslo vi kommer. I nord ser vi at den nordnorske patriotismen slår igjennom. Anders Opdahl sier det slik når han blir utfordret på rollen til den gode kommentarjournalistikken i Nordlys:

Nordnorsk nasjonalisme er et viktig poeng, spesielt etter at partipressen er borte. Selvfølgelig skal vi ha respekt for vårt opphav og ta utgangspunkt i et sosialdemokratisk rammeverk, det tuller vi ikke med. Det viktigste er at du klarer å mene på vegne av de samfunnene du representerer. Jeg sier ikke at du ikke skal utfordre din egen region. Men ser du oppover og i nasjonal sammenheng så må du være på lag med Nord-Norge. Jeg har formulert meg slik at i den grad vi tilhører et parti, så tilhører vi det nordnorske partiet. Men også innad i parti har man tøffe diskusjoner med hverandre.

I sitatet ser vi også hvordan rollen utad og rollen innad henger sammen, men er ulik. Den overordnede nordnorske forankringen er ikke like viktig for naboen litt lenger sør. Jan-Eirik Hanssen i Avisa Nordland sier:

Vår identitet ligger mye i det regionale, i geografien og identiteten til lokalsamfunnene vi er en del av og regionen, og landsdelen på noen områder. [...] I dette lange landet blir vi litt borte mellom Trondheim og Tromsø. Vi må ta et ansvar og bidra og utfordre til at det jobbes bedre sammen og ropes litt høyere. Vår andel på kjøttvekta i nord blir stadig mindre, så vi har en slags, la oss kalle det ideologisk hvelving over våre daglige kommentarer. Det betyr ikke at alle nødvendigvis skal ha det med seg hver dag, men jeg tror den ideologiske hvelvingen over vår virksomhet må være der, ellers kunne vi vært hvem som helst og blitt lite relevant.

Det patriotiske oppdraget synes altså å være et viktig grunnlag for regionpressens meningsjournalistikk. Videre i kapitlet skal vi se nærmere på nettopp den patriotiske rollen til kommentarjournalistikken, og vi skal bli værende i nord, ved å gå i dybden på en av de kvalitative casene.

Nordnorsk debatt mellom Bodø og Tromsø

Casen er hentet fra de to nordnorske avisene Nordlys i Tromsø og Avisa Nordland i Bodø. Ulikt syn på samarbeid i nord er tema for flere kommentarer og lederartikler i begge avisene, der redaktørene tidvis også polemiserer mot hverandre. Vi har analysert disse tekstene kvalitativt, og skal se nærmere på argumentasjonen. I denne saken er spiller kommentarjournalistikken i begge avisene rollene både som meningsbærere, og til dels også kritikere og analytikere. Mest framtrædende er imidlertid patriotismen på vegne av egen region. Vi går nærmere inn i denne debatten ved å la den være et eksempel på nettopp dette.

Det begynner med kommentarartikkelen *Tromsø må gå foran*⁴ i Nordlys. Her fremmer redaktør Anders Opdahl en todelt påstand: Samarbeid i nord er nødvendig, og Tromsø må lede an i dette. «Regionen bygges best og bærekraftig i formalisert

⁴ Nordlys 2.11.2013

fellesskap», skriver han. Den første delen av påstanden underbygger han med et autoritetsargument: «Kort sagt ser stadig flere og mektigere stater nødvendigheten av å delta i og utvikle samarbeidsarenaer for Nordområdene», skriver redaktøren, og nevner konkret de andre nordiske landene, Russland, USA, Canada og Kina, videre Arktisk råd og EU. Premisset for argumentet er at når store og mektige stater som USA og Canada ser verdien av samarbeid, så må også aktørene i Nord-Norge se den verdien. I kommentaren kritiserer han en manglende evne til å tenke helhetlig i landsdelen, og han argumenterer for at fylkeskommunene ikke klarer å ha et overordnet blikk på hele regionen. Her tar han i bruk et symptomargument: «Hvordan skal man få rom eller tid til å gjøre et felles løft for Nord-Norge, når hverdagen handler om å realisere en tunnel til Bjarkøy?». Tunnelen til Bjarkøy blir her brukt som symptom på et nærsynt fokus og manglende evne til å tenke helhetlig for en hel region.

Vi finner også en årsaksargumentasjon i teksten: mangel på samarbeid fører til at regionen tappes for oppgaver, og andre får del i veksten i stedet. Når Nord-Norge blir forbigått, så er årsaken at politikerne i nord mangler evne til å tenke helhetlig.

Videre er påstanden hos Opdahl at for å få til det nødvendige samarbeidet i nord, så må Tromsø lede an. «Noen må gå foran, og noen må være Tromsø», skriver han. Han argumenterer med at de store bykommunene og kunnskapsinstitusjonene må ta grep, og tar igjen i bruk et autoritetsargument: «Bykommunene fordi det er her veksten ubunnhørlig kommer. Mens fylkene er statiske konstruksjoner, som handler om å tilfredsstille så mange særinteresser som mulig, dreier hverdagen i Bodø, Tromsø og Alta seg om vekst». Han argumenterer videre for at bysentra er avhengige av sitt omland, og at samhandling er gunstig for økonomien. Videre utfordrer Opdahl Tromsø-ordføreren til å formalisere, forsterke og utvide 06-initiativet; et samarbeidstiltak mellom ordførerne i Tromsø, Bodø, Rana, Harstad, Narvik og Alta.

Lørdagen etter skriver redaktør Jan-Eirik Hanssen i Avisa Nordlys en helsides leder med tittelen *På tide å våkne*⁵. Den er ikke utformet som et svar på Nordlys-kommentaren, og det henvises ikke til den. Likevel tar Hanssen opp den samme tematikken, og imøtegår en del av tankegodset som hans kollega lengre nord fremmet uka før. Påstanden i denne kommentaren er at Tromsø-miljøet tilraner seg alt, nå må Bodø-politikere våkne og ta grep for å hindre det. Den konkrete bakgrunnen er to typiske lokaliseringssaker, der striden står mellom Bodø og Tromsø: behandling av prematurbarn i Nord-Norge samt kontrollen over Salten Kraftsamband.

Hanssen argumenterer for at formålet med samarbeidsvisjonene er mest mulig makt til Tromsø: «Fra Tromsø lyder en strøm av fagre politiske visjoner om samarbeid og arbeidsdeling i nord. Det spilles på internasjonale arenaer. Det bygges nettverk lokalt. [...] I en tid da både fylkeskommuner og kommuner er under press, handler alt, uten unntak, om bygging av Tromsø som et ubestridt hovedsete for en ny region i nord».

Hanssen tar i bruk et autoritetsargument når han argumenterer for Tromsøs kamp om kontrollen. Han viser til en rekke ferske konkrete saker der striden har stått mellom Tromsø og Bodø eller Nordland: I tillegg til prematurbarna og kontrollen over Salten Kraftsamband nevner han behandling av hjertepasienter i Helse Nord, nedleggelsen av Landsdelsutvalget som hadde kontor i Bodø, Universitetet i Tromsø som vil legge under seg høgskolene i landsdelen, samt kampflysaken, der Tromsø-politikerne allierte seg med Trøndelag og ikke med Bodø. Her bygger han opp under argumentet om at Tromsø vil være hovedsete i nord, og retter en tydelig kritikk mot tankegodset lengre nord. Men enda kvassere og tydeligere er kritikken som rettes innad, mot egne politikere: Bodø-politikerne er unnfalne og kjemper ikke for byen sin, dermed er de ansvarlige for svekkingen av Nordlandshovedstaden: «I dette store spillet sitter politikerne i Bodø og Nordland musestille. [...] De kjemper ikke. De lar byen og regionen gradvis svekkes uten motstand. Det bygges heller ikke allianser med Nordlandskommuner eller fylket. Jeg ser heller ingen Bodø-politikere som opptrer på

⁵ Avisa Nordland 9.11.2014

den nasjonale arena for å sikre at Bodøs interesser blir ivaretatt. Den politiske debatten er nærsynt og har knapt interesse for bygrensa». I likhet med Opdahl, kommer også Hanssen med en klar og tydelig oppfatning til politikerne lokalt om å handle.

Hanssen tar i bruk et årsaksargument når han trekker inn kampflysaken, der Bodø tapte kampen om plassering av jagerflybasen: Bodø-politikerne satt på gjerdet til det var for seint, mens Troms-politikerne allierte seg med Trøndelag. Konsekvensen ble at Norge-Norge mistet et militært tyngdepunkt og Bodø arbeidsplasser. Premisset her er at dersom Bodø-politikerne hadde kjempet hardere, så hadde kanskje Bodø vunnet denne kampen. Kampflysaken trekkes inn som et eksempel på konsekvensene av politikernes unnfalighet.

Kommentaren i AN utløser en ny lederartikkel i Nordlys, med tittelen *Bodø mot røkla*⁶. Her går Nordlys-redaktør Anders Opdahl direkte ut mot sin kollega lengre sør: «Lørdag gjør Avisa Nordlands sjefsredaktør, Jan-Eirik Hanssen et skarp forsøk på å hisse til ny bykrig i Nord-Norge». I lederen tar Opdahl i bruk et motivasjonsargument, og appellerer til følelser mer enn fakta når han karakteriserer motstanderens argumentasjon: «Det er på grensen til det pinlige, og vi håper det avkles som det det er: en lokalavis' strev for å beholde en slags mening i livet, i tider der medielandskapet nasjonaliseres og globaliseres». Opdahl latterliggjør motstanderen, og karakteriserer han som bakstreversk og en som forfekter «gammelmanntanker», videre at «alternative stemmer i Bodø risikerer å bli idiotforklart i lokalavisa». En premiss i argumentasjonen er at samarbeidstanken er nyskapende og framtidsrettet, mens Bodø-strategien er bakstreversk og gammeldags. Ved å konsekvent karakterisere AN som «lokalavisa», blir også AN-redaktørens synspunkter indirekte karakterisert som mer sneversynte.

⁶ Nordlys 12.11.2013

Opdahl snur også på argumentasjonen fra Hanssen, og tegner et annet virkelighetsbilde: «Byen (Bodø) har allerede et anstrengt forhold til Lofoten, Vesterålen og Helgeland. Er svaret for Bodø virkelig å drive krigføring mot alt og alle?». Hanssen kritiserer Tromsø for å ville tilrane seg alt, Opdahl argumenterer med at Bodø har et anstrengt forhold til sine naboer av nettopp samme grunn.

Videre gjentar Opdahl argumentasjonen om nødvendigheten av samarbeid i nord: «Det handler om å finne sammen og heie på hverandre. Noe bør ligge i Bodø, noe i Tromsø, noe i Hammerfest og noe i Alta. Men alt må ligge i nord». Premisset for argumentasjonen er at regionen får mer makt ved å samarbeide, og ved at byene får vokse seg sterke. Både Hanssen og Opdahl kritiserer den politiske debatten for å være nærsynt, og mener det svekker den nordnorske regionen. Opdahl argumenterer for at Tromsø må gå foran og være den som løfter blikket til gagn for hele Nord-Norge. Hanssen på sin side mener dette er et uttrykk for Tromsø kamp for å bli hovedsete i nord, og at det går på bekostning av Bodø og Nordlands interesser. Han argumenterer for at visjoner om samarbeid i nord vil skade store deler av den nordnorske regionen, og kun gagne Tromsø.

Vi ser at argumentasjonen i disse lederne samsvarer godt med det redaktørene gir uttrykk for i intervjuene: Opdahl er opptatt av nordnorsk nasjonalisme, mens Hanssen i Avisa Nordland har et sterkere fokus på Bodøs plassering mellom regionhovedstedene Trondheim og Tromsø. Samtidig er opptatt av sin regions ve og vel. Kommentarene er et tydelig uttrykk for den patriotiske rollen den regionale meningsjournalistikken har. Redaktørene bruker lederplassen til å gi kritikk, stilet mot både politikere i egen region og de som truer regionens interesser (Mathisen 2010: 48). De er tydelige, meningsbærende stemmer inn i den regionale debatten, og de verner om sin egen region. Begge avisene framstår som et lokalt talerør: Nordlys argumenterer for at Tromsø må lede an i et felles nordnorsk samarbeid som vil trygge hele regionen, Avisa Nordland argumenterer for at Tromsø vil tilrane seg hegemoni på bekostning av Bodø, og at bodøpolitikere må ta ansvar for at det ikke skjer.

Polemikken mellom de to Amedia-redaktørene bærer preg av bykamp mellom Bodø og Tromsø, og har likhetspunkt med partiavisenes polemikk mot hverandre i partipressens dager. Bodøgaard (2012: 171) beskriver hvordan tidligere partiaviser bruker lederartiklene til å markere egne politiske standpunkt og kritisere den andres. I denne casen er partipolemikken erstattet med en polemikk ut fra geografisk ståsted. Det samsvarer med tidligere forskning på lokalpressens rolle i lokale kampsaker (Mathisen 2013). Både Avisa Nordland og Nordlys er opptatt av både sin utgiverby og hele den nordnorske regionen, men de har ulikt syn på hvilken strategi som er best. Dette kan også betraktes som en kamp om definisjonsmakten i Nord-Norge. Astrid Marie Holand (2013: 29) beskriver ei utvikling i nordnorske medier fra 1990 til 2010 der begrepet "Nord-Norge" i den offentlige debatten svekkes. Landsdelen har ingen samlende røst, men mange stemmer som taler om svært lokale saker. Det har foregått en direkte debatt om nordnorsk identitet, der også mediene er interessante. Røvik, Jentoft og Nergård (2011: 29) beskriver en utvikling i nord der fylkeskommunene er blitt styrket. De mener dette understøttes av mangelen på en felles nordnorsk offentlighet. Fylkesfiseringen er en prosess som løper stadig raskere, og der etablerte mentale kart, identiteter og politiske doktriner er i spill. De tre nordnorske fylkene har i økende grad sett hverandre som konkurrenter (Holand 2013: 38). Holand mener pressen har spilt en rolle her, med sin hang til å fokusere på konflikter, ikke minst lokaliseringskonflikter. Polemikken mellom de to redaktørene i Avisa Nordland og Nordlys bygger opp under det Holand beskriver: to sterke deler av landsdelen, og et konfliktorientert fokus.

Debatten mellom disse to avisene er også et godt eksempel på at kommentatorene har makt til å sette ting på dagsorden. De har ikke nødvendigvis makt til å endre holdninger eller adferd hos meningsmotstandere eller politikere. Til det er de kanskje for patriotiske på egen regions vegne. Likevel opptrer de i lederne og kommentarene som meningsbærende aktører med klare synspunkt i den lokale og regionale debatten.

Kapittel 5: Nyhetsbildet avgjør tema

Et av forskningsspørsmålene i denne studien er hva kommentarjournalistikken i regionpressen handler om. I kapittel fire så vi at informantene selv mener kommentatorrollens makt sterkest er knyttet til det å sette dagsorden og legge premissene for en debatt. I dette kapitlet skal vi se nærmere på *hvordan* denne dagsordenmakten brukes. Hvilke tema settes på agendaen, hva handler den regionale meningsjournalistikken om? I forrige kapittel så vi også at den meningsbærende rollen er en av kommentarsjangerens sentrale funksjoner. I dette kapitlet skal vi se nærmere på hvor *tydelige* stemmer kommentatorene har. Tar de klart stilling, eller brukes sjangeren til å være mer reflekterende og drøftende? Her vil både den kvantitative innholdsanalysen og intervjuene gi oss noen svar. Også i slutten av dette kapitlet skal vi gå nærmere inn i en case, der Fædrelandsvennen tar et tydelig standpunkt i en sak som også preger nyhetene.

Nyhetsbildet styrer

Når vi spør informantene våre om hvilke tema de anser som viktigst for ledere og kommentarer i regionavisene, så svarer de at det i hovedsak blir styrt av nyhetsbildet. Og det stemmer godt med det vi leser ut av innholdsanalysen. Det er stortingsvalget som har preget nyhetsoppslagene denne høsten og som dermed preger ledere og kommentarer i regionavisene (se tabell 5.1). De fleste informantene sier også at de prøver å relatere temaene i kommentarene til regionale nyheter og de nyhetene som er mest aktuelle for deres egen region. Lars Helle i Stavanger Aftenblad sier det slik:

Vi tar utgangspunkt i nyhetsbildet der og da, og spesielt det vi har gjort i egen avis. Vi ønsker jo å ha ting å ta av i egen avis som vi kan kommentere på lederplass.

Kollega Tom Hetland konkretiserer det på denne måten:

Så er det naturlig at vi kommenterer mye på energi og miljøspørsmål, i og med at vi er i den regionen vi er, der olja dominerer på godt og vondt. Og jeg har

ofte gått inn på de problemstillingene, oljeavhengighet, hva gjør det med oss og så videre. Vi er nok av de avisene som kommenterer mest om landbruksspørsmål, i og med at dette er et sterkt landbruksfylke. [...] Et fast tema på mandagene er livssyn, det er også naturlig i en region som vår med sterke kristentradisjoner, men også med stor innvandring. [...] Det vi nok var sterkere på tidligere var helsespørsmål. Det er det nok mindre av nå. Det burde vi nok, ikke minst når vi får en helseminister fra vårt fylke, så må vi følge det tettere.

I sitatet ser vi noe som går igjen hos alle informantene, de ønsker å være relevant for sine lesere i den regionen de befinner seg i. Avisa Nordland vil "engasjere alle i Salten hver dag", Bergens Tidende vil være aktuelle for "debatten i Bergensområdet", Adresseavisa "vil følge lokalpolitikken i Trondheim tett" og Nordlys vil presentere ledere og kommentarer med en "nordnorsk relevans". Samtidig gir alle også uttrykk for at det er viktig med variasjon og at den enkelte kommentators interesse og kunnskap vil ha stor betydning, noe som vi ser at Tom Hetland gir uttrykk for i sitatet over. I Bergens Tidende ser vi eksempel på hvordan Frøy Gudbrandsens kompetanse brukes aktivt. Hun har doktorgrad i statsvitenskap, og skrev avhandling om innvandringspolitikk i Skandinavia.

Jeg skriver mye om innvandringspolitikk og følger den innvandringspolitiske debatten tett, det gjør jeg fortsatt. [...] Når det gjelder innvandring, så følger jeg bare med. Det kommer litt av seg selv. [...] Men når jeg prøver å være en del av den nasjonale debatten, så er det fordi jeg kan innvandringsfeltet, og jeg vet at jeg er den kommentatoren i landet med best forutsetninger for å skrive om innvandringsfeltet. Derfor har jeg lyst å være en del av den debatten.

Vi finner også at det synes å være en forskjell mellom hva som styrer temaet i *lederen* i avisa og hva som styrer *kommentartemaene*. Lederne er ofte noe kommentargruppa enes om i felleskap, mens kommentarene bestemmes mer av den enkelte kommentator. Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen påpeker at kommentatorene står friere når de skriver signerte kommentarer.

Tabell 5.1: Tema for ledere og kommentarer (prosent)

	Leder	Kommentar	Totalt
Politikk	80	49	62
Sport	1	18	11
Medier	2	10	7
Næringsliv/økonomi	6	5	5
Kunst og kultur	1	7	4
Rett og krim	5	1	3
Annet	5	10	8
SUM	100	100	100
N=	475	648	1123

Dersom vi går til innholdsanalysen så ser vi i tabell 5.1 at de aller fleste leder- og kommentarartiklene i regionavisene handler om politikk: så mye som 80 prosent av lederne har dette som tema. Vi skal se nærmere på hva disse politiske lederne og kommentarene handler om etter hvert, men først oppholde oss litt ved dette første grove bildet av temaer for ledere og kommentarer i regionavisene.

Sportskommentarene utgjør som vi ser 11 prosent av kommentarstoffet, men her ser vi at sport nesten aldri forekommer som tema for lederspaltene, derimot som rene kommentarer. Sportskommentarene er også alltid plassert på sportssidene og de som skriver disse er knyttet til sportsavdelingen. Allern (2001) fant i sin studie at bortimot halvparten (44 %) av ledere og kommentarer i 10 norske aviser hadde kunst og kultur som tema. Det er ikke tilfelle i vår studie. Tabell 5.1 viser at temaene kunst og kultur sjeldent forekommer som utgangspunkt for ledere, selv om det er et noe mer aktuelt tema for kommentarene. For rett og krim er det omvendt. Det temaet er nesten utelukkende utgangspunkt for lederne.

I forbindelse med sportsjournalistikken kan vi nevne at fem av byene hvor disse avisene kommer ut, i 2013 hadde et fotball-lag i øverste divisjon (Bodø fra sesongen 2014), noe disse sportskommentarene stort sett gjenspeiler. Det er Adresseavisen

som har den største andelen sportskommentarer, med 16 prosent (se tabell 5.2). Andelen sportskommentarer i Nordlys og Stavanger Aftenblad utgjør i gjennomsnitt under det halve (6 prosent). Om dette sier noe om hvilke aviser som har de største ambisjonene på vegne av "sine" fotball-lag, og som er mest opptatt av lagenes opp- og nedturer, skal være usagt, men det sier likevel noe om hvilken prioritering denne type kommentarstoff har i avisene.

Tabell 5.1 viser også at fem prosent av materialet handler om næringsliv og økonomi. Med andre ord er det ingen høy andel av kommentarstoffet som handler om dette feltet. Meningsjournalistikken brukes i hovedsak til politiske tema. Det samsvarer med flere andre studier (Allern 2001; Nossen 2010). Mathisens (2007) analyse av lederartiklene i fire norske lokalaviser viser også at lederartiklene oftest handler om politikk. Et sentralt funn i hennes studie er dessuten at når lederskribentene retter tydelig kritikk og refs mot noen, så handler det nettopp om politikk. Næringslivet får derimot ros når det er tema på lederplass. I vår studie har vi ikke skilt mellom ros og ris i meningsstoffet.

Vi har allerede sett at det er de politiske kommentarene som utgjør den største andelen av avisenes kommentarstoff. For Avisa Nordland utgjør de politiske kommentarene hele 67 prosent av kommentarstoffet. Adresseavisen og Nordlys har lavest andel politiske kommentarer sammenlignet med de andre avisene, og bruker på sin side mer plass på andre temaer. Adresseavisen bruker som allerede nevnt mye kommentarplass på sport. For Nordlys ser vi at de har en stor del andre temaer enn de som er nevnt i tabellen, samlet i kategorien *annet* (12 prosent). Vi kan på bakgrunn av dette hevde at Nordlys har en større bredde på temaer i sin kommentarjournalistikk, enn mange av de andre avisene.

Tabell 5.2: Tema etter avis (prosent)

	Adresse- avisen	Avisa Nordland	Bergens Tidende	Fædrelands- vennen	Nordlys	Stavanger Aftenblad
Politikk	57	67	64	64	57	65
Sport	16	11	12	11	6	6
Medier	8	5	6	8	6	7
Næringsliv/ økonomi	6	6	2	4	7	9
Kunst og kultur	7	2	4	4	6	3
Retts og krim	2	1	4	3	4	3
Annet	4	8	8	6	12	7
SUM	100	100	100	100	100	100
N=	189	167	248	151	177	191

De tre Schibsted Norge avisene, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen, har, sammen med Adresseavisen, en noe større andel kommentarer knyttet til temaet medier. Her kan det være relevant å si at det i hovedsak er Sven Egil Omdals lørdagskommentarer som handler om medier og journalistikk og at de fleste av disse trykkes i alle de fire avisene. På den annen side er ikke forskjellen veldig stor til de andre avisene, noe som viser at det er flere av regionavisene som prioriterer å sette egen praksis (journalistikk og medier) under debatt (VVP 1.4). Ellers kan vi se at Stavanger Aftenblad skiller seg noe ut fra de andre avisene ved at de har en større andel av sine kommentarer knyttet til temaet næringsliv og økonomi. Det samme gjelder Adresseavisen og Nordlys for temaet kunst og kultur.⁷ I andre enden av skalaen kan vi se at Avisa Nordland nesten ikke har noen ledere eller kommentarer som handler om rett og krim, og svært lite om kultur.

Tross disse ulikhetene er det som sagt politikken som får mest oppmerksomhet på leder- og kommentarplass i alle avisene.

⁷ Her kan det nevnes at kultur her betyr omtale/kommentar av et kunst- og kulturarrangement eller –uttrykk. Kommentarer om kulturpolitikken er tatt med i de politiske kommentarene.

Tabell 5.3: Hvilket saksområde som blir omtalt når politikk er tema.

	Antall	Prosent
Valget 2013	119	17
Økonomi	73	10
Politiske parti	68	10
Helse	47	7
Politikere	46	7
Samferdsel	45	6
Forsvar	41	6
Miljø/klima	38	5
Utdanning	33	5
Asyl/innvandring	27	4
Kultur	24	3
Arbeidsliv	21	3
Landbruk	11	2
Fiskeri	9	1
Olje	8	1
Utenriks	7	1
Annet	87	12
SUM	704*	100

*I tabellen er det bare tatt med de 62 prosent av sakene som handler om politikk (704 av 1123 saker).

Når vi går litt nærmere inn i de politiske sakene ser vi av tabell 5.3 at det politiske området som får mest oppmerksomhet denne høsten, naturlig nok, er stortingsvalget. Deretter kommer økonomi. De fleste økonomisakene var også på en eller annen måte koblet til valget, da de fleste handlet om budsjettet, enten statsbudsjettet eller kommunebudsjettene. På tredjeplass finner vi omtale av politiske parti og partikoalisjoner, noe som også ofte har sitt utgangspunkt i stortingsvalget. Nederst ser vi at norsk utenrikspolitikk får minst oppmerksomhet i de regionale leder- og kommentarspaltene denne høsten.

Innledningsvis refererte vi til Wolds (2010) studie. Et sentralt funn hos henne var at kommentarene handlet mer om Erna Solbergs personlige egenskaper enn om politiske saker. Våre funn viser ikke den samme tendensen. I vår studie av regionpressen finner vi at personfokuset på politikere er lite til stede. Bare 7 prosent av de politiske kommentarene i vår studie, handlet om *politikere*. Vi kan dermed slå fast at det *ikke* er de personlige aspektene som synes mest framtrødende i regionpressens politiske analyser, men de politiske sakene.

Tabell 5.4: Hvilket saksområde som blir omtalt når politikk er tema, etter avis (prosent).

	Adresse- avisen	Avisa Nordland	Bergens Tidende	Fædrelands- vennen	Nordlys	Stavanger Aftenblad
Valget 2013	31	14	12	16	9	21
Økonomi	10	17	8	13	11	5
Politiske parti	4	6	10	13	6	17
Helse	4	10	7	6	8	5
Politikere	8	2	8	8	8	5
Samferdsel	4	6	7	7	10	3
Forsvar	7	2	8	5	1	10
Miljø/klima	6	5	9	5	2	5
Utdanning	3	2	4	5	9	5
Asyl/innvandring	4	8	5	1	1	3
Kultur	4	3	2	4	5	3
Arbeidsliv	2	3	5	3	2	2
Landbruk	4	1	2	-	2	1
Fiskeri	-	2	1	-	5	-
Olje	-	2	1	-	3	1
Utenriks	2	-	-	3	-	2
Annet	7	15	11	11	18	12
SUM	100	100	100	100	100	100
N=	108	112	160	97	101	126

Fordelt på aviser ser vi i tabell 5.4 at fordelingen av temaer ser litt forskjellig ut. I Adresseavisen ser vi svært tydelig at det er stortingsvalget denne høsten som har preget ledere og kommentarer i avisen. Det er selve valget og budsjettet knyttet til valget som preger kommentar- og meningsjournalistikken i avisen. I Avisa Nordland ser vi også en tendens til det samme, men her ser vi at andelen kommentarer knyttet til helse er ganske stor sammenlignet med de andre avisene. En årsak kan være at en av de journalistene som skriver kommentarer i Avisa Nordland har ansvar for helsestoff i avisen. En annen grunn kan selvsagt være at det har vært flere utfordringer knyttet til Helse Nord denne høsten, enn det som har vært tilfelle for de andre helseregionene.

Bergens Tidende har mest kommentarstoff om valget, og mer om de politiske partiene og partikoalisjonene enn om økonomi og budsjetter. Det kan også påpekes at Bergens Tidende ikke har noen særlig flere kommentarer om asyl- og innvandringspolitikk enn flere av de andre avisene, selv om de altså har en kommentator med ekstra kompetanse på dette feltet. Dette kan selvsagt bety at når kommentarene følger nyhetsjournalistikken, så gjenspeiles dette mer og mindre i hele regionpressen. Fædrelandsvennen har også mest om valget og tema tilstøtende valget. Det som kan påpekes for Fædrelandsvennen sin del er at de ikke har noen kommentarer knyttet til primær- og sekundærnæringene, verken om landbruk, fiske eller oljeindustrien.

Nordlys er den avisa som har minst om valget i forhold til de andre avisene, men har likevel en stor andel saker om økonomi knyttet til valget. Det er saker om samferdsel som skiller seg ut for denne avisen. Og igjen kan vi se at også på det politiske feltet dekker Nordlys mange andre politiske temaer enn de som er nevnt i tabellen (18 prosent *annet*). Det er også i Nordlys, og til en viss grad Avisa Nordland, at vi finner mest om temaet fisk. Dette skyldes naturlig nok at fiskerinæringa er sentral i den nordlige landsdelen. Det er også i disse to avisene vi finner flest kommentarer om olje. Det er altså ikke Stavanger Aftenblad, som sier seg å være oljebyen fremfor

noen, og som har olje som kommentarstoff langt fremme i bevisstheten, som har det største omfanget oljerelaterte kommentarer. Ei nærliggende forklaring her kan selvsagt være at diskusjonen rundt oljeboring utenfor Lofoten og Vesterålen sto på agendaen både under valgkampen og i forhandlingene etter valget. Et viktig punkt i samarbeidsavtalen mellom Høyre, Fremskrittspartiet, Kristelig Folkeparti og Venstre, var nettopp at havområdene utenfor Lofoten, Vesterålen og Senja ikke skal åpnes for oljeboring. Denne saken har selvsagt berørt Nord-Norge i større grad enn Rogaland, og er trolig en av årsakene til at de nordnorske kommentatorene er mer opptatt av oljenæringa enn kollegene i Rogaland. Stavanger Aftenblad er på sin side mest opptatt av valget og de politiske koalisjonene. Forsvar utgjør også en relativt stor andel av deres kommentarspalter.

Så langt kan vi summere opp ved å slå fast at det langt på vei er nyhetsbildet som styrer innholdet i lederne og kommentarartiklene. Høsten 2013 handlet det for det meste om valget. Vi finner også noen regionale forskjeller som det er naturlig å forklare med ulik næringsstruktur og ulike interesser i regionene.

Verdiløst uten klare standpunkt

I forrige kapittel så vi at informantene opplever dagsordenmakten som den mest sentrale, og mener de i mindre grad har makt til å endre folks holdninger eller politiske avgjørelser. Vi så også at den meningsbærende rollen er en av fire sentrale funksjoner til kommentarjournalistikken. Den publisistiske virksomheten til pressen handler nettopp om å bidra til debatt og rasjonell meningsdanning (Knapskog 2009: 295). Hvor tydelige stemmer er informantene selv når de setter dagsorden? Brukes meningsjournalistikken til å argumentere for klare standpunkt, eller reflekterer og drøfter de mer åpent rundt ulike saker? Hvordan forvaltes den meningsbærende rollen? Dette spørsmålet har vi sett på både gjennom den kvantitative innholdsanalysen og gjennom intervjuene. Når vi leser leder og kommentarer i disse regionavisene ser vi at det varieres mellom det å ta et klart standpunkt og gjerne komme med råd til politikere og andre, og det å reflektere over eller drøfte et tema

eller et problem mer åpent. På spørsmål til informantene om hva de anså som viktigst, ta standpunkt eller reflektere, når de skriver menings- og kommentarartikler fikk vi et ganske entydig svar: Det er viktig å ta standpunkt og ha tydelige meninger. Sjefredaktørene var tydeligst og enstemmige om dette. Jan-Eirik Hanssen i Avis Nordland sa endog at de ønsker "å ha en større grad av tydelighet på lederplass". Vi ser også at begrunnelsen for å ta standpunkt ofte er knyttet til avisens meningsbærende funksjon – det at de skal skape debatt. Gard Steiro i Bergens Tidende konkretiserer det på denne måten:

Det er viktig å gi uttrykk for tydelige meninger. Det er viktig å ha gode resonnementer som leder fram til en konklusjon. Så kan folk mene at det resonnetet leder fram til en annen konklusjon, der man vektlegger andre hensyn i resonnetet. Men det er en styrke for avisen at man har tydelige meninger i mange saker. Det at folk er uenig med en avis er et gode. Jeg ønsker ikke at vi skal være så ulne på leder- og kommentarplass at folk er usikre på hva vi mener. Tydelige klare standpunkter er en styrke, respekt for hverandres meninger og så kunne diskutere det. Vi kan gå en uke tilbake der vi skrev en leder med tittelen *Ja til reservasjonsrett*. Det skapte et rabalder av en annen verden. [...] Det enkle for oss ville vært å legge oss politisk helt inn mot det aksepterte og politisk korrekte, men jeg mener at det skal være tydelige standpunkt.

Anders Opdahl i Nordlys var nok den av redaktørene som var mest direkte og ikke la noe imellom på spørsmålet om det var viktig å ta et standpunkt:

Hvis du ikke har kommentatorer som tør å mene noe, så er vi en fattigere avis. Da er det kanskje like greit å bruke ressurser på annen journalistisk virksomhet. Du må bare bestemme deg. Hvis ikke, så er kommentarvirksomheta langt mindre verdt.

Kommentarjournalistene er mer nyanserte enn sjefredaktørene i sine svar. Den tydeligste er Frøy Gudbrandsen i Bergens Tidende som konkretiserer det på denne måten:

Jeg streber etter å være tydelig. Hvis ikke har jeg ikke noe å bidra med. Noen ganger kan jeg skrive en ren oppklarende greie, men å mene noe. Det kan

fungere. Som du ser når forskerne skriver, de greier ut om noe, så sitter du igjen og lurer på hvorfor skrev du denne teksten. Hva er det du vil si? Jeg prøver å være bevisst på hvilket budskap jeg har. Et eksempel er mye av det jeg har skrevet om "Nathan saken". Jeg har ikke tatt stilling til hvorvidt Nathan burde få bli eller ikke, men jeg har hatt en rekke synspunkter i den saken, som at Trude Drevland er prinsipløs, jeg har ment at et amnesti er bedre løsning enn en fast regelendring. For å berettige at noe skal være på trykk, så skal det ha et budskap og det skal være tydelig.

I den andre enden av skalaen finner vi Stein Sneve i Avisa Nordland som har den klareste oppfattelsen av at han er en mer reflekterende kommentortype:

Jeg skriver alltid mer åpne kommentarer. Som sagt, hvis jeg får folk til å tenke på nytt, begynne å gruble litt eller sette i gang noen tankeprosesser, så er det bra. Jeg prøver å la være å snakke til menigheta, som du ofte gjør hvis du er bastant og veldig klar. Jeg prøver å lokke og lirke med noen argumenter og se om det får folk til å tenke seg om en gang til.

Hos Tom Hetland i Stavanger Aftenblad finner vi også en holdning som går mer i retning av den reflekterende kommentartypen:

Jeg er nok mer på det siste [reflekterende]. Det går ofte klart fram hva jeg mener. Men jeg irriterer meg ofte over kommentatorer som skal tre ei løsning ned over hodet på meg. Jeg er mer opptatt av å få noen nye impulser, nye perspektiv, og det prøver jeg å formidle og leve opp til i mine egne kommentarer. Så er det også en balansegang. Skal du få mange lesere og et sterkt engasjement, så må du være tydelig også. Det må ikke bli for mye på den ene siden eller på den andre siden heller. Det kan ofte være vanskelig å vite helt hva slags nivå du skal legge deg på.

Uansett hvilken ende av skalaen kommentatorene befinner seg i, så nyanserer de spørsmålet om en skal ta standpunkt i kommentarene eller ikke, langt mer enn sine sjefer. Noen er også inne på at det å ta standpunkt kan føre til det motsatte av hva en ønsker, nemlig at en støter folk fra seg i stedet for å engasjere. Vidar Udjus diskuterer dette dilemmaet:

Jeg tenker i enkelte tilfeller så har jeg behov for å være veldig klar i forhold til det tema som diskuteres. Men samtidig opplever jeg en fare for at hvis du er

for sterk på meningsfronten, så er det en fare for at enkelte som er uenig med deg, de hopper av etter ingressen eller leaden, så er de ferdige med den kommentaren. [...] Jeg tenker det er grenser for hvor stor andel av kommentarene som bør være prega av en veldig sterk mening. Både for å ha troverdighet som kommentator og være interessant som kommentator videre. Og også for å kunne være sterk og klar når en føler det er behov for å være sterk og klar. I forhold til å andre ganger mer forklare bakgrunn, problematisere og la konklusjonene i større grad være opp til leserne sjøl.

Han bringer også inn et konkret eksempel der han valgte å ikke ta tydelig stilling i en nominasjonsstrid. I ettertid mener han det var et riktig valg:

Vi hadde en heftig nominasjonsprosess her, da Dagrunn Eriksen i Krf kjempet for gjenvalg, men ble utfordra av fylkeslederen, Hans Fredrik Grøvan. Da var det flere i redaksjonen som mente at jeg på kommentarplass burde ta stilling til fordel for en av dem. Og jeg er jo ikke i tvil om at den ville blitt lest godt, for eksempel digitalt, hvis den hadde en tittel som "derfor bør Krf vrake Dagrunn", eller "derfor bør Krf beholde Dagrunn". Men samtidig tenker jeg at ulempene ved det var større enn fordelene med å bli lest i øyeblikket. For hvem er jeg neste gang jeg skriver om den prosessen? Og alle som følger med ville ha plassert meg, "du mener jo at, så hvorfor skal vi høre på deg i denne omgang?".

Noen av kommentatorene trekker også noen interessante skiller mellom det å ta ja/nei standpunkt til en konkret sak og det å ta prinsipielle standpunkt innenfor et saksområde, som vi så at Frøy Gudbrandsen problematiserte i Nathan-saken over. Oddvar Nygård diskuterer også dette skillet:

Jeg har vel rykte på meg for å være ganske spiss i mine kommentarer. I bunnen må det ligge fakta og analyse, men formmessig tillater jeg meg å karakterisere konkrete politikere, partier og politiske prosesser. Jeg oppleves nok ofte som svært kritisk og hard på labben. Jeg tenker at det verste jeg kan gjøre er å kjede folk. Så mener jeg at politikere må tåle å få kjeft og en begrunnet kritikk. Jeg tror det er vanskelig å se hvor jeg står politisk. I Høyre er de helt sikker på at jeg er sosialdemokrat. I AP mener de jeg er tilhenger av Frp. I Frp mener de helt bestemt jeg er SV'er. Jeg tror jeg fordeler kritikken. Og det mener jeg er oppgaven min, uansett hva jeg selv måtte ha av politiske preferanser. Det mener jeg er en del av jobbeskrivelsen dersom en skal være politisk kommentator. [...] På en del store overordna saker så tar jeg noen ganger standpunkt. Da mener jeg saker som klimaspørsmål, innvandring, rasisme, den

typen saker. Som jeg delvis regnes som verdispørsmål. [...] For øvrig så gjør jeg virkelig det jeg kan for å være nøytral i betydning at jeg ikke heier på det ene eller andre partiet. Det er ikke jobben min i det hele tatt.

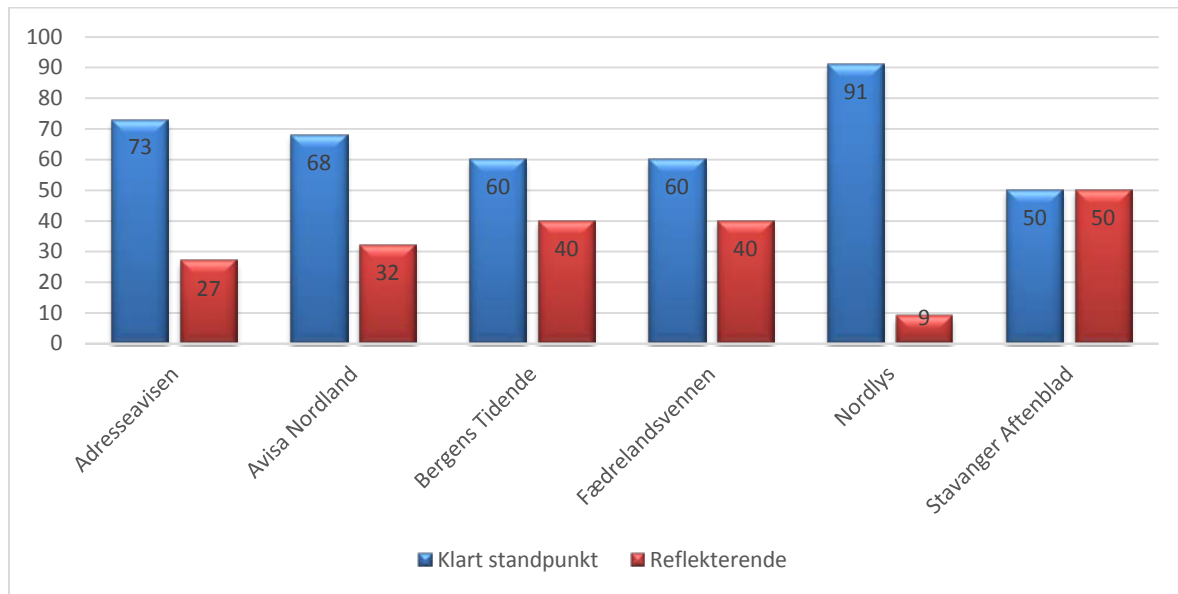
I Adresseavisen nyanserer også Siri Wahl-Olsen dette spørsmålet, og hun skiller også mellom hva som bør være kutymen i de to sjangrene leder og kommentar:

Vi roper ikke på revolusjon annahver dag på lederplass. Det er mange som sier at lederne i Adressa er litt forutsigbare. Ja, vi skal kanskje være det. Vi skal være gjenkjennelig, vi har et ståsted. Et overordna ståsted og verdiutgangspunkt. Vi er ei verdikonservativ, uavhengig avis, med ståsted i Midt-Norge. Det skal lederne våre gjenspeile. Vi skal også være gjenkjennbar, det skal være ei linje i det. Den har vi mer eller mindre i ryggmargen.[...] Når du skriver kommentarer da står du friere ja. Vi skiller på det. [Men] man vet jo hva slags avis man jobber i, hva slags system man har sagt ja til å forholde seg til når man går inn i en slik avdeling. Så jeg opplever ikke det som veldig vanskelig. [...] Men det er to formuleringer jeg ikke vil se på trykk, og som går igjen i mange ledere: "Det er grunn til å tro", og "det er all grunn til bekymring". Det orker jeg ikke. Hvis vi skal si "det er all grunn til å tro" skal vi heller si hvorfor det er grunn til det. Omgåelser, feighet og klisjeer er ikke lov hos oss. Det sniker seg inn av og til likevel da. Jeg syns vi skal ha en klar mening, og vi skal ikke dempe det ned med å bruke slike formuleringer.

Vi ser noen nyanser i informantenes oppfatninger her: flere av dem argumenterer for at tydelige standpunkt er viktig, ellers har kommentarvirksomheten mindre verdi. Samtidig peker flere av dem på at alt for tydelige standpunkt kan støte vekk lesere, og føre til mindre muligheter for at folk selv kan reflektere og gjøre seg opp meninger om det de har lest. Igland og Stølås (2008: 48) finner også disse nyansene i sine intervju med kommentatorer: Noen av deres informanter legger mer vekt på å gi nye tanker til leserne og utfordre dem, enn å selv ta standpunkt i viktige samfunnsspørsmål, mens andre er mer opptatt av å påvirke politikere og komme med råd.

I innholdsanalysen av kommentarstoffet har vi skilt mellom de artiklene som tar tydelig standpunkt, og de som er mer åpent reflekterende. I figur 5.1 ser vi at kommentatorene oftest tar tydelig stilling.

Figur 5.1. Grad av klare standpunkt i kommentarer og ledere i regionavisene. Prosent.



Totalt er det to tredjedeler av lederne og kommentarene som tar et klart standpunkt og kommer med råd til politikere og andre, mens en tredjedel er reflekterende. Noe som ikke kommer frem i figuren, men som kan være verdt å nevne, er at det er et skille mellom ledere og kommentarer. Det tas oftere standpunkt i lederne (77 prosent) enn i kommentarene (59 prosent). Dette kan også stemme godt med den forskjellen vi opplever blant informantene: sjefredaktørene, som vanligvis er de som har ansvar for lederen, er klare og enstemmige om at det er viktig å ta et standpunkt, mens kommentarjournalistene, som oftere forfatter de signerte kommentarene, er mer nyanserte og legger i større grad vekt på den reflekterende biten.

Når vi skiller mellom de ulike avisene ser vi i figur 5.1 at uttalelsene fra de ulike aviskommentatorene stemmer med de faktiske forhold. Det er to regionaviser som skiller seg ut i hver sin ende. I den ene enden finner vi Nordlys som nesten utelukkende kommer med klare standpunkt i sine ledere og kommentarer. Bare i knapt en av ti ledere og kommentarer er de reflekterende, mens det i 91 prosent av artiklene tas tydelig standpunkt. Det er langt høyere enn i alle de øvrige avisene i utvalget. Anders Opdahl i Nordlys gav også i intervjuet inntrykk for at "hvis ikke du

mener noe, så er kommentarvirksomheta langt mindre verdt” – da kan du bruke ressursene på noe annet. Adresseavisen og Avisa Nordland er nærmest Nordlys, men har likevel ikke tilnærmelsesvis så mange kommentarer med et klart standpunkt som det Nordlys har. I den andre enden finner vi Stavanger Aftenblad som har like mange ledere og kommentarer med et klart standpunkt som reflekterende. Det var også informantene i den avisen som uttrykte sterkest ambivalens i forhold til det å ta et klart standpunkt. Og i denne enden av skalaen er det Bergens Tidende og Fædrelandsvennen som kommer nærmest med langt flere reflekterende ledere og kommentarer enn de andre avisene.

I forrige kapittel drøftet vi den meningsbærende funksjonen som en av de fire hovedfunksjonene til den regionale kommentarjournalistikken. En sentral rolle for meningsjournalistikken er nettopp å være en meningsbærer, som utfordrer, kritiserer, opplyser og er patriotisk. I figuren over ser vi at denne ”kommentatortalerstolen” oftest brukes i regionavisene for å komme med tydelige råd og standpunkt, selv om den reflekterende og drøftende kommentaren også er høyst til stede (746 mot 377 saker – det tas altså standpunkt i 2 av 3 saker).

Å være meningsbærer behøver altså ikke å være ensbetydende med å kun komme med klare standpunkt. Kommentatoren kan bære fram meninger også gjennom en mer reflekterende stil, der leserne i større grad blir utfordret til å ta standpunkt selv, enn at de får presentert en klar mening. Flere av informantene våre problematiserer nettopp dette; hvis det alltid blir veldig tydelige meninger, er det lett å støte bort de som er uenige, og da når man fram i begrenset grad. Vår studie viser at den regionale meningsjournalistikken gjør begge deler. Vi finner med andre ord en variert og nyansert kommentarjournalistikk, som både fremmer tydelige meninger og gir klare råd, og som utfordrer leserne til å reflektere selv. Den meningsbærende journalistikken tar stilling, utfordrer og kritiserer, analyserer, informerer og opplyser.

Likestillingsdebatten på Sørlandet

I intervjuene trekker flere av informantene fram at makten knyttet til kommentarjournalistikken er sterkest når den brukes til å kommentere nyhetsbildet eller konkrete saker som er oppe på nyhetsagendaen. Flere av informantene sier det er en ambisjon å gjøre det i større grad enn de klarer i dag. Videre i kapitlet skal vi gå i dybden på en ny case, som belyser hvordan pressen tar tydelig stilling i en aktuell og pågående debatt, der avisas standpunkt skapte debatt og reaksjoner lokalt; nemlig da Fædrelandsvennen gikk inn i likestillingsdebatten på Sørlandet. Denne casen belyser også hvordan kommentarjournalistikken kan fylle rollene som meningsbærer, folkeopplyser, kritiker og patriot samtidig.

Sørlandet har gjennom en årrekke scoret dårligere enn resten av landet i forhold til likestilling: det er færre kvinner i lønnet arbeid enn i resten av landet, en større andel kvinner jobber deltid, arbeidsmarkedet er mer kjønnsdelt og det er færre kvinnelige ledere (Magnussen, Mydland og Kvåle 2005; Ellingsen og Lilleås 2010). Likestillingsdebatten har blant annet dreid seg om kvinners deltidsarbeid, og høsten 2013 kom denne opp igjen. Næringslivsleder Einar Øgrey Brandsdal ble intervjuet på nyhetsplass i Fædrelandsvennen, der han uttalte at det er «Naturlig at kvinner velger barn framfor jobb⁸». I intervjuet reagerer han på at kvinner som velger å være hjemme ikke blir møtt med nok respekt. Denne saken ble også tema i meningsjournalistikken. Under tittelen *Sårt hakk i likestillingsplata* gikk redaktør Eivind Ljøstad ut mot Brandsdal og andre næringslivsledere, og mener de snur likestillingsdebatten på hodet⁹. «Kristne, rike næringslivsmenn slår et slag for sine hjemmeværende hustruer. Hakk i plata, men et sårt hakk for Sørlandet», skriver Ljøstad i ingressen. Påstanden i denne kommentarartikkelen er at Sørlandet henger etter i likestillingskampen, og at det er en verkebyll for landsdelen. Ljøstad mener holdningsendringene skjer langt mye senere på Sørlandet enn i resten av landet: «Vi

⁸ Fædrelandsvennen 27.09.2013.

⁹ Kommentaren ble først publisert digitalt søndag 29. september, og sto deretter på trykk i papirutgaven mandag 30. september.

kommer oss liksom ikke videre. Holdninger og meninger som resten av landet for lengst har lagt bak seg, blusser med jevne mellomrom opp hos oss», skriver han videre. Og Ljøstad mener det er særlig holdningene hos menn, og da spesifikt mannlige næringslivsledere som er hovedproblemet: «Uansett hva man mener om likestillingsdebatten i Norge, er det ganske drøyt å påstå at de kvinnene som har råd og mulighet til å være hjemme utsettes for et utilbørlig press på å komme seg ut i jobb. Sorry, karer, det er ikke det som er problemet. Det er dere som er problemet». Her går Ljøstad næringslivsledernes argumenter direkte i møte ved å bruke et årsaksargument (Bergström og Boreus 2000: 125): grunnen til at Sørlandet henger etter på likestillingsfronten, er de konservative holdningene til næringslivslederne. Han argumenterer for at næringslivslederne mener kvinner helst bør være hjemme mens barna er små, men at de kamuflerer holdningene sine i et forsøk på å forsvare kvinner som er hjemmeværende.

Ljøstads kommentar inneholder også en motforestilling, nemlig hensynet til små barn. «Sett fra barnas ståsted er det lett å være enig i at det er en fordel at en av foreldrene er hjemme de første årene», skriver han. Videre møter han denne argumentasjonen med at menn neppe velger å være hjemme med sine små barn, dersom kona ønsker å jobbe. Ljøstad begrunner sin påstand at «foreldede holdninger» til likestilling stikker dypt i Kristiansand, men at de ofte er kamuflert med humor. Han underbygger påstanden ved å fortelle at redaksjonen ikke akkurat trenger å lete etter menn som mener det samme som Mosvold og Brandsdal, men at de dessverre må lete etter menn som går på barrikadene for det motsatte synet.

Eivind Ljøstad trekker selv fram denne kommentaren i intervjuet med oss, og forteller at den skapte mange reaksjoner lokalt – både positivt og negativt. Lørdag 12. oktober tar han igjen opp likestillingsdebatten i kommentarspalten, under tittelen *Mødrenes moralskvis*. I denne kommentarartikkelen er påstanden igjen at Sørlandet henger kraftig etter i likestillingsdebatten. Denne gangen tar Ljøstad argumentasjonen et stykke videre, og hevder konsekvensen er at dette svekker hele regionen. I

kommentaren kritiserer Ljøstad det han kaller det sørlandske lynnet: feie uenighetene under teppet og late som alt er greit. Innledningsvis gjør skribenten rede for alle de reaksjonene den første kommentaren førte til: På den ene siden en rekke henvendelser der avsenderne ønsket at Fædrelandsvennen skal skrive mer positivt om unge kvinner som velger å være hjemme med små barn, og dermed bidra til anerkjennelse av deres valg. På den andre siden takksigelser fra unge kvinner som nettopp jobber fullt, og som forteller om manglende anerkjennelse for sine valg. «For småbarnsmødre på Sørlandet kan man altså, satt litt på spissen, hevde at det blir galt uansett hva slags valg de tar», skriver Ljøstad.

Han er opptatt av konsekvensen: at regionens gjennomslag på den nasjonale politiske agendaen blir svekket: «Hvem gidder å høre på et folkeferd som holder på å diskutere saker som resten av landet har lagt bak seg for lengst? Kanskje den nye regjeringen tenker de nå er ferdige med å lytte til Sørlandet? Vi har jo fått økt kontantstøtte og redusert pappakvote. Kan vi be om mer da?» skriver han. Her argumenterer Ljøstad med at ei mer moderne holdning til kvinners deltakelse i arbeidslivet, vil styrke regionens gjennomslagskraft som helhet, på alle samfunnsområder. Når det er en «retrobølge der hovedpoenget er å få flere kvinner til å stelle hjemme» Sørlandet markerer seg på, framstår landsdelen derimot som bakstreversk. Her tar kommentaren i bruk et motivasjonsargument (Bergström og Boreus 2000: 126). Motivasjonsargument appellerer til mottakers følelser og indre motivasjon, og er basert på patos mer enn logos eller etos. Premisset for argumentasjonen er at med mer moderne holdninger til likestilling, vil Sørlandsregionen oppnå større innflytelse og anseelse i resten av landet. Her appellerer Ljøstad til innbyggernes patriotiske ønske om at regionen skal ha innflytelse ovenfor sentrale myndigheter.

Teksten inneholder også motforestillinger, der kommentatoren kommer motstandernes argument i møte: «Fædrelandsvennen mener det er en grunnleggende verdi at samfunnet er innrettet slik at familier og enkeltpersoner kan

gjøre valg som er riktige for dem, og at disse valgene skal respekteres». Videre trekker Ljøstad inn hensynet til velferdsstaten: «Samtidig er det vår oppgave å påpeke trekk i vårt samfunn som hindrer full likestilling. Vi mener likestilling er viktig, ikke minst i forhold til økonomisk uavhengighet, men også fordi samfunnet trenger 50 % kvinner for å lage et riktigere og bedre avstemt arbeids- og samfunnsliv, og ikke minst – skal den norske velferdsstaten opprettholdes, trenger vi så mange i arbeid som vi bare kan». Her bruker Ljøstad et årsaksargument. Premisset i argumentasjonen er at den norske velferdsmodellen er et gode man ønsker å opprettholde. Men uten kvinners deltakelse i yrkeslivet, vil det ikke være mulig å opprettholde velferdsstatens tilbud.

I disse kommentarene ser vi at Fædrelandsvennen på kommentarplattformen tar et tydelig standpunkt i en regional debatt om likestilling og kvinners deltakelse i arbeidslivet. Avisen framstår som en tydelig meningsbærende aktør. Fædrelandsvennen spiller først og fremst en rolle som kritisk og analyserende aktør i sin meningsjournalistikk. Redaktøren utfordrer noen tradisjonelle verdier som står sterkt i regionen. Standpunktet vekker reaksjoner i begge retninger: noen kritiserer avisen for å hetse sørlandskulturen, og for å bidra til at hjemmeværende kvinner ikke møter anerkjennelse for sine valg. På den andre siden får avisen ros for å røske opp i en kultur der utearbeidende kvinner møter holdninger om at de ikke er gode mødre når de jobber fullt. Her kan avisen sies å spille en vaktbikkjerolle innad i egen region, og være en kritisk og analyserende aktør. Redaktøren framstår som en motstemme mot den regionale konsensusen. Han argumenterer for at ei mer moderne holdning til likestilling vil gagne regionen på svært mange områder. Med den delen av argumentasjonen er vi også inne på rollen som patriotisk aktør: redaktøren argumenterer med at en mer moderne holdning til likestilling vil gi regionen større anseelse utad. Kommentarene har også et folkeopplysende preg; redaktøren bringer en god del fakta om hva kvinners yrkesdeltakelse betyr for velferdsstaten. Med andre ord: i denne spesifikke saken ser vi at Fædrelandsvennen sin kommentarjournalistikk

fyller alle de fire funksjonene samtidig. Det viser også hvordan regionpressens kommentarjournalistikk kan spille en tydelig rolle i det regionale offentlige ordskiftet, ved å utfordre rådende holdninger og mentalitet. Kommentatoren kritiserer sine egne, og blir møtt med både ros og ris.

Det er også interessant å registrere at det ståstedet Fædrelandsvennens redaktør tar i denne debatten, bryter med avisens tidligere linje. I tidligere debatter om likestilling, har Fædrelandsvennen markert seg i offentligheten med ei mer tradisjonell holdning. I 2009 gikk Kari Henriksen, Arbeiderpartiets daværende 1. kandidat fra Vest-Agder, på talerstolen på APs landsmøte og tok et oppgjør med konservative krefter og verdier på Sørlandet. Hun omtalte disse kreftene som både religiøst og allment konservativt forankret. Den gang argumenterte Fædrelandsvennen mot Henriksen på lederplass¹⁰. Daværende lederskribent mente at de verdiene Henriksen kritiserer, kan ha store positive konsekvenser både for den enkelte og samfunnet¹¹. Her argumenterte Fædrelandsvennen for at kulturelt og tradisjonelt forankrede verdier på Sørlandet har oppslutning av majoriteten i landsdelen. Disse verdiene fungerer som sosialt lim, og legger vekt på mulighet og frihet til å velge annerledes enn flertallet gjør andre steder i landet (Ellingsen og Lilleås 2010: 14).

I eksemplet fra 2009, ser vi at Fædrelandsvennen deltar i den regionale offentlige debatten med å slutte opp om de rådende regionale verdiene, og polemisere mot den som utfordrer dem. I 2013 velger redaktøren det motsatte standpunktet: Ljøstad utfordrer og kritiserer nettopp de verdiene som majoriteten i landsdelen forfekter, og argumenterer for at det er bakstreverske holdninger som skader, heller enn ganger Sørlandsregionen. Fra å støtte majoritetsoppfatningene i regionen, har avisen beveget seg over til å utfordre og kritisere dem.

¹⁰ «I utakt med landsdelen», lederartikkel i Fædrelandsvennen 23.04.2009

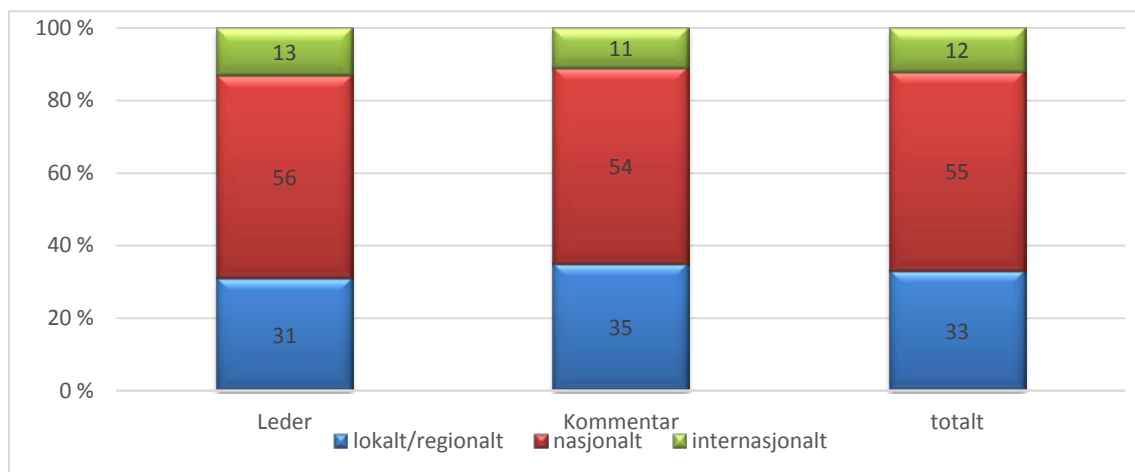
¹¹ Det har skjedd et redaktørskifte i Fædrelandsvennen siden da. Eivind Ljøstad tok over etter Hans-Christian Vadseth i juni 2010.

Kapittel 6: Det regionale i den nasjonale debatten

Et sentralt forskningsspørsmål i denne studien, er hvordan redaktører og journalister oppfatter meningsjournalistikkens rolle og oppdrag. Så langt i rapporten har vi sett at informantene opplever at de har makt til å sette dagsorden og skape debatt, og til å selv være en stemme i debatten. I dette kapittelet skal vi utvide perspektivet noe og se på den rolle de regionale mediene har i den nasjonale debatten. Empirien vi skal drøfte i dette kapitlet, er hentet både fra intervjuene, fra den kvantitative innholdsanalysen og fra den siste kvalitative casen.

Før vi ser hvordan kommentar- og lederskribentene opplever sin egen rolle i et nasjonalt perspektiv, skal vi se på hva som er utgangspunkt for de sakene som kommenteres; det lokale/regionale, det nasjonale eller det internasjonale. Alle informantene gir i intervjuene uttrykk for at det er viktig at leserne skal kunne kjenne en tilhørighet til tematikken som blir debattert, og at det derfor er viktig med en lokal/regional forankring av kommentarene. I figur 6.1 ser vi at over halvparten av lederne og kommentarene derimot har et nasjonalt utgangspunkt.

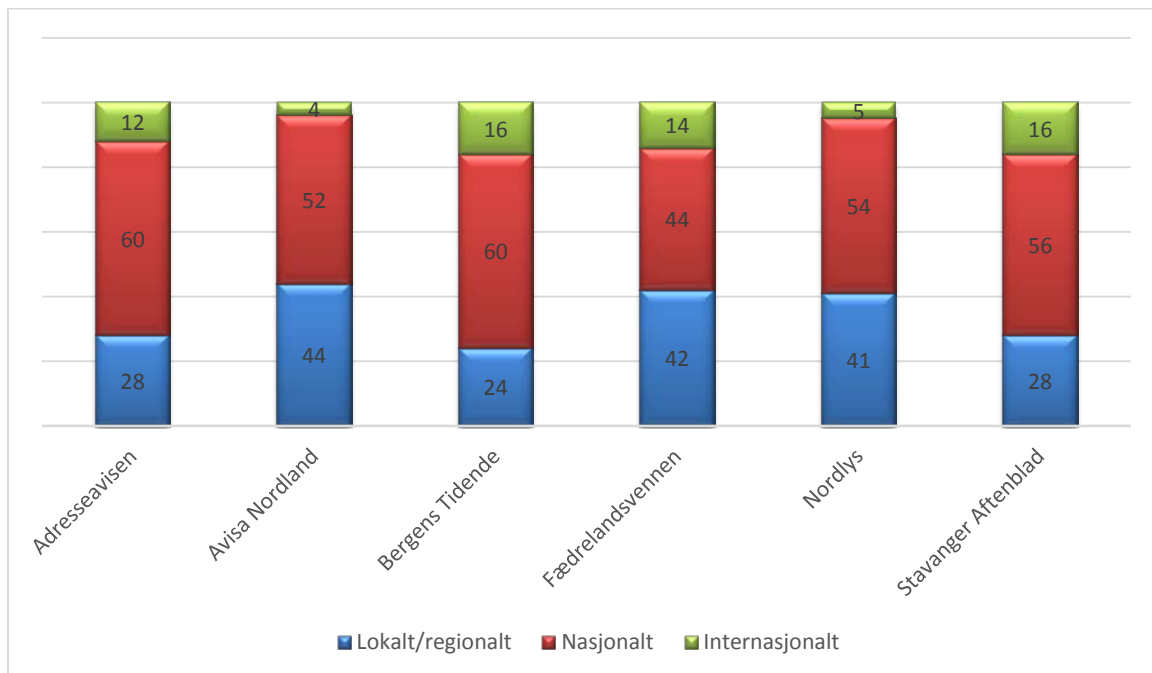
Figur 6.1: Geografisk område som utgangspunkt for saken (prosent).



Figuren viser at bare en tredjedel av kommentarene tar utgangspunkt i en lokal/regional kontekst og noe mer enn hver tiende leder eller kommentar tar sågar

utgangspunkt i internasjonale forhold. Når vi ser på forholdet mellom ledere og kommentarer finner vi ikke de store forskjellene. Det er litt flere kommentarer med lokalt/regionalt utgangspunkt og noen flere ledere med et nasjonalt og internasjonalt utgangspunkt. Figur 6.2 viser variasjonen mellom avisene:

Figur 6.2: Geografisk område som utgangspunkt for saken etter avis (prosent).



Figur 6.2 viser at alle avisene, på tross av at de i intervjuene fremholder den lokal/regionale forankringen, har flere ledere og kommentarer med et nasjonalt utgangspunkt enn med et lokalt eller regionalt utgangspunkt. Dette er selvsagt ikke til hinder for at kommentaren likevel kan gjøres relevant og forankres lokalt og regionalt. Det er videre i de avisene som geografisk ligger lengst fra hovedstaden, Avisa Nordland, Fædrelandsvennen og Nordlys, at vi finner den største andelen ledere og kommentarer med utgangspunkt i lokale og regionale forhold, og Fædrelandsvennen med nesten like mange kommentarer med et lokalt/regionalt utgangspunkt som nasjonalt. I Bergens Tidende og Adresseavisen, etterfulgt av Stavanger Aftenblad finner vi langt flere saker med et nasjonalt utgangspunkt. Sammen med saker med et internasjonalt utgangspunkt utgjør andelen ledere og

kommentarer i disse tre avisene over 70 prosent av meningsartiklene. Som vi ser har Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad den største andelen saker med et internasjonalt utgangspunkt. Den kvantitative opptellingen viser altså at regionavisene kommenterer vel så ofte de nasjonale sakene som de lokale og regionale.

Hva så med den regionale kommentarstemmen – høres den utover de regionale grensene? Informantene gir alle uttrykk for at det er vanskelig å nå opp i den nasjonale offentlige debatten og flere sier de i liten grad opplever å bli hørt utover deres regionale nedslagsfelt. Mange av informantene beskriver den offentlige debattensom en nærsynt hovedstadssentrisme, der de regionale stemmene i liten grad får plass. Redaktør Eivind Ljøstad i Fædrelandsvennen opplever det som en gigantisk avstand mellom Oslo og landet for øvrig:

Vi blir ikke lest. Vi blir ikke lytta til og har dermed ingen gjennomslagskraft nasjonalt. Det er pinlig for Norge egentlig, vi er fortsatt et land der det bor folk over hele landet. [...] Det er en ekstremt navlebeskuende verden i Oslo, og jeg har vært en del av den selv.¹²

Nå viste vi rett nok i forrige kapittel til en sak der Ljøstad argumenterer for at de i enkelte saker har seg selv å takke for at de ikke blir hørt eller tatt på alvor i den nasjonale debatten, fordi standpunktene kan være for reaksjonære, som i likestillingsdebatten. Andre informanter støtter likevel Ljøstad og beskriver den nasjonale debatten som "en arena det ikke er enkelt å trenge gjennom", "en mur det er vanskelig å nå over" eller "en eksklusiv klubb som består av NRK; Aftenposten, VG og kanskje noen av nisjeavisene".

I intervjumaterialet vårt finner vi ei tydelig samstemt oppfatning av at Bergens Tidende er den regionavisen som lykkes best med å nå opp i den nasjonale debatten. Bergens Tidende selv opplever at de delvis når opp, og redaktør Gard Steiro mener at

¹² Eivind Ljøstad arbeidet 20 år i Dagbladet, blant annet som nyhetsredaktør før han kom til Fædrelandsvennen.

det spesielt er NRK som er bevisste på å hente inn kommenterende stemmer fra hele landet og ikke bare fra hovedstaden:

Vi skulle blitt trukket inn mye mer, med tanke på hvor viktig denne regionen er. Men jeg syns vi blir det i større grad enn tidligere.

Steiro tror dette skyldes at avisa er blitt dyktigere, både ved å satse bevisst på kommentarsjangeren og ved å dyrke fram dyktige og profilerte kommentatorer. Kommentarfjournalist Frøy Gudbrandsen i Bergens Tidende peker på at det tar tid å bygge opp regionale stemmer, og trekker fram Trine Eilertsen og Sjur Holsen som eksempler der de lyktes. Gudbrandsen legger også vekt på at det er andre forhold som også øker muligheten for å bli hørt utover egen region. Det ene er når kommentarene spres på sosiale medier og det andre når en kommenterer nasjonale saker, noe som kan være en av grunnene til at Bergens Tidende nettopp prioriterer saker med et nasjonalt utgangspunkt så høyt (jfr. figur 6.2). Hun sier det slik:

Det er en måte å nå gjennom på. For en regionavis som oss så er det der vi når gjennom til hele landet. Jeg ser jo hvilke saker det er som spres via sosiale medier. Det er de sakene med nasjonal interesse, ikke når jeg skriver om bypolitikk i Bergen. Det er når jeg skriver gode artikler om rikspolitik at de spres. Unntaket er når det skjer noe spesielt i Bergen eller på Vestlandet. Også da blir det vi skriver lagt merke til, og vi får en viktig rolle i å forklare landet for øvrig hva som skjer.

Anders Opdahl i Nordlys er også opptatt av at det er viktig å dyrke fram profiler. I tillegg beskriver han en evig ond sirkel, der de som er hyppig brukt gjerne blir spurt på nytt og på nytt, mens det er vanskeligere for nykommere å slippe til:

Det (Oslo-dominansen) handler om nærhet og om å bli trent på noe. Skal du komme inn i Dagsnytt 18 eller ei anna flate, så skal du levere på en sånn måte at det blir god radio. Nå har jeg selv fått være med noen ganger på nasjonale diskusjoner, så det begynner å sitte. Men formuleringskvaliteten min er ikke den samme som Harald Stanghelle eller Marie Simonsen sin. Så lenge du ikke er ofte i studio, så leverer du heller ikke med samme kvalitet.

Når de regionale kommentatorene inviteres inn, oppleves det ofte som et distriktsalibi. Opdahl mener han blir spurt når det er behov for en nordnorsk stemme, ikke nødvendigvis med utgangspunkt i saker han har ment noe om, eller felt han har særskilt kunnskap på. Noe av det samme gir Siri Wahl-Olsen uttrykk for. Hun opplever at hun blir både et distrikts- og kvinnealibi:

Vi blir spurt, men da er det når de har bestemt seg for å gå utenfor Oslo. Det virker som det må et vedtak til i redaksjonene. Og hvis de skal utafør Oslo, skal det også gjerne være en dame. Da passer det fint å sitte i Trondheim og være dame.

Bortsett fra Bergens Tidende og til en viss grad Adresseavisen, opplever informantene det altså som entydig vanskelig å nå opp på den nasjonale debattarenaen. Selv om Bergens Tidende og Adresseavisa tidvis blir invitert inn, noe de også mener skjer for sjelden, opplever de debatten som Oslo-styrt.

Men selv om informantene opplever at de i svært liten grad når opp, mener de at de likevel blir lagt merke til av beslutningstakerne. Oddvar Nygård i Nordlys skriver mye om forsvarspolitik, og mener Nordlys og Aftenposten er de to mediene som dekker dette feltet mest systematisk. Han er blitt fortalt at de ansatte i Forsvarsdepartementet følger med på Nordlys sin dekning.

Det er flere forsvarssjefer som har svart meg i form av leserinnlegg og kommentarer. Både forsvarsministre og forsvarssjefer. Så det er vel et av de områdene jeg kan si Nordlys blir hørt og lagt merke til nasjonalt.

Også Vidar Udjus i Fædrelandsvennen og Lars Helle i Stavanger Aftenblad erfarer at beslutningstakerne, både regionalt og nasjonalt, er opptatt av det avisa bringer. Lars Helle sier følgende:

Jeg merker at vi er viktig, for eksempel for våre stortingsrepresentanter. Vi dekker de både nyhetsmessig og kommentarmessig. Og jeg merker at når vi tar et standpunkt, for eksempel innafor et av mine spesialområder, som er

justispolitikk, så kommer det tilsvar fra statsråden ganske kjapt. Det gjør det også på andre områder. Så vi blir fulgt med på, det er det ingen tvil om.

Den nasjonale debatten defineres i hovedsak til å være NRK. De viktigste nasjonale debattarenaene er Dagsnytt 18, Politisk kvarter og til dels også TV2. På alle disse flatene opplever informantene at det er vanskelig å nå opp og bringe inn regionale saker, perspektiv, nyanser og stemmer. Men likevel opplever de ikke at de er helt uten innflytelse på den nasjonale agendaen. Flere av informantene mener de blir lest og lagt merke til av beslutningstakere, det være seg i Storting og departement. De opplever altså å nå lettere fram ovenfor beslutningstakerne enn som deltakere i den generelle offentlige debatten.

Mangel på nyanser, kunnskap og perspektiv

Informantene har svært like oppfatninger av hva konsekvensen av en slik hovedstadssentrisme er. For det første mener de det blir en *nærsynt* offentlig debatt, der viktige perspektiv og nyanser forsvinner. Premissene i den nasjonale debatten blir dermed svært smale. Siri Wahl-Olsen i Adresseavisa sier at det hele tiden "blir noen synspunkter som mangler". I Bergens Tidende bruker Frøy Gudbrandsen organiseringen av helseforetakene for å illustrere at debatten domineres av hvordan verden ser ut, sett fra hovedstaden:

Sykehusdebatten blir veldig rar. Det er masse problemer i Helse Sør-Øst, men i Helse Vest går det veldig bra. Så nå får man inntrykk av at debatten er slik: "Det fungerer ikke i Helse Sør-Øst, derfor må man endre hele foretaksmodellen". Hvis resten av landet hadde vært en større del av den debatten, så hadde bildet vært annerledes. Da hadde bildet blitt mer nyansert.

Også redaktør Gard Steiro viser til denne konkrete saken:

Et godt eksempel er når du ser hva den borgerlige regjeringen vil gjøre med helseforetakene. Det er ganske stor forskjell på Helse Sør-Øst og Helse Vest. Helse Vest er ganske godt drevet, der har helsereformen fungert godt. Dermed får du et annet syn når du diskuterer helseforetak om du sitter i Oslo eller på Vestlandet. Det syns jeg er viktig at BT og de andre regionale mediehusene bidrar til. Det blir et annet blikk, et annet perspektiv.

Her viser de to informantene fra Bergens Tidende til en konkret politisk sak, der de opplever at den nasjonale debatten mangler noen vesentlige nyanser og perspektiv, fordi bildet er mer sammensatt enn slik den oppleves når ståstedet ene og alene er Oslo.

For det andre mener informantene at den nasjonale debatten preges av *kunnskapsmangel* når alle tema diskuteres med utgangspunkt i Oslo, ikke minst i forhold som er viktige for de ulike regionene. Kommentator Oddvar Nygård i Nordlys beskriver det slik:

De politiske debattene mangler ofte noen perspektiver og kunnskap om hele landet. Selv om man uttaler seg på vegne av hele landet og skriver om de nasjonale sakene, så er det viktige elementer som ofte ikke er med. Det gjelder både kunnskapen om nord, og manglende interesse for det. [...] Det skjer utrolig mye spennende i Nord-Norge nå. Innmarsjen til petroleumsindustrien. Det er miljø og klima. Dessuten, kampen om Arktis tror jeg kommer til å bli et stort tema framover. Det er sjelden du leser noen analyser av det i hovedstadspressa, eller at NRK eller TV2 setter det på dagsorden.

Nygård trekker videre fram forsvarspolitikken som et konkret eksempel på at kunnskapen om temaet er liten i andre deler av landet. Forsvarspolitikken er viktig for Nord-Norge, men han opplever at de nasjonale mediene, med unntak av Aftenposten, i liten grad vier det oppmerksomhet:

For å si det sånn, det er ikke av de minste budsjettpostene, og det handler jo om livsviktige ting for hele landet. Sikkerhetspolitikk og forsvarspolitikken er et stort tema. Men det er klart det er mer aktuelt i Nord-Norge enn i Oslo-gryta. Der har de egentlig ikke noe befatning med det annet enn at de ser Garden marsjere oppover Karl Johan. Her er vi mye nærmere. Troms er et forsvarsfylke, vi har nærheta til Russland, nærheta vi har hatt til de sikkerhetspolitiske spenningene. Frontlinjene under den kalde krigen gikk jo her. Men det er jo et nasjonalt tema.

Nygård beskriver her hvordan det han opplever som store, sentrale tema for hele nasjonen ikke blir tema i den offentlige debatten, fordi de er knyttet til Nord-Norge. Han mener den nasjonale debatten ofte er preget av mangel på kunnskap om viktige

samfunnsforhold i andre deler av landet enn det sentrale Østlandet, og at disse temaene da blir underkommunisert. Stein Sneve i Avisa Nordland peker på at denne kunnskapsløsheten ofte fører til at det er de ekstreme meningene fra regionene som kommer fram:

Problemet er at det er lettest å komme fram med de ekstreme og veldig satt-på-spissen meningene. Jo mer rabiatt det er, jo større sjanse er det. Da ender du fort som i gamle dager med en bannende fisker på kaia fra Nord-Norge, som skulle på Dagsrevyen. Og jo mer han bante, jo bedre var det. Jeg er ikke sikker på at det er den typen nasjonal oppmerksomhet vi skal etterstrebe når det gjelder kommentarer.

På denne måten kan også *stereotype oppfatninger* av folk og meninger utenfor hovedstaden holdes ved like. Frøy Gudbrandsen i Bergens Tidende er opptatt av at slike stereotype oppfatninger om regionene går begge veier. Hun sier for eksempel:

Jeg har indirekte kritisert Vestlandets syn på Oslo. Jeg dro til Stovner videregående, og skrev en sak om det Oslo som Vestlandet ikke tenker på. Jeg ser det som en oppgave også, å korrigere karikaturen av Oslo.

Informantene trekker også fram en tredje konsekvens av hovedstadssentrismen, nemlig at *regionpatriotismen* forsterkes (jfr. den patriotiske rollen i kapittel 4). Siden den nasjonale debatten mangler viktige perspektiv og problemstillinger fra regionene, og de regionale stemmene i liten grad får delta, så kan patriotismen på vegne av egen region bli enda sterkere i det regionale meningsstoffet. Når det er vanskelig å nå fram, blir oppgaven med å være regionens talerør enda viktigere og mer sentral. Eivind Ljøstad, redaktør i Fædrelandsvennen, sier dette om Osلودominansen:

Det gjør noe med den offentlige diskusjonen. I forbindelse med regjeringsdannelsen nå så har sikkert alle regionavisene vært spesielt opptatt av saker som berører deres region. Det fører jo også til at man i regionene kanskje blir litt krampaktig opptatt av det også, nettopp fordi det er sånn avstand til Oslo i forhold til debatten.

Hovedstadsentrismen forsterker den regionale opplevelsen av å ha en felles "ytre fiende", en offentlig politisk debatt uten viktige regionale perspektiv. Ytre fiender mobiliserer til styrking av det indre fellesskapet. Patriotismen på vegne av egen region blir sterkere. Redaktør Lars Helle i Stavanger Aftenblad sier at det samtidig er dette regionale perspektivet som berettiger regionavisenes eksistens:

Hvis ikke vi er til stede og på banen både nyhetsmessig og kommentarmessig på de viktige spørsmålene regionalt, så er det over.

Færre motstemmer

En siste, men kanskje viktigste konsekvens av hovedstadsentrismen, er i følge informantene at det blir færre *motstemmer* i den nasjonale debatten. Flere informanter peker på at de regionale stemmene ofte kan være motstemmer som bringer andre perspektiv inn i hovedstadspressens samstemte flokkmentalitet, som vi husker at saken om helseregionene kunne være et eksempel på. Å fysisk og geografisk være på utsiden kan på mange måter være en fordel:

Jeg tror man ville fått flere kontrære stemmer og motstemmer, og fått løfta fram en del interessante debatter som ikke tas i Oslo ved å involvere distriktsmediene mer. [...]Det er to ting her: det ene er å få et litt anna perspektiv og motstemmer som er uenige med den kompakte majoritet i Oslo. Og du ville fått løfta fram en del saker som kunne vært interessante, men som veldig ofte overses (Stein Sneve, Avisa Nordland).

Tom Hetland i Stavanger Aftenblad peker også på at de regionale stemmene kan være motstrøms, og viser blant annet til dekningen av Ramin-Osmundsen saken (se også Enli 2009; Wold 2010):

Jeg syns vi er på vårt beste når vi klarer å være motstrøms i forhold til kommentariatet i Oslo. Vi klarer det av og til. Vi hadde Ramin-Osmundsen saken der vi mente noe annet. Vi var også ganske kritiske til kjøret mot Valla. Vi skal ikke være motstrøms bare for å være motstrøms, men av og til når flokkmentaliteten i Oslo blir for påtrengende, så syns jeg det er kjekt å kunne representere en alternativ stemme her. Da kan du faktisk dra fordel av at du sitter litt perifert i forhold til miljøet i Oslo, for der danner det seg ofte ei

dominerende oppfatning av hvordan ting henger sammen. Sitter du utenfor, så kan du se ting i et litt anna lys.

Også Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen peker på fordelene ved å fysisk sett ikke være en del av det samme miljøet som hovedstadsmediene:

Hele kommentariatet blir veldig likt hverandre. Det er egentlig ikke veldig spennende. Jeg synes det er en fordel å være utenfor Oslo. Vi kan tillate oss både å skrive om andre ting og skrive annerledes. Jeg synes gjerne de blir litt selvhøytidelig og likedan de som sitter i Oslo og skriver om politikk.

Også Frøy Gudbrandsen peker på at de regionale kommentatorene står friere fordi de ikke er en del av det samme systemet, men avstanden har både fordeler og ulemper:

Vi som jobber i regionavisene og ikke sitter i Stortingskantina hver dag er i enda mindre grad enn del av det systemet. Det er på mange måter en ulempe, fordi vi får mindre tilgang til informasjon, og er ikke så tett på. Men vi ser det utenfra. Vi ser noe som de som er for tett på ikke får øye på.

Vi ser at informantene legger stor vekt på at deres geografiske posisjon utenfor sentrum kan være en fordel. De mener hovedstadskommentariatet i for stor grad er samstemte og går i flokk. Det er lettere for dem som har avstand å være en kontrær stemme. Så kan man selvsagt diskutere om det er nettopp regionpatriotismen som slår ut her, når de regionale kommentatorene mener de får slippe for lite til. Det kan nok også være lettere å kritisere hovedstadskommentariatet for flokkmentalitet når man selv sitter på avstand. Like fullt er det et tydelig funn hos i vårt materiale at de regionale stemmene opplever at de i liten grad slipper til. En viktig konsekvens av hovedstadsentrismen blir at den nasjonale debatten mister noen motstemmer som taler flokken midt i mot.

”Ja til reservasjonsretten” i vest

Like fullt fyller regionpressen sin rolle som motstemme. En debatt som kan stå som et eksempel på nettopp det, er det standpunktet Bergens Tidende tok i debatten knyttet til saken om reservasjonsrett for leger. Videre i kapitlet skal vi gå inn i den

tredje kvalitative casen, som belyser regionpressens funksjon som motstemme i den nasjonale debatten. Empirien her er Bergens Tidendes ledere og kommentarer i denne saken.

Regjeringspartiene inngikk høsten 2013 en avtale med KrF om at leger av samvittighetsgrunner skulle kunne reservere seg mot å henvise til abortinngrep og kunstig befruktning. Dette hadde fastlegene ikke hatt anledning til siden 2011 da staten ved Helse- og omsorgsdepartementet nedla et forbud mot dette. Denne nyåpningen av legers reservasjonsrett ble angrepet av de fleste kommentarjournalister. I Bergens Tidende fikk forslaget derimot støtte.

Søndag 20. oktober hadde lederen i Bergens Tidende tittelen "Ja til reservasjonsrett". I lederen påstås det at "reservasjonsretten for leger er en viktig anerkjennelse av de etiske kvalene ved å påvirke liv og død". Denne påstanden knyttes også til frihet og demokrati: "En mulighet til å reservere seg tar samvittighetsfrihet på alvor, noe som også er essensielt i et liberalt demokrati". I lederen brukes det likevel en god del plass på å vise til motargumentene mot et slikt forslag, hvor det viktigste er hensynet til pasienten: "En leges overbevisning og misbilligelse skal ikke komplisere tilgangen til rettighetsfestede, offentlige helsetjenester. Pasienten skal møtes med forståelse og respekt, uansett valg". Men samtidig som de argumenterer for at det er viktig "å ta parti med den svake part" – altså pasienten, blir deres sterkeste argument at "leger som har etiske kvaler med å ta del i handlingsforløpet mot abort også utgjør et mindretall som skal ivaretas".

Dette forsvaret for legers reservasjonsrett bygger likevel på en del premisser for at det skal fungere. For det første legges det i lederen vekt på at det offentlige må ta "ansvar for å sikre forutsigbarhet ved å gjøre informasjon om enkeltlegers reservasjon tilgjengelig". For det andre må det ikke rokkes ved retten til selvbestemt abort, og for det tredje må en forhindre at denne reservasjonsretten ikke fører til at

enhver form for "personlig og politisk overbevisning" kommer til å prege offentlig tjenesteutøvelse.

Lederen tar som avslutning i bruk et motivasjonsargument (Bergström og Boreus 2000: 126) hvor avisen appellerer til lesernes følelser; de argumenterer for at reservasjonsretten for leger ivaretar et "individuell, etisk handlingsrom vis-à-vis den mektige staten". Vi kan si at Bergens Tidende i denne lederen taler midt imot det som i pressekreter så langt ble ansett å være en "politisk korrekt" holdning til spørsmålet om reservasjonsrett. Sjefredaktøren sier også at denne lederen skapte "et rabalder av en annen verden". På samme tid tar de i intervjuet med oss frem eksempelet for å vise at det er viktig med aviser som tør å ha en alternativ stemme.

Dette "rabalderet" var nok medvirkende til at det fem dager senere kommer en kommentar på trykk i avisen, hvor kultur- og debattredaktør Hilde Sandvik forsøker å svare på kritikken de ble utsatt for. Kommentaren har tittelen *Med handa på hjartet*. Redaktøren starter med å presentere alle motargumentene mot reservasjonsretten, som Bergens Tidende mottok etter det publiserte ja-standpunktet. Motargumentene var bl.a. at pasienter har en selvsagt rett til bestemt helsehjelp; at Bergens Tidende ved et ja-standpunkt gjør seg til talsperson for den sterke parten, og dermed svikter pasientene; at en reservasjon i abortspørsmål kan føre til krav om reservasjon også for andre medisinske behandlinger; og at det er problematisk å mene at noen skal kunne kjøpe seg fri fra samvittighetskvaler. Redaktøren viser med dette at hun er kjent med motargumentene i debatten og innrømmer også at det er en rekke etiske og juridiske dilemmaer i akkurat dette spørsmålet. På tross av dette opprettholder hun ja-standpunktet: "Eit liberalt samfunn må ta seg råd til å gi rom for eit mindretal med eit alternativt etisk verdigrunnlag så lenge det ikkje skaper uoversiktlege problem". I sitatet ser vi at standpunktet forutsetter at noen premiss må være til stede for at reservasjonsretten skal fungere. Redaktøren konkretiserer det ved på si at; den legen som reserverer seg må sikre kvinnen rask abortkonsultasjon hos annen lege; at leger som reserverer seg kanskje bør bli straffet økonomisk eller

karrieremessig (at de mister fast pengestøtte til alle av sine pasienter eller at de som kompensasjon for reservasjonen må ta andre oppgaver som de andre legene ikke vil ha); og at det må være åpenhet rundt hvilke leger som reserverer seg. I denne kommentaren opprettholder altså Bergens Tidende standpunktet til legers reservasjonsrett, men er om mulig enda klarere omkring hvilke premisser som må være til stede for at reservasjonsretten skal fungere.

På tross av denne forklarende og oppklarende kommentaren kom sjefredaktøren uka etter med enda en kommentar hvor han nyanserer det tidligere standpunktet.¹³ Han starter med en innrømmelse: "Den skarpe konklusjonen [ja til reservasjonsrett] viste at vi ikke forsto problemet godt nok". I det videre forsøker han først å begrunne hvorfor de sa "Ja til reservasjonsrett". Han sier at det lå en liberal avveining til grunn for standpunktet: "Ingenting fundamentalt stod i utgangspunktet på spill". De vurderte at det med andre ord måtte være mulig å ta hensyn til et mindretall legers samvittighet uten å ramme de abortsøkende kvinnene.

Deretter argumenterer sjefredaktøren for at nyansene og premissene for et ja-standpunkt også var nevnt i den første lederen, men at dette kom i skyggen både av en skarp tittel og en provoserende illustrasjon som ble trykt i nettutgaven. Sjefredaktøren bruker så resten av kommentaren til å nyansere ja-standpunktet. Han innrømmer at etter å ha fulgt debatten de siste dagene har han kommet til at det alltid vil være den abortsøkende kvinnen som er den svake part: "legen er maktmennesket i forholdet til pasienten". Konklusjonene i denne siste kommentaren er likevel ikke et motsatt standpunkt – nei til reservasjonsrett – men at de som avis må bli flinkere til å vise frem kompleksiteten knyttet til slike vanskelige spørsmål. Han avslutter med å si: "Vi tilstreber å ha klare meninger, men noen ganger er det riktigere å drøfte og klargjøre dilemmaer".

¹³ "BTs leder om reservasjonsretten", 29. oktober 2013.

Og her er han ved kjernen av det som våre informanter er opptatt av. Det ene er at de ønsker å *ta standpunkt* i saker (se også kap.5) og det andre er å skape debatt – få leserne engasjert. Så selv om lederen i Bergens Tidende med sin klare ”Ja til reservasjonsrett” skapte rabalder, og de i etterpåklokskapens lys innrømmer at de kanskje burde drøftet saken grundigere før de tok standpunkt, så gir de likevel uttrykk for at det er viktig å levere tydelige standpunkter, fordi det skaper debatt. I debatten omkring reservasjonsretten for leger, sto Bergens Tidende fram som en motstemme i offentligheten. De brakte inn andre analyser og andre synspunkt i den nasjonale offentlige debatten om denne saken. Slik kan denne saken også stå som et eksempel på hvordan regionpressen som motstemme kan bidra til nyanse og større grad av meningsbryting i den nasjonale debatten. Her kan vi også støtte oss på Wolds (2010) og Enlis (2009) studier, som begge viser eksempel på at regionpressen formidlet andre politiske analyser enn de riksdekkende mediene. Motstemmer og alternative analyser nyanserer debatten. Når virkeligheten fortolkes på ulike måter, blir opinionsdanningen i mindre grad preget av konsensus og samstemmighet. Offentligheten blir i større grad preget av reell meningsbryting og debatt. Og når kommentatorene bringer alternative fortolkninger, bidrar de også i større grad til at leserne selv må gjøre seg opp egne meninger og refleksjoner, enn når hele kommentariatet går i flokk.

Kapittel 7: Kommentaren på digitale arenaer

Meningsjournalistikken har sterke tradisjoner knyttet til papiravisene, både med tanke på lederartikler og signerte kommentarer. Med økende digitalisering av avisbransjen har også sjangeren blitt med over på nettet. Og med digitaliseringen kommer også en myriade av muligheter for leserne til å delta i debatten og være i interaksjon med nyhetene (Singer et al 2011: 14). Et av forskningsspørsmålene i denne undersøkelsen handler om hva sosiale medier betyr for kommentariatets rolle. I dette kapitlet skal vi se nærmere på hvordan informantene forholder seg til nettet og sosiale medier. Hva innebærer digitaliseringen for kommentarsjangeren? På dette punktet har informantene mange meninger. I hovedsak mener de digitaliseringen er en styrke som bidrar til kvalitetsheving av journalistikken. Videre at det utfordrer den journalistiske makten på en positiv måte. Samtidig mener de at det i denne digitaliseringen ligger et stort uutnyttet potensial som deres egne redaksjoner ikke har klart å utnytte godt nok foreløpig.

Muligheter

Berikelse, muligheter og demokratisering er begrep som brukes av flere informantene når de skal gi uttrykk for hva digitalisering og sosiale medier tilfører kommentarsjangeren. Vidar Udjus i Fædrelandsvennen er opptatt av de nye mulighetene som nettet gir. Avisa er i en omleggingsprosess der kommentarer i større grad skal publiseres også på nett, og gjerne på nettet først. Han er opptatt av den umiddelbare kontakten med leserne som nettkommentaren gir:

Når en kommentar er ferdig, så er regelen at da skal den publiseres. Da er det opp til meg som kommentator å følge med og se hvilken debatt den skaper, og være med i debatt-trådene under. Og jeg opplever at de som er enig og kanskje mest de som er uenig setter pris på at man er til stede der. Det er veldig mye mer givende og utfordrende enn den samme kommentaren på papir, som er langt dødere i formen sånn sett.

Gard Steiro i Bergens Tidende mener digitaliseringen sammen med sosiale medier betyr økt kvalitet for kommentarjournalistikken. Han peker særlig på tilbakemeldinger og respons som en styrke:

Først og fremst er det en god arena for å diskutere sakene og få tilbakemeldinger. Det er de aller viktigste. Vi ser at vi får mer respons enn tidligere, og det blir mer interessante løpende debatter om kommentarene på Facebook og Twitter. Kommentarfeltene har jo sine utfordringer, det kan gå litt over styr. Men jeg synes det er berikende for sjangeren å få denne umiddelbare tilbakemeldingen og få dette interessante ordskiftet.

Stein Sneve i Avisa Nordland er også opptatt av sosiale medier, noe han beskriver som en "kjempedemokratisering" av meningsjournalistikken:

Det er fullt fram for alle å stå fram og mene. Og du får en del andre utradisjonelle meninger inn. Så er den umiddelbar og dialogorientert på en annen måte.[...] på nettet kan du legge ut en kommentar, så får du tilbakemelding, så kan du svare på det, så har du i gang en dialog om det du har skrevet. [...] Den dialogen er uvurderlig. Det er hovedfordelen slik jeg ser det. Du får en helt annen kontakt med de som leser, og du får motforestillinger og korreksjoner fort inn. [...] Kommentarer egner seg godt på nett, fordi du får den umiddelbare diskusjonen og det gir et helt annet liv i debatten.

Sneve mener altså at kommentarer egner seg godt på nett. Han peker også på at det skrives mer kommentarer enn noen gang, spesielt hvis en også inkluderer blogger. Vidar Udjus i Fædrelandsvennen støtter Sneves påpekning og tror den digitale arenaen blir viktigere og viktigere for kommentarjournalistikken fremover:

Jeg tror det blir mer og mer digitalt, mer og mer samspill mellom skribent og lesere og brukere. Og jeg tenker at vi som kommentatorer må bli flinkere til å utnytte og forholde oss til de fordelene de digitale plattformene gir, i forhold til å være mer til stede i debatten, og være mer åpne for returmeldinger og den dynamikken som ligger i det samspillet. Og jeg tenker at sånn sett vil framtiden se lys ut for kommentatorer som klarer å forholde seg til det. For derigjennom ligger en enorm mulighet til å snakke direkte med folk, og få en dialog og en toveiskommunikasjon. Og det er jo enormt mye mer spennende enn en kommentar i papiravisa.

Det å gripe saker mens de er aktuelle og i nyhetsbildet, oppleves å gi kommentarene en helt annen gjennomslagskraft. Anders Opdahl i Nordlys peker på den digitale kraften som ligger i øyeblikket: har du et standpunkt og ønsker å delta i samfunnsdebatten, så gjør du det der og da. Han illustrerer det med en egen opplevelse:

Etter Gjørø-kommisjonen sin rapport i fjor, skrev VG at Jens måtte gå. Da ble jeg provosert. Da jeg kom på jobb om morran, så satte jeg meg ned og skrev en kommentar, jeg bare hamra ned og publiserte den på nett. Etter 15 minutter så ringte Dagsnytt. Så var det plutselig en toppsak at jeg var sur på Hanne Skartveit. Og hadde jeg skrevet den som leder til neste dagsavis, hvilket den var tiltenkt, så hadde den ikke blitt merka av noen. Men fordi jeg grep øyeblikket der og da, så smalt det.

Men det er også de av informantene som stiller seg tvilende til hvorvidt sosiale medier tilfører sjangeren så mye nytt, særlig Facebook. Oddvar Nygård i Nordlys er en av dem:

Facebook er et medium der folk iscenesetter seg selv og sine liv på en ganske pynta måte. Om det tilfører kommentarsjangeren noe, har jeg vanskelig for å se. Det fins jo eksempler på vettige debatter på Facebook, men det er langt mellom. Twitter er et litt anna fenomen. Det berømte kommentariatet tar stor plass på Twitter. Twitter tror jeg bidrar positivt i den politiske debatten og meningsutvekslingen. Men om det tilfører kommentarjournalistikken noe, det vet jeg ikke om jeg har noe klart svar på.

Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen karakteriserer også nettet og sosiale medier som en berikelse for kommentarjournalistikken, men peker samtidig på utfordringene:

Vi har fått mye dritt også, mye søppeldebatt. Den debatten vi fikk etter 22. juli har lært oss at det foregår mye i lukkede rom på nettet. Og at det er viktig at de rommene blir åpne, slik at du får fram underskogen i debatten og den debatten som ikke har vært seriøs og som ikke har sluppet gjennom i papiravisene før. Den er der, og vi må forholde oss til det. Det gjorde vi ikke så mye før. Vi lærte ganske mye av det, det som foregikk før og etter 22. juli. Men vi har også blitt strengere, og stiller mer krav til hvem som får delta i debatten på våre nettsider. Vi har regler som de må forholde seg til. Vi må vite hvem de er, de må identifisere seg.

Mens Siri Wahl-Olsen peker på utfordringer og søppeldebatt, inntar Lars Helle i Stavanger Aftenblad et annet standpunkt, og legger vekt på mulighetene den åpne debatten gir:

Det er et mye større og åpnere rom i sosiale medier enn når man skriver tradisjonelle leserinnlegg. Jeg velger å ikke se på det som en søppelkasse, det synes jeg er arrogant. Jeg synes det er fint å få et breiere tilfang av synspunkter.

Tom Hetland, også i Stavanger Aftenblad, peker på umiddelbarheten som digitaliseringens styrke, samtidig påpeker han at det også medfører noen svakheter:

Nettdebatten er mer umiddelbar og rask på godt og vondt. Nå er vi inne på den debatten om kommentarfelt og sosiale medier og redigering og alt det. En ting er de kjappe og ufiltrerte kommentarene. Samtidig åpner det seg en mulighet for grundige debatter og kommentarer.

Han er selv i liten grad aktiv i debattene, og forklarer det med kapasitet.

Informantene mener altså at digitaliseringen gir kommentarjournalistikken store muligheter, ikke minst i forhold til demokratisering. Tradisjonelt har nyhetsmediene hatt en portvaktrolle, der mediene har hatt makten til å bestemme hvem som slipper til i offentligheten (Gans 2003; Kovach and Rosenstiel 2007). Digitaliseringen av mediene har undergravd portvaktrollen (Singer et al 2011: 15). Picard (2011: 4) peker på at det på den måten har skjedd et maktskifte i kommunikasjonen, der mediens makt er svekket. Journalistikken har ikke lengre monopol på formidling. Folk flest har fått langt større muligheter til å delta i det offentlige ordskiftet, uten å bli filtrert av redaksjoner som kontrollerer adgangen. Våre informanter er ganske entydige på at denne endringen er positiv, hovedsakelig mener de det er en styrking av demokratiet.

Knapskog (2009: 298-299) holder fram at norsk presse tradisjonelt har vært mer åpen for leserbidrag, mens debatt og kommentarspaltene i internasjonal presse er mer preget av at det er elitegruppene i samfunnet som ytrer seg. Han beskriver også en klar tendens til at norsk presse i større grad enn før ønsker å diskutere grunnlaget for

redaksjonelle prioriteringer og journalistiske vinklinger med sitt publikum. Knapkogs beskrivelse stemmer godt overens med våre funn. Derimot skiller våre funn seg fra undersøkelsene til Singer et al (2011). Her finner forskerne en ambivalens blant journalister i synet på publikums deltakelse, og en økende bekymring for hvilke konsekvenser dette maktskiftet får for journalistikken (ibid: 53). Studiene deres er gjennomført i flere europeiske land i tillegg til USA. Betyr det at norske journalister har en annen holdning til maktskiftet i kommunikasjonen enn journalister i andre land? Her må det påpekes at undersøkelsen til Singer et al handler om nyhetsjournalistikk, mens vår er konsentrert rundt kommentarjournalistikken, der nettopp argumentasjon og meningsbryting er sentrale element. Studiene deres ligger også noen år tilbake i tid, noe som kan ha betydning for at funnene til dels blir ulike. Det har skjedd mye mht digitalisering og mediedeltakelse på få år. Ihlebæk m.fl. (2013) viser også at den norske nettdebatten er blitt strengere regulert den senere tid, spesielt etter 22.juli 2011.

Som vi så foran problematiserer noen av våre informanter faren for søppeldebatt. Temple (2014) argumenterer for at nettopp også de avvikende synspunktene må få plass i mediene. Han skriver at i en stadig mer fragmentert medievirkelighet, er det nødvendig at mainstream-media er et forum for et stort spenn av ulike syn (s. 191). Temple er opptatt av den offentlige sfæren som essensielt i demokratiet, og mener mediene også må slippe til de synspunktene som majoriteten finner frastøtende, slik at de kan bli møtt med kritikk og motsvar (s. 194). I studien til Enjolras m.fl. (2013: 148ff) finner de derimot ikke støtte for at nettdebattene er blitt mer ekstremistiske. Ei heller at det er stor utbredelse av debattfora hvor ekkokamre, hvor en ikke møter motforestillinger, forekommer i den norske nettdebatten.

Eksperimentering og uutnyttet potensial

Våre informanter mener som sagt at digitaliseringen og dialogmulighetene gir store gevinster, noe også Enjolras m.fl. (2013) finner i sin studie av sosiale medier. Likevel mener flere at dette er et potensial redaksjonene til nå ikke har klart å utnytte godt

nok. Flere av dem beskriver at redaksjonen fortsatt er i en eksperimenteringsfase når det gjelder dialogmuligheter. Anders Opdahl er opptatt av de sosiale mediens potensial og mener redaksjonen ikke er flink nok til å svare leserne, og delta i debattene:

Jeg tror folk synes det er litt ubehagelig og uvant, men vi må dit. Vi og bransjen har nok gjort en feil i forhold til når vi lar folk holde på på Facebook og Twitter. Alle har oppfatta det som sin private greie. Det er det ikke. Når du er ansatt som reporter og kommentator i en avis, så har du solgt litt av sjela di til den virksomheten. Da kan vi også stille noen krav i forhold til hvordan de mediene utnyttes på vegne av virksomheta. Vi har fått flere inn på Twitter i det siste, som bruker det til å eksponere egen journalistikk eller ta del i diskusjoner. På Facebook har det vært vanskeligere. Der har de bilder av barna sine, der diskuterer de med naboen om den beste vaffeloppskrifta. Men også der må vi bli flinkere til å utfordre folk på det de gjør på Facebook, så blir de identifisert som en Nordlysmedarbeider, enten de vil eller ikke. Da er det makt i det også, hvis det brukes rett.

Heller ikke Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen mener redaksjonen klarer å utnytte potensialet i dialogen:

Vi burde vært enda flinkere til å gå inn i debatter som vi selv har startet. Det gjør vi ikke så mye, fordi vi ikke synes vi har tid. Men vi burde nok være mer med i debatten vi selv har startet, enten i kommentarfeltene eller i sosiale medier.

Flere av regionavisenes redaktører sier at redaksjonene fortsatt er i en eksperimenterende start-fase når det gjelder debatt på nett og bruk av sosiale medier. Gard Steiro beskriver nye aktiviteter i Bergens Tidende slik:

Jeg mener fortsatt vi har mye å gå på når det gjelder å bruke bloggformatet og den digitale fortellerteknikken virkelig godt i kommentarsjangeren, men der er vi ennå i en eksperimenterende fase. Vi har startet et debattprogram på web-tv nå der kommentatorene er inne som gjester. Og det er en form for meningsjournalistikk det også.

Også Lars Helle bruker begrepet eksperimentering når han beskriver Stavanger Aftenblads digitale strategi:

Jeg oppfordrer folk til å legge ut kommentarene på sosiale medier, og vi legger alle kommentarene ut på nett. Vi er også blitt flinkere til å skrive rene nettkommentarer der og da, når noe skjer. Så har vi lagt en plan, en digital plan, hvilken type stillinger trengs nå for å bidra til å snu Stavanger Aftenblad i ei digital retning? Så har vi laget ei ønskeliste der to av seks kommentarstillinger er knyttet til kommentar digitalt og kommentar på sosiale medier.

Jan-Eirik Hanssen sier Avisa Nordland tester mye digitalt, for å finne ut hva som fungerer. Også han mener redaksjonen har et stort uutnyttet potensial, ikke minst i forhold til sosiale medier:

Vi er veldig opptatt av å bygge opp vår digitale posisjon, og er veldig trafikk-fokusert. Du kan si vi er veldig klikk-fokusert, men du kan også si at vi er opptatt av å treffe leserne med stoff som er relevant. Vi har ikke en god nok strategi for sosiale medier. Vi er selvsagt der, og rekrutterer bevisst. [...] Facebook er en kanal for kontakt med våre nærmeste. Vi publiserer når vi har saker, men vi er ikke flinke nok. [...] Det ligger masse muligheter der. Vi må bruke det for det det er verdt, men vi har ikke noen klar strategi på det.

Tidligere i kapitlet har vi sett at informantene i hovedsak er svært opptatt av å slippe leserne til, og at dialogen demokratiserer debatten. Samtidig mener de altså at de selv og deres egen redaksjon ikke har klart å bruke mulighetene godt nok. Det ligger med andre ord et stort, uutnyttet potensial for utvikling av meningsjournalistikken på digitale flater. Dette har mange av redaksjonene så vidt begynt å agere i, så her vil det være interessant å følge redaksjonene framover.

Nettet gir større nedslagsfelt

Flere av informantene er derimot opptatt av at digitaliseringen av kommentarjournalistikken øker nedslagsfeltet, og gjør det lettere å nå ut over de geografiske grensene. Det gir større sjanser for å være en del av den nasjonale debatten, noe vi i forrige kapittel så at de fleste informantene generelt synes er en utfordring. Anders Opdahl i Nordlys uttrykker det slik:

Plutselig har du en kommentar som når den treffer en nasjonal nerve har 10.000 delinger på Facebook. Da er du eksponert for et svært publikum. Det er

samfunnskapital. Så det ligger masse makt i de sosiale mediene i forhold til å oppnå nasjonal synlighet. Det er en stor verdi der.

Kollega Eivind Ljøstad i Fædrelandsvennen mener også de digitale flatene er bedre egnet til å utfordre hovedstadsdominansen enn papiravisen:

De nye arenaene, de blir ikke avhengig av VG og NRK på samme måten. De lever sitt eget liv. Hvis du ser på BT, de veldig flinke kommentatorene der, de er mer kjente navn, men også de vi har, de har mye høyere status på Twitter og Facebook enn de har i Oslo-medier som NRK. Her spres kommentarene mer fritt, så det er bra. Det er den beste måten å utfordre det [hovedstadsdominansen] på.

Også i Bergens Tidende opplever både redaktør Gard Steiro og kommentator Frøy Gudbrandsen at digitale arenaer bidrar til å spre redaksjonens kommentarer i større grad, slik at de også når opp på den nasjonale dagsorden. Redaktøren sier:

Det har skjedd en interessant dreining de siste fem seks årene. Når BT før ble sitert og fikk oppmerksomhet i riksmidlene, så var det gjerne på grunn av nyhetsjournalistikken. Og fortsatt er det slik at vi blir sitert på grunnlag av nyhetssaker. Men de siste årene har vi opplevd at vi har fått mye gjennomslag for kommentarene, fordi vi etter min mening har kommentatorer som har bygd seg opp og blitt ganske profilerte. Og meningene deres er så interessante og viktige at de blir tatt opp i program som Dagsnytt 18 og andre nasjonale programmer.

Også Jan-Eirik Hanssen i Avisa Nordland peker på at det er nettet som gir avisa mulighet til å nå ut over Saltenregionen. Den samme erfaringen har Lars Helle i Stavanger Aftenblad. I miljøet mellom journalister og politikere, er det altså gjennom sosiale medier avisa når utover de regionale grensene, ikke gjennom den tradisjonelle papirutgaven. Digitaliseringen endrer med andre ord premisene for den nasjonale debatten, ikke minst ved at mulighetene for å delta blir flere. Dagsnytt 18 og lignende flater på riksdekkende medier har ikke lengre hegemoni på den nasjonale offentlige debatten. På samme måte som teknologien gir enhver borger lettere tilgang til det offentlige rom, gjør den det også lettere for de regionale mediene å nå ut over de geografiske grensene. Men Helle peker på at det finnes en hindring, som vi skal se på

i det videre, nemlig betalingsmuren. Denne oppleves som et hinder nettopp for den nasjonale gjennomslagskraften.

Betalt-digitalt?

Informantene opplever som allerede nevnt at gjennomslagskraften til kommentarstoffet deres er langt sterkere på digitale flater enn på papir. De deles på sosiale medier og når lettere ut over sitt primære geografiske nedslagsfelt. De seks avisene har imidlertid ulik praksis med tanke på om kommentarstoffet er åpent tilgjengelig på nettsidene, eller om det er plassert bak betalingsmuren. Både Fædrelandsvennen, Stavanger Aftenblad og Bergens Tidende hadde da prosjektet ble gjennomført plassert kommentarstoffet bak betalingsmuren, mens i Nordlys er alt digitalt innhold åpent tilgjengelig. Fædrelandsvennen har ambisjoner om å øke aktiviteten av debattstoff på nett, men ser også utfordringene. Redaktøren forteller:

Det vi gjør i dag, er at de tekstene som kommenterer nyhetsbildet de publiseres også digitalt. Ofte kan de komme digitalt først, og i papir etterpå. [...] Vi har innført brukerbetaling digitalt, og har ei ordning som gjør at har du abonnement så har du tilgang på alt. Det har vært en utfordring for oss på grunn av delingsproblematikk. Vi ser at i noen segmenter av lesere, så er deling av debattstoff og kommentarstoff utrolig bra på nett, men da må det kunne deles. Vi har definert kommentarene våre som en del av gullet, altså kan vi ikke dele.

Som vi ser i sitatet over merker Eivind Ljøstad en interesse for å dele kommentar og meningsstoffet blant leserne. Men betalingsmuren begrenser mulighetene for å dele, noe som også da gir mediet mindre gjennomslagskraft. Det har mediehuset tatt konsekvensen av. I skrivende stund er redaksjonen i ferd med å åpne kommentarer for deling. Også Stavanger Aftenblad har endret sin praksis etter at vi besøkte redaksjonen, og åpnet for deling. Ved tidspunkt for intervjuet lå kommentarene i hovedsak bak betalingsmuren. Lars Helle uttrykte det slik:

Vi har innført et betalingsunivers, og der svinger det litt mellom publiseringsstrategi på kommentarer. Fram til nå har vi sagt at vi gjerne vil at kommentarer skal bli debattert, og ofte blir de det på nasjonalt nivå. Og da har

det vært tungt å legge det inn i et betalingsunivers, fordi folk er vant til å finne det gratis. Hvis de da må kjøpe seg tilgang, så vil ikke leserne bidra til at Stavanger Aftenblad blir en del av den nasjonale debatten.

Nå har Stavanger Aftenblad åpnet for gratis deling av kommentarer. Redaksjonen har erfart at det er vanskeligere å bli en del av den nasjonale debatten når digitale kommentarer er bak betalingsmuren. Også Tom Hetland i samme avis påpeker dilemmaet mellom å ta betalt for kommentarene, og mulighetene til å nå ut og bli spredt:

Vi er blitt mer bevisste på å markedsføre oss på Facebook og Twitter enn vi var for et år siden. Men nå har vi begynt med betalingsmur. Policyen er at kommentarer skal være bak muren. Dermed får du et problem når du skal dele kommentarartikler. Det er dessverre ikke så mange som logger seg på og betaler dagpass for å lese en kommentar. Men i utgangspunktet er det en mulighet for oss å nå et større publikum når vi er på sosiale medier. Vi har ofte merket det, at det dukker opp nye venner som er blitt oppmerksom på en artikkel som er blitt delt.

Bergens Tidende har en ganske lik praksis som Stavanger Aftenblad. Adresseavisen har derimot lagt seg på en annen strategi. Ved tidspunkt for intervju er meningsstoffet allment tilgjengelig på nett. Siri Wahl-Olsen forteller at alt som er på papir også publiserer digitalt, uten betalingsmur. Hun tror imidlertid det vil bli en endring på det.

Jeg ser for meg at det vil gå et skille mellom betalt og ubetalt der også. Men at vi har en del egne kommentarer som skal være bak en betalingsmur og som også er på papir. Så har vi det vi kaller nettkommentarer på nett.

Nordlys er i den andre enden av skalaen. Avisa har ikke brukerbetaling på nett, og redaktør Anders Opdahl gir tydelig uttrykk for at han ikke har tro på digital betaling, spesielt ikke hvis en skal ta hensyn til de yngste leserne:

En av de største truslene mot å undergrave vår relevans mot de yngste gruppene, er den manien med å ta betalt digitalt. Vi kommer aldri til å klare å få folk som er 18 eller 22 år til å betale 2250 eller 1600 kroner i året for å lese

noe digitalt. De som tror på det, tror på julenissen. Det å ta betalt digitalt kan sikkert ha en konserverende effekt overfor en del av de gamle abonnentene, der de blir med videre og digitaliserer kundeforholdet sitt. Men hvis du reiser harde betalingsmurer slik mange gjør, så vil de unge gå andre steder.

Avisa Nordland beveger seg mot å legge mer ut på nett. Ved tidspunktet for intervjuet er avisa i en omleggingsprosess der kommentarene i større grad skal legges ut på nett og gjøres tilgjengelig digitalt. Jan-Eirik Hanssen er opptatt av at det er slik avisa når ut med meningene sine:

Vi har ulik praksis, vi publiserer alltid lørdagskommentarene mine på nett. Det er en profilsak også. Det er der vi når ut, ut av den lokale sfæren, når det deles på Facebook og kan hentes opp på det digitale området. Hvis vi mener at våre meninger er så viktige at de skal nå ut over Saltenregionen, så er nettet kanalen for det. Jeg tror vi oftere kommer til å ha kommentarer der og da mens det skjer. Regjeringsutnevningen er et eksempel. Du kan velge om du vil vente og skrive til papiravisa neste dag om den manglende nordnorske representasjonen når hele landet sitter og følger med, eller så må du mene mens saken er på sitt hotteste og interessen er som størst. Da må du i større grad fremover, rykke ut og mene noe.

Vi ser at informantene gir uttrykk for ulike strategier i forhold til nettpublisering og betaling. Informantene erfarer at meningsstoffet deles i stor grad, og at betalingsmurene hindrer det. Dermed rammes også mulighetene til å få gjennomslagskraft i den nasjonale debatten. På digitale arenaer opplever de i større grad at de når opp. Det at meningsjournalistikken deles på sosiale medier bidrar også positivt til det. Men betalingsmurer begrenser og hindrer delingsmulighetene. Det oppleves altså som et dilemma mellom brukerbetaling og hensyn til gjennomslagskraft.

For å oppsummere dette kapitlet så ser vi ei overveldende positiv holdning til digitaliseringen av kommentarsjangeren. Informantene bruker positivt ladede ord som berikelse, dialog og demokratisering for å beskrive hva de mener digitale arenaer og sosiale medier tilfører sjangeren. De mener også det fører til en kvalitetsheving av journalistikken, fordi det gir raskere muligheter for å kommentere saker umiddelbart,

det gir større dialog og det utfordrer den journalistiske makten. Kommentatorene trer ned fra sine pidestaller, og flere stemmer og synspunkt blir synlige i det offentlige rom. Samtidig er det også stemmer blant informantene som trekker fram faren for forsøpling og debatter med dårlig kvalitet.

Her kan vi imidlertid også se kimen til et paradoks: informantene mener kommentarsjangerens styrke ligger i det analytiske, i dybde og i refleksjon. Hvis kommentatorene i større grad skal delta i løpende debatter, skrive mer korte og kjappe innlegg, hvilke muligheter har de samtidig til refleksjon og dybde? Det er grunn til å diskutere om det er en motsetning mellom kommentarsjangerens fordeler knyttet til dybde og grundighet, og de store mulighetene som ligger i å delta i en pågående, aktiv og kjapp debatt. Samtidig kan det å delta i den pågående debatten kanskje gi redaksjonene større mulighet til å være med på å påvirke offentligheten.

Informantene opplever at nettet gir kommentarsjangeren nye og større muligheter. De gir til kjenne ei positiv holdning og tro på at kommentarsjangeren vil stå sterkt framover, fordi interessen for meninger er stor, og sosiale medier gir uante muligheter til å dele og spre disse. Slik opplever også de regionale redaksjonene at mulighetene til å bli synlige i den nasjonale debatten øker. De opplever at det er kommentarstoffet som i størst grad deles, og twitteratet utfordrer blant annet NRKs monopol. De mener alle at det er nettet som gir denne muligheten, i langt større grad enn papiravisen. Den teknologiske utviklinga og sosiale medier kan i seg selv betraktes som en styrking av kommentarsjangeren, og dens muligheter til å nå ut.

Alle de seks redaksjonene opplever imidlertid at de selv så langt ikke har klart å utnytte mulighetene godt nok. Det ligger et stort potensial i digitaliseringen, og de opplever selv at de fortsatt er i en eksperimentfase, der mye ennå er ugjort. Flere trekker fram at de er for lite flinke til å delta i debatter som kommentarartiklene deres har satt i gang. Her står vi samtidig midt i starten av ei utvikling som det for oss forskere vil være svært spennende å følge.

Kapittel 8: Unge stemmer

En av de virkelig store utfordringene journalistikken og de tradisjonelle mediene står ovenfor, er å nå de unge mediebrukerne. Selv om en medieundersøkelse i regi av Nordiske Mediedager (2014) finner at ungdom leser nyheter, og det er mediehusenes netttutgaver som er deres viktigste kilder, så viser Statistisk Sentralbyrå sitt Mediebarometer at avislesinga blant ungdom har gått dramatisk ned fra 1991 til i dag. I 1991 leste 84 prosent av alle personer mellom 16 og 24 år ei avis daglig. I 2013 var dette tallet nede i 26 prosent.¹⁴ Ungdom er iherdige mediebrukere, men det er Facebook og Instagram som er deres arena, i langt større grad enn de tradisjonelle nyhetsmediene (Enjolras m.fl. 2013; Engan 2014). Hvor kommer meningsjournalistikken inn i forhold til denne virkelighetsbeskrivelsen? Dette kapitlet skal handle om framtidsperspektivet for meningsjournalistikken; både appellen til de unge mediebrukerne, og rekruttering av nye, unge kommentatorstemmer. Helt til slutt i kapitlet vil vi også komme inn på kjønns sammensetningen i kommentatorkorpset.

De unge mener hele tiden

Hva tenker journalistene og redaktørene i regionpressen om kommentarsjangerens muligheter til å nå de unge leserne? Her er informantene delte i synet på hvilken appell kommentarsjangeren har til ungdom. Flertallet gir uttrykk for ei tydelig optimistisk holdning og en tro på at meningsjournalistikken appellerer til unge lesere i større grad enn det rapporteringsjournalistikk og nyheter gjør. Samtidig inneholder materialet vårt også noen tydelige motstemmer til det, der informantene tror at kommentarjournalistikken *ikke* er det som når fram hos de unge.

Eivind Ljøstad i Fædrelandsvennen tror kommentar og meninger er den delen av journalistikken som har størst utviklingspotensial, spesielt med tanke på nettopp de yngre leserne. Han understreker at journalistikken som sådan ikke går av moten, selv

¹⁴ http://ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/_attachment/171863?_ts=14545270bb0

om folk endrer leservaner, bytter plattformer og bruker tiden på medier annerledes enn før:

Behovet for nyheter går ikke av moten. Folk engasjerer seg i nyheter, særlig lokalt. Diskusjoner om busstider, uteliv, stengningstider, parkeringsavgift og lokalpolitikk. Det er interessant, men vi er ikke gode nok i dag til å legge til rette debatten for de yngre generasjonene. Jeg tror det er et av de områdene i journalistikken vi kommer til å se mest utvikling på. Men vi er for feige i vår bransje til å spørre hvordan leserne vil ha det. [...] Et mulig scenario er at det blir mer brukergenerert innhold som preger debattene.

Ungdom er på sosiale medier, de blogger og er vant til ytringer (Enjolras m.fl. 2013). Gjennom sin bruk av sosiale medier, forholder unge seg til meninger og meningsytringer. De blogger, leser blogger og deler meninger. Det tolker informantene som et signal på at ungdom også er interessert i meningsytringer, og at kommentarsjangeren dermed har et stort potensial blant de unge mediebrukerne, og at en har appell til unge lesere. Vidar Udjus i Fædrelandsvennen peker på at unge i stor grad bruker blogger:

Jeg tror helt åpenbart det er en måte for å nå de yngre lesergruppene digitalt. De vil kanskje likevel ikke i så stor grad la seg engasjere av tradisjonelle kommentarer, men mer bloggformen med alle dens viderverdigheter. Jeg ser på egne barn og andre ungdommer, de leser enormt mye blogger. [...] Sånn sett tenker jeg vi har store muligheter der hvis vi klarer å treffe det segmentet og den dimensjonen som i alle fall Fædrelandsvennen ikke er i nærheten av nå. Det ligger et voldsomt stort rom der som vi ikke har erobret.

Stein Sneve i Avisa Nordland trekker også fram blogging som et argument for at unge er interessert i meninger.

Jeg tror kommentaren har en god sjanse til å nå unge lesere. Bloggosfæren tyder på det. Det er en overvekt av unge folk som blogger. Det er ikke så mange over 60, men ganske mange under 20 år.

Bergens Tidendes redaktør Gard Steiro opplever at kommentarjournalistikken engasjerer unge lesere i større grad enn nyhetsjournalistikken gjør:

Vi får mye respons på kommentarjournalistikken vår, også blant unge lesere. Jeg oppfatter av og til at det er større interesse for kommentarjournalistikken enn nyhetsjournalistikken.[...] Debattseksjonen på nett er blant det mest leste hos oss. Det sier noe om at den har et potensial også blant unge lesere. Jeg mener den har et stort potensial.

Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen deler denne oppfatningen, og hun advarer mot å undervurdere de unge leserne:

Vi ser at ungdom leser kommentarer, og de er med i kommentarfeltene. De bruker dette sjøl. Det er en form som de er kjent med. [...] Folk blir ikke dummere med årene. Utdanningsnivået stiger, det har aldri vært høyere i Norge enn nå. Så det vil jo være et paradoks om folk skulle bli interessert i bare dill og dall. Det er store ungdomsgrupper som er interessert i samfunnet rundt seg. Så vi må ikke tenke at ungdom bare er opptatt av babes, sminke, glamour og reality-tv. Det er å undervurdere dem.

Enjolras mfl. (2013: 62f) viser i sin bok om sosiale medier og samfunnsengasjement, at det er ungdomsgenerasjonen som er de mest aktive på digitale medier, sett i forhold til resten av befolkningen. Dette bekreftes også av flere andre aktuelle studier (Tønnesen 2007; Hagen og Wold 2009; Elvestad og Fogt 2010; Engan 2014). Samtidig finner de at når det gjelder nettdebattene så synes andre ungdomsgrupper enn de som allerede er opptatt av og har interesse for samfunnsspørsmål og politikk også å delta. Sett i lys av dette kan informantene våre ha rett i at kommentarjournalistikk på nett vil nå ungdommen og kanskje også andre ungdomsgrupper enn de som tradisjonelt er opptatt av politikk og samfunn fra før. Tom Hetland i Stavanger Aftenblad peker på at det er store forskjeller mellom ungdom når det gjelder samfunnsengasjement:

Der er ungdom som har større samfunnskunnskap og større engasjement enn noen gang, og så er det mange som kobler seg helt ut og bare dyrker det nære. Sosiale medier har jo bidratt til det. Da Facebook slo gjennom så registrerte en at andelen tenåringer som leste nyheter på nett gikk dramatisk ned. Slik representerte private medier en retrett tilbake til privatsfæren for mange unge. Det bekymrer meg en del.

Dette er også noe som forskningen har vært opptatt av. Enjolras m.fl. (2013: 48ff) viser at det er stor forskjell på bruken av sosiale medier. Facebook brukes i hovedsak som en sosial plattform for å holde kontakt med venner, mens Twitter i større grad fremstår som et nyhetsmedium, hvor en oppdateres på nyheter og deler lenker tilknyttet nyheter. Hetland mener perspektivet i sosiale medier ofte er for nærsynt, og han peker på at det også kan utfordre journalistiske yrkesstandarder:

Stikkordet er rosabloggere, der perspektivet blir veldig nærsynt og personlig. Vi som er opplært til at journalistikk skal ha med samfunnet å gjøre, blir provosert av det. I tillegg er det dette med tekstreklame og etikk som ikke er helt nærværende. Samtidig er det sånn at Kierkegaard sier; "skal du overbevise et anna menneske, så skal du møte det der det er". På en eller anna måte så må en ta utgangspunkt i den virkeligheten som unge mennesker befinner seg i.

Hetland peker altså på et dilemma, hvor han ikke ser unges aktivitet på sosiale medier som udelt positivt. Han mener perspektivet ofte blir nærsynt og lite samfunnsorientert, og at det utfordrer sentrale yrkesetiske verdier i journalistikken. Samtidig erkjenner han at for å nå fram til de unge, må også de tradisjonelle mediene bevege seg på de arenaene der ungdommen er. Men han har liten tro på at kommentarsjangeren vil nå de unge leserne, noe som støttes av Oddvar Nygård i Nordlys som ikke har inntrykk av at de rekrutterer unge inn i avisa gjennom kommentarjournalistikken.

Vi ser med andre ord her noen motstridende oppfatninger blant informantene våre i synet på unge: de fleste har ei optimistisk holdning, og gir til kjenne en tro på at kommentarjournalistikken appellerer til unge i større grad enn nyheter, nettopp fordi unge i dag forholder seg til meninger og ytringer i større grad enn tidligere. De mener at det ligger stort framtidig potensial for journalistikken her. Samtidig ser vi også at andre informanter ikke deler denne optimismen, og har et annet syn på ungdoms samfunnsengasjement.

Må tenke nytt i innhold og form

Til tross for motstridende oppfatninger, så ser vi en merkbar optimisme i materialet vårt på vegne av kommentarjournalistikken. Optimismen er forankret i ungdoms medievaner, der de unge i stor grad mener, debatterer og forholder seg til ytringer. Likevel innser informantene at mediehusene står foran store utfordringer for å nå de unge, og ikke minst nå utover den gruppa som allerede er aktive samfunnsaktører. Mediene må være villig til å endre seg, både i forhold de tema de velger å debattere og den form debatten foregår i. Wahl-Olsen i Adresseavisen er opptatt av at redaksjonene også må lete etter andre *måter å formidle på* for å ha appell:

Vi kan ikke skrive lange, trøtte analyser fra Stortinget. Det må gjøres på andre måter, og vi må lære oss ungdommens måte å kommunisere på. Vi må skrive mer om hverdagsligheter. Kanskje ha egne folk som skriver om ting som ikke har vært avistema tidligere. Hverdag, samliv, barneoppdragelse, økonomi, utdanning. Ting som ungdom er opptatt av. Andre typer tema, og vi må lære oss å beherske ungdoms uttrykksmåter.

Også Stein Sneve i Avisa Nordland advarer mot å undervurdere unge som er vant til en ytringskultur. Han er opptatt av, som Wahl-Olsen, at det er ei utfordring å finne et språk, en stil og en form som er tilpasset ungdom. Unge kommuniserer på andre måter enn middelaldrende og eldre, har en annen stil og et annet språk.

Flere av informantene peker på at valg av tema vil være viktig for å nå unge. Det som når politisk aktive lesere i 50-årene, er ikke nødvendigvis det som når 17-18-åringer, verken med tanke på innhold eller form. Livsfase og livssituasjon har stor betydning for hvilke tema man opplever som relevant og viktig for en selv. Unge mennesker under utdanning og i etableringsfasen er gjerne opptatt av andre spørsmål enn 50-60-åringer. Vidar Udjus trakk fram at det er noen tema som særlig skaper engasjement blant unge:

Pelsdyroppdrett for eksempel, der er det store Facebook-grupper. Hvis en forholder seg til de debattene så er det en vei inn. Det har vi vært alt for dårlige til.

Anders Opdahl i Nordlys er også opptatt av at en tradisjonell tekning rundt politikk ikke alltid er det som har appell hos unge:

Jeg er en politisk nerd, jeg skriver ofte for politikere. Noen av de temaene jeg skriver om, som parlamentarisme, får ikke akkurat 18-åringene til å hoppe baklengs salto. Men Egon Holstad er den flinkeste vi har til å treffe de brede verdidebattene. Han klarer å skape et stort engasjement blant unge. Jeg oppfatter at ungdom i dag har et stort fokus på verdier. Men det er puttett inn i en globalisert kontekst i mye større grad enn tidligere. Så hvis vi skal være relevant for de yngste, så er ikke nøkkelen å skrive om fylkeskommunen eller de lokale sakene, men også å gripe de internasjonale, globale trendene og sette den inn i vår kontekst.

Denne globale interessen blant ungdommer bekreftes også av forskningen. Engan (2014: 260) finner i en intervjustudie av ungdommer, at i den grad ungdom følger med på nyhetene, så er det de internasjonale sakene de er opptatt av. Dette kan bety at et internasjonalt utgangspunkt for kommentarene, som vi så Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad leder an i (jfr. figur 6.2), kan være en farbar veg å gå for å nå de yngste mediebrukerne.

Informantene er også opptatt av at ungdoms referanserammer ikke er de samme som for 50 og 60-åringer. Det mener de må tas på større alvor. Eivind Ljøstad i Fædrelandsvennen snakker om en menings- og debattkløft mellom generasjonene:

De felles referanserammene vi tror vi har, de finnes ikke. Hvis du og jeg har noen rutiner der vi hører på politisk kvarter og Dagsnytt 18 og følger med på NRK Dagsrevyen, som en referanseramme for hva som er viktig og hva som er de viktige diskusjonene. Den finnes ikke lengre. Dagens 25-åringer, de aner ikke hva vi snakker om. Jeg mener overhodet ikke det var bedre før. Tvert i mot. Jeg tror nye referanserammer vokser fram, om det så er Facebook eller hva det er. De diskuterer like mye, men de diskuterer ut fra andre impulser. Men det er ikke slik at Dagsrevyen eller Stanghelle eller regionavisredaktøren kan bestemme dagsorden på samme måte som før. Vi tror det fortsatt, fordi vi gjør det på samme måte. I virkeligheten setter VG og NRK dagsorden for vår generasjon, men de setter ikke dagsorden for de yngre.

Redaktør Lars Helle i Stavanger Aftenblad er inne på noe av det samme, at mange av temaene spesielt i den politiske journalistikken er knyttet til referanserammer som har sin opprinnelse langt bak i tid: Nato-strid, den kalde krigen og Gerhardsen. Dette er saker de unge generasjonene ikke har noe nært forhold til, og tema som dermed ikke har den store appellen til denne gruppen. Han peker på at unge som er i ferd med å bli myndige nå, er født samme året som Gro Harlem Brundtland gikk av som statsminister. Siden har ikke hun vært noen stor del av norsk offentlighet. Likevel er hun en av mange referanserammer for den politiske kommentarjournalistikken. På samme måte som informantene problematiserer at tematikken og innholdet i den tradisjonelle kommentarjournalistikken ofte er mer rettet mot 50-60-åringer, er også sakene skrevet inn i referanserammer som de unge ikke kjenner seg igjen i.

Her er det også relevant å trekke inn begrepet fragmentering. Robert Picard (2011) beskriver fragmentering og polarisering som et sentralt utviklingstrekk ved mediebransjen. Vi har fått lang flere medier og medietyper enn før. Det fører i følge Picard til at publikum fragmenteres og sprer mediebruken sin. Fragmentering betyr oppsplitting eller oppdeling i mindre deler. Det som før var en helhet, beveger seg over i flere ulike deler. Fragmentering av medielandskap og fragmentering av publikum henger tett sammen. Norge har tradisjonelt vært et homogent samfunn, både økonomisk og kulturelt. Det har også hatt betydning for avisene. I flere andre land har avisene vært delt inn i lette og sensasjonspregede tabloider som henvendte seg til den brede massen, og smale kvalitetsaviser som retta seg mot elitene i samfunnet. Slik har det ikke vært i Norge. Her har arbeideren, direktøren på fabrikken, læreren og legen lest de samme avisene og konsumert de samme nyhetene. Og de unge har forholdt seg til de samme nyhetsmediene som de eldre. Dette har endret seg radikalt. Vi har tidligere vist til hvordan avislesinga blant unge har gått ned. Engan (2014) finner at ungdom er iherdige mediebrukere, men at det er Facebook, Twitter, Instagram og Snapchat som er deres arena, ikke avisene. I den

grad de oppsøker nyheter, gjør de det gjerne målretta, ofte fordi de blir tipsa via Facebook.

I sosiologien blir fragmentering ofte knyttet til trekk ved modernitet: det er modernitet som skaper fragmenter og atskillelse. Giddens (1991) mener at atskillelsen mellom tid og rom er en av de sentrale karaktertrekk ved det moderne sosiale liv. Giddens (1991: 18) bruker begrepet disembedding, eller utleiring, som han mener er et typisk trekk ved moderniteten. Med det beskriver han hvordan prosesser og relasjoner som i førmoderne tid var forankret i en lokal kontekst, ikke lengre er det. Sosiale relasjoner løftes ut av lokale sammenhenger og reartikuleres på tvers av tid og rom. Fragmenteringen bidrar til at de felles referanserammene forsvinner. Mediebrukerne, og da særlig ungdom, oppsøker et spesialisert medieinnhold som interesserer dem. Det gir grunn til å spørre seg hva slags betydning mangelen på felles referanserammer i offentligheten får både for den lokale og regionale tilhørigheten, og for demokratiet. Blir de unges stemmer svakere i offentligheten, fordi de ikke deltar i de samme debattene? Eller vil nye aktører og nye referanserammer tvinge fram større mangfold i offentligheten, der «the establishment» mister noe av makten over dagsorden? Er de unge såpass aktive på nye og andre arenaer enn generasjonene før dem, at de likevel deltar i det offentlige ordskiftet? Her er vi inne på noen sentrale spørsmål denne studien ikke gir grunnlag for å svare fullt ut på, men som det vil være interessant å forske nærmere på.

Unge stemmer gir troverdighet

Uansett, en viktig strategi for å finne en form og et innhold i kommentarjournalistikken som når de unge, er flere unge stemmer blant kommentatorene. Flere av informantene trekker fram at unge kommentatorer er viktig for troverdigheten til mediehusene. Tom Hetland i Stavanger Aftenblad mener alder, og også kjønn, blant kommentatorene er en viktig nøkkel for å skrive seg inn i de unges referanserammer, og lage en kommentarjournalistikk som er relevant for

dem. Frøy Gudbrandsen i Bergens Tidende støtter mener at unge stemmer blant kommentatorene er nødvendig for å nå de unge leserne, med troverdighet:

Politikk er en sånn gammelmannsgreie. Vi har en ungdomsrepresentant i kommentargruppa som skriver om andre temaer, og det er viktig å ha. Jeg kan skrive med troverdighet om matpakkemødrene, fordi jeg selv er en mor som smører matpakke. Mens hun som er ti år yngre enn meg kan skrive med mer troverdighet om for eksempel «Thinspiration», og sin generasjon, enn jeg kan. Det er mer krevende for meg å skrive med troverdighet om de unges utfordringer. Når det er sagt, så er den eldste i gruppa vår den som er mest opptatt av ungdom. Han når i alle fall fram til resten av befolkningen med å løfte deres perspektiv.

Også redaktør Jan-Eirik Hanssen i Avisa Nordland mener det er viktig at unge stemmer er representert blant kommentatorene. Ellers blir det vanskelig å nå de unge leserne:

Jeg tror unge mennesker har en interesse for lokalsamfunnet de bor i, selv om de er verdensborgere både digitalt og mentalt. Vi må slippe de til, velge ut egne kommentatorer som bevisst kan treffe målgruppa. (...) Så der ligger litt av respekten for leserne. Du må ta de på alvor, men også treffe de.

Meningsjournalistikken er en sjanger med lange historiske røtter. Så langt i rapporten har vi sett at kommentarjournalistikken har en sentral plass i offentligheten, og at den spiller en viktig demokratisk rolle. Ikke minst ved at våre studieobjekter, regionpressen, tidvis er motstemmer som nyanserer den nasjonale offentlige debatten og bringer andre virkelighetsbilder inn i den. Vi har også sett ei klar positiv holdning til mulighetene digitaliseringen gir for å videreutvikle sjangeren, selv om redaksjonene selv oppfatter at de har mye ugjort arbeid på akkurat det området. Flere av informantene opplever at meningsstoff appellerer mer til unge lesere enn tradisjonell nyhetsrapportering, og de mener at unge kommentatorstemmer er viktig for troverdigheten. Men hvordan står det til med rekrutteringen av yrkesutøvere til kommentarsjangeren? Rekrutterer mediehusene unge stemmer til meningsjournalistikken? Gjenspeiler ungdoms interesse for meningsutveksling og

debatt seg blant unge, ferske journalister? Er det rift om kommentatorstillinger, eller er interessen lav?

Her gir informantene til kjenne svært delte og ulike oppfatninger. Dermed varierer det også hvilket inntrykk de har av rekrutteringsgrunnlaget. Stavanger Aftenblad er den redaksjonen der det uttrykkes størst bekymring. Verken politisk redaktør eller sjefredaktøren opplever at det er stor interesse i staben for meningsjournalistikken, og begge uttrykker bekymring. "Jeg er bekymret over rekrutteringen til framtidige lederskribenter", sier sjefredaktør Lars Helle, og viser til at aldersnittet i kommentatorgruppen er høyt, og at flere av dem nærmer seg pensjonsalderen. Han opplever ikke at det er stor interesse i redaksjonen for å skrive kommentar, og mener dette har sin årsak i at mange ansatte har respekt for sjangeren. Han peker også på at kommentatorer kan være ekskluderende ovenfor yngre kolleger. Her trekker han inn erfaringer fra alle mediehusene han har vært ansatt i:

Det var en form for arroganse fra gamle lederskribenter om modenhet og livserfaring, og de var ganske ekskluderende både i framtoningen og utvelgelse av folk som skulle være med, det er det ingen tvil om. De har noen poeng, men jeg mener man bør åpne opp og se på det som en interessant arena.

Også Tom Hetland er bekymret over rekrutteringen:

Det kan være at det er en sjanger som ikke appellerer til unge folk. Jeg merker over tid at ferievikarer og journalister ikke er så interessert i å jobbe med politikk og samfunnsspørsmål. Det går mye på kultur og feature og den typen saker, ikke så mye den klassiske politiske nyhets- og kommentarjournalistikken. Om det er en varig trend eller hva det er et utslag av, vet jeg ikke. Men min generasjon er nok mer politiske enn de som er unge i dag. Jeg er født i 1954, og var ung rundt 1970, ei veldig politisk aktiv tid. Min generasjon er nok varig preget av det.

Vi ser at han knytter det til et skille mellom generasjonene, der eldre generasjoner er mer opptatt av klassisk politikk enn unge journalister er. Både Hetland og Helle mener også det kan være en del ærefrykt og respekt knyttet til kommentarsjangeren,

og at yngre journalister er redde for å nærme seg den. Også i Avisa Nordland opplever redaktøren at mange journalister vegrer seg for å kommentere. Det samme gir Oddvar Nygård i Nordlys uttrykk for. Stein Sneve i AN påpeker derimot at lyst og interesse er viktig for å kunne skrive kommentarer og at journalistisk erfaring er viktig:

Du setter ikke en sommervikar eller en helt fersk journalist til det. Det å skrive en kommentar er litt en erfarings sak. Du bør ha noen års erfaring som journalist, ha gjort noen journalistiske vurderinger og ha en del tanker om journalistikken og samfunnet.

Mens Stavanger Aftenblad er bekymret over rekrutteringen, og i likhet med informantene i AN opplever at mange unge journalister har veldig ærefrykt for sjangeren, er Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen av en helt annen oppfatning. Hun opplever at interessen er stor og at det er lett å rekruttere til stillingene. Høsten 2013 lyse avisa ut et vikariat i kommentatoravdelinga, og fikk søkere både intern og eksternt, både av unge og erfarne journalister. Hun mener det er knyttet stor prestisje til kommentarsjangeren, og at interessen er størst blant de unge:

Jeg opplever at det er interesse for det og at det har bra prestisje. Og det er artig å se at det er så mye unge folk som ønsker å skrive kommentarer. Det virker som de har større selvtillit og større lyst på det enn eldre medarbeidere. [...] De er på hele tiden, ungdommene, og mener noe på sosiale medier. De ser også at hvis man har et ønske om å være profilert i journalistikken, så er det lettere som kommentator. De er ambisiøse mange av ungdommene og legger seg på det som er in i tiden.

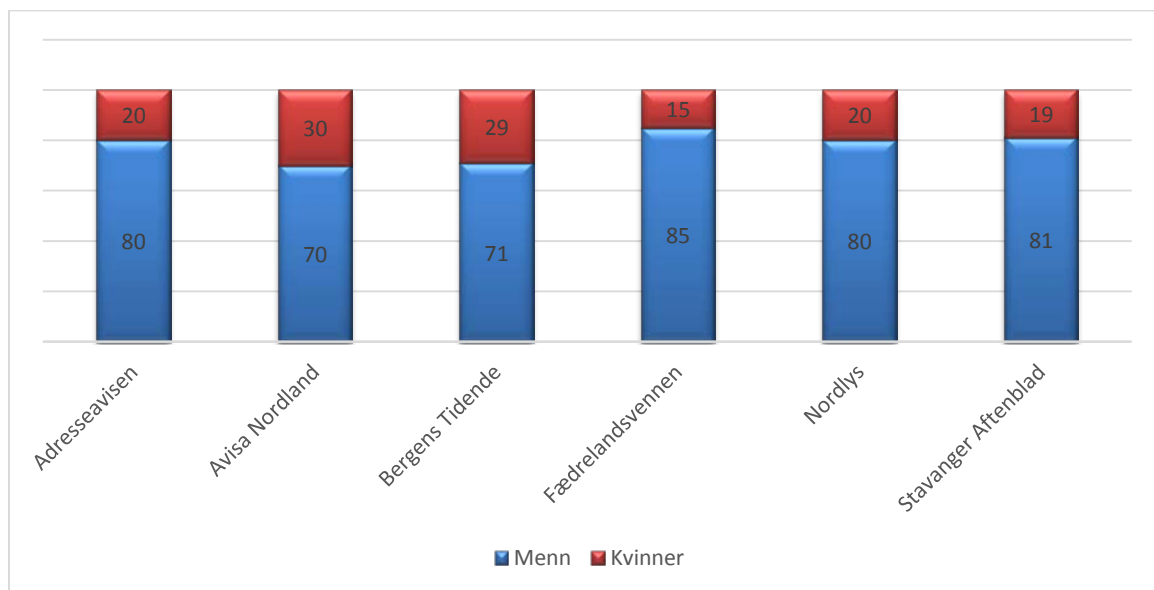
Vi ser at informantene gir til kjenne delte oppfatninger av hvordan de opplever interessen for sjangeren, slik har de også ulike oppfatninger av rekrutteringsmulighetene. Ytterpunktene her er Stavanger Aftenblad, som i størst grad er bekymret over rekrutteringen, og Adresseavisen, som opplever stor interesse og at sjangeren har prestisje blant de unge. I de øvrige avisene er det også noe delte oppfatninger hos redaktør og kommentator i samme avis. Det gjelder både Nordlys og Fædrelandsvennen. Eivind Ljøstad i Fædrelandsvennen opplever ikke at det er stor

interesse i staben og tar det på egen kappe, fordi han ikke er flink til å oppfordre ansatte til å skrive kommentarer. Vidar Udjus opplever derimot at det er relativt stor interesse for sjangeren. Årsakene til laber interesse knyttes både til at unge journalister gjerne føler litt ærefrykt og respekt for kommentarsjangeren, og til et generasjonsskille der unge journalister er mindre opptatt av klassisk politiske og samfunnsmessige saker enn journalister som var unge på 70-tallet.

Kvinnelige eller mannlige kommentarstemmer

Kommentatorene i vår undersøkelse har alle lang erfaring fra presseyrket. Det er også langt flere mannlige enn kvinnelige kommentatorer i regionavisene. Vår studie viser at forholdet mellom mannlige og kvinnelige kommentarjournalister er henholdsvis 77 og 23 prosent. Dette er en langt lavere kvinneandel enn det vi finner i journalistikken generelt (43,5 prosent kvinnelige journalister i 2012)¹⁵, også lavere enn antall kvinnelige redaktører, som per 1.1.2013 er på 30 prosent¹⁶. Fordelt på avisene ser vi i tabell 8.1 at det er Avisa Nordland og Bergens Tidende som har flest kvinnelig kommentarskribenter høsten 2013, mens Fædrelandsvennen har færrest.

Figur 8.1: Kjønnfordeling blant kommentatorer i regionavisene (prosent)



¹⁵ www.nj.no/no/Om_NJ/Medlemsstatistikk

¹⁶ www.nored.no

Alle informantene våre synes det er beklagelig med så lav andel kvinnelige kommentatorer, da de anser det som viktig med variasjon på alle plan i journalistikken. Gard Steiro i Bergens Tidende sier det slik:

Det er en styrke og utrolig viktig å ha den balansen. Det hadde blitt dårlig journalistikk om vi bare hadde menn. Det hadde blitt dårlig journalistikk for den del også, med bare kvinner. Det er viktig å ha variasjon, på alder, geografi, hvor du kommer fra, men også verdisyn.

Det en slik balanse eller variasjon bidrar til er at perspektivene i kommentarjournalistikken blir bredere og flere tema og perspektiv dras inn. Siri Wahl-Olsen i Adresseavisen sier at "hele kommentariatet er preget av menn, godt voksne menn som skriver veldig likedan". Lars Helle i Stavanger Aftenblad er også svært opptatt av denne innsnevringen av perspektiv og viser til en liten optelling han gjorde på dette feltet for noen år siden. Han sier:

Der fant jeg at det var gamle menn som skrev om gamle menn, for gamle menn. Bra folk hele gjengen, [...] Men de gangene kvinnene gjorde det, så var vinklingen annerledes. Kvinnene hadde et anna perspektiv og andre tema. For det blir fort den kalde krigen. Litt karikert sagt, og jeg kjenner det igjen fra utallige møter i nasjonale og regionale redaktørforeningsmøter. Fram til 2009, så handla det om å invitere en gammel politiker som husket NATO-striden på 60-tallet. Det segmentet har vært mannsdominert og har sine felles referanser langt tilbake i tid. Det er ikke tilfeldig at halvparten av våre abonnenter er i AFP-alder. [...]. Så snakker vi om den kalde krigen, Arne Rettedal, Einar Gerhardsen og Gro Harlem Brundtland. Og litt sånn politisk orientert mannsaktig. Jeg tror det har noe å si med alder og kjønn, at det bør være variert.

Dette støttes av Vidar Udjus i Fædrelandsvennen som er bekymret for nettopp det samme, at perspektivene blir for snevre:

For det er klart, det handler om perspektiver og i forhold til den konkrete kommentarskrivinga, øyet som ser, perspektivet på ting, se saker med helt

andre øyne. For jeg vil tro at det største problemet med norske politiske kommentatorer er ikke at de er for uenige.

Hva kan så årsaken til denne skjevheten være, når det i andre deler av journalistikken er en mye jevnere kjønnsfordeling? Informantene våre er langt på veg samstemte i hva det skyldes, nemlig som Oddvar Nygård i Nordlys oppsummerer som "flink-pike-syndromet". Kvinnelige journalister synes mye strengere med seg selv i forhold til hva de setter på trykk og holder derfor litt avstand til den mer utfordrende kommentarsjangeren. Siri Wahl-Olsen sier at det kan være mange grunner til en slik skjevhet, men støtter likevel Nygårds påstand:

Det er kanskje det klassiske, at du skal ha litt selvtillit for å stikke fram hodet ditt. Og det vet vi at kvinner, kanskje spesielt min generasjon ikke nødvendigvis har så mye av. De har mer selvkritikk enn selvtillit.

Tom Hetland i Stavanger Aftenblad sier det på denne måten:

Det er nok en sjanger der det fremdeles er sånn at menn byr seg mer fram enn kvinner. Kvinner er mer forsiktige med å stikke hodet fram og mene sterkt.

Stein Sneve i Avisa Nordland støtter også en slik forklaring og sier det på denne måten:

Menn har større selvbilde [enn kvinner]. [...] Og menn er mindre redd for å blottlegge både sin kunnskap og sin vankunne, det tror jeg. Jeg husker [en kollega], som skriver glimrende, hun skrev en kommentar og syns det var vanskelig. Hun var trent opp i objektivitet; "hvorforskal nå folk syns det er interessant å vite hva jeg mener". Der tror jeg langt flere menn tenker "at selvfølgelig er folk interessert i å vite hva jeg mener".

Dette støttes av redaktøren i avisa, Jan-Eirik Hanssen, som sier:

Jeg har utfordret [navn - kvinner i redaksjonen], men de har vegret seg. Og kanskje ligger det noe der, noe typisk. Man er dyktig og man er flink, men tror ikke noe på det selv.

På tross av denne samstemte forklaringen på at kvinner er mer selvkritiske og vegrer seg for å stikke seg frem, så mener de fleste, og spesielt redaktørene i avisene, at årsaken først og fremst ligger i at mediehusene har vært for dårlige i rekrutteringsarbeidet. Jan-Eirik Hanssen i Avisa Nordland fortsetter sin årsaksforklaring knyttet til kvinnelige kommentatorer ved å peke på det ansvaret som ligger internt i mediehusene:

Jeg tror ikke det kommer av seg selv, du må ha en bevissthet på hvilket samlet uttrykk du vil ha, passe på at det er så godt nyansert som det kan være. Og du må utfordre noen, for de nyeste og yngste ansatte kommer ikke og spør om å få skrive *Apropos* eller kommentarer. Det må du ha større intern bevissthet på.

Eivind Ljøstad i Fædrelandsvennen støtter dette ved å si rett ut: "du får skyte oss som rekrutterer, vi er ikke flinke nok til å få fram kvinner". Gard Steiro i Bergens Tidende er enig, men mener likevel dette er i ferd med å endres:

Det har vært en skjev rekruttering over mange år, lenge før min tid i BT også. Og blant kommentatorene har det vært overvekt av menn, og også i ledersjiktet har det vært for mange menn. Der ser vi endringer nå. Det er i ferd med å bli bedre.

Frøy Gudbrandsen konkretiserer Steiro sitt utsagn ved å vise til sin egen vei inn i kommentarjournalistikken:

Jeg kom først inn i et vikariat. Det viser at kanskje man trenger å dytte damer inn i vikariatet og hjelpe de til å kvalifisere seg til faste stillinger. Det er jo konkurranse. [...] Det ville jeg gjort hvis jeg var sjef i en annen regionavis. Dytte unge damer i vikariater og hjelpe de til å kvalifisere seg. Hvis jeg bare hadde kommet utenfra og søkt den faste stillingen jeg har nå, er det ikke sikkert jeg ville fått den.

Tom Hetland i Stavanger Aftenblad støtter behovet for å ta tak i rekrutteringsproblemet når han sier:

Vi seniorkommentatorer er også propper i systemet fordi vi kommenterer mye og tar stor plass. Det kan også være at kvinner vegrer seg av den grunn.

Når dette er sagt så kan vi likevel se at flere av informantene er optimister når det gjelder kjønnsbalansen i kommentariatet. Vi så at Gard Steiro i Bergens Tidende, men også flere med han legger vekt på at de ser endringer i dette og tror dette vil se helt annerledes ut om kort tid. De legger både vekt på at flere kvinner tar utdanning, at flere kvinner er politisk aktive og at det er flere kvinnelige søkere til stillinger i journalistikken i dag enn tidligere. Tom Hetland i Stavanger Aftenblad sier følgende om den nye generasjonen journalister:

Jeg tror nok at tendensen samtidig er den at yngre kvinner våger seg mer frampå enn eldre kvinner. Du har hatt ei utvikling innafor utdanning, der kvinner har mer utdanning og er ofte mer aktive i organisasjonsliv, politiske ungdomsorganisasjoner enn menn. Jeg tror over tid så vil vi få større innslag av kvinnelige kommentatorer.

Det synes altså som det er et generasjonsskifte på gang og at flere mener de ser og tror på endringer på dette området. Siri Wahl-Olsen er også blant optimistene som mener å se at kvinnene kommer. Hun sier:

I tidligere tider var journalistikken mannsdominert. Slik er det ikke lengre, men alt dette henger sammen og er en treg materie. Jeg tror det vil bli annerledes med de nye generasjonene, når vi gammelstaurene gir oss. Internt hos oss nå var det fire søkere [på sist utlyste stilling]. To jenter og to gutter.

Veien videre

Informantene mener altså at kommentarsjangeren appellerer til unge lesere, ikke minst fordi unge er på sosiale medier, de blogger, leser blogger og er vant til å forholde seg til ytringer. Flere av dem mener unge er mer interessert i meninger enn nyhetsrapportering. De peker også på at det er meningsstoffet som deles mest i sosiale medier, i større grad enn de tradisjonelle nyhetssakene. Nye kommentatorstemmer må derfor ta plass i offentligheten, og innholdet må appellere til unge brukergrupper dersom meningsstoffet fortsatt skal ha en sentral plass i norsk journalistikk. Dette gir grunn til å diskutere om kommentarjournalistikken, i alle fall delvis, blir journalistikken og nyhetsmedienes «redningsplanke» i ei tid der en av

medienes mest sentrale utfordringer ligger i det å nå de unge brukerne. Kan ei økt satsing på menings- og kommentarstoff være en fornuftig strategi for å få flere unge til å bruke nyhetsmediene? Elvestad og Fogt (2010: 153) er i alle fall klare i sin spådom: "De avisene som klarer å opprettholde en sterk posisjon på nettet på grunn av sin troverdighet og samtidig bruke sosiale medier som markedsføringskanal til å bygge opp lojalitet mot avisen, vil antakelig stå sterkt rustet i kampen om spesielt unge lesere".

Til tross for denne optimismen, er det også ei tydelig oppfatning hos informantene av at dette er et område de ikke har lykkes på. Potensialet er der, men flere av dem opplever at de ikke har klart å ta det ut. Å nå de unge leserne stiller de tradisjonelle mediene ovenfor nye utfordringer, der de må tenke nytt, både i forhold til innhold, stil og form. Og det å ha unge stemmer blant kommentatorene er avgjørende for troverdighet og appell. Den mest aktive delen av kommentarkorpset i dag er godt voksent, og det består av langt flere menn enn kvinner. Hvor enkelt det vil være å rekruttere unge kommentatorer er informantene noe uenig om, men det er tegn som tyder på at unge journalister også har interesse for kommentar- og meningsjournalistikk. Å rekruttere nye, unge, tydelige kommentatorstemmer blir et viktig arbeid for redaksjonene framover.

Kapittel 9: Konklusjon og sluttdrøfting

Formålet med kommentar- og meningsjournalistikken er å bidra til debatt og rasjonell meningsutveksling i det offentlige rom. Meningsjournalistikken har sterke tradisjoner og en sterk posisjon knyttet til papiravisene, både med tanke på lederne og de signerte kommentarene. Mye av forskningen knyttet til kommentarjournalistikken har så langt tatt utgangspunkt i nasjonale medier. I prosjektet som ligger til grunn for denne rapporten har vi sett nærmere på meningsjournalistikken i regionpressen; hva den handler om, hvordan redaktører og kommentarjournalister i regionale medier ser på sin egen rolle og hvilken betydning kommentarene i regionpressen har for den offentlige samtale i et demokratisk perspektiv. Vi har funnet en kommentarjournalistikk som fyller sin samfunnsrolle både som kritiker, meningsbærer, folkeopplyser og patriot. Kommentarjournalistene er seg bevisst den talerstolen de står over. De vet de har makt til å sette dagsorden for debatter og være premissleverandører og pådrivere inn i pågående debatter. De mener å ha mindre makt til å forme folks oppfatninger og bestemme utfallet av en debatt enn å være en stemme i debatten. Det synes å være hevet over enhver tvil at den regionale meningsjournalistikken utfordrer og kritiserer både «sine egne» og sentrale myndigheter. Offentligheten i Bergen, Stavanger, Kristiansand, Trondheim, Bodø og Tromsø hadde vært fattigere uten disse stemmene.

Det aller meste av den regionale menings- og kommentarjournalistikken handler om politikk, og særlig er dette tydelig i lederspaltene der hele 80 prosent av lederne kommenterer, kritiserer og debatterer den politiske hverdagen. Da denne studien ble gjennomført handlet den politiske hverdagen først og fremst om stortingsvalget (høsten 2013). Selve kommentarartiklene har en større innholdsmessig variasjon da vi finner at for eksempel hver femte kommentar handler om sport.

Kommentarkorpset i regionpressen er av den oppfatning at de skal være en regional stemme på den nasjonale arenaen, og den "patriotiske samfunnsaktøren" er både en

bevisst rolle de inntar og til tider tydelig. Vi finner også at 2 av 3 kommentarer tar et klart standpunkt til saken de kommenterer, heller enn å reflektere mer åpent. Med støtte i andre studier (Enli 2009; Wold 2010) har vi også grunnlag for å si at regionavisene tidvis går mot strømmen i offentligheten, og målbærer andre virkelighetsbilder enn det de nasjonale, riksdekkende mediene gjør. Vi finner at regionpressen representerer andre perspektiver og korrigerer hovedstadsdominansen i den nasjonale debatten. Tidvis fyller de rollen som motstemmer, som bryter konsensuspreget og samstemmigheten i det øvrige kommentariatet. Slik bidrar de også til en større grad av meningsbryting og en mer nyansert offentlighet. Redaksjonene mener likevel det er vanskelig å trenge gjennom på den nasjonale debattarenaen, som ofte blir sentrert rundt hovedstadens perspektiv og hovedstadens aktører. De viser med eksempler hvordan dette fører til en fattigere offentlig debatt med snevre og til tider feilaktige perspektiv og innspill i debattene. De alternative motstemmene har en tendens til å mangle. Kommentatorene i den nasjonale debatten representerer hovedstadens perspektiv og går i flokk. Selv om regionpressen først og fremst ser på seg selv som et talerør for egen region finner vi at nær på 70 prosent av ledere og kommentarer tar utgangspunkt i nasjonale og internasjonale saker. På tross av dette oppleves de likevel ikke som aktuelle representanter i den nasjonale debatten, med unntak av når det trenges et distriktsalibi, som de sier. Bergens Tidende er den regionavisen som oftest synes å være representert i nasjonale debatter.

Våre informanter gir derimot uttrykk for optimisme på vegne av meningsjournalistikken når den nå beveger seg over på digitale arenaer. De opplever for eksempel at det er enklere å bli hørt i den nasjonale debatten når den spres via nettet. I tillegg er kommentarsjangerens intensjon om å skape debatt, engasjere leserne og få til en offentlig samtale også enklere på nett. De opplever en helt annen umiddelbar dialog med leserne på nett, noe som ikke eksisterte på samme måte i papiravisa. De opplever også at flere deltar i debatten og at et langt større spekter av

meninger kommer frem i dialogen. De ser dette maktskiftet i kommunikasjonen som en demokratisk gevinst, og mener dialog med og tilbakemeldinger fra brukeren vil styrke den kommenterende virksomheten.

Informantene opplever også at kommentarjournalistikken appellerer til de unge mediebrukerne i større grad enn den mer rapporterende nyhetsjournalistikken, og i enda større grad på nett. Ungdom er på digitale arenaer, de blogger, mener og ytrer seg, noe de ser som er pre for meningsjournalistikken på nett. Her finner vi støtte i andre studier som konkluderer med at ungdom vil ha journalistikk, og da fortrinnsvis på nett, og at unge er aktive deltakere i samfunnsdebatten når den foregår på digitale arenaer. Informantene mener likevel de selv har mye ugjort her, og at det ligger mange uutnyttede muligheter foran dem, spesielt det potensial som synes å ligge i sosiale medier. En annen utfordring er rekruttering. De ser at det vil være nødvendig å presentere kommentarene både i en annen form og med andre tema dersom de skal appellere til ungdom. Til dette vil de for eksempel trenge å ansette flere unge kommentarjournalister. De mest aktive kommentarjournalistene i regionpressen i dag er godt voksne, og er flest menn. Variasjon og bredde i staben vil føre til variasjon og perspektivrikdom i kommentarene.

Med dette utgangspunktet vil det være svært interessant å kunne forske videre på hvordan meningsjournalistikken utvikler seg i nær framtid, og da med fokus på det som skjer på de digitale flatene. Det vil også være interessant å ha unge mediebrukere særlig i fokus i den videre forskningen da våre funn gir grunn til å drøfte om kommentarjournalistikken kan være en redningsplanke for journalistikken, og en arena som i større grad kan bidra til å gripe tak i de unge leserne.

Men det svever også noen mørke skyer over den optimismen vi kan spore hos våre redaktører og kommentarjournalister. Våre intervju ble gjennomført høsten 2013. Vinteren 2014 akselererte krisen i mediebransjen med stor fart. I skrivende stund er det varslet kutt av om lag 1000 journaliststillinger i norske medier. Også de

regionavisene vi har besøkt er sterkt berørt. Hvilke konsekvenser kutt og oppsigelser vil få for meningsjournalistikken, vet vi ikke. Vi har tidligere i vår uttrykt vår bekymring for hvilke konsekvenser krisa vil få for samfunnet og offentligheten.¹⁷ Vi mener samfunnet trenger journalistikk som informerer, provoserer, avslører og kritiserer. Gjennom arbeidet med denne studien har vi også sett flere konkrete eksempler på at journalistikken i regionpressen gjør nettopp det. Gode eksempler er artikkelserien «Sviktet – Jannes historie», der Bergens Tidende fortalte om Jannes vanskelige oppvekst, og satte søkelys på omsorgssvikt fra en rekke offentlige etater og institusjoner. Avisa ble belønnet med SKUP-prisen for dette arbeidet i 2014. Et annet eksempel er da Stavanger Aftenblad gikk inn i «Jonny-saken», der en utviklingshemmet gutt ble mishandlet til døde. I begge disse eksemplene er nyhetsjournalistisk gravearbeid supplert med kommentarer og analyser på meningsplass. Men denne typen journalistikk koster tid, penger, ressurser og kunnskap. Det krever engasjerte og pågående journalister. Det er grunn til å spørre seg hvilke muligheter redaksjonene vil ha til å prioritere slik virksomhet når oppgavene skal fordeles på færre journalister og kostnadene skal ned.

Kommentarjournalistikk er på mange måter en «billig» form for journalistikk. Den er ikke ressurskrevende i form av kildearbeid og graving av det omfanget som den kritiske og gravende journalistikken er. Den fordrer heller ingen dyre reportasjereiser. Det er faktorer som tilsier at meningsjournalistikken kanskje ikke er den som blir hardest rammet av mediekrisen. Samtidig understreker våre informanter at kommentarvirksomheten også krever grundighet og research. Til tider er researcharbeidet knyttet til kommentarer vel så tidkrevende som til en nyhetssak. Det er ingen lettvinnt form for journalistikk. Gode kommentarer krever kunnskap, innsikt og analytiske evner. Og spesielt blir dette viktig når de også skal oppleves relevante for ungdommer. I prosjektet har vi også drøftet fragmenteringen av både brukere og medielandskap. Brukerne spres på flere medier og de felles

¹⁷ «Demokrati uten journalistikk?» kronikk publisert på NRK Ytring 2. juni, Fædrelandsvennen 3. juni og Avisa Nordland 10. juni.

referanserammene forsvinner. Nyhetene formidles kjapt og hurtig, ofte i bruddstykker. Det gir et behov for at noen kan analysere, forklare bakgrunn og sette hendelser i en større sammenheng.

Samtidig florerer meningsytringene, både i tradisjonelle og sosiale medier. «Alle» kan blogge, kommentere og kritisere. Som mediebrukere eksponeres vi for et vell av ytringer, uansett hvilke kanaler vi forholder oss til. Det gir grunn til å spørre om vi virkelig trenger medienes kommentatorer til å fortelle oss hvordan verden ser ut, i tillegg til alle de andre stemmene som finnes? Her vil vi trekke fram utsagnet til en av våre informanter, Stein Sneve som reflekterer rundt at han "håper også leserne ser fordelen i at dette i fortsettelsen skjer i et redigert medium". Den økte tilgangen til offentligheten som digitaliseringen og sosiale medier gir, er uten tvil et demokratisk gode. Samtidig kan aldri brukerstyrt innhold og sosiale medier i seg selv erstatte profesjonelt drevet journalistikk, basert på presseetiske vurderinger og en grunnleggende forståelse av samfunnsoppdraget.

Parallelt med ei medieutvikling preget av fragmentering og hurtighet, har også utdanningsnivået i samfunnet endret seg betraktelig. I 1985 hadde 13 prosent av befolkningen utdanning fra universitet og høgskole. I 2012 var andelen steget til 30, altså ei økning på 17 prosent.¹⁸ Nesten hver tredje voksne innbygger har utdanning på høyere nivå. Det er nærliggende å tenke at det også fører til at brukerne stiller større krav til innholdet i mediene, både til nyhetsrapporteringen og den kommenterende virksomheten. Også dette er faktorer som taler for at den analytiske journalistikken i redigerte medier går en god framtid i møte.

Den akselererende mediekrisen har gjort oss bekymret over konsekvensene for samfunn og offentlighet. Kan vi ha et demokrati uten journalistikk? Gjennom dette prosjektet har vi lest mye god, grundig og samfunnsnyttig journalistikk, primært på kommentarplass, siden dette har vært studiens tema, men også på nyhetsplass. Når

¹⁸ Tall fra Statistisk Sentralbyrå.

vi har gått systematisk gjennom avisene disse tre månedene, har vi også hatt et grundigere øye på nyhetsrapportering og featurejournalistikk enn til vanlig. Prosjektet har gitt oss en bekreftelse på at journalistikken har en sentral rolle som ingen andre kan erstatte. Og regionavisene utgjør et viktig nivå, mellom den nære og ultranære lokaljournalistikken i små tette lokalsamfunn, og den riksdekkende journalistikken med sitt hovedstadspreg. I vår studie fremstår regionavisene som medier med vilje og evne til å grave og kritisere og gå dypere til verks, der små lokalaviser ofte vil ha begrensede ressurser til å gjøre det, og der riksmediene har sitt fokus på hovedstaden og i mindre grad det som skjer i regionene. Samfunnsutviklingen preges derimot av en sterkere regionalisering, både i offentlig og privat sektor. Både regionaliseringen og utviklingen av sterke regionale kompetansemiljø representerer en stor utfordring for mediene (Kristoffersen 2010). Også det underbygger betydningen av de regionale stemmene og de regionale medienes plass i offentligheten. Det er også liten tvil om at *uten* de regionale stemmene, så ville hovedstadssentrismen vært enda sterkere og den offentlige samtalen fattigere. Som kommenterende stemmer representerer regionpressen et viktig bidrag i offentligheten, nasjonalt så vel som regionalt.

Litteraturliste

Allern, S. (2001). *Nyhetsverdier: om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget.

Allern, S. (2010). From party agitators to independent pundits. The changed historical role of newspaper and television journalists in Norwegian election campaigns. *Northern Light*, p 49-67.

Bergström, G., & Boréus, K. (2000). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Bjerke, P. (2009). *Refleks eller refleksjon? En sosiologisk analyse av journalistisk profesjonsmoral*. (Doktoravhandling). Oslo: Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo,

Bodøgaard, J. O. (2012). Avisene og partiene, avpartifisering og nye utfordringer : (1970-1990) (pp. s, 152-173). I Karlsen, W., Lundestad (red) *Start pressen! : avisene i Bodø gjennom 150 år*. Trondheim: Akademika.

Charles, A. (edit) (2014): *The end of Journalism version 2.0. Industry, Technology and Politics*. Peter Lang. Oxford.

Eide, M.(red) (2009). *Journalistiske nyorienteringer*. Oslo. Scandinavian Academic Press.

Eide, M. (2001). *Til Dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*.Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.

Ellingsen, D. og Lilleås, U-B (2010): *Det gode liv på Sørlandet og tradisjonelle kjønnsroller*. Rapport, Universitetet i Agder, Senter for likestilling. Kristiansand.

Elvestad, E. og Fogt, A. (2010). *Trenger vi aviser når vi har Facebook?* Kristiansand: IJ-forlaget.

Engan, B. (2014). Verdiskaping i lokale medier – for hvem? i Morlandstø L. og Krumsvik, A. (red) (2014): *Innovasjon og verdiskaping i lokale media*. IJ-forlaget.

Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johansen, K. og Wollebæk, D. (2013): *Liker – liker ikke. Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Oslo. Cappelen Damm akademisk.

Enli, G.S. (2009). "Statsråd, du lyver!". Fagbokforlaget. I Allern og Pollack (2009). *Skandalenes markeds plass. Politikk, moral og mediedrev*. Oslo: Fagbokforlaget.

Enli, G.S. og Skogerbø, E. (red.) (2008). *Digitale dilemmaer. Nye medieformer, nye utfordringer*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Erlandsen, M. (2012). *For the sake of argument: practical reasoning and credibility in commentary journalism*. Masteroppgave i medievitenskap, Universitetet i Oslo.

Gaber, I. (2014): Three cheers for Subjectivity: The Continuing Collapse of the Seven Pillars of Journalistic Wisdom. I Charles, A. (edit) (2014): *The end of Journalism version 2.0. Industry, Technology and Politics*. Peter Lang. Oxford.

Gans, H.J. (2003). *Democracy and the news*. New York: Oxford University Press.

Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.

Hagen, I. og Wold, T. (2009). *Mediegenerasjonen. Barn og unge i det nye medielandskapet*. Oslo: Samlaget.

Holand, A.M. (2013). Nord-Norge sett fra pressen. Samarbeid, tevling og tvil. I Jentoft, S. Nergård, J-I og Røvik, K.A (red) (2013). *Hvor går Nord-Norge? Politiske tidslinjer*. Bind 3. Stamsund. Orkana Akademisk.

Høst, S. (2005). *Det lokale avismønsteret: dekningsområder, mangfold og konkurranse 1972-2002*. [Fredrikstad]: Institutt for journalistikk.

Igland, A. K., & Stølås, A. (2008). *Kommentaren*. Kristiansand: IJ-forl.

Ihlebak, K.A., Løvlie, A.S. og Mainsah, H. (2013). Mer åpenhet, mer kontroll? Håndteringen av nettdebatten etter 22.juli (s. 223-240), i *Norsk Medietidsskrift*, Nr.3. Oslo: Universitetsforlaget.

Knapskog, K. (2009). Blant orakel og refleksjonsatletar. Kommentarjournalistikk som sjanger og strategi. I Eide, M.(red) (2009). *Journalistiske nyorienteringer*. Oslo. Scandinavian Academic Press.

Kristoffersen, D. N. (2010). Den regionale utfordringen (pp. s. 273-288). Kristiansand: IJ-forl, i Mathisen, B. R. (2010). *Lokaljournalistikk: blind patriotisme eller kritisk korrektiv?* Kristiansand: IJ-forl.

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism: What news-people should know and the public should expect*. New York: Three Rivers Press.

Lukes, S. (2008). *Power: a radical view*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Lysbakken, A., & Torbjørn Røe, Isaksen. (2007). *Kommentariatets diktatur* (Samtiden. Vol. 2008 : 1, pp. S.4-15.). Oslo: Aschehoug.

Magnussen, May-Linda, Trond S. Mydland og Gro Kvåle (2005). *Arbeid ute og hjemme. Sørlandske mødres valg og vurderinger*. FOU-Rapport 5-2005. Agderforskning.

Mathisen, B.R. (2007). *Lokalsamfunnets lim og lupe? Lokaljournalistikken analysert i et sentrum-periferiperspektiv*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo.

Mathisen, B. R. (2010). *Lokaljournalistikk: blind patriotisme eller kritisk korrektiv?* Kristiansand: IJ-forl.

Mathisen, B.R. (2013). *Gladsaker og suksesshistorier. En sosiologisk analyse av lokal næringslivsjournalistikk i spenning mellom lokalpatriotisme og granskningsoppdrag*. Doktoravhandling. Universitetet i Nordland.

McBride, K. and Rosenstiel, T. (2014). *The New Ethics of journalism. Principles for the 21st Century*. Sage. Los Angeles.

McNair, B. (2000). *Journalism and Democracy. An Evaluation of the Political Public Sphere*. Routledge. London.

Ljuslinder, K., Morlandstø, L. and Mataityte-Dirziene, J. (2009). The victim, the wicked and the ignored: Representation of mentally ill perpetrators of violent crime in news reports in the Norwegian, Swedish and Lithuanian press (pp. 193 – 209), in *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook*. Vol 9. Bristol: Intellect journals.

Morlandstø, L. (2006). *Journalistikk som institusjonell praksis: utviklingshemming og psykisk helse i pressen*. (Doktoravhandling). Bergen: Universitetet i Bergen.

Nossen, H. A. (2010). *Utviklingen av Aftenpostens nyhets- og kommentarjournalistikk: en kvantitativ innholdsanalyse av endringer i Aftenpostens form, stil og innhold fra 1950 til 2008*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo.

Omdal, S.E. (red) (2013): *Journalistikk og demokrati, Hvor går mediene? Hva kan gjøres?* Oslo, Fritt Ord.

Picard, R. G. (2011). *The economics and financing of media companies*. New York: Fordham University Press.

Røvik, K.A, Jentoft, S. og Nergård, J-I. (2011). Nord-Norge: Fra utkant til global arena. I Jentoft, S. Nergård, J-I og Røvik, K.A (red) (2011). *Hvor går Nord-Norge? Tidslinjer fra en landsdel i forandring*. Bind 1. Stamsund. Orkana Akademisk.

Schudson, M. (1995). *The Power of News*. Cambridge. Harvard University Press.

Singer, J. et al (2011): *Participatory Journalism. Guarding open Gates at Online Newspapers*. Wiley-Blackwell.

Skogerbø, E. og Winsvold, M. (2008). Nettet som debattarena, i Enli, G. og Skogerbø, E. (red.). *Digitale dilemmaer. Nye medieformer, nye utfordringer*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Sneve, S. (2002). *Kommentarsjangeren: den journalistiske kommentarens historie og posisjon i dag - både sett i forhold til samfunnsutviklingen og utviklingen i andre journalistiske sjangre*. Bodø: Høgskolen i Bodø.

Temple (2014). A Forum for Fruitcakes and Fascists: The Saviour of Mainstream Journalism. I Charles, A. (edit) (2014): *The end of Journalism version 2.0. Industry, Technology and Politics* .Peter Lang. Oxford.

Tønnesen, E.S. (2007). *Generasjon.com. Mediekultur blant barn og unge*. Oslo: Universitetsforlaget.

Waldahl, R. (2007). *Opinion og demokrati*. Oslo: Universitetsforlaget.

Wold, P. M. (2010). *Vaktbikkjer i flokk om kynismen i politisk kommentarjournalistikk: en analyse av norske kommentarjournalisters omtale av Høyreleder Erna Solberg i valgåret 2009*. Masteroppgave, Universitetet i Bergen.

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., og Larsen, L. O. (2002). *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforl.

Aalbu, A. (2012). *Et forsøk på borgerlig offentlighet – det norske kommentariatet på Twitter*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo.

Åmåss, K.O. (2007). *Verdien av uenighet: debatt og dissens i Norge*. Oslo: Kagge

Vedlegg 1: Kodeliste

Var 1: Måned artikkelen stod på trykk

1. September 2013
2. Oktober 2013
3. November 2013

Var 2: Avisen artikkelen stod på trykk i

1. Adresseavisen
2. Avisa Nordland
3. Bergens Tidende
4. Fædrelandsvennen
5. Nordlys
6. Stavanger Aftenblad

Var 3: Artikkelens sjanger

1. Leder
2. Kommentar

Var 4: Tema for artikkelen

1. Sport
2. Kultur
3. Politikk
4. Medier
5. Næringsliv/økonomi
6. Rett og krim
7. Annet
- 8.

Var 5: Når tema for artikkelen var politikk

1. Valget 2013
2. Politikere
3. Politiske parti
4. Asyl/innvandring
5. Olje
6. Utdanning
7. Helse (rus/psyk)

8. Miljø/klima
9. Fiskeri
10. Landbruk
11. Forsvar
12. Utenriks
13. Samferdsel
14. Kultur
15. Arbeidsliv
16. Økonomi
17. Annet
18. Ikke aktuelt

Var 6: Standpunkt eller refleksjon i artikkelen

1. Klart standpunkt
2. Refleksjon/drøfting/analyse

Var 7: Utgangspunkt for saken

1. Lokalt/regionalt
2. Nasjonalt
3. Internasjonalt

Var 8: Journalistens tilhørighet

1. Egen redaksjon
2. Samkjøring konsern

Var 9: Journalistens kjønn

1. Mann
2. Kvinne
3. Ikke mulig å identifisere

Vedlegg 2: Intervjuguide

1. *Din egen vei inn i kommentariatet:*

- Fortell om hvordan du begynte som kommentarjournalist
- Hvorfor ønsker du å arbeide med kommentarstoff?
- Hva liker du best med denne delen av journalistikken?
- Hva opplever du som mest utfordrende ved kommentarjobbing
-

2. *Beskriv hvordan dere jobber med kommentarjournalistikken i redaksjonen:*

- Hvordan er arbeidet organisert?
 - a. Faste kommentarjournalister eller turnus
 - b. Hvordan velges det ut hvem som får skrive?
 - c. Vanskelig å få folk til å bli kommentatorer?
- Hvordan blir temaene valgt ut?
 - a. Regionale/lokale saker vs rikssaker
- Forholdet kommentar – nyhet: skriver du kommentarer på saker du også dekker på nyhetsplass? Begrunn hvorfor/hvorfor ikke.
- Kjønn: Det er få kvinner som er kommentatorer i regionpressen. Hvorfor tror du det er slik? Hva tenker du om det?
- Kommentar på ulike plattformer: papir versus nett
- Bruker du sosiale medier i forhold til kommentar?
 - a. I så fall: hva tilfører sosiale medier kommentarjobbingen som tradisjonelle medier ikke gjør?

3. *Om kommentarjournalistikkens samfunnsrolle:*

1. Beskriv det du mener kjennetegner god kommentarjournalistikk for ei regionavis?
2. Hvilken rolle opplever du at kommentarjournalistikken deres spiller i forhold til den offentlige debatten?
3. Mener du det er viktigst å komme med klare standpunkt eller mer åpne refleksjoner?
4. Opplever du at du har makt som kommentator – hvordan? kan du gi eksempler på der dine kommentarartikler påvirket utfallet av saker?
5. Hva tenker du om kommentariatets rolle i ei tid med store endringer i journalistikken og der papiravisene går tilbake?

Vedlegg 3: Informanter

Adresseavisen:

Siri Wahl-Olsen, Politisk redaktør

Avisa Nordland:

Jan-Eirik Hanssen, Sjefredaktør

Stein Sneve, Journalist i nyhetsredaksjonen

Bergens Tidende:

Gard Steiro, Ansvarlig redaktør

Frøy Gudbrandsen, Kommentator

Fædrelandsvennen:

Eivind Ljøstad, Sjefredaktør

Vidar Udjus, Politisk redaktør

Nordlys:

Anders Opdahl, Ansvarlig redaktør

Oddvar Nygård, Journalist

Stavanger Aftenblad

Lars Helle, Sjefredaktør

Tom Hetland, Politisk redaktør

Vedlegg 4: Godkjenningsbrev fra Norsk Samfunnsvitenskapelig

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hår/ages gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel +47-55 58 21 17
Fax +47-55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org nr. 985 321 884

Birgit Røe Mathisen
Fakultet for samfunnsvitenskap
Universitetet i Nordland
Mørkvedtråkket 30
8049 BODØ

Vår dato: 28.08.2013

Vår ref:35139 / 3 / MSS

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 16.08.2013. Meldingen gjelder prosjektet:

35139 *Kommentar- og meningsjournalistikk i regionpressen*
Behandlingsansvarlig Universitetet i Nordland, ved institusjonens øverste leder
Daglig ansvarlig Birgit Røe Mathisen

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 01.10.2014, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen


Vigdis Namtvedt Kvalheim


Marie Strand Schildmann

Marie Strand Schildmann tf: 55 58 31 52
Vedlegg: Prosjektvurdering

Avdelingskontorer / District Offices

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11 nsd@uio.no
TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07 kyere.svarva@svt.ntnu.no
TROMSØ: NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmas@svt.uib.no