

MASTEROPPGAVE

Emnekode: SO330S_1

Navn: Stig Anders Stensvik Ohrvik

Kritiserbare ytringer

– Hvordan blir det offentlige ordskiftet ivaretatt i nasjonale medier?

Dato: 15.05.2023

Totalt antall sider: 84

Forord

Jeg vil gjerne takke alle engasjerte mennesker som bruker tid og krefter på å kjempe for det de tror på, som arrangerer demonstrasjoner, mobiliserer til aksjoner og skriver kronikker, leserbrev, debattinnlegg og kommentarer i redigerte og sosiale medier.

Jeg vil også takke journalister og redaktører i redigerte medier, som bidrar til å legge til rette for et opplyst offentlig ordskifte.

Dere er alle en viktig del av demokratiet!

Jeg vil spesielt takke debattredaktør i Aftenposten Erik Tornes, debattredaktør i VG Hans Petter Sjøli, kronikk- og debattredaktør i Klassekampen Tollef Mjaugedal, artist og aktivist Ella Marie Hætta Isaksen, bondeopprører Tor Jacob Solberg og nestleder i Barselopprøret Cecilia Ingulstad.

Jeg vil også takke min veileder Lisbeth Morlandstø for god veiledning, og for å bevare roen når studenten nærmer seg innlevering og fortsatt har hvilepuls.

Og helt til slutt vil jeg takke familien min, som bærer over med meg når jeg gang på gang forsvinner inn i min egen boble.

Kristiansund, 15.05.2023

Stig Anders Stensvik Ohrvik

Innholdsfortegnelse

Forord	i
Innholdsfortegnelse	ii
1.0 Innledning.....	1
1.1 Bakgrunn	1
1.2 Avgrensning og problemstilling	2
1.3 Tidligere forskning	4
1.4 Struktur.....	4
2.0 Teori	5
2.1 Jürgen Habermas - bakgrunn.....	5
2.2 Borgerlig offentlighet	6
2.3 Kommunikativ handling.....	8
2.4 Deliberativt demokrati.....	9
2.5 Demokrati.....	10
2.6 Ytringsfrihet	11
2.7 Det offentlige ordskiftet	13
2.8 Avisene.....	14
2.9 Sosiale medier	16
3.0 Metode.....	19
3.1 Valg av forskningsdesign	19
3.2 Utvelgelse.....	20
3.3 Redaktørene.....	20
3.4 Debattantene.....	21
3.5 Planlegging og gjennomføring av intervju.....	22
3.6 Etske betraktninger.....	24
3.7 Pålitelighet, gyldighet og generalisering	25
3.8 Transkribering	27
4.0 Analyse og diskusjon	27
4.1 Ansvar	29
4.1.1 Avisenes ansvar for det offentlige ordskiftet	29
4.1.2 Diskusjon.....	31
4.2 Det offentlige ordskiftet	32
4.2.1 Å legge til rette for et offentlig ordskifte	32
4.2.2 Å komme til orde i det offentlige ordskiftet.....	34
4.2.3 Diskusjon.....	35
4.3 Hva skal til for å komme til orde?.....	37
4.3.1 Kriterier for å publisere	37
4.3.2 Strategier for å bli publisert.....	39
4.3.3 Diskusjon.....	41
4.4 utfordringer.....	42
4.4.1 utfordringer med å legge til rette for det offentlige ordskiftet	43
4.4.2 utfordringer med å komme til orde.....	45
4.4.3 Diskusjon.....	47
4.5 Redaksjonell omtale	48
4.5.1 Redaksjonell omtale og innsendte bidrag.....	48

4.5.2 Betydningen av redaksjonell omtale	49
4.5.3 Diskusjon.....	50
4.6 Enerett	51
4.6.1 Ønske om eksklusivitet	51
4.6.2 Er enerett et problem for debattantene?	53
4.6.3 Diskusjon.....	55
4.7 Betalingsmur	56
4.7.1 Hvorfor betalingsmur?	56
4.7.2 Er betalingsmur en utfordring for det offentlige ordskiftet?	57
4.7.3 Diskusjon.....	58
4.8 Sosiale medier	58
4.8.1 Hva gjør sosiale medier med det offentlige ordskiftet?	59
4.8.2 Hvilken betydning har sosiale medier for debattantene?	60
4.8.3 Diskusjon.....	63
4.9 Utlandet	63
4.9.1 Sammenligning med medievirkeligheten i andre land	64
4.9.2 Diskusjon.....	65
5.0 Oppsummering	66
5.1 Oppsummering av funn	67
5.2 Svar på problemstillingen.....	69
5.3 Frampek.....	70
Litteratur.....	71
Vedlegg1 Intervjuguide.....	74
Vedlegg 2 Samtykkeskjema	75
Vedlegg 3 Meldeskjema	79
Vedlegg 4 Kategorier (Øyeblikksbilde fra prosessen)	80

1.0 Innledning

Mange tror at det er lett å komme til orde i 2023. Alle har jo tilgang til internett gjennom en mobiltelefon, et nettbrett eller en laptop, og alle kan jo da si det de vil. Med tekst, bilde, video eller lyd. Det er isolert sett riktig at alle kan si det de vil. Men blir alle hørt? Poenget med å komme til orde er kanskje ikke bare å få utløp for egen frustrasjon gjennom å gi uttrykk for sin egen mening eller sine egne følelser, men ofte også et ønske om å bli hørt. Å få lov til å legge frem saklige argumenter i håp om at andre skal bli overbevist, å samle flere meningsfeller til en opposisjon, eller kanskje å påvirke beslutningstagerne til å votere i samsvar med sitt syn. Alle kan kanskje si hva de vil, men alle blir ikke nødvendigvis hørt. For å bli hørt er det ikke nok å si det man vil, man må også si det på en slik måte at man blir lyttet til. Ikke ved å snakke høyere, men ved å legge frem argumentene på en saklig måte. For å oppnå dette er det nødvendig å ha *en felles offentlighet* hvor man kan sette frem *kritiserbare ytringer*. For selv om man legger frem argumentene på en saklig måte, er det likevel ikke sikkert at det blir sett eller hørt av særlig mange. Alle kan si hva de vil på sosiale medier, men det er lett å drukne i informasjonsmengden på internett. *Det er blitt lettere å si noe, men vanskeligere å bli hørt* (Gripsrud, 2017, s. 28, s. 51). Hvis man ønsker å snakke til et stort publikum og bli sett og hørt av mange, er det de redigerte nasjonale mediene som gjelder. Men i de nasjonale mediene er det ikke slik at alle kan si hva de vil. Der er det tvert imot slik at det er mange som ønsker å komme til orde, men ikke alle som slipper gjennom, fordi mediene selv bestemmer hvilke bidrag som skal på trykk. Denne oppgaven handler om hvordan det offentlige ordskiftet blir ivaretatt i nasjonale medier.

1.1 Bakgrunn

Mange av de som kjemper om oppmerksomheten opplever at det å komme til orde i lokale medier er overkommelig, mens det å komme til orde i regionale eller nasjonale medier er vanskelig, for ikke å si umulig. Uansett om man tar kontakt med mediene for å tipse om en sak som kan føre til redaksjonell omtale eller om man sender inn et bidrag selv i form av et leserinnlegg, et debattinnlegg, et essay eller en kronikk, er det ofte stor forskjell på hva som skal til for å bli publisert i en lokalavis og hva som skal til for å bli publisert i nasjonale medier.

Et eksempel på dette kan være kampen for lokalsykehusene, hvor mange ulike enkeltpersoner, pressgrupper og organisasjoner har engasjert seg for å beholde sykehus og sykehusfunksjoner rundt omkring i landet. Der har det ofte lyktes å komme til orde i lokale medier, mens det har vært vanskelig å komme til orde i nasjonale medier. En organisasjon som Bunadsgeriljaen har brukt mye ressurser på nettopp å komme til orde i nasjonale medier og få aksept for at kampen om lokalsykehusene ikke bare er en lokal kampsak, men også én stor nasjonal sak. Dette er et godt eksempel fordi det ofte vil være slik at lokale medier dekker prosessen som leder frem til at lokalsamfunnet mister grunnleggende funksjoner innenfor spesialisthelsetjenesten, samtidig som det er mindre selvsagt at andre medier dekker det samme. For at det skal være aktuelt for nasjonale medier å dekke «sykehussaken» i Nordmøre og Romsdal eller på Helgeland, må man først plassere saken i en ramme som er relevant nasjonalt (Dommerud, 2019, Bjørnstad, 2020).

Et annet eksempel kan være vindmøllene på Fosen, hvor det er åpenbart at saken har interesse i det berørte lokalsamfunnet, men også er en sak med nasjonale konsekvenser. Det tok imidlertid lang tid før saken vekket nasjonal interesse, til tross for at det forelå en avgjørelse i høyesterett som fastslo at urbefolkningens rettigheter var blitt krenket (Adresseavisen, 2023).

Samtidig som det har vært utfordrende å komme til orde i nasjonale medier, er det langt enklere, og har blitt utbredt å ytre seg i sosiale medier. Mange organisasjoner og pressgrupper danner egne grupper på sosiale medier som brukes til å mobilisere, informere og påvirke (Enjolras et al., 2013, s. 91 - 110). Det er imidlertid flere begrensninger og utfordringer med den ordvekslingen som finner sted på sosiale medier som gjør at slike plattformer ikke kan sidestilles med redaktørstyrte medier. Denne utfordringen med å komme til orde i det offentlige ordskiftet som finner sted i nasjonale redaktørstyrte medier har ligget til grunn for min interesse for dette temaet, og det er dette engasjementet som har ledet meg frem til denne oppgaven.

1.2 Avgrensning og problemstilling

Temaet for oppgaven er å komme til orde i det offentlige ordskiftet. Som jeg allerede har nevnt er det forskjell på det å kunne si hva man vil og det å bli hørt. Skal man bli hørt er man avhengig av å ytre seg på en plattform hvor man blir sett, og gjerne på en plattform hvor man blir sett av andre enn sine egne meningsfeller, aller helst også av noen som har innflytelse.

Mengden av informasjon som finnes i de uredigerte sosiale mediene er en faktor som tilsier at de sosiale mediene er lite egnede plattformer for et *offentlig ordskifte som alle kan ta del i*. Selv om man legger til grunn at de sosiale mediene i utgangspunktet er åpne for alle, er det likevel en betydelig begrensning i at de enkelte plattformene aktivt må oppsøkes av den enkelte aktør som ønsker å ta del i ordskiftet. En annen begrensning som ligger i det ordskiftet som finner sted i sosiale medier, er at ordskiftet ofte foregår i egne grupper. Noen ganger er gruppene lukket, men selv når gruppene er åpne, er det algoritmene som bestemmer hva man får se hvis man ikke aktivt oppsøker de aktuelle gruppene og går inn i dem for å ta del i ordskiftet (Enjolras et al., 2013).

Denne oppgaven vil på bakgrunn av dette ikke undersøke det mulighetsrommet som ligger i å ytre seg i sosiale medier eller andre plattformer som ikke er styrt av en redaktør. I den grad sosiale medier er et berøringspunkt er det snarere et premiss som ligger til grunn for oppgaven at kvaliteten på den delen av det offentlige ordskiftet som finner sted på plattformer som ikke er underlagt redaksjonell styring har betydelige begrensninger. Det kan være interessant å undersøke om dette er et premiss som er valid, men dette blir altså ikke ettergått i denne oppgaven.

Det som jeg vil ta for meg i oppgaven er muligheten til å komme til orde i de nasjonale redigerte mediene, og jeg vil forsøke å belyse dette temaet både fra medienes perspektiv og fra perspektivet til noen av de som gjerne vil komme til orde. Problemstillingen for oppgaven blir som følger:

– Hvordan blir det offentlige ordskiftet ivaretatt i nasjonale medier?

For å besvare problemstillingen vil jeg gjennomføre dybdeintervju med debattredaktører i noen av de største avisene, og jeg vil også gjennomføre dybdeintervju med representanter for noen av de gruppene som forsøker å komme til orde.

1.3 Tidligere forskning

Bernard Enjolras et al. (2013) har redegjort grundig for hvordan sosiale medier påvirker samfunnsengasjement, demokratisk deltakelse og offentligheten. Boken *Liker - liker ikke* tar utgangspunkt i empiriske undersøkelser av hvordan nordmenn bruker sosiale medier, og hvordan den offentlige debatten arter seg i sosiale medier. Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø (2016) tar for seg kommentarjournalistikk i boken *Kommentaren - en sjanger i endring*. Kommentarjournalisten har riktignok en egen plattform å ytre seg på, men i sammenheng med det å *komme til orde* er det interessant at selv kommentatorene i regionale medier påpeker at det er vanskelig å få oppmerksomhet nasjonalt, og at de nasjonale mediene er *nærsynte og navlebeskuende* (Mathisen & Morlandstø, 2016, s. 75). Boken tar for seg kommentaren som journalistisk sjanger og hvilken rolle sjangeren spiller i mediene, og har både en teoretisk og en forskningsbasert del. I boken *Lokale medier - Samfunnsrolle, offentlighet og opinionsdanning* tar de samme forskerne (Mathisen & Morlandstø, 2018) for seg den lokale og regionale journalistikken, og diskuterer medienes rolle i et demokratisk perspektiv.

Alt dette er interessante perspektiver som på mange måter kommer i berøring med temaet for denne oppgaven. Jeg kan imidlertid ikke se at noen har undersøkt muligheten for å komme til orde i nasjonale medier med egne innsendte bidrag, og det er derfor et relevant tema som kan være av interesse både i et overordnet og teoretisk perspektiv, det kan være av interesse for mediene og det kan være av interesse for de som gjerne vil komme til orde. Min ambisjon er med andre ord å øke kunnskapen om de mekanismene som bidrar til eller hemmer det offentlige ordskiftet i samfunnet.

For øvrig viser jeg til teorikapitlet og litteraturlisten for ytterligere fordypning, i tillegg til referanser i teksten.

1.4 Struktur

I andre kapittel presenterer jeg relevant teori. Mye av teorien bygger på Jürgen Habermas og hans teorier, så jeg starter med en kort innledning om Jürgen Habermas. Deretter tar jeg for meg de mest relevante teoriene til Habermas; borgerlig offentlighet, kommunikativ handling og deliberativt demokrati. Jeg tar for meg begrepene demokrati, ytringsfrihet og det offentlige

ordskiftet, så sier jeg litt om avisene før jeg avslutter teorikapitlet med temaet sosiale medier. I tredje kapittel legger jeg frem og begrunner valg av metode, og i fjerde kapittel presenterer og diskuterer jeg hvilke funn jeg har gjort. I femte kapittel oppsummerer jeg oppgaven.

2.0 Teori

Denne oppgaven tar utgangspunkt i en forståelse av at et velfungerende demokrati er avhengig av et offentlig ordskifte hvor alle innbyggere har anledning til å ta del i ordskiftet, samtidig som ordskiftet består av kritiserbare ytringer som alltid kan utfordres av *kraften i det bedre argument*. Denne forståelsen bygger først og fremst på Jürgen Habermas teorier om borgerlig offentlighet, kommunikative handlinger og deliberativt demokrati.

Jürgen Habermas har et svært omfattende forfatterskap bak seg, og har en til dels krevende språkføring (Aakvaag, 2008, s. 172). I tillegg til å gå gjennom Habermas' egne bøker *Kommunikativ handling, moral og rett* og *Borgerlig offentlighet*, har jeg derfor også støttet meg på andres tekster om Habermas. Det omfattende forfatterskapet kan være lett å gå seg bort i, så jeg har gått inn for å begrense meg til det som er relevant for oppgaven.

Det vil også være relevant å si noe både om demokrati, om ytringsfrihet og om medievirksomheten, uten nødvendigvis å se absolutt alt utelukkende gjennom Habermas' briller. Til det siste er det også relevant å si noe om sosiale medier. Det er muligheten til å ytre seg i redaktørstyrte medier som er tema for oppgaven, men det er likevel relevant også å ha ordskiftet i sosiale medier i bakhodet, med de fordelene og ulempene som følger av det. Det er en tilnærming som også flere av informantene er inne på. Det er også et poeng at det ikke er vanntette skott mellom de ulike mediene, men snarere et samspill hvor de ulike mediene virker inn på hverandre.

Den teorien som er lagt til grunn for metode og analyse blir behandlet i metodekapitlet, og blir derfor ikke referert her.

2.1 Jürgen Habermas - bakgrunn

Jürgen Habermas ble født i Tyskland i 1929. Han avla doktorgrad ved universitetet i Bonn i 1954, og leverte sin andre doktorgrad i Frankfurt i 1961. Denne avhandlingen, -

Strukturwandel der Öffentlichkeit, eller *Borgerlig offentlighet* på norsk, - er begynnelsen på et svært omfattende forfatterskap som i betydelig grad dreier seg om Habermas interesse for språklig samhandling, offentlighet og demokrati. Et grunnleggende prinsipp for Habermas er *kraften i det bedre argument*, som er utgangspunktet for språklig formidlet samhandling. Det å prøve å overbevise hverandre med bedre argumenter er den eneste legitime måten vi kan påvirke hverandre på, og dette er da et prinsipp som forekommer både på individnivå i hverdagslivet og på samfunnsnivå eller institusjonsnivå. Fra 1956 - 1959 var Habermas assistent for Theodor W. Adorno ved Institut für Sozialforschung i Frankfurt, som sammen med Max Horkheimer er sett på som en av de fremste representantene for førstegenerasjonen kritisk teori, også kalt Frankfurterskolen. Habermas tok over Horkheimers professorat ved Universitetet i Frankfurt i 1964. Habermas var professor ved Universitetet i Frankfurt i mesteparten av sin karriere, og er og har vært ansett som ledende representant for det som kan kalles andregenerasjonen i kritisk teori (Eriksen og Weigård, 1999, s. 11, Lysaker og Aakvaag, 2007, s. 7 - 9).

2.2 Borgerlig offentlighet

Habermas åpner avhandlingen sin om borgerlig offentlighet med å diskutere begrepene *offentlig* og *offentlighet*. Han refererer til at vi tenker på arrangementer som offentlige når de er tilgjengelige for alle, i motsetning til lukkede selskap. Men samtidig påpeker Habermas at når vi snakker om offentlige bygninger er det ikke nødvendigvis slik at de offentlige bygningene er tilgjengelig for allmennheten. Offentlige bygninger er offentlige som følge av de statlige institusjonene som er lokalisert i bygningene, og er dermed offentlige fordi staten er den offentlige myndigheten som er ansvarlig for å ivareta den offentlige felles velferden for alle borgere. En annen mulig betydning og bruk av ordet offentlig er det representative elementet av offentlighet slik det brukes for eksempel ved en offentlig mottakelse (Habermas, 2002, s. 1). Habermas fortsetter med å si at den vanligste bruken av ordet offentlighet er i forbindelse med et offentlig publikum eller en offentlig mening, som gjerne henger sammen med publisitet og å publisere. Ut fra dette slutter Habermas at det er publikum som bærer den offentlige mening (Habermas, 2002, s. 2). Habermas skiller mellom det åpne og offentlige publikum og det lukkede private, men utleder at offentligheten oppstår når private *samler seg til publikum*. Det kan for eksempel skje når private samler seg til publikum og avkrever et svar eller en uttalelse fra en offentlig myndighet, når publikum samler seg rundt en taler eller

skuespiller, eller også når et lesende publikum leser en tekst. Habermas mener at det her er snakk om et dømmende publikum, og at alt som blir gjenstand for publikums dom også oppnår publisitet, altså at det blir offentlig kjent (Habermas, 2002, s. 24). Den foreløbige konklusjonen er at den borgerlige offentlighet er *den sfære der privatfolk samles til publikum*. Dette utgjør da en offentlighet som er legitimert av øvrigheten, og som publikum ifølge Habermas straks gjør krav på for å konfrontere de offentlige myndighetene (Habermas, 2002, s. 25). Habermas peker på kaffehusene som både i England og i Frankrike vokste frem mellom 1680 og 1730 som tidlige eksempler på at både aristokrater og borgerlige intellektuelle samlet seg til en kritisk offentlighet, først med litterær kritikk og senere med politisk kritikk (Habermas, 2002, s. 30). Eriksen og Weigård beskriver offentlighet som at *likeverdige borgere samler seg til et publikum og setter sin egen dagsorden gjennom fri kommunikasjon* (Eriksen og Weigård, 1999, s. 236). Videre er det karakteristisk at denne formen for offentlighet er *statsfri, sekulær og rasjonell*. En interessant sammenligning mellom dagens samfunn og samfunnet i det gamle Athen, er at borgerne i det gamle Athen samlet seg på torget for å diskutere hva som skulle utføres, før de flyttet seg til folkeforsamlingen som beslutningstagere. Dermed var det ikke noen egentlig forskjell på deliberasjon og det å fatte beslutninger. Dette er forskjellig fra debatten i dagens samfunn, hvor man forutsetter en rasjonell debatt, og hvor man må resonnerer seg frem til oppslutning for sitt syn (Eriksen og Weigård, 1999, s. 237). Aakvaag (2008) beskriver Habermas' offentlighetsforståelse som *det rom hvor borgernes samtale om felles anliggender føres*. I dagens samfunn er det media som utgjør de viktigste formene for offentlighet. Idealet er såkalt herredømmefri dialog, som innebærer at alle skal kunne delta på lik linje, ingen tema skal være unntatt fra diskusjonen, og det er bare kraften i det bedre argument som er egnet til å bestemme hva som kan anses som borgernes felles stemme, eller altså den offentlige mening (Aakvaag, 2008, s. 189). Det er også viktig å tilføye at Habermas konkluderer med at offentligheten har mistet mye av sin kritiske funksjon, både som følge av fremveksten av ulike interesseorganisasjoner, som følge av økt konkurranse mellom partiene, som følge av politisk propaganda, markedsføring og det som Habermas karakteriserer som *kulturindustri*. Habermas advarer om at offentlige budskap brukes til å manipulere heller enn å opplyse (Eriksen og Weigård, 1999, s. 18).

2.3 Kommunikativ handling

I 1981 publiserte Jürgen Habermas tobindsverket *Theorie des kommunikativen Handelns*, eller *Den kommunikative handlingsteori*. Den kommunikative handlingsteorien er et ambisiøst forsøk på å lage en generell samfunnsteori, som tar utgangspunkt i arbeidet til mange andre sosiologer og filosofer (Eriksen og Weigård, 1999, s. 20). En generell utfordring med å danne en teori er balansegangen mellom å utforme teorien slik at den ikke blir for kompleks, komplisert og u håndterlig, men samtidig utforme den slik at den er relevant. Med den kommunikative handlingsteorien ønsker Habermas både å gå i bredden og i dybden, utfordringen er at det går på bekostning av *enkelhet, eleganse og presisjon* (Eriksen og Weigård, 1999, s. 21). Habermas legger til grunn et rasjonalitetsbegrep som skiller mellom tre forskjellige virkelighetsforståelser eller *verdener*: Den objektive, den sosiale og den subjektive verden (Eriksen og Weigård, 1999, s. 46, Habermas, 1999, s. 38 - 60). Den objektive verden tar utgangspunkt i at aktøren forholder seg til faktiske forhold, objektive fakta. Den sosiale verden tar utgangspunkt i normative forhold, det vil si at aktøren vil forholde seg til visse normer i samhandling med andre aktører, slik at vi kan forvente en viss adferd som tar utgangspunkt i dette. Den subjektive verden tar utgangspunkt i aktørens indre, personlige opplevelser, holdninger og tankeverden, men samtidig holdes døren åpen for at aktøren selv velger hvilken side av seg selv som presenteres for omverdenen, og dessuten at aktøren selv kan være offer for et selvbedrag i den forstand at aktøren oppriktig tror at hen har andre ønsker, følelser og holdninger enn hen i virkeligheten har (Eriksen og Weigård, 1999, s. 46 - 49). Teorien bak begrepet kommunikativ handling bygger på at språk- og handlingskompetente subjekter vil forsøke å finne frem til en felles forståelse eller et felles utgangspunkt. Denne forståelsen bygger på den objektive, den sosiale eller den subjektive verden. Aktørene kan dermed fremsette *kritiserbare ytringer*. Kritiserbare ytringer betyr at ytringene enten blir akseptert som gyldige, eller at andre deltagere i interaksjonen kan bestride at ytringene er gyldige. For at samtalen skal være meningsfull, hevder Habermas videre at aktøren må oppfylle tre krav i sin kommunikasjon; at ytringen er sann, at ytringen er normativt riktig, og at ytringen er ment slik den er formulert (Eriksen og Weigård, 1999, s. 54 - 55, Habermas, 1999, s. 57). Den kommunikative handlingsteorien blir beskrevet som en generell samfunnsteori, men mer spesifikt er det borgernes mulighet til å ha innflytelse på det samfunnet de bor i ved å ta del i en offentlig diskusjon som er kjernen både i den kommunikative handlingsteorien og i offentlighetsbegrepet. Ørstavik (2007) beskriver det godt når han sier at det sentrale i Habermas' filosofi er at grunnlaget for demokratisk politikk

er ideen om en rasjonell offentlig diskusjon. For at en kommunikatív handling skal være rasjonell, må likestilte parter enten akseptere eller avvise overbevisende argumenter (Ørstavik, 2007, s. 160 - 161).

2.4 Deliberativt demokrati

Et sentralt poeng ved det deliberative demokratiet er at det forutsetter kommunikative handlinger der alle har anledning til å ta del i det offentlige ordskiftet (Eriksen og Weigård, 2016, s.151).

Habermas tar utgangspunkt i begrepet deliberativt demokrati, men det er ikke Habermas som har introdusert begrepet. John Dewey bruker begrepet i boken *The Public and its Problems* fra 1927, og Deweys poeng her er at det ikke er tilstrekkelig at det er flertall for en beslutning. I forkant av en beslutning har det allerede vært en del kommunikasjon, og de voterende må ha en viss felles enighet på forhånd. I alle fall må de være enige om hva de eventuelt er uenige om, hva de skal votere over og hva de ulike alternativene innebærer, og voteringsorden. Både Edmund Burke og John Stuart Mill har hevdet at det er den offentlige debatten og forpliktelsen om det felles beste som i realiteten styrer stemmegivningen (Eriksen og Weigård, 1999, s. 152). Selv om det er beslutningstagerne som formelt sett fatter beslutningene, vil offentlig debatt og kritikk bidra til å bedre informasjonsgrunnlaget og å ansvarliggjøre beslutningstagerne. Sammen med regelmessige valg og konkurranse mellom partiene vil dette bidra til at samfunnets interesser blir ivaretatt og at beslutningstagerne lytter til folkets vilje.

Litt satt på spissen kan man skille mellom to ulike demokratiidealer. Noen vil hevde at demokratiet er best ivaretatt ved at beslutninger blir votert over i folkevalgte forsamlinger. Dette kalles ofte et flertallsstyre. Vårt representative demokrati er også et slikt flertallsstyre. I denne sammenhengen står den republikanske tradisjonen for et annet demokratiideal, hvor deltagelse er vel så viktig som voteringene. Idealet her er at det er folket selv som må gi seg selv lover, og at det er diskusjon som danner grunnlaget for beslutningene. Habermas tar til orde for en tredje tilnærming. Ved hjelp av teorien om kommunikatív handling legger han frem et alternativ som han kaller en *diskursteoretisk deliberativ demokratimodell*. Tanken er at borgerne styrer seg selv gjennom lovgivningsprosesser hvor det eneste legitime utfall er det utfallet som kan få alles bifall (Eriksen og Weigård, 1999, s. 151 - 154).

Ifølge Holst (2007, s. 96) mener Habermas at *politiske beslutninger er legitime dersom de kan rettfærdiggjøres som fornuftige i en diskusjon blant berørte personer som anerkjenner hverandre som frie og like, og som er sikret de grunnleggende rettighetene en slik anerkjennelse forutsetter*. Det ideelle målet slik Habermas beskriver det er en *rasjonell konsensus* som oppnås ved at aktørene overbeviser hverandre om den beste løsningen ved hjelp av argumenter. Mindretallet må ofte akseptere flertallsbeslutninger, men Habermas mener altså at flertallsbeslutninger bare er legitime dersom alle kan ta del i det offentlige ordskiftet på like vilkår. Demokratiske beslutninger har bare foreløpig gyldighet, og kan alltid bli utfordret av bedre argumenter. Grunntanken bak deliberativt demokrati er at borgerne selv skal begrunne de lovene de er underlagt ved hjelp av rasjonelle argumenter og forhandlinger. Dette kan også beskrives som at alle medlemmene i samfunnet sammen diskuterer seg frem til løsninger. Demokratiet er avhengig av at innbyggerne har mulighet til å stadig etterprøve alle beslutninger (Fjørtoft, 2007, s. 134 - 155).

2.5 Demokrati

Det finnes mange definisjoner på demokrati. Selve ordet demokrati betyr folkelig styre, og ble først brukt om styringsformen i bystater i Hellas (Hovde et al., 2022). Demokrati eller folkestyre som statsform innebærer at folket styrer gjennom sin stemmerett, enten gjennom direkte innflytelse eller gjennom representativt demokrati, det vil si at folket velger representanter som skal ivareta folkets stemme. Det er ulike syn på hvor stor betydning den forutgående diskusjonen har i forhold til selve voteringen. I liberal og pluralistisk teoritradisjon er det stemmegivningen som er viktigst. Målet er å finne kompromisser gjennom formelle voteringsprosedyrer. Vårt demokrati blir i en slik sammenheng omtalt som et flertallsstyre (Eriksen og Weigård, 1999, s. 151).

Habermas kaller flertallsprinsippet en *betinget enighet*, og finner støtte for dette synet i arbeidet til Julius Fröbel. Ifølge Eriksen og Weigård, (1999, s. 227) sier Fröbel at flertallsprinsippet finnes fordi det er behov for å få fattet et vedtak, men at dette prinsippet bare blir akseptert av mindretallet fordi de vet at de kan ta opp saken på nytt senere. Mindretallet gir slik sett ikke etter for flertallet, de gir ikke opp, og endrer ikke sitt syn.

Mindretallet aksepterer bare tapet fordi de vet at de har mulighet til å vinne frem med sitt syn ved en senere anledning.

Men demokrati kan tolkes på flere måter. Østerud et al. (2003) setter opp fire ulike tolkninger, der demokrati kan være en statsform med folkestyre, rettigheter i en rettsstat, aktiv deltagelse, eller et felles verdigrunnlag med en grunnleggende tillit til borgernes mulighet til medvirkning. De fire tolkningene utelukker ikke hverandre, det er tvert imot sammenheng mellom dem. Demokratiet som statsform forutsetter en rettsstat hvor innbyggerne har grunnleggende rettigheter. De fleste er nok også enige i at aktiv deltagelse er en styrke for demokratiet, og det er også en forutsetning for demokratiet at borgerne har et felles verdigrunnlag der demokratiet inngår, i det minste må man være enige om grunnleggende prinsipper. Men samtidig som de fire tolkningene til en viss grad er sammenfallende og i samsvar med hverandre, er det også en viss motsetning eller i det minste *spenning* mellom demokrati som statsform og de tre andre tolkningene. Vi ser at handlingsrommet for de folkevalgte organene blir mindre når rettigheter blir implementert i lovverket, når det blir inngått overnasjonale avtaler og når det blir vedtatt lover som delegerer myndighet til statlige foretak eller andre uavhengige forvaltningsselskaper. Det er de folkevalgte som vedtar lover, som ratifiserer avtaler og som overfører myndighet, men innenfor rettsstatens rammer er det likevel slik at de folkevalgte ved å vedta lover i slike sammenhenger også reduserer sitt eget handlingsrom og sin egen innflytelse, og dermed reduserer de også innbyggernes innflytelse. Dersom innbyggerne opplever at de har mindre innflytelse kan det føre til økt engasjement, men det økte engasjementet kan gi seg uttrykk i ulike former, både aksjoner, demonstrasjoner og organisering i ulike pressgrupper, men også kommunikasjon og lobbyvirksomhet. Dette er en utvikling som er i samsvar med synet på at demokrati innebærer deltagelse (Østerud et al., 2003, s. 19 - 23).

2.6 Ytringsfrihet

Gripsrud (2017) påpeker at demokratiet som styringsform baserer seg på at borgerne har en del grunnleggende rettigheter i samfunnet. En av de viktigste forutsetningene er ytringsfrihet. Samfunnsdeltagerne må ha mulighet til å ytre seg uten å være redd for å si hva de mener eller å bli straffet for det de sier. Samtidig er det et vesentlig poeng at for å bidra til en opplyst debatt, må alle også ha tilgang til informasjon, slik at de kan bygge opp og understøtte

synspunktene sine basert på et best mulig kunnskapsgrunnlag. Innbyggerne, - eller samfunnsdeltagerne, - må dermed ha både ytringsfrihet og informasjonsfrihet. Tanken bak og kampen for ytringsfrihet og informasjonsfrihet er mange hundre år gammel, og opphavet er kampen for å frigjøre vitenskapen fra religiøse dogmer, som igjen førte til opplysningstiden fra ca. 1700. Opplysningstidens idealer tok utgangspunkt i at mennesket er ansvarlig for seg selv og samfunnet vi lever i (Gripsrud, 2017, s. 29 - 31).

Selv om ytringsfriheten er en naturlig og nødvendig del av demokratiet, er det likevel ikke slik at ytringsfrihet og demokrati til alle tider har hatt en sammenfallende utvikling. Alle ytringer har ikke alltid blitt akseptert. Ytringsfrihet har også hatt litt ulike begrunnelser, ut fra hvilken tenkning som har ligget til grunn. I Norge har Ytringsfrihetskommisjonen nedsatt i 1999 i hovedsak bygget sitt arbeide på tysk tenkning, fra Kant til Habermas. Et annet viktig poeng i den skandinaviske og franske tradisjonen, er at staten og det offentlige har en rolle i finansiering og kvalitetssikring av det offentlige ordskiftet (Jakobsen, 2016, s. 89 - 90).

I dag tar vi retten til å ytre seg for gitt, men slik var det ikke da Grunnloven ble vedtatt i 1814, og § 100 allerede da fastslo at «*Frimodige Ytringer om Statsstyrelsen og hvilkensomhelst anden Gjenstand ere Enhver tilladte*». Grunnloven fastsatte også trykkefrihet, at stortinget skulle holdes for åpne dører, og at alle forhandlinger som fant sted i stortinget skulle kunngjøres på trykk (Johansen, 2017, s. 118, Jakobsen, 2016, s. 181).

Selv om den norske Grunnloven av 1814 i utgangspunktet kanskje var Europas frieste, inneholdt Grunnloven en rekke unntak fra trykkefriheten. Trykkefriheten gjaldt ikke den som viser «*Ulydighed mod Lovene, Ringeagt mot Religionen, Sædelighed eller de constitutionelle Magter, Modstand mod dissers Befalinger*». Disse begrensningene i trykkefriheten ble ikke opphevet før i 2004 (Jakobsen, 2016, s. 185).

Ytringsfrihetskommisjonen har begrunnet ytringsfriheten med tre prinsipper som ligger til grunn for Grunnlovens «nye» § 100 som ble vedtatt i Stortinget i 2004: Sannhetsprinsippet, demokratiprinsippet og autonomiprinsippet. Sannhetsprinsippet innebærer bl.a. at sannheten forutsetter en meningsutveksling der fremsatte påstander blir korrigert i konfrontasjon med andre meninger og motargumenter. Demokratiprinsippet betyr at viktige samfunnsprosesser må være offentlige, og at det må være fri meningsutveksling i forkant av valg og viktige beslutninger. Ytringsfrihetskommisjonen har videre presisert at de kommunikative eller deliberative aspektene ved demokratiet er like viktige som demokratiske beslutningsprosedyrer. Autonomiprinsippet tar utgangspunkt i individets frie

meningsdannelse, som innebærer at individet gjennom sosialisering eller gjennom dannelse må ha en viss kompetanse for å kunne fungere som autonomt individ i samfunnet. En del av denne kompetansen oppnås gjennom å høre andres argumenter og å innta deres perspektiv (Gripsrud, 2017, s. 29 - 31). Så er det et vesentlig poeng som det er lett å glemme at ytringsfrihet forutsetter dannelse og folkeopplysning. Vi har lov til å ytre oss, men det betyr ikke at vi trenger å brøle, og det betyr heller ikke at vi er nødt til å ytre oss, på samme måte som ingen selvfølgelig er nødt til å publisere det vi formidler (Jakobsen, 2016, s. 338 - 343).

2.7 Det offentlige ordskiftet

Det finnes veldig få generelle studier av hvilken rolle det offentlige ordskiftet faktisk spiller i politiske prosesser. Det er gjort en del undersøkelser på om meningsmålinger har effekt, men meningsmålinger klarer i liten grad å fange opp det offentlige ordskiftet, meningsmålinger teller egentlig bare opp individuelle private meninger (Gripsrud, 2017, s. 35). I et offentlig ordskifte er det et viktig poeng at det ikke bare er én taler som prøver å overbevise en annen og omvendt, - eller for den del flere debattanter som prøver å overbevise hverandre. I det offentlige ordskiftet vil det også være tilhørere, og det å overbevise tilhørerne er kanskje både viktigere og ikke minst mer sannsynlig enn at debattantene skal klare å overbevise hverandre. Det er vanskelig å påvise om og når det offentlige ordskiftet fungerer. Spørsmålet er ikke nødvendigvis om aktører gjennom sin argumentasjon har fått gjennomslag overfor det politiske systemet, men om man kan påvise at de rasjonelle argumentene har nådd gjennom. Hvis politiske beslutninger blir tatt på bakgrunn av gode argumenter, - og ikke på bakgrunn av innflytelsen fra sterke grupper, strategiske aktører og politikernes forsøk på å vinne velgerne over på sin side, - da har vi en offentlighet og et offentlig ordskifte som fungerer (Eriksen og Weigård, 1999, s. 246 - 248).

Det offentlige ordskiftet kan finne sted i flere sammenhenger og på flere plattformer. Det er tidligere vist til at offentligheten som et minimum skal være tilgjengelig for alle, og Habermas beskriver offentligheten som *den sfære der privatfolk samles til publikum*. Kaffehusene som vokste frem mellom 1680 og 1730 i England og i Frankrike er tidlige eksempler på en kritisk offentlighet (Habermas, 2002, s. 25 - 30). Et enda tidligere eksempel er når borgerne i det gamle Athen samlet seg på torget for å diskutere hva som skulle utføres før de flyttet seg til folkeforsamlingen som beslutningstagere. (Eriksen og Weigård, 1999, s. 237).

Vår tids ekvivalent til kaffehusene, - eller torget i det gamle Athen, - kan kanskje være arrangerte folkemøter for å diskutere en sak eller for å arrangere en debatt knyttet til et forestående valg eller kanskje en folkeavstemming. Men i dagens samfunn er offentligheten mye nærmere enn som så, i dagens samfunn er mange av oss koblet på offentligheten idet vi våkner om morgenen og like før vi sovner om kvelden. Gripsrud (2017) sier det slik:

Så snart nordmenn flest kommer seg opp av sengen i de tusen hjem, sjekker de Facebook, skrur på radio eller tv, finner fram en avis, gjerne på internett, via mobil eller laptop. Gjennom disse morgenritualene kopler de sine private liv og hjem opp mot det mangfoldige fenomenet vi kaller «offentligheten»: Et imaginært felles rom, en allmenning, for informasjonsinnhenting, kulturopplevelser og samtale, hvor de fleste i en eller annen forstand tilbringer store deler av døgnet

(Gripsrud, 2017, s. 15).

I dag har vi altså mange ulike plattformer som representerer «offentligheten», og følgelig mange plattformer for *det offentlige ordskiftet*. Vi kan skille mellom den redigerte offentligheten, som kan beskrives som alle redaktørstyrte medier på den ene siden, og sosiale medier og andre publikasjoner som ikke har en redaktør på den andre siden. Det er muligheten til å komme til orde i de redaktørstyrte mediene som er tema her, og da spesielt hvordan de redaktørstyrte mediene legger til rette for ordveksling i form av innsendte bidrag. Med utgangspunkt i dette er det avisene som er mest relevante. Både radio og TV har selvfølgelig debatter på sendeflaten, men selv om det finnes både innringningsprogram og andre former for interaksjon mellom seere/lyttere og etermediene, er dette flater hvor aktørene i hovedsak blir invitert inn. Det er imidlertid relevant å nevne fenomenet sosiale medier og de fordelene og ulempene som følger av muligheten til å ytre seg med sosiale medier som alternativ plattform til de redaktørstyrte mediene.

2.8 Avisene

De første avisene var småbedrifter. Eieren, utgiveren eller forleggerens interesse var rent forretningsmessig, og virksomheten begrenset seg til innsamling og organisering av nyhetene.

Dette endret seg når nyhetspressen utviklet seg til en meningspresse. Avisene gikk fra nyhetspublikasjon til å bli meningsbærere, ledere av den offentlige meningen og også kampmiddel i partipolitikk. Dette innebar også at det ble behov for en redaksjon (Habermas, 2002, s. 169).

På 1500-tallet kom det ut orienteringsblader i Italia som inneholdt nyheter om de kongelige, ulykker og prisen på varer. Disse bladene kom ut i begrenset opplag, og var beregnet på offentlig høytlesning. På slutten av 1600-tallet kom det ut aviser, ukeblader og tidsskrifter i England, Tyskland og Frankrike. De første avisene som kom ut i Norge ble i hovedsak ugitt i København, men det fantes noen få trykte håndskrevne nyhetsbrev i Norge allerede på 1600-tallet. I 1701 fikk avisene forbud mot å kommentere eller å gi uttrykk for meninger eller synspunkter. I løpet av 1760-årene ble det etablert norske aviser i flere byer. Innholdet var stort sett Annonser, kunngjøringer, priser og nyheter fra andre aviser, men avisene kunne også gi spalteplass til fabler, noveller, fortellinger og enkelte leserinnlegg. I 1770 ble det innført trykke-frihet i Danmark-Norge, og dette førte både til en økning i antall tidsskrifter og ikke minst til en liten revolusjon i ytringer. Avisene publiserte ikke regimekritikk, men tidsskriftene kunne gjøre det. Tidsskriftene publiserte også stadig flere leserbrev (Dørum, 2017, s. 72 - 76).

På 1800-tallet utviklet de norske avisene seg i stor grad til meningsorganer. Fra først og fremst å være organer for kunngjøringer, ble avisene organer for meninger. Etterhvert som de politiske partiene ble etablert, ble de fleste avisene tilsluttet et parti, og fra 1880-tallet til 1970-tallet var 90 % av det samlede avisopplaget partiaviser. At det oppsto et nært forhold mellom politikk og politisk journalistikk førte til at debattene i Stortinget ble fulgt opp eller også inspirert av debatten i avisene. Men utover 1950- og 1960-tallet ble de nære forholdene mellom parti og aviser problematisk for ytringsfriheten. De fleste avisene var partiaviser for enten Høyre, Venstre eller Arbeiderpartiet, og opposisjonen til venstre for Arbeiderpartiet hadde problemer med å komme til orde. For partiavisene hadde partitilhørigheten betydning både for hvilke meninger som ble forfektet på lederplass og hvilke saker og vinklinger som ble valgt. Et viktig spørsmål knyttet til ytringsfrihet er om borgerne både har mulighet til å skaffe seg pålitelig informasjon og om de har anledning til å ytre seg. Dette er også et spørsmål som er relevant å stille i lys av at mange aviser i denne perioden var partiaviser. Svaret er todelt, på den ene siden kan man si at det kan være vanskelig å komme til orde i aviser med en spesiell partitilhørighet med meninger og argumenter som ikke er i samsvar med avisens ståsted. Samtidig er det likevel slik at arbeiderbevegelsens utvikling førte til at

mange nye grupper i samfunnet fikk tilgang til en offentlig plattform med sine stemmer. Innskrenkningen i muligheten til å ytre seg lå innenfor de begrensningene som fulgte av at individet ble avhengig av å engasjere seg i partipolitikk for å ha mulighet til å påvirke offentligheten. I de siste tiårene har båndene mellom partiene og avisene stort sett blitt borte. Det har ført til større redaksjonell frihet, men samtidig har det kommersielle presset også blitt større. Økt digitalisering kan gjøre det enklere å skaffe til veie informasjon og å produsere kritisk journalistikk, men det er vanskelig å etablere gode forretningsmodeller for å tjene penger på nettbaserte aviser, samtidig som annonsemarkedet forskyves fra redigerte medier til algoritmestyrte medier. Kommersielle medier prøver å øke fortjenesten ved å redusere utgiftene til journalistiske ressurser, og mye av innholdsproduksjonen blir ren kopiering fra andre medier. Skillet mellom journalistisk innhold og betalt innhold kan også være i faresonen. Digitaliseringen har ført til et fragmentert medielandskap, og stemmene fra redigerte medier blir utfordret av sterke stemmer i sosiale medier (Jakobsen, 2016, s. 217 - 228). Frikoblingen fra de politiske partiene har ikke gjort massemediene uavhengige. De står riktignok friere rent politisk, men de er avhengig av økonomien og av markedet. Konkurransen om publikum har blitt skarpere, og antall brukere har betydning for de viktige annonseinntektene (Østerud et al., 2003, s. 129 - 130). Et tilstrekkelig økonomisk fundament er en forutsetning både for at pressen skal kunne holde seg med en redaksjonell autonomi og for at pressen skal prioritere journalistikk i samsvar med samfunnsoppdraget. En utbredt bekymring er knyttet til at den digitale medievirkeligheten gir redaksjonene rask og presis tilbakemelding på hvilke saker som vekker lesernes interesse. For å lese en sak må leserne klikke seg inn på saken, mange nettaviser prioriterer saker ut fra hvor mange klikk de kan forvente, heller enn å prioritere ut fra nyhetsverdi eller samfunnsrelevans. Det er ikke nytt at redaksjonene prøver å vekke leserens interesse, men sammenhengen mellom vinkling, oppmerksomhet og annonseinntekter er mye større i den digitale verden enn i den analoge verden (Lavik et al., 2017, s. 559 - 569).

2.9 Sosiale medier

Denne oppgaven er avgrenset til det å komme til orde i det offentlige ordskiftet i redigerte medier, og dette delkapitlet om sosiale medier kan derfor fremstå som en liten digresjon. Det er imidlertid relevant å vise til sosiale medier som en alternativ kanal for å kunne ta del i det offentlige ordskiftet, og det er også interessant at sosiale medier kan være et verktøy eller en

katalysator for å komme til orde i de redigerte mediene. Det er ikke vanntette skott mellom mediene, - journalister og redaktører er også på sosiale medier. De redigerte mediene plukker derfor også tidvis opp saker og ytringer fra sosiale medier, og bidrar til å forsterke debatter, meninger og ytringer som har sitt utspring der. Brukerne av sosiale medier plukker på sin side opp stoff fra de redigerte mediene, og liker, deler og kommenterer på sosiale medier (Enjolras et al., 2013, s. 31, s. 35). Det er også interessant å merke seg at også regionavisene opplever at det er vanskelig å komme til orde nasjonalt, og at internett og sosiale medier kan være med på å endre premissene for den offentlige debatten ved at det blir lettere å nå ut i en større nasjonal offentlighet (Mathisen & Morlandstø, 2018, s. 75, Mathisen & Morlandstø, 2016, s. 108).

Det finnes mange plattformer på internett som går under betegnelsen sosiale medier, og det som kjennetegner dem er at det på ulikt vis er mulig å samhandle med andre. Med tanke på å ytre seg i det offentlige ordskiftet er det nok blogger og mikroblogger som Twitter og sosiale nettverkssider som Facebook som er mest relevant, men det er også mulig å ytre seg på innholdsfelleskap som f.eks. YouTube. Andre underkategorier av sosiale medier er samarbeidsprosjekt som Wikipedia, virtuelle spillverdener som World of Warcraft, og virtuelle sosiale verdener som Second Life (Enjolras et al., 2013, s. 11).

En mye diskutert problemstilling er om fremveksten av internett og/eller sosiale medier har ført til økt demokratisering. Dersom det er tilfelle kan det for eksempel innebære at flere tar del i den offentlige debatten, eller at flere tar del i samfunnspolitiske aktiviteter. Sosiale medier kan bidra til at nye grupper kommer til orde, at etablerte grupper får større oppmerksomhet, og at det blir lettere å mobilisere og å engasjere seg. Men sosiale medier kan også føre til elitedannelse, fragmentering eller passivisering gjennom at aktivt engasjement blir byttet ut med en følelse av å ha bidratt til en sak bare fordi man har vist støtte gjennom å like eller dele saken i sosiale medier. En slik passiv form for involvering på bekostning av aktivt engasjement kalles «*slacktivism*», sammensatt av ordene *slack*, som betyr *slapp*, og *activism* eller *aktivisme* på norsk (Enjolras et al., 2013, s. 20, s. 30, s. 92 - 93).

Nettverkene i sosiale medier fungerer slik at man raskt blir koblet sammen med veldig mange andre. Hvert enkelt individ har forbindelse med mange andre individer og grupper, og infrastrukturen fungerer slik at man raskt oppnår betydelig rekkevidde. At det er få ledd mellom et individ og et stort nettverk kalles «*liten verden-effekten*». En annen effekt av nettverkshierarkiet er «*rike-bli-rikere-effekten*». Det er en betegnelse som beskriver hvordan

de algoritmene som bestemmer hvilke treff man får i en søkemotor og hvilke innlegg som får best synlighet i sosiale medier virker. Algoritmene favoriserer tidligere søk, treff og visninger, og de favoriserer dessuten treff som er sammenfallende med interaksjon i eget nettverk. I praksis betyr det at alt som allerede har mange visninger får enda bedre synlighet, mens det som har mindre synlighet får færre visninger. De mange mulighetene til interaksjon på internett og i sosiale medier gir alle mulighet til å delta, men måten nettverkene og algoritmene fungerer på kan også føre til en fragmentert offentlighet der et helhetlig bilde og en felles samtale mangler. Hvis likesinnede samler seg i egne grupper og stort sett bare utveksler meninger og argumenter med hverandre, kan man få en *ekkokammereffekt* hvor alle er enige med hverandre innad i meningsfellesskapene. Alle kan ytre seg, men det mangler en åpen meningsbrytning (Enjolras et al., 2013, s. 26 - 30). Samtidig kan disse selvforsterkende effektene føre til større uenighet mellom ulike grupper i samfunnet når disse meningene møtes. Det er en tendens som åpner for større grad av polarisering, eller *balkanisering*. Balkanisering er et uttrykk for sterk enighet innad i en gruppe, kombinert med manglende innsikt i, forståelse for og tillit til andre grupper eller individer utenfor egen gruppe (Enjolras et al., 2013, s. 31, s. 112, Gripsrud, 2017, s. 28). En annen utfordring er at det kan se ut som at internett kan virke forsterkende på ulikheter i engasjement, altså at de som allerede er engasjert blir mer engasjert, mens de som ikke er engasjert i utgangspunktet heller ikke blir mer engasjert (Enjolras et al., 2013, s. 31). Alt i alt kan man oppsummere med å si at med internett og sosiale medier har det blitt lettere å komme til orde, men selv om det i prinsippet er lett å ytre seg, er det vanskelig å bli hørt (Gripsrud, 2017, s. 28, s. 51).

En effekt som må omtales helt til slutt er muligheten for å mobilisere gjennom sosiale medier, og muligheten til å danne nettverk og sosial kapital. Et annet poeng som følger av dette er at de sosiale mediene gir mulighet for gjennomslag i offentligheten, både gjennom informasjonskaskader og ikke minst ved at ytringer i sosiale medier blir plukket opp av de redigerte mediene (Enjolras et al., 2013, s. 31 - 35).

3.0 Metode

3.1 Valg av forskningsdesign

Utgangspunktet for oppgaven er å finne ut hvordan det offentlige ordskiftet blir ivaretatt i nasjonale medier. Jeg har snevret inn dette ved å konsentrere meg om innsendte bidrag. Dermed har jeg utelukket debattprogrammer i radio og TV, og jeg har utelukket redaksjonelle nyhetssaker. Jeg har vurdert ulike tilnærminger for å kunne få svar på problemstillingen. Med en kvantitativ tilnærming kunne jeg undersøkt hvor mange innsendte bidrag debattredaksjonene i de nasjonale mediene mottar, og sammenholdt det med mengden publiserte kronikker, innlegg og leserbrev. Jeg kunne også valgt en kvalitativ tilnærming hvor jeg foretok en analyse av de publiserte bidragene, eller jeg kunne sammenlignet publiserte bidrag i redigerte medier med innlegg publisert i sosiale medier, enten gjennom en kvalitativ tekstanalyse eller gjennom en kvantitativ innholdsanalyse hvor jeg sammenlignet tematikk, vinkling og mengden publiserte innlegg. Alle disse alternativene kunne sagt noe om *hva* som faktisk blir publisert, men ikke så mye om *hvorfor* eller *hvordan* ordskiftet blir ivaretatt. Jeg har allerede i utgangspunktet en formening om at det kan være en utfordring å komme til orde i nasjonale medier. Det kunne sikkert vært interessant å få den teorien bekreftet, men det jeg egentlig er interessert i å finne ut av, er altså *hvordan* det offentlige ordskiftet blir ivaretatt i nasjonale medier. For å kunne svare på det har jeg funnet ut at jeg må henvende meg til de som har svaret, det vil si at jeg må henvende meg til de som faktisk bestemmer hva som blir publisert, de som foretar en vurdering av innsendte bidrag og tar en beslutning på hva som skal publiseres og hva som skal forkastes. I tillegg har jeg hatt en klar formening om at jeg også må snakke med *den andre parten*, det vil si de som ønsker å komme til orde. Jeg ville gjerne vite *hvordan det offentlige ordskiftet blir ivaretatt i nasjonale medier*, - fra medienes perspektiv, og fra perspektivet til de som kjemper om å komme til orde.

Med dette utgangspunktet har jeg valgt å gjennomføre dybdeintervju for å besvare problemstillingen.

En kvalitativ tilnærming, - og et intensivt design, - egner seg godt når man gjerne vil gå i dybden og få nyanserte beskrivelser av et fenomen (Jacobsen, 2015, s. 133). Med god dialog med informanten er det videre et viktig poeng at det i kvalitative intervju er mulig å få informasjon som det ikke har vært mulig å ha kjennskap til på forhånd (Tjora, 2017, s. 30, 31). Målet er en fri samtale der informanten kan reflektere over egne meninger og erfaringer.

Det optimale er å bruke åpne spørsmål som inviterer til digresjoner fra informantens side (Tjora, 2017, s. 113, 114).

3.2 Utvelgelse

Det er de nasjonale mediene som velger ut hva de vil publisere, og det er derfor representanter for de nasjonale mediene som vil være best egnet til å besvare problemstillingen. Men likevel er det også interessant å belyse hvordan dette oppleves fra den andre siden av bordet. De som strever med å komme til orde, de som kjemper om oppmerksomheten i en stadig større medievirkelighet hvor de risikerer å forsvinne i en nærmest ubegrenset mengde av informasjon. Som bakteppe til de planlagte intervjuene med representanter for de nasjonale mediene ville jeg derfor også finne frem til noen få utvalgte talspersoner eller representanter for saker, grupper eller organisasjoner som ønsker å komme til orde, for å undersøke hvordan de opplever problemstillingen, og hvilke strategier de eventuelt bruker for å komme til orde i det offentlige ordskiftet. Selv om de nasjonale mediene kan si noe om hvordan de ivaretar ordskiftet, er det jo ikke sikkert at de som kjemper for å komme til orde har den samme opplevelsen eller oppfatningen som mediene har.

3.3 Redaktørene

Den viktigste delen av denne oppgaven har vært å belyse hvordan nasjonale medier ivaretar det offentlige ordskiftet. For å kunne besvare dette har det vært helt avgjørende å få representanter for de nasjonale mediene i tale. I utvelgelsen av hvilke nasjonale medier jeg ønsket å inkludere har jeg lagt til grunn at de aktuelle mediene må tilby en flate for å publisere innsendte bidrag som del av det offentlige ordskiftet. Det har dessuten vært viktig å velge medier som henvender seg til og er tilgjengelig for et stort publikum. I utvelgelsen har jeg tatt utgangspunkt i de ti største avisene i landet (Medienorge, 2023). Jeg har ekskludert de fem regionavisene i oversikten, siden det viktigste utvelgelseskriteriet er nasjonale, det vil si riksdekkende medier. Jeg har derimot ønsket å inkludere minst en såkalt meningsbærende avis (Høst, 2022, s. 72, 73), da de gjerne har en uttalt intensjon om å bidra til ordskiftet fra en gitt meningsbærende posisjon, og har derfor valgt å inkludere Klassekampen. I tillegg til Klassekampen har jeg valgt de to største avisene, VG og Aftenposten. Siden oppgaven dreier

seg om det offentlige ordskiftet, har jeg bedt debattredaktørene i de tre avisene i utvalget om å stille til intervju. Jeg hadde i forkant en liten bekymring knyttet til om jeg kunne få travle redaktører fra store aviser til å ta seg tid til å stille opp på intervju, men alle de tre debattredaktørene ga uttrykk for at dette var en spennende og viktig oppgave, og stilte derfor opp til intervju.

3.4 Debattantene

Utvelgelsesprosessen til den andre gruppen av informanter var ikke like selvsagt. Det er veldig mange grupper å velge mellom; organisasjoner, talspersoner og enkeltpersoner som kjemper om oppmerksomhet og som kjemper om å komme til orde i det offentlige ordskiftet. Det kunne gjøre det vanskelig å gjøre et utvalg. Det som overrasket meg i denne delen av prosessen, var at mange av de som åpenbart bruker mye tid og ressurser på å få oppmerksomhet om sin sak, faktisk ikke var så interessert i å bruke tid og ressurser på å få snakke om saken sin og utfordringene med å komme til orde da de ble kontaktet. Men ett aspekt som kunne gjøre det enklere å foreta en innsnevring i denne gruppen, - og også å få informanter til å stille opp, - var å ta utgangspunkt i noen av de som på et eller annet vis har lyktes i å komme til orde. Fordelen med å konsentrere meg om de som har kjempet om oppmerksomheten og lyktes, er at de kanskje kan si noe både om hva som er utfordringen med å komme til orde og hva de selv har gjort for å lykkes med å komme til orde. I starten på denne prosessen brukte jeg mitt eget nettverk og min egen kjennskap til ulike grupper, og så tok jeg i bruk snøballmetoden, på den måten at jeg ba alle jeg var i kontakt med om å tipse meg om andre personer, grupper og organisasjoner som kunne være aktuelle. Jeg fant da forholdsvis fort frem til Bondeopprøret og Barselopprøret. Begge disse gruppene besvarte mine henvendelser raskt, og sa umiddelbart ja til å stille opp.

Mens jeg arbeidet med denne oppgaven var det også en sak som plutselig fikk mer oppmerksomhet i mediene enn den hadde hatt tidligere, nemlig saken om vindmøllene på Fosen. Høyesterett fastslo høsten 2021 at vedtaket om å gi konsesjon til vindkraftutbygging på Fosen var ugyldig fordi samenes menneskerett til å utøve sin kultur var krenket. Både Adresseavisen og andre lokale medier har fulgt saken i lang tid, men selv ikke etter at høyesterett fastslo menneskerettighetsbrudd fattet nasjonale medier interesse for saken (Adresseavisen, 2023). I mars 2023 tok imidlertid samiske aktivister fra den kulturpolitiske

organisasjonen NSR-Nuorat og Natur og ungdom seg inn i Olje- og energidepartementet i protest mot at vindturbinene ikke er revet og at landet ikke er tilbakeført til reindriften, og dette førte til at oppmerksomheten i nasjonale medier ble vekket (NTB, 2023). Jeg tok kontakt med artist og aktivist Ella Marie Hætta Isaksen som en av de som hadde frontet denne saken, og fikk også et intervju med henne.

3.5 Planlegging og gjennomføring av intervju

I forkant av intervjuprosessen hadde jeg bestemt meg for hvilke grupper av informanter jeg ville ha. Jeg hadde bestemt meg for informanter som kunne uttale seg om temaet på bakgrunn av sin egen rolle, og som dermed ville ha et grunnlag for å uttale seg. Dette utgjør da et strategisk utvalg (Tjora, 2017, s. 130, Thagaard, 2013, s. 60). Jeg startet prosessen med å sende en forespørsel på e-post til de tre debattredaktørene. Tilnærmingen til den andre gruppen av informanter var litt mer tilfeldig, fordi kontaktopplysninger ikke var like lett tilgjengelig for alle interessegruppene. Jeg hadde heller ikke spisset utvalget like mye som for debattredaktørene, så jeg valgte å henvende meg til flere mulige informanter, slik at jeg kunne ende opp med et tilgjengelighetsutvalg (Thagaard, 2013, s. 61). Jeg sendte derfor forespørsel ved hjelp av chatte-tjenesten Messenger til noen av de som jeg ønsket å opprette kontakt med, mens jeg sendte forespørsel på e-post til mulige informanter med kjent e-postadresse. Mange av de som jeg tok kontakt med på Messenger responderte ganske raskt, men uten at det førte til avtaler om intervju. Noen svarte at de ikke hadde tid, noen henviste meg videre til andre som jeg heller burde snakke med, og noen var rett og slett ikke interessert. Alle de informantene som til slutt takket ja til å delta hadde jeg kontaktet på e-post, og alle informantene som stilte opp har det til felles at de responderte raskt og positivt. Det er også interessant at alle de informantene som svarte raskt og positivt, er informanter som har lyktes godt med å komme til orde. Det kunne slik sett vært interessant å få noen av de som *ikke* har lyktes med å komme til orde i tale, for også å få tak i deres historie, men det lot seg altså ikke gjøre.

Dybdeintervju blir vanligvis sett på, - og omtalt som, - intervjuer som foregår ansikt til ansikt. Det alternativet som blir omtalt som en mindre ønsket metode, men som man av praktiske og økonomiske hensyn likevel noen ganger må ta til takke med, er å intervju over telefon. Årsaken til at man vanligvis vil unngå å måtte gjennomføre intervju på telefon, er bl.a. at man

mister mulighet til å bruke og tolke kroppsspråk og at man ikke har øyekontakt (Tjora, 2017, s. 169). Intervjuene i denne undersøkelsen ble imidlertid gjennomført våren 2023, like etter covid-19-pandemien. I forbindelse med covid-19-pandemien oppsto det et raskt, uventet og betydelig behov for å kunne kommunisere digitalt, etter som pandemirestriksjonene hindret fysisk møtevirksomhet. Dette førte til at mange raskt ble fortrolig med å bruke digitale plattformer som Teams, Zoom, Facetime og Google Meets til å kommunisere med, både 1-1 og i større møter. Alle disse plattformene overfører både lyd og video. Jeg inviterte derfor informantene til intervju via Teams, både fordi det var tids- og ressursbesparende for meg selv og fordi jeg antok at det også var enklere for informantene. Det gikk fint å gjennomføre intervjuene digitalt, og jeg har også inntrykk av at alle informantene var fortrolig og avslappet med dette. Det skal sies at alle informantene også er mer enn gjennomsnittlig kjent med og antagelig fortrolig med en intervjusituasjon, og at de også gjennom pandemien nok har blitt fortrolig med å kommunisere digitalt om de ikke allerede var det. Alle intervjuene unntatt ett ble gjennomført på Teams, både fordi jeg selv har tilgang til en betalt pro-versjon av Teams, og fordi det er den plattformen jeg selv er mest vant til å bruke. Det ene intervjuet som ikke ble gjennomført på Teams ble gjennomført på Google Meets, fordi det viste seg at informantens brannmur ikke tillot ham å logge inn på Teams. Å gjennomføre intervjuene på Teams var også en fordel med tanke på opptak. Alle informantene ble spurt om de var komfortable med at det ble gjort opptak av intervjuet, og alle samtykket til det. Pro-versjonen av Teams gjorde det mulig å foreta opptak direkte i Teams, og det gjorde det enklere å få et opptak med god kvalitet. På intervjuet som ble gjennomført på Google Meets ble jeg nødt til å bruke en annen applikasjon, men dette fungerte også greit.

Det var viktig for meg at informantene kunne snakke mest mulig fritt og legge frem sine egne tanker om temaet. Idealet er å legge til rette for en fri samtale der informanten kan reflektere over egne tanker, erfaringer, meninger og holdninger (Tjora, 2017, s. 113, 114). Samtidig som det var viktig å la informantene komme med sine egne tanker om temaet, er det viktig å ha lagt en plan på forhånd, både for å pense informantene inn på de temaene man ønsker å undersøke og fordi informantene gjerne kan ha en viss forventning til hvordan intervjuet skal foregå. Det er også viktig å sørge for at informantene er avslappet og trygg i situasjonen, og det er også en god grunn til selv å fremstå som trygg og godt forberedt. Jeg har derfor tatt utgangspunkt i en delvis strukturert intervjuguide (vedlegg 1) der jeg hadde forberedt noen tema på forhånd, men hvor jeg lot samtalen bestemme rekkefølge (Thagaard, 2013, s. 98). I mange tilfeller gikk samtalen naturlig i en slik retning at temaene kom opp uten at jeg

behøvde å styre samtalen i særlig grad. Informantene tok også opp tema som ikke var planlagt på forhånd, og dette ga også verdifull informasjon. Som jeg har vært inne på tidligere er alle informantene mer enn vanlig kjent med intervjusituasjonen, og dette kan jo ha bidratt til at alle informantene slappet av og følte seg trygg på situasjonen.

3.6 Etiske betraktninger

Alle informantene i denne oppgaven er viktige stemmer i kraft av sin egen rolle i egen organisasjon og/eller i kraft av den eller de sakene de målbærer. Det gir derfor ikke noen mening å prøve å anonymisere informantene, de ville uansett vært mulig å identifisere gjennom den organisasjonen eller den saken de representerer.

Dette er også informantene kjent med, og alle har samtykket til å stille opp¹.

Det er imidlertid slik at det ikke er informantenes identitet som har interesse for oppgaven, men den rollen de har, og den stemmen de har i kraft av sin rolle. I oppgaven er det deres *samlende stemmer* som har betydning. Det er ikke hvem som sier hva som er viktig, men den historien som informantene forteller, både det de er samstemte om, og for så vidt det de forteller enkeltvis, men da også som én informant av flere.

I analysen refererer jeg derfor ikke til hvilken informant fra hvilken organisasjon som sier hva. Dette er ikke fordi informantene har reservert seg mot det, men fordi det ikke er relevant. Det som jeg har vurdert som interessant og relevant, er hvilke utsagn som går igjen hos flere informanter, hva de er enige om, hvilke utsagn som skiller dem og hvilke utsagn enkelte informanter eventuelt er enige om. Utvalget av debattredaktører er ment å være representativt for de større nasjonale mediene, og det er denne representasjonen som er interessant, ikke hva hvert enkelt mediehus måtte mene som enkeltstående organisasjon. Utvalget av *de som kjemper for å komme til orde* er ment å gi et bilde av de gruppene, organisasjonene og enkeltpersonene som har det til felles at de kjemper for noe de tror på og som derfor kjemper for å komme til orde i det offentlige ordskiftet.

Intervjuene er transkribert og alle informantene har fått sitatsjekk, det vil si at de har fått anledning til å se gjennom den teksten som jeg har utledet fra de transkriberte intervjuene som

¹ Debattredaktør i Aftenposten Erik Tornes, debattredaktør i VG Hans Petter Sjøli, kronikk- og debattredaktør i Klassekampen Tollef Mjaugedal, artist og aktivist Ella Marie Hætta Isaksen, bondeopprører Tor Jacob Solberg, nestleder i Barselopprøret Cecilia Ingulstad

jeg har tenkt å bruke i oppgaven. De er selvfølgelig også informert om at de når som helst kan trekke seg fra å delta. De har fått tilsendt samtykkeskjema (vedlegg 2) som de har signert. Oppgaven er dessuten meldt til NSD (vedlegg 3).

3.7 Pålitelighet, gyldighet og generalisering

Pålitelighet, eller reliabilitet, blir ofte beskrevet som sannsynligheten for at en annen forsker som bruker de samme metodene ville kommet frem til samme resultat. Det er uenighet knyttet til om det er mulig å oppnå pålitelighet i form av repliserbarhet i kvalitativ forskning, fordi forskeren ikke kan opptre i en uavhengig relasjon til informantene. En mulig løsning som skisseres er å dele inn pålitelighet i ekstern og intern pålitelighet, hvor ekstern pålitelighet er knyttet til repliserbarhet og intern pålitelighet er knyttet til om forskere kan oppnå samsvar i datakonstruksjonen gjennom å rapportere hvordan datainnsamling og analyse gjennomføres mest mulig konkret og spesifikt (Thagaard, 2013, s. 202). Jeg vil argumentere for at denne oppgaven er både internt og eksternt pålitelig, men den ene delen av undersøkelsen er mer pålitelig enn den andre. Ikke bare er undersøkelsen pålitelig fordi fremgangsmåten er nøyaktig beskrevet, men fordi jeg mener at denne oppgaven er repliserbar. Informantene har fått sitatsjekk, og det er overveiende sannsynlig at informantene ville svart det samme i en annen undersøkelse. Når det gjelder de informantene som representerer de nasjonale mediene ville undersøkelsen vært repliserbar også uten at de ble navngitt. Dersom utvelgelsen hadde vært basert på de samme kriteriene ville det gitt de samme informantene. Når det gjelder den andre gruppen er den eksterne påliteligheten mindre sikker. Årsaken til det, er at en ny undersøkelse kunne endt opp med andre informanter. Antallet mulige informanter i denne gruppen er også veldig mye høyere enn det første utvalget.

Gyldighet handler om tolkning av data, eller gyldigheten av forskerens tolkninger.

Gyldigheten henger sammen med om undersøkelsen representerer den virkeligheten som vi har studert (Thagaard, 2013, s. 204). Tjora (2017, s. 231, 232) sier at gyldighet handler om den logiske sammenhengen mellom prosjektets utforming og funn og de spørsmålene man ønsker å finne svar på, eller om de svarene vi finner faktisk er svar på de spørsmålene vi stiller. Jacobsen (2015, s. 90, 91) sier at intensive opplegg som studerer mange nyanser med få enheter er virkelighetsnære, og derfor vil ha høy gyldighet. Intern gyldighet er om vi har fått tak i det vi har ønsket å få tak i, og ekstern gyldighet er om vi kan overføre det vi har

funnet til andre sammenhenger (Jacobsen, 2015, s. 228). Jeg vil argumentere for at det i alle fall er intern gyldighet i denne undersøkelsen. Problemstillingen er hvordan det offentlige ordskiftet blir ivaretatt i nasjonale medier. I undersøkelsen har noen av de som faktisk har dette som sitt daglige virke i noen av de største nasjonale mediene svart på nettopp det. I tillegg har noen av de som ønsker å komme til orde gitt svar på det samme ut fra sitt perspektiv. De nasjonale mediene slik jeg har definert det er et relativt begrenset antall, og ut fra svarene fra de tre representantene som utgjør det strategiske utvalget her kan man anta at i alle fall noen av de svarene som er sammenfallende, også ville vært sammenfallende om man utvidet utvalget eller gjorde et nytt utvalg. Hvis man legger det premisset til grunn, er det også ekstern gyldighet ihvertfall i denne gruppen av informanter. Det er også en del sammenfallende utsagn i den andre gruppen, og det antyder at det kan være ekstern gyldighet også i denne gruppen. Denne gruppen er imidlertid et begrenset utvalg av en mye større gruppe, og det er dermed mindre sikkert at akkurat de informantene jeg har snakket med vil ha et sammenfallende syn med mange andre. Ikke minst må det tas høyde for at de informantene jeg har snakket med i denne gruppen har et sammenfallende trekk som skiller dem fra mange andre. De informantene jeg har intervjuet i denne gruppen er informanter som har lyktes med å komme til orde. Hvis jeg skulle forsket videre på dette temaet, ville jeg på bakgrunn av dette tatt utgangspunkt i en antagelse om at de som ikke har lyktes i like stor grad med å komme til orde kan ha et annet perspektiv. Man kan da enten dele opp gruppen av de som ønsker å komme til orde i to, en som har lyktes og en som ikke har lyktes, og så kan man anta at det kan være ekstern gyldighet i den ene gruppen isolert sett, mens det ikke er grunnlag for å mene noe om hvorvidt det er ekstern gyldighet i begge gruppene av de som ønsker å komme til orde. Hvis man foretar denne inndelingen er jeg trygg på at jeg har fått tak i de riktige kildene i gruppen *debattredaktører i nasjonale medier*, og jeg er trygg på at jeg har fått tak i de relevante kildene i gruppen av *de som ønsker å komme til orde og har lyktes med det*.

Generalisering kan dreie seg om enten statistisk generalisering eller teoretisk generalisering. Statistisk generalisering vil si at vi mener at det som vi har funnet ut om et utvalg også gjelder for hele populasjonen som utvalget kommer fra. Teoretisk generalisering betyr at det vi finner ut med utgangspunkt i et begrenset utvalg observasjoner kan bidra til å etablere en generell teori om hvordan virkeligheten ser ut og hvordan ting henger sammen. Intensive opplegg går som nevnt tidligere i dybden, og undersøker mange nyanser ved få enheter. Det gjør slike

studier virkelighetsnære, og i tillegg til å gi høy intern gyldighet vil det også gjøre dem godt egnet til teoretisk generalisering (2015, s. 90, 91).

3.8 Transkribering

Jeg valgte som allerede nevnt å transkribere intervjuene mest mulig ordrett, men på normert bokmål. Jeg har ikke gjort noe forsøk på å transkribere dialekt, eller gjort noe forsøk på å transkribere lyder eller notere ned kroppsspråk. I stedet har jeg forsøkt å tilstrebe noenlunde nærhet i tid, jeg har forsøkt å gjennomføre transkribering uten at det gikk alt for lang tid etter intervjuene. Som jeg har nevnt tidligere har jeg også inntrykk av at alle informantene er noenlunde kjent med og komfortabel i intervjusituasjonen, og alle har dermed uttrykt seg ganske klart og utvetydig og uten tegn til nøling eller usikkerhet. Det har derimot vært flere eksempler på at tankerekken har vandret ganske langt ut fra utgangspunktet, men uten å forlate temaet. Disse digresjonene har vært verdifulle.

4.0 Analyse og diskusjon

Etter å ha transkribert intervjuene leste jeg gjennom dem, og merket meg interessante sekvenser som jeg merket som ulike *koder*. Selv om jeg hadde forberedt meg til intervjuene ved å utarbeide intervjuguide med ulike tema, og selv om jeg selv hadde gjennomført intervjuene, prøvde jeg å nærme meg det transkriberte materialet på en mest mulig åpen måte, slik at jeg kunne bruke en strategi med åpen koding. På den måten er det datamaterialet som er utgangspunktet for kodene (Thagaard, 2013, s. 158, 159). Datamaterialet kunne avdekke begrepsbruk knyttet til teorien som lå til grunn for undersøkelsen, noe som tilsier en deduktiv tilnærming, men det kunne også avdekke begreper som kom frem ved å tolke innholdet, altså en induktiv tilnærming (Thagaard, 2013, s. 161).

Målet var å sammenligne informasjon fra de ulike informantene, både innad i samme gruppe og mellom de to gruppene. Det var derfor hensiktsmessig med en temasentrert tilnærming, der jeg utarbeidet kategorier som kunne representere de temaene som jeg fant i datamaterialet (Thagaard, 2013, s. 182). Jeg tok utgangspunkt i de kodene som jeg hadde merket meg i teksten, og så prøvde jeg å sette sammen koder som lignet hverandre til kategorier som kunne

gi mening samlet. De fleste kategoriene passet godt innbyrdes i de to gruppene. Deretter satte jeg opp en matrise der jeg kunne se de ulike kategoriene for de to gruppene av informanter, slik at jeg kunne se om det ville gi mening å gruppere noen av kategoriene (vedlegg 4). Jeg fant ut at det for eksempel ville gi mening å sammenligne kategoriene «ansvar/rolle» og «tilrettelegging» fra redaktørgruppa med kategorien «å komme til orde» fra debattantgruppa, og å sammenligne kategorien «kriterier» fra redaktørgruppa med kategorien «strategi» fra debattantgruppa. Jeg ville gjerne se om det var mulig å samordne kategorier fra de ulike gruppene som kunne passe sammen, fordi det vil være meningsfullt og oversiktlig i analysen. I presentasjonen har jeg derfor også forsøkt å finne dekkende og opplysende samleoverskrifter. Da har jeg på en måte gått fra teori til empiri og tilbake til teori igjen, fordi mange av overskriftene samsvarer godt med de temaene som jeg hadde i bakhodet da jeg utformet intervjuguiden. Men et poeng som kan bidra til å forklare hvorfor det likevel er viktig å arbeide systematisk med koder og kategorier, er at opplysningene fra informantene sjelden fremkommer i strukturert og tematisk form. Derfor er det viktig å analysere materialet for å kunne sortere det på en meningsfull måte.

I de neste delkapitlene legger jeg frem det som informantene har fortalt meg, det vil si *funnene i datamaterialet*. Delkapitlene er tematisk ordnet, og jeg presenterer funn fra intervjuene med redaktørene først, så presenterer jeg funn fra intervjuene med debattantene, og så kommenterer jeg funnene til slutt i hvert delkapittel. Unntaket er det første og det siste delkapitlet, der det bare er redaktørene som uttaler seg om temaene.

Oversikt og sammenhengen mellom data og teori

Analyse	Teori
4.1 Ansvar	2.1 Jürgen Habermas - bakgrunn 2.2 Borgerlig offentlighet 2.3 Kommunikativ handling 2.4 Deliberativt demokrati 2.5 Demokrati 2.8 Avisene
4.2 Det offentlige ordskiftet	2.3 Kommunikativ handling 2.4 Deliberativt demokrati 2.8 Avisene
4.3 Hva skal til for å komme til orde?	2.3 Kommunikativ handling
4.4 Utfordringer	2.3 Kommunikativ handling 2.4 Deliberativt demokrati 2.6 Ytringsfrihet
4.5 Redaksjonell omtale	2.8 Avisene 2.9 Sosiale medier
4.6 Enerett	2.8 Avisene
4.7 Betalingsmur	2.8 Avisene
4.8 Sosiale medier	2.7 Det offentlige ordskiftet 2.9 Sosiale medier
4.9 Utlandet	2.7 Det offentlige ordskiftet 2.9 Sosiale medier

4.1 Ansvar

En av de viktigste oppgavene for et mediehus er å legge til rette for et offentlig ordskifte. I dette delkapitlet skal vi se på hvordan debattredaktørene selv oppfatter dette ansvaret.

4.1.1 Avisenes ansvar for det offentlige ordskiftet

Alle debattredaktørene gir uttrykk for at de redaktørstyrte mediene har en viktig oppgave i forbindelse med å ivareta den offentlige samtalen. To av informantene bruker begrepet speiling, i den betydningen at det er viktig å speile meningsmangfoldet eller at det er viktig å speile det samfunnet vi er en del av. Alle er opptatt av at det er viktig å ivareta bredden, og en av informantene sier at det er viktig i størst mulig grad å ha en inkluderende offentlighet. En annen informant peker på at det er viktig at så mange som mulig har mulighet til å melde sin interesse, å melde seg på eller å spille inn sine forslag, - og så er det debattredaktørenes ansvar å vurdere og å sile for å kunne speile samfunnet på en best mulig måte. En av informantene sier at den rollen og det ansvaret de redigerte mediene har nå er viktigere nå mer enn

noensinne på grunn av de sosiale mediene, der det er helt fritt og åpent og alle kan skrive det de vil. Informanten påpeker at de sosiale mediene kan føre til både en kakafoni og en skyttergravskrig, og mener at de redigerte mediene har en rolle å spille for å veie opp for det. Denne informanten gir også uttrykk for å være glad for at flere redaktørstyrte medier bruker tid og krefter på debatt. Han understreker at det er viktig at avisene skjønner at deres oppgave ikke bare er å bringe nyheter, underholdningsstoff og sport, men at de også har en viktig rolle å spille i den store demokratiske kulturen som er veldig viktig, og som er under press. Han sier at det er viktig å være bevisst på å spille en rolle som en plattform og som en aktør i den pågående demokratiske samtalen. Informanten sier videre at det er viktig å være til stede hele tiden, og at det er viktig å være på forskjellige nivåer. Han mener at de redaktørstyrte mediene er viktig både for politikere, for beslutningstagere og også for folk flest, for demokratiet og den demokratiske samtalen.

En av de andre informantene nevner også en problemstilling som er kjent fra sosiale medier, ved å fremheve at det er en viktig del av ansvaret å aktivt motvirke små og store ekkokammer.

To av informantene påpeker at det også er viktig å ikke bare si seg fornøyd med de innleggene som man tilfeldigvis måtte få inn, men at det også er en del av de nasjonale medienes rolle og ansvar å invitere inn stemmer og grupper med relevante problemstillinger for å favne om så mye som mulig, og blant annet aktivt å hente inn bidrag fra andre plattformer.

Den ene informanten beskriver den delen av ansvaret som å unngå at det blir en boblete offentlighet og å gjøre boblen så stor som mulig, - og at det i dette ansvaret også er et ansvar for å invitere og å drive inn stemmer og argumenter som er relevante. En annen informant beskriver dette ansvaret som forsøk på å utvide sin egen sfære og i størst mulig grad ha en inkluderende offentlighet. Denne informanten fremholder også betydningen av å ivareta både den politiske bredden og å utvide de politiske sirklene, og nevner i tillegg behovet for å invitere inn for eksempel religiøse institusjoner og stemmer av forskjellige slag.

Han nevner også betydningen av å inkludere folk som ikke er fra det han beskriver som det «proff-segmentet» som ofte kan definere og prege det offentlige ordskiftet. Denne informanten peker også på at det er viktig for de nasjonale mediene å treffe hele landet, og å være så åpne og demokratiske som mulig, noe han eksemplifiserer med dette utsagnet:

- *Der skal på en måte, en statsråd kunne snakke samtidig med en frisør fra Hokksund.*

4.1.2 Diskusjon

Det debattredaktørene sier om hvilket ansvar de redigerte mediene har for å ivareta det offentlige ordskiftet tyder på at det ihvertfall er både ønske og vilje til å gjengi et representativt bilde av offentligheten. Det er ikke sikkert de redigerte mediene har mulighet til å slippe til alle, men de er ihvertfall opptatt av at de som blir sluppet til kan være et representativt bilde på offentligheten, eller å speile offentligheten som det blir sagt. En av informantene legger vekt på å ha en inkluderende offentlighet, og en annen informant peker på at det er viktig at så mange som mulig melder seg på, - og så er det debattredaktørens ansvar å vurdere og å si for å kunne speile samfunnet på en best mulig måte. De sier også at de har et ansvar for *å invitere inn stemmer og grupper med relevante problemstillinger.*

Idealet til Habermas er at *alle skal kunne delta på lik linje, ingen tema skal være unntatt fra diskusjonen* (Aakvaag, 2008, s. 189). Det deliberative demokratiet forutsetter at alle har anledning til å ta del i det offentlige ordskiftet (Eriksen og Weigård, 2016, s. 151).

Sett opp mot idealet til Habermas er spørsmålet om det at alle kan sende inn et bidrag til avisene betyr at alle kan delta på lik linje. Det som vi i første omgang kan si, er at avisene ideelt sett er opptatt av at *alle skal være representert.*

Det kan også være verdt å dvele ved den definisjonen av demokrati som sier at demokrati innebærer deltagelse (Østerud et al., 2003, s. 19 - 23).

Så kan vi jo også huske at Habermas ikke bare sa at alle skal kunne delta, men at han også stilte krav til aktørene for at samtalen skal være meningsfull: *At ytringen er sann, at ytringen er normativt riktig, og at ytringen er ment slik den er formulert* (Eriksen og Weigård, 1999, s. 54). Vi skal komme tilbake til hvordan avisene vurderer hvem som skal slippe til, så da kan vi jo ha det litt i bakhodet til da.

I teorikapitlet så vi at en av utfordringene med sosiale medier er at likesinnede ofte samler seg i grupper og stort sett utveksler meninger med hverandre, slik at man kan få en ekkokammereffekt hvor alle stort sett er enige med hverandre (Enjolras et al., 2013, s. 26 - 30). Det er verdt å merke seg at informantene peker på de sosiale mediene når de reflekterer over sitt eget ansvar. De ordene som nevnes i sammenheng med sosiale medier er blant annet

kakafoni, skyttergravskrig og ekkokammer, og informantene mener altså at de redigerte mediene har en rolle å spille for å veie opp for slike effekter.

4.2 Det offentlige ordskiftet

I dette kapitlet skal vi se på hvordan informantene ser på det offentlige ordskiftet fra sine ulike perspektiv, og hvordan de selv tenker at de kan påvirke det.

4.2.1 Å legge til rette for et offentlig ordskifte

Først skal vi se på hvordan debattredaktørene forholder seg til det offentlige ordskiftet. Det er interessant å finne ut hva de generelt tenker om det offentlige ordskiftet, men aller mest interessant er det selvfølgelig å finne ut hva de tenker at de kan gjøre for å *legge til rette for et offentlig ordskifte som alle har anledning til å ta del i*, siden de er i en unik posisjon til å gjøre nettopp det.

En av debattredaktørene tydelig på at det er viktig at de har et redigert produkt:

- Det gjør innleggene mer interessante at det på en måte har vært en vurdering enn at det ikke har vært en vurdering. - Det gir jo et signal om at vi synes det er viktig på en eller annen måte, - det at vi har begrenset spalteplass i papir, og begrenset oppmerksomhet på nett, bidrar jo også til at det vi faktisk publiserer får mer oppmerksomhet enn om vi skulle hatt dobbelt så mange.

Videre sier denne informanten at resultatet hadde sett helt annerledes ut om forretningsideen hadde vært å publisere mest mulig. Men i stedet for å publisere mest mulig er det viktig å bidra til å løfte frem de diskusjonene man publiserer. Dersom publiserte innlegg fører til at de som skriver får satt i gang de diskusjonene de ønsker er det bra. Om de havner på Dagsnytt 18 eller om de blir diskutert i Stortinget, i et kommunestyre eller at det blir fulgt opp i andre debatter, så er det bra. Men det er også avhengig av at debattredaksjonene gjør en god jobb. Det lykkes ikke hvis debattredaksjonene gjør en for dårlig jobb med redigeringen. Hvis poengene ikke er tydelige nok, eller hvis de innsendte bidragene er skrevet litt uklart, så kan

debattredaksjonene bidra i redigeringen. Både seleksjon, utvelgelse og mengde er viktig. Han presiserer dette på denne måten:

– Du må ofre noe hvis du vil ha tid til å gjøre de tingene du gjør ordentlig, og det gjelder både på kommentarfelt og det gjelder debattinnlegg og kronikker.

En annen informant fokuserer mer på moderering av kommentarfeltene. Denne informanten mener at en viktig del av jobben er å tilrettelegge for et godt offentlig ordskifte:

– Luker ut hvis det blir bare tull, og det er ikke bare at folk blir forbanna og at folk skriver skal vi si krenkende ting, men det er også at folk begynner å tulle. Så det ødelegger en viktig debatt med bare tøys.

Denne informanten gir uttrykk for at det er en utfordring at ordvekslingen er så utrolig emosjonell hele tida, at frontene er så steinharde og at det er så vanskelig å finne en *common ground* å diskutere ut fra, for folk er så genuint uenige. Han utdyper:

– Så i noen sammenhenger skrur vi bare av de kommentarfeltene og tenker at det har ingen verdi for det blir bare - folk som roper til hverandre og skjeller ut hverandre, ikke sant, det er jo ikke vi interessert i å være en plattform for, da.

Informanten peker også på at overgangen fra papiravis til nett har vært og fortsatt er utfordrende, men at de gjør så godt de kan:

– Men målet er som jeg sa det er å være åpen og liberal og uforutsigbar og få folk som kommer fra helt forskjellige synspunkt og miljøer og sånt til å komme på trykk, da.

Informanten peker også på at det er et ressurs spørsmål, og at det er ganske krevende, både tidkrevende og mentalt krevende, å følge opp så godt som man ønsker.

En annen informant påpeker at måten de nasjonale mediene forholder seg til tilsvarsretten på også er en del av dette spørsmålet. Ikke bare at tilsvarsretten selvsagt også gjelder innsendte bidrag, men at det kan være riktig at debattredaksjonen aktivt oppsøker de som blir omtalt i innsendte bidrag og informere dem om at de er omtalt, og å spørre om de vil svare på omtalen.

En måte å legge til rette for det offentlige ordskiftet på kan være å veilede innsenderne.

En informant sier at de gjerne vil ha litt mer av kontroversielle eller litt «rare» ting som ligger og vaker litt under overflata, og er veldig tydelig på at det ikke er ønskelig å være noe sensurinstutt. Samtidig er han klar på at det selvfølgelig ikke er noen publiseringsplikt, og at det kommer inn mange innsendte bidrag som rett og slett ikke er bra nok. Informanten legger til at i slike situasjoner kan det være aktuelt å veilede innsender i å jobbe med tekst og med argumentasjon, og at det noen ganger kan være riktig å anbefale at det ikke blir lagt opp til et altfor polarisert utgangspunkt.

4.2.2 Å komme til orde i det offentlige ordskiftet

De redigerte mediene har en selvsagt oppgave i å legge til rette for det offentlige ordskiftet, men skal vi ha et offentlig ordskifte er vi også helt avhengig av aktører som vil ta del i det. Nå skal vi se på hvordan de som ønsker å komme til orde ser på det.

Alle debattantene som er med i dette utvalget har opplevd å lykkes med å komme til orde i nasjonale medier, både i form av egne innsendte bidrag og gjennom redaksjonell omtale. Det er viktig å være klar over at det finnes mange andre som prøver å komme til orde, men som ikke når gjennom.

Én av informantene er tydelig på at hun er kommet godt til orde, og har ikke noe å utsette på muligheten til å komme inn i avisene i form av egne innsendte bidrag. Hun er likevel tydelig på at det er stor forskjell på avisene, og mener at det kan ha noe både med størrelse, nedslagsfeltet og verdigrunnlag å gjøre. Hun opplever at det er vanskelig å bli publisert i Aftenposten, som hun vet får veldig mange innsendte bidrag. Hun opplever at det er lettere å bli publisert i aviser på venstresiden, som f.eks. Klassekampen og Dagsavisen. Hun nevner også at verdispørsmål kan være lettere å få publisert i Vårt Land. Selv om hun opplever at hun

er kommet godt til orde, som hun beskriver det, så sier hun også at det ikke alltid er så lett å komme inn i de store avisene

En annen informant er tydelig på at det er svært varierende hvor lett det er å komme til orde. Hun har vært i den situasjonen at hun har prøvd å komme til orde i ulike sammenhenger og med ulike saker i flere år, og sier at man må jobbe hardt for å komme i media, og at man likevel nesten må ha litt flaks for å virkelig bli hørt. Hun opplever at det helst må ha skjedd noe virkelig oppsiktsvekkende for å komme til orde, og med det kravet er det vanskelig å oppnå oppmerksomhet. Hun opplever at det som må til noen ganger er å fokusere på noe annet enn saken. Hun konkretiserer det slik:

– Generelt har jeg vel opplevd at jeg har en hjertesak jeg har lyst å belyse, men så må man liksom jukse seg litt frem for å få snakke om det man vil snakke om, at enten må man vinkle det som et eller annet tabloid, altså at man samtidig byr litt på seg selv og snakker om liksom kjærlighet og kjærlighetsforhold eller ... ja. At man ... av og til er det liksom ikke nok å bare komme med sin egen mening.

Samtidig sier hun at hvis saken først har fått redaksjonell omtale et sted, så kommer ofte de andre mediene etter.

Den siste informanten sier at mange i hans gruppe har forsøkt i mange år å komme til orde og å nå frem med saklig informasjon, men uten å ha fått noe særlig gehør før de klarte å legge en god strategi for å få oppmerksomhet om saken.

4.2.3 Diskusjon

En av debattredaktørene sier at det *gjør innleggene mer interessante at det har vært en vurdering enn at det ikke har vært en vurdering*. Han viser videre til at de både har begrenset spalteplass og begrenset oppmerksomhet på nett. Et annet interessant utsagn er at resultatet hadde sett helt annerledes ut om forretningsideen hadde vært å publisere mest mulig, men i stedet for å publisere mest mulig er det viktig å bidra til å løfte frem de diskusjonene man publiserer.

Når redaktørene sier at det er viktig å foreta en vurdering er det også i denne sammenhengen fristende å minne om de tre kravene Habermas stiller for at samtalen skal være meningsfull (Eriksen og Weigård, 1999, s. 54 - 55, Habermas, 1999, s. 57). Men det er også interessant at en av redaktørene sier at resultatet hadde vært annerledes hvis forretningsideen hadde vært å publisere mest mulig. Dette er et godt eksempel på at avisene både har et ansvar og at de tar et ansvar, og at de ikke bare er rene nyhetsformidlere, men at de også er meningsbærere (Jakobsen, 2016, s. 217 - 228). Videre er det interessant at den ene informanten påpeker at det ikke er noen publiseringsplikt, men at de heller ikke har noe spesielt ønske om å sensurere.

Fra debattantenes ståsted avtegner det seg her et bilde på at det ikke er så enkelt å komme til orde. Som nevnt tidligere representerer alle informantene grupper som faktisk har lyktes med å komme til orde, men likevel er det altså tydelig at det er krevende. En av informantene sier at det har tatt mange år å komme til orde og å nå frem med saklig informasjon, og at det var nødvendig å legge en god strategi for å få oppmerksomhet om saken. En annen informant sier at også hun har prøvd å komme til orde i flere år, og at man må jobbe hardt for å komme i media. Hun opplever at det helst må ha skjedd noe virkelig oppsiktsvekkende for å komme til orde, og hun opplever at det som må til noen ganger er å fokusere på noe annet enn saken for at avisene skal fatte interesse.

En av informantene er tydelig på at hun ikke har noe å utsette på muligheten til å bli publisert med egne innsendte bidrag. Men også denne informanten peker på at det er stor forskjell på avisene, og peker både på størrelse, nedslagsfeltet og verdigrunnlag. Selv om båndene mellom partiene og avisene slik vi kjente det tidligere har blitt borte, er det interessant at de som ønsker å komme til orde er i stand til å forstå at det er forskjeller på landsdekkende aviser, både med hensyn til opplevd politisk ståsted, verdigrunnlag og i noen tilfeller også hvilke næringer de henvender seg til.

Det er ikke så vanskelig å forstå at avisene har noen rammefaktorer å forholde seg til, med tanke på at de har begrenset plass. Alle redaktørene i undersøkelsen er redaktører i aviser som kommer ut i papirformat, og da er tilgjengelig spalteplass en reell rammefaktor. Men redaktørene snakker ikke bare om tilgjengelig spalteplass, men også om at det er nødvendig å foreta en utvelgelse fordi det gjør innleggene mer interessante.

Samtidig som det er lett å forstå at avisene har behov for å foreta en utvelgelse, er det også lett å forstå de som prøver å komme til orde ved hjelp av saklige argumenter, og som kan bli litt frustrert over hvor stor jobb som må legges ned for å komme på trykk – og bli utvalgt.

Vi skal se nærmere på hvilke kriterier avisene bruker for å vurdere hva de skal publisere og hvilke strategier debattantene bruker for å komme til orde i neste delkapittel.

4.3 Hva skal til for å komme til orde?

I dette kapitlet skal vi, slik overskriften indikerer, se på hva som skal til for å komme til orde. Dette er et tema som er relevant både for redaktørene og for debattantene, men igjen med litt ulik vinkling. Det er debattredaktørene som bestemmer hvem som for komme til orde, så det er interessant å finne ut hvordan de vurderer de innsendte bidragene. Men det er også interessant å finne ut hvilke strategier debattantene legger for å komme til orde og å bli publisert.

4.3.1 Kriterier for å publisere

Først skal vi se på hva debattredaktørene legger vekt på når de vurderer hva som skal publiseres og hva som skal forkastes.

Alle debattredaktørene er her enige om at det viktigste kriteriet for å publisere et innsendt bidrag er at det innsendte bidraget har en kvalitet som gjør at det blir publisert. Informantene peker likevel på mange ulike momenter som tilsier at bidraget har en slik kvalitet. Det kan være et innsendt bidrag som rett og slett er godt skrevet, det kan være godt argumentert, har aktualitet, eller rett og slett har potensial for å bli lest. Det blir også lagt vekt på at det innsendte bidraget er relevant, og målet om å speile et mangfold blir også gjentatt. Det er verdt å merke seg at begrepet aktualitet ikke nødvendigvis handler om nyhetsaktualitet, selv om det ofte kan være et suksesskriterium. I noen tilfeller kan det også være interessante tema som har en nærmest «evig» aktualitet og som angår mange. To av informantene sier at en vei til publisering kan være at innsenderen refererer til noe som har vært publisert tidligere i den aktuelle avisen, enten det er nyhetsartikler, annen redaksjonell omtale eller andre innsendte bidrag. Samtidig er alle tydelige på at det ikke er noe krav at en sak skal ha hatt redaksjonell omtale i forkant. Det kan synes som at originalitet trumfer tidligere omtale, i alle fall blir det presisert at det viktigste skal være argumentet eller innholdet - hvorvidt innsenderen greier å komme med et originalt synspunkt. Hvis man skal skrive en kronikk, så må man helst komme med et substansielt nytt poeng. En informant påpeker at noen innsendere er i stand til å si noe interessant om noe som ikke noen har sagt før i kraft av sin subjektive posisjon. Samtidig er

en annen informant tydelig på at man ikke må ha noen mastergrad for å slippe gjennom. Det handler om kraften i argumentet, at det er relevant og å speile et mangfold. En av informantene sier at det er journalistiske valg som ligger til grunn for vurderingen, og at det slik sett ikke er stor forskjell på å vurdere innsendte bidrag og å vurdere hva som skal dekkes redaksjonelt ut fra journalistiske valg. Tilsvarsretten er ellers et klart eksempel på innlegg som skal slippes til. Er tilsvarsretten utløst er det ingen tvil. En informant beskriver innsendte bidrag man ønsker seg som en miks av ting som er i nyhetsbildet, som kanskje er en respons på ting som er skrevet i avisen tidligere, eller som skjer, men at det også må være ting som debattantene selv kommer med som er deres saker som de løfter fram, som også er et supplement, og som kanskje er viktigere debatter enn det journalistene kommer frem til selv, eller som politikerne har på sin dagsorden. Samtidig sier en annen informant at politisk momentum kan ha betydning, og at saken har aktualitet samtidig som innsenderen klarer å si noe som er relativt nytt. Et veldig interessant poeng er at en av informantene sier at utvelgelsen ofte ikke handler om å velge ut noen få bidrag fra en stor mengde gode innsendte bidrag, men at det ofte handler om hva man absolutt ikke kan takke nei til. Han forklarer det slik:

– Det er oftere sånn at seleksjonen skjer fordi vi tenker at dette her kan vi ikke takke nei til. Hvordan skal vi kunne forsvare det, så kan vi ikke forsvare å takke nei, og så blir det et ja. Det er oftere sånn, enn at vi tenker at dette har vi lyst å få på, - fordi at det er så veldig mye som vi har lyst å få på.

Alle informantene er tydelige på at de ønsker seg et mangfold og en bredde, og at alle skal kunne komme til orde. Men en av informantene sier likevel at det kan være en fordel å ha en posisjon for å kunne komme til orde. Informanten vil ikke underslå at det hjelper å være en kjent person når man skriver noe, han vil ikke late som at alle stiller helt likt:

– Det at du har en posisjon å snakke fra, det kan jo på en måte rett og slett ha innvirkning på hva slags politisk trykk du har, og det er noe annet å være en person i gata enn å være statsminister, så det er klart at det har noe å si hvem du er.

Samtidig er informanten tydelig på at det er mulig for flere å hente frem styrken ved hvem man er, i den forstand at mange kan si noe i kraft av styrken ved å være seg selv. Hvis man opptrer som representant for eller som eksempel på en problemstilling som gjelder veldig mange eller eventuelt som gjelder en spesifikk betydningsfull gruppe kan det for eksempel ha betydning. Han presiserer:

– Man kan ikke sitte som en helt vanlig person og skrive som om man var statsminister i Norge. Men det er det mange som gjør. Som om alle lurer på hva du mener om noe. Man må skjønne hvor man skriver, hvem man skriver til og hvem man er sjøl.

4.3.2 Strategier for å bli publisert

Nå har vi sett på hvilke kriterier debattredaktørene har for å vurdere hva som blir publisert. Nå skal vi se på hvilke strategier debattantene legger for å bli publisert.

Selv om spesielt én av debattantene ga uttrykk for at hun var kommet godt til orde, har alle debattantene opplevd at det ikke alltid er så lett å komme til orde i de store avisene, og har i ulik grad lagt forskjellige strategier for å komme til orde.

Den informanten som var mest fornøyd med å ha kommet godt til orde, bedyrer at de i hennes gruppe ikke hadde lagt noen annen kommunikasjonsstrategi enn at de har ønsket å være seriøse, men sier at det kan ha virket inn at de som fronter gruppen er veldig vant til å skrive og å argumentere, siden de som skriver er en statsviter og en lingvist.

Hun sier også at de har laget en liste over hvilke aviser det er mest sannsynlig å bli publisert i ut fra sak, vinkling og tema. De har også en strategi på at de ikke venter for lenge på et positivt svar på publisering før de går videre til en annen avis.

De er også bevisst på at det kan være en fordel å ha den riktige timingen i forhold til andre saker i mediebildet, slik at andre saker er med på å styre hvilke innlegg som blir sendt inn til hvilken tid. Dette beskriver hun slik:

– Det har vært en overgang fra der vi startet til der vi er nå. Fordi i starten så måtte vi jo alltid skrive selv. Og da er det på en måte to typer artikler; det ene er jo ting hvor

det kanskje er noe som man kan jobbe lenger med fordi man har et budskap som ikke er avhengig av en sak som er oppe i mediebildet akkurat nå, - ellers så har vi også skrevet kommentarer på kanskje noe som har blitt sagt i en debatt, - for da har vi på en måte en knagg som gjør at det er aktuelt.

Hun sier videre at i begynnelsen var det krevende å komme til orde selv med innsendte bidrag, men etter en stund har de opplevd at de blir kontaktet og bedt om å stille opp i flere ulike medier:

Men etter at det var gått sånn ca. et år vil jeg si, - eller litt mindre enn det, - så begynte jo mediene også å ta kontakt med oss, så jeg har blitt invitert både til å møte i studio, være på radio, blitt intervjuet, og også gått fra å være caser selv, - fordi noen av de første intervjuene jeg gjorde var jo på en måte min egen opplevelse, - mens nå så (...) nå på en måte kommenterer vi andre folks historier. Så jeg ville nok ikke nå stilt opp i avisen med min egen historie, fordi jeg føler at nå har jeg kommet på et punkt hvor ikke det lenger er min rolle.

En annen debattant sier at hun er bevisst på at det er mulig å bruke en kjendisstatus til å få oppmerksomhet, at det kan være lurt å tenke litt tabloid. Hun sier også at det er viktig å være tydelig og spissformulert:

– Andre strategier er jo for eksempel å ... tørre å snakke fra levra og se for seg overskriftene. Altså sånn være strategisk på å holde fokus på saken, men det er klart at media liker spissformuleringer, så det har jeg brukt aktivt i mine kronikker at jeg snakker fra levra og tør å si ting litt hardt når jeg føler at det er riktig tid, og så har jo min strategi vært å være partipolitisk uavhengig. Jeg har aldri vært tilknyttet noe parti, så jeg snakker jo veldig fritt og jeg snakker alltid på vegne av meg selv, og det gjør også at jeg kan snakke kanskje litt mer sånn kvast enn det jeg kunne ha gjort hvis jeg skulle være leder for et eller annet eller representere et eller annet parti, så jeg prøver liksom ofte å holde språket mitt litt sånn nede på jorda, at liksom at jeg unngår sånne store flåsete ord, og unngår å snakke som en politiker for da føler jeg at man

skjærer fortene gjennom i en debatt for eksempel, eller at man får fortene oppmerksomhet hvis man snakker mer sånn alminnelig språk.

Den tredje debattanten er inne på noe av det samme når han sier at hans gruppe hele tiden har vært veldig bevisst på at de ikke skulle se profesjonelle ut. Han mener at noe av årsaken til at de har lyktes er at de ikke har hatt kommunikasjonsfaglig bakgrunn. Han mener at det snarere har vært en styrke enn en svakhet, fordi innsatsen deres ville sett helt annerledes ut dersom de hadde hatt profesjonell kommunikasjonsfaglig støtte. Han mener det er en styrke at de har fått til noe som er ekte, og ikke noe som en ansatt har arbeidet seg frem til. Han ser på det som en årsak til suksess, fordi han tror at dyktige kommunikasjonsfolk har en tendens til å se den samme veien, og gjøre det som de er vant til å gjøre. Samtidig som han sier at det er viktig å være ekte og folkelig, er han også tydelig på at den viktigste strategien er å være seriøs og etterrettelig. Han konkluderer slik:

– For det at våre hjerner er annerledes enn andre, men vi klarer å kommunisere. Og det tror jeg liksom er litt av det som jeg tenker er en svakhet med kommunikasjon i dag, da, at det skal være så perfekt, - eller så skal det være overprovoserende, eller jævla krenka i øst og vest. Men det er veldig mye av det som ikke er så veldig ekte, da.

4.3.3 Diskusjon

Det er interessant å sammenligne de strategiene som blir brukt for å komme til orde, både å sammenligne de ulike strategiene som de ulike debattantene bruker innbyrdes, og det å sammenligne strategiene med de kriteriene for publisering som redaktørene nevner.

Alle debattantene har vært i ulike faser fra de begynte å engasjere seg, - eller å prøve å komme til orde, - og til å ha bygget opp en del erfaring som debattant. Alle har underveis i prosessen blant annet merket seg ulike kjennetegn ved ulike medier, hva som skal til for å bli publisert i de ulike mediene, og hvilke strategier som virker hvor.

Alle debattantene er opptatt av å passe på å følge opp når en sak er aktuell. Det kan være ulike strategier for å klare å være aktuelle, både ved å følge opp saker som kommer opp i nyhetsbildet raskt og ved å ha saker klare hvis man forventer at det kommer opp. Det som går

igjen mer enn noe, er at debattantene vil være seriøse og å *holde fokus på saken*. Samtidig er ihvertfall to av debattantene opptatt av å fremstå *ekte*, folkelige og tydelige. Alle er også opptatt av sin egen argumentasjon, og at det er en kvalitet i det de sender fra seg.

De som er aktive med hensyn til å prøve å få noe på trykk opparbeider seg en kompetanse på det å være debattant. De følger med på debattene i ulike medier, og vet ofte nøyaktig når det er riktig å gjøre et fremstøt overfor avisene.

Alt dette passer godt med det redaktørene viste til som kriterier for å publisere. Kvalitet, argumentasjon, aktualitet eller potensial for å bli lest. Relevant, originalitet, å speile et mangfold og å representere mange.

Særlig argumentasjon er et kriterium som fremstår som særdeles relevant også i lys av Habermas. For at en kommunikativ handling skal være rasjonell, må likestilte parter enten akseptere eller avvise overbevisende argumenter (Ørstavik, 2007, s. 160 - 161).

Det er flere ting som slår meg som interessant i dette, og det ene er at et hvilket som helst kriterium kan teoretisk sett bli fanget opp og møtt av de som ønsker å fylle kriteriene. De kriteriene er jo heller ikke hemmelige, så slik sett er jo det ganske logisk. Men det er veldig mange som kan fylle de kriteriene, og likevel er det en utvelgelse som skal gjøres, og som da kanskje kan oppleves som litt tilfeldig, selv om den ikke er det.

Det andre som slår meg, er at alle som vil komme til orde teoretisk sett kan komme til orde, ved å sørge for å møte de nødvendige kriteriene. Men i praksis er det nok ikke slik at alle som vil komme til orde er i stand til å møte de kriteriene som skal til for å bli publisert. De debattantene som er mine informanter i denne undersøkelsen er ressurssterke mennesker som har brukt lang tid, og likevel opplever de at det fortsatt kan være vanskelig å slippe til.

Vi skal se litt mer på utfordringer i det offentlige ordskiftet i neste delkapittel.

4.4 Utfordringer

I dette kapitlet skal vi se på utfordringer med det offentlige ordskiftet. Debattredaktørene vil nødvendigvis være opptatt av hvilke utfordringer de står overfor i sin egen rolle som debattredaktører, mens debattantene er opptatt av utfordringer med å komme til orde. Samtidig kan det også være andre, mer generelle utfordringer i det offentlige ordskiftet.

4.4.1 Utfordringer med å legge til rette for det offentlige ordskiftet

Først skal vi se på hvilke utfordringer debattredaktørene ser med det offentlige ordskiftet, og ikke minst hvilke utfordringer de ser med tanke på å legge til rette for et offentlig ordskifte.

En av debattredaktørene gir tydelig uttrykk for at han gjerne skulle hatt mer tilgjengelig plass til debattstoffet, og at han gjerne ville hatt flere ressurser tilgjengelig. Han hadde også gjerne sett at debattstoffet ble presentert bedre, og at det gjerne kunne vært en egen plattform for det. Han understreker at det er viktig at avisene skjønner at deres oppgave ikke bare er å bringe nyheter, underholdningsstoff og sport, men at de også har en viktig rolle å spille i den store demokratiske kulturen som er veldig viktig, og som er under press. Han sier at det er viktig å være bevisst på å spille en rolle som en plattform og som en aktør i den pågående demokratiske samtalen. Han sier videre at han gjerne skulle hatt mer ressurser og at han gjerne skulle publisert mer, men mener likevel at det er grunn til å være fornøyd med ordskiftet:

– Jeg synes jo egentlig norsk offentlig debatt er ganske bra, jeg føler kanskje at det blir litt skapt et inntrykk av at det har ramlet sammen helt, at folk sitter bare og roper til hverandre, men sånn er det jo ikke.

Han påpeker at det kan være noen som føler at deres synspunkter blir marginalisert, og som dermed søker til alternative medier. Det kan være mange som mener noe veldig sterkt, og som kanskje føler at de ikke har den plassen de synes de fortjener å ha i offentligheten. Likevel mener han at den offentlige samtalen vi har i Norge er saklig, og underbygger det på denne måten:

– Vi må opprettholde mest mulig tillit i Norge, sånn som vi har klart, vi må ha en god demokratisk kultur, og da er offentlig debatt en helt sentral bestanddel i det pågående arbeidet.

En annen informant peker på en manglende raushet med andre synspunkter enn de man selv mener er riktig som en felles utfordring. Det er noe debattredaksjonene merker på kritikk de får for ting de publiserer, og at de må forsvare hvorfor de publiserer ting. Han er også opptatt av at debatten skal være romslig, og at det er viktig å bidra til at debatten blir romslig:

– Så vi ser jo ofte at for at vi skal ha takhøyde i debattene, så er du nødt til å publisere ting jevnlig, for hvis ikke så krymper ytringsrommet litt automatisk. Og det er ikke bra.

Et annet utslag av den manglende rausheten merkes på hvilke problemstillinger debattantene mener at de er nødt til å skrive anonymt om. En del debattanter mener at det er for strengt, at flere bør kunne få skrive anonymt. Informanten er opptatt av at Norge skal være et samfunn hvor man kan debattere under fullt navn, og at det er viktig å sørge for at det er så høyt under taket som mulig, slik at man kan debattere nesten alt under fullt navn.

En tredje informant sier også at det er viktig at de redigerte mediene har tilgjengelige debattforum. Det er viktig at det er et rom som holdes åpent, og de redigerte mediene er relevante for den norske offentligheten. Det er relativt god bredde i den offentlige diskusjonen, og det er viktig å demokratisere det ordskiftet, slik at ikke bare de profesjonelle skal drive ordskiftet. Også denne informanten peker på sosiale medier som en utfordring, og nevner Twitter som et eksempel på at det kan være vanskelig å delta for en del folk som mener kontroversielle ting. Han peker på at den innbygde tregheten i de redigerte mediene kan være en fordel, fordi det gir folk litt tid til å tenke seg om:

– Og hvor folk kanskje etterhvert blir så prega av den krigen de er i, og den utdefineringen av og drittsslenginga rett og slett som kan være at det blir vanskelig å stå i ordskifter, så jeg tror liksom det at du har et forum som er relativt åpent og har relativt lav terskel, hvor det på en måte er tid til å kunne tenke seg om når man svarer, at det er faktisk en sånn, - det er en forsinkelse rett og slett, i måten vi publiserer på, som jeg tror kanskje har en stor verdi, når det er så mye hektisk diskusjon.

Informanten sier videre at han ikke synes polarisering i seg selv er noe galt, det er derimot veldig bra at man har klare uenigheter, og at man kanskje også står veldig langt fra hverandre politisk. Det dysfunksjonelle, - eller sammenbruddet, - oppstår ikke i polariseringen.

Informanten er mer opptatt av den utdefineringen og kanselleringskulturen som kan oppstå i kjølvannet av woke-bevegelsen. Informanten gir også uttrykk for en bekymring med hensyn til det deliberative idet han viser til at Habermas forutsetter krav til argumentasjon.

Informanten sier at han har litt mer «cowboy-innfallsvinkel» til offentlig debatt, - at han tror mange typer argumenter har en verdi. Dette gir han uttrykk for på denne måten:

– Jeg er liksom opptatt av at det skal være mange i koret og at alle skal kunne synge med sitt nebb, da. Jeg synes det er viktig at det ikke er sånn at bare de som er flinke til å sette opp argumenter i en riktig rekkefølge får delta.

Han sier at det er viktig at uttrykk for avmakt får lov til å komme til uttrykk på offentlige arenaer, og viser til flere eksempler på saker som tyder på at det er veldig mange som ihvertfall føler at de ikke har blitt hørt. Konklusjonen er at følelser og representasjon er vel så viktig som det argumentative, slik at de riktige og gode argumentene kan møtes i offentligheten.

4.4.2 Utfordringer med å komme til orde

Representanter fra alle gruppene i utvalget opplever utfordringer som er knyttet til deres perspektiv. En av informantene opplever det hun beskriver som en kvinnefiendtlig holdning:

– Noe jeg kanskje har blitt litt mer oppmerksom på - en kvinnefiendtlig holdning når det gjelder fødsels- og barselomsorg som folk ikke er helt klar over. Man møter sånne spørsmål som «syter vi ikke litt mye nå, er dere kravstore» ... som jeg tror man ikke ville fått, hadde jeg snakket om kreft, for eksempel, da.

Eller helseministeren som går ut og sier at fødselsomsorgen er god, og på en måte avfeier all kritikk, så man må forholde seg kanskje til også at folk med makt også

delvis vil undergrave egentlig vår kredibilitet, da. (...) når til og med i Morgenbladet, som er en seriøs avis, journalisten skriver at «er ikke disse kvinnene litt hysteriske?»

Denne informanten opplever at man må være ganske ressurssterk for å stå i kritikken man møter, og viser til enda flere lignende eksempler på at de enten ikke blir hørt, eller egentlig oftere blir avfeid på samme måte som i sitatet over med at de er *kravstore* eller *hysteriske*. Hun sier at den eneste måten de kan møte dette på er å sørge for å være kunnskapsrike og faktabaserte og seriøse. Det prøver de hele tiden på å være uansett, men hun sier at det er ganske mye de må kunne for å være i stand til å svare på en del spørsmål som hun opplever som usaklige, og som de derfor ikke skulle behøve å svare på. Et eksempel er dette:

– En som ble intervjuet som bodde i Nord-Norge som hadde kjempelang reisevei til sykehuset, hvor de spurte: «Ja, skal det være et sykehus på alle nes?» Og det har aldri vært poenget. Men ... fordi det type er en holdning at dette er ikke så viktig, og kvinner syter, så må vi bruke veldig, veldig mye tid på å gå inn i sakene.

I tillegg til at de må kjenne til alle fakta og ha et omfattende kunnskapsgrunnlag på sak, må de også vite hvordan man forholder seg til hersketeknikker, og hele tiden ha i bakhodet hva som er premissene for den samtalen som de til enhver tid er i. Det store problemet med dette slik som hun ser det er at det fører til at mange blir avskåret fra ordskiftet:

- Jeg tror ikke alle kvinner på en måte ville kommet til orde på samme måte, selv om de har et veldig viktig budskap, og kanskje like viktig som oss. Sånn at det er jo utfordrende på en måte, og det kan man jo tenke at; blir alle stemmer hørt? I ordskiftet, og hva skal til for å komme gjennom?

Aller mest tenker hun på at de som er ekstra sårbare i fødselsomsorgen er kvinner som ikke kan norsk, og som kanskje også har opplevd andre ting som gjør det vanskelig. Hun er derfor bekymret for at det er en stor gruppe kvinner som man ikke når ut til, og som ikke blir hørt og lyttet til.

En annen av informantene tar også opp utfordringer knyttet til minoriteter og minoritetskvinner:

– Jeg synes jo det er interessant å se på hvordan spesielt minoriteter og minoritetskvinner sliter med å få oppmerksomhet rundt sine saker, og det er jo mange undersøkelser som viser at unge minoritetskvinner spesielt kvier seg for å i det hele tatt takke ja til et intervju, for eksempel, eller skrive kronikk, eller delta i det offentlige ordskiftet fordi man blir så utsatt for hets. Så, altså, jeg har ikke noe svar på det, men det er bare noen ting jeg er nysgjerrig på å vite ... finnes det noen mekanismer i de redigerte mediene som tar hensyn til det? At minoriteter, og spesielt minoritetskvinner, kanskje har en ekstra vei å gå for å komme på de nasjonale mediene?

Den siste informanten er en mann, og har ikke egne opplevelser knyttet til utfordringer for kvinner eller minoriteter, men også han har opplevd utfordringer knyttet til det å nå gjennom med saklige argumenter fordi det er stor sjanse for å bli avfeid eller oversett.

4.4.3 Diskusjon

Som vi har sett tidligere i teksten ser debattredaktørene det som en utfordring at de har begrenset med spalteplass i forhold til antallet innsendte bidrag. Det er kanskje ikke så overraskende at de innimellom får kritikk fra de som ikke har blitt publisert, men kanskje litt mer overraskende er det at de også får kritikk for innsendte bidrag som *blir* publisert. Den manglende rausheten som det vises til, er kanskje også bakgrunnen for at det er en del som gjerne vil bli publisert anonymt. Dette er opplysninger som vekker bekymring, og som ihvertfall ikke avisene kan lastes for. Det kan være på sin plass å minne om det Gripsrud sier om at demokratiet som styringsform baserer seg på grunnleggende rettigheter i samfunnet, som f.eks. ytringsfrihet (Gripsrud, 2017, s. 29 - 31). Når mange ber om å bli publisert anonymt er det bekymringsverdig. Samfunnsdeltagerne må ha mulighet til å ytre seg uten å være redd for å si hva de mener eller å bli straffet for det de sier (Gripsrud, 2017, s. 29 - 31). Det er interessant at en av informantene sier at han ikke er bekymret for *polarisering* (se Enjolras et al., 2013, s. 112, Gripsrud, 2017, s. 28), men er mer bekymret for utdefinering og kanselleringskultur grunnet i woke-kulturen. Det er også interessant at informanten bekymrer seg for det deliberative i og med at Habermas forutsetter krav til argumentasjon (Habermas,

1999, s. 57, Eriksen og Weigård, 1999, s. 54 - 55). Det er selvfølgelig et veldig godt poeng, det er langt unna at alle argumenter som blir fremsatt i det offentlige ordskiftet har gyldige argumenter slik Habermas beskriver det.

Når det gjelder debattantene var jeg forberedt på at de ville vise til utfordringer med å komme til orde, men de utfordringene de melder om er mer alvorlig enn jeg hadde sett for meg. Én ting er at man kan bli møtt med usaklige kommentarer og hersketeknikker i det offentlige ordskiftet og i sosiale medier, men når informantene melder tilbake om at de blir møtt på samme måte av toppolitikere og av representanter for redigerte medier er det alvorlig.

4.5 Redaksjonell omtale

Denne oppgaven handler i hovedsak om det å komme til orde i form av *innsendte bidrag*, men redaksjonell omtale er også et naturlig tema å komme inn på. Redaksjonell omtale kan være et mål i seg selv, det kan hende at innsendte bidrag kan føre til redaksjonell omtale, og det kan hende at redaksjonell omtale kan ha betydning for muligheten til å bli publisert med egne bidrag.

4.5.1 Redaksjonell omtale og innsendte bidrag

Først skal vi se på hva debattredaktørene tenker om forholdet mellom redaksjonell omtale og innsendte bidrag.

To av informantene nevner at det å referere til saker som har vært omtalt tidligere kan være et trekk som kan bidra til publisering av innsendte bidrag. Den tredje informanten avviser derimot at det er en relevant kobling:

– Nei, det vil jeg avvise helt. Det er nesten tvert imot, altså hvis vi kan komme med noe helt nytt og overraskende, med en sak som ikke har vært omtalt andre steder så er jeg veldig glad i det.

Det de tre debattredaktørene er enige om, er at publisering av innsendte bidrag kan føre til redaksjonell omtale.

Den ene informanten beskriver det som et felles mål for innsenderne og debattredaksjonene å kunne sette dagsorden fra debattsiden, og at de har flere faste skribenter som har lyktes i å oppnå redaksjonell omtale på bakgrunn av innsendte bidrag flere ganger.

En annen informant har den samme oppfatningen, og legger til at kombinasjonen av for eksempel en kronikk og en nyhetssak er en veldig sterk kombinasjon. Han sier at det ofte er sånn at ting starter med en nyhetssak, og så blir det debatt ut av det, men det er også ofte sånn at ting starter som en debattsak eller en kronikk, og så blir det en nyhetssak ut av det. Han utdyper dette slik:

– Det er jo helt naturlig, fordi at når folk skriver om ting som er viktige i samfunnet, så er det på en måte bare et tegn på at vi har tenkt riktig, at her er det en systemkritikk, her er det noe som kan forbedres, her er det noe som ikke har fungert sånn som det skal, se på dette. Og så skriver de liksom om fra sitt liv, hvordan ting fungerer, og da er det jo naturlig at både politikere, og de som er ansvarlige, at de går inn og ser på det, og diskuterer videre, og det kan også være andre som har andre erfaringer eller samme erfaringer, som også vil henge seg på i debatten. Så det er ofte sånn at ting ikke starter med nyheter, men kan bli nyheter.

4.5.2 Betydningen av redaksjonell omtale

Debattantene har også et perspektiv på redaksjonell omtale. For dem kan redaksjonell omtale være et mål i seg selv, eller det kan være en åpning for å komme til orde på andre måter. Det skal vi se nærmere på her.

Debattantene er samstemte i at omtale i redigerte medier har stor betydning. En av dem viser til et konkret eksempel på at omtale i redigerte medier har betydning både for oppslutning om saken og for at det ønskede resultatet ble oppnådd:

– Det har jo alt å si for en sak, - når vi aksjonerer for eksempel mot inngrep i naturområder så aksjonerer vi jo eller demonstrerer eller protesterer mot sterke krefter, kapitalkrefter, men også politiske krefter, og da er man helt avhengig av folkelig oppslutning eller sympati i folket for å kunne snu en sak eller for å ha sjanse til å påvirke saken.

En av de andre debattantene sier at det å få redaksjonell omtale gir mye mer tyngde enn å bare få publisert egne innsendte bidrag. Dessuten ser hun stor forskjell på det å være avhengig av å sende inn egne bidrag for å komme til orde da hun begynte å engasjere seg, men etter å ha blitt omtalt i redaksjonelle saker flere ganger har det blitt vanlig å bli kontaktet av de store mediene med forespørsel om å stille opp i stedet.

Den tredje debattanten sier at de etterhvert har fått noe redaksjonell omtale, men *ikke så mye som det burde være i forhold til hvor mye som står på spill*. Han viser ellers til at de som resultat av omtale i redigerte medier har vært flere ganger i Debatten og på Dagsnytt atten.

4.5.3 Diskusjon

Det er interessant at debattredaktørene sier at det å kunne sette dagsorden fra debattsiden er et felles mål for innsenderne og debattredaksjonene.

Samtidig er det kanskje ikke overraskende at debattredaktørene og debattantene har dette som et felles mål. Debattredaktørene har jo selvfølgelig interesse av at debatten i deres avis er best mulig, både i kraft av sin rolle og på vegne av avisen. Da er det selvfølgelig naturlig at de også vil ha gode innsendte bidrag som kan bidra til et godt ordskifte, og når et innsendt bidrag ender opp med redaksjonell omtale, er jo det også et kvalitetsstempel på den jobben som debattredaksjonen har gjort. Det er heller ikke noen motsetning mellom ønsket om å få inn mange gode bidrag og behovet for å vurdere, sile, moderere og refusere. Målet er uansett et godt produkt.

Fra debattantenes side er det selvfølgelig et mål å få redaksjonell omtale først og fremst fordi det hjelper saken. Men både fra redaktørenes perspektiv og fra debattantenes perspektiv, er det altså et poeng at innsendte bidrag og redaksjonell omtale på det aller beste styrker hverandre. For debattantene er det selvfølgelig også et poeng at redaksjonell omtale kan bidra

til å mobilisere meningsfeller i enda større grad enn innsendte bidrag. Redaksjonell omtale gir som regel mer oppmerksomhet, og det er heller ikke alle som leser innsendte bidrag. Men et poeng som nok ikke skal undervurderes, er muligheten til å mobilisere digitalt blant annet ved å dele lenker i sosiale medier. Selv om vi nå snakker om redaksjonell omtale, er nettopp redaksjonell omtale noe av det som blir oftest delt i sosiale medier. De sosiale mediene gir mulighet for gjennomslag i offentligheten ved at ytringer i sosiale medier blir plukket opp av de redigerte mediene (Enjolras et al., 2013, s. 31 - 35).

4.6 Enerett

Mange aviser vil ha enerett eller *eksklusiv rett til å publisere* alt stoff som skal publiseres. I dette kapitlet skal vi se på hvilken tilnærming informantene har til det.

4.6.1 Ønske om eksklusivitet

Først skal vi se på hva debattredaktørene tenker om at de skal ha enerett på innsendte bidrag.

Alle debattredaktørene er tydelige på at de vil ha enerett på eksklusiv publisering av innsendte bidrag. Samtidig er det en viss forståelse for at det kan være en utfordring for innsenderne at de ikke vet om de blir publisert og eventuelt av hvem. En av informantene er tydelig på at de bare vil ha innsendte bidrag som utelukkende er sendt til dem. De to andre informantene vil også ha eksklusivitet, men viser likevel forståelse for problemstillingen. En av informantene sier at en god strategi for innsenderne kan være å stille krav til avisene om tilbakemelding:

– Jeg oppfordrer jo alle alltid til å sende inn enten om det er til oss eller til andre, å be om å få et svar innen en gitt tidsfrist. Sånn at man har noe å forholde seg til. Da kan man gå videre. Hvis ikke man oppgir en tidsfrist så vet jeg jo fra det folk forteller at det er ganske forskjellig om man får svar og når man får svar. Og det, - da er det jo umulig å være debattant. Ihvertfall på tidskritiske saker. Og de fleste saker har en aktualitet. Men da vil det være mulig å gå videre.

Denne informanten fremholder at de selvfølgelig ikke kan publisere alle innsendte bidrag, - og at de ikke kan vinne alle store debatter, - men at det er viktig at de skal være best på kundeservice. Og den viktigste delen av kundeservice i den forbindelsen, er å svare raskt nok. Et vesentlig poeng i dette er også at de er avhengige av å fortsette å få tilsendt bidrag, og da er de avhengige av at innsenderne føler at de har fått en god behandling. Han sier det på denne måten:

– Det er ganske krevende, - hvis du takker nei til noen fem ganger så er vi jo helt avhengig av at de kommer til oss den sjette gangen også. For det kan være da vi går inn i ting som de skriver. Hvis de har opplevd at de får sene svar fra oss, eller at vi er uhøflige, eller at vi ikke svarer i det hele tatt, så vil de jo ikke, de vil aldri komme til oss den sjette gangen. Så det er viktig for oss at vi svarer raskt, og at de opplever at vi er ryddige.

Samtidig som de noen ganger må takke nei, må det likevel oppfattes realt, sier informanten. Samtidig er det et prinsipp som det er viktig å holde fast på. Det er et prinsipp at de vil være alene om det de publiserer, og det handler først og fremst om konkurransesituasjonen, men det handler også om at de får tilbud om å publisere så mye at det vil være nesten umulig å forsvare å publisere eller å prioritere noe som uansett allerede er blitt publisert. Da vil de heller bruke alle tilgjengelige flater til å løfte fram poenger som ikke uansett har blitt løftet frem ellers.

En annen informant sier at de har forståelse for at det er frustrerende for innsenderne, men at de har alt for mye stoff til å følge opp alle innlegg som ikke blir publisert bedre enn de gjør. Standardsvaret er at man kan regne seg som refusert etter en uke. De har forståelse for at en uke kan være veldig lang tid for innsenderen, men sier samtidig at det at de bruker såpass lang tid på å vurdere innleggene nok også oftere fører til publisering. Også denne informanten fremhever at det er viktig å ha tilgang til en del forskjellige ting hele tiden. Han sier det slik:

– Akkurat dette med å sende til flere på en gang, det går det an å gjøre, men da må man gi ettertrykkelig beskjed om det. For det det er det noen som gjør. Jeg har sett den varianten, at da sender jeg til Aftenposten, VG og Klassekampen, førstemann til

mølla, liksom, og det er litt irriterende, samtidig som det er sånn at da får man på en måte veldig lyst, - da bli man anspora til å se på dette med veldig stor interesse, siden dette må være noe veldig viktig, siden det selges så hardt inn.

Informanten legger til at det ikke bare er enkeltpersoner som sender ut til mange, men at det ikke er en strategi som anbefales. Det er mange som sender inn innlegg og kronikker med kopi til mange aviser, og det blir ifølge den ene informanten aldri plukket opp. Det er også mange partier som sender ut bredt til mange lokalaviser på en gang, og det er heller ikke noe de store nasjonale mediene publiserer.

Informanten nevner ett konkret eksempel på en kronikk som ble sendt ut til flere riksmidier på en gang og som også ble publisert i flere av mediene som hadde mottatt den. Det er slike hendelser som kan føre til at det er veldig vanskelig å bli publisert ved en senere anledning. Det er også irriterende om man plutselig må bytte ut en kronikk med noe annet like før publisering fordi man får vite at den samme kronikken blir publisert i en annen avis.

Informanten sier at det er en uskreven regel om at man ikke skal gjøre det, og at det er gode grunner til det. Han forstår godt at noen tenker at det må være bra å få innlegget på trykk i tre aviser på en gang fordi saken er så utrolig viktig, men selv om han forstår tanken så er det ikke slik det fungerer.

4.6.2 Er enerett et problem for debattantene?

Nå skal vi se på hva debattantene mener om at avisene vil ha enerett på innsendte bidrag.

En av debattantene synes det er utfordrende å forholde seg til at avisene på den ene siden forlanger eksklusiv rett til å publisere et innsendt bidrag, men samtidig bruker lang tid på å bestemme seg for om de vil publisere. Hun sier det slik:

– Det er en kjempestor utfordring. Det kjenner jeg at jeg blir sliten bare av å tenke på. Fordi, det har jeg opplevd mange ganger, at det er et eller annet som beveger seg i det offentlige ordskiftet som jeg har lyst til å kommentere på, og så ... ikke sant, blir man skikkelig engasjert i et eller annet og bruker en hel dag for eksempel, en hel arbeidsdag eller til og med mer, at man sitter til langt ut på kvelden og skriver en kronikk man selv føler er brennaktuell, men så er det jo fremdeles opp til redaksjonene

å trykke det. Og det er jo kanskje den mest frustrerende situasjonen å være i å ikke få en kronikk på trykk.

Det er altså en frustrasjon som kanskje først og fremst knytter seg til at det tar lang tid å få svar, og så at man etter lang tid får et negativt svar, eller ikke får svar i det hele tatt. Hun sier at hun møter dette problemet ved å lage seg selv lister over hvilke aviser hun helst vil ha en kronikk publisert i, og så fortsetter med andrevalg, tredjevalg og så videre. Hun tenker da både på hvilke typer medier som når hvilke typer mennesker og hvem det er hun prøver å treffe med den aktuelle kronikken. Hun følger også opp redaksjonene videre:

– Og så er jeg veldig på, jeg ringer, jeg gir dem tidsfrister, jeg sier at hvis ikke de gir meg et svar på om de blir trykt innen så og så lenge, så går jeg til neste avis. Jeg tror det er veldig viktig for å i alle fall øke sannsynligheten for å få den på trykk. Media er jo opptatt av eksklusivitet, og da kan man også pushe dem på at: Hvis du vil ha den her eksklusivt, så må du gi meg en garanti på at den kommer på trykk.

En annen informant er også opptatt av å møte utfordringen med at avisene krever enerett for å publisere med å ha en strategi for å bli publisert, og hun opererer også med lister over hvilke aviser det er mest aktuelt å bli publisert i. Hvis det noen ganger er tidspress og det går fire dager uten at man får svar er ikke saken aktuell lenger, og da er det best å sikte seg inn der man tror det er størst sjanse for å bli publisert. Men det er forskjell på avisene. hun sier:

– Det er på en måte avhengig av avisene, for eksempel Aftenposten, de sier gjerne nei med en gang. Mens VG, der står det at de ikke nødvendigvis i det hele tatt svarer, så det gjør at om det er en kronikk eller et debattinnlegg som må ut nå, så sender ikke jeg den til VG, hvis jeg vet at jeg kanskje ikke får svar på mange dager.

Denne informanten påpeker at første gang man skriver skjønner man kanskje ikke helt hva som er kutymene, at det kan føles litt skummelt, og at man tenker at hvis noen sier nei så er det ikke bra nok. Det er lettere med en liste å gå etter, men det er mer problematisk med de

avisene som ikke svarer eller bruker veldig lang tid. For hvis man får et nei, så er det greit, da går man bare videre. Men de aller fleste svarer ganske raskt. Hun sier også at hun har en strategi knyttet til hva som skal sendes inn. Hun sier det slik:

– Hvis man har en artikkel som handler om todeling av helsevesenet eller privatisering, så vil kanskje Klassekampen eller Dagsavisen være mer interessert. Avisene har jo ulike profiler og sånn. Og det kan man jo diskutere om det gjør at de som leser den avisen kanskje ikke får lest andre typer vinklinger, men en avisleser vet jo også på en måte hva slags avis man velger, da.

4.6.3 Diskusjon

Ønsket om eksklusivitet fra avisenes side handler mest om konkurransehensyn, men som en av redaktørene sier handler det også om hva man bruker den begrensede spalteplassen til. Det er et godt poeng når han sier at det er bedre å publisere noe som ellers ikke ville blitt publisert enn å publisere noe som kommer i en annen avis.

Det virker ikke som debattantene egentlig har noe problem med at avisene vil ha enerett på det de sender inn, problemet er i større grad at de gjerne vil ha svar på om de blir publisert, helst så raskt som mulig, slik at de da kan sende innlegget eller kronikken til en annen avis.

Ellers er det interessant at mange politiske parti sender ut innlegg til mange aviser på en gang, og dermed gjør nettopp det de store nasjonale avisene sier at det finnes en uskreven regel på at man ikke skal gjøre. På dette området er altså de små pressgruppene mye mer profesjonelle enn de etablerte politiske partiene.

På den ene siden kan det være så enkelt at dette dreier seg om avisenes inntekter (Lavik et al., 2017, s. 559 - 569). Men det kan også selvfølgelig gå så langt tilbake som når avisene begynte å trykke innsendte bidrag og deretter oppfulgt av trykkefriheten i 1760- og 1770-årene (Dørum, 2017, s. 72 - 76).

4.7 Betalingsmur

Tradisjonelt har avisenes inntekter vært basert på løssalg, abonnement og annonseinntekter. Etterhvert som avisene har blitt tilgjengelig som nettavis har det vært en diskusjon om hele eller deler av innholdet skal være bak betalingsmur. I dette kapitlet skal vi se hva debattredaktørene og debattantene tenker om å ha innsendte bidrag bak betalingsmur.

4.7.1 Hvorfor betalingsmur?

Først skal vi se hva debattredaktørene tenker om å plassere innsendte bidrag bak betalingsmur.

Debattredaktørene påpeker at selv om det er en innsender som har skrevet et innlegg, så er det også slik at alle innlegg forutsetter at debattredaksjonen bruker ressurser på innlegget før publisering. Selv om innlegget er godt skrevet og alle påstander er verifiserbare, må likevel redaksjonen gå gjennom bidraget og foreta en vurdering før publisering. I mange tilfeller er det også slik at det er behov for ytterligere bearbeiding. Presseetiske regler gjelder for alt som blir publisert, så selv om innsendte bidrag bare forfekter innsenderens mening, må det likevel tas en etisk vurdering. I tillegg må det tas en språklig vurdering, og en journalistisk vurdering. Noen ganger er det mye korrespondanse frem og tilbake mellom redaksjonen og innsender før bidraget kan publiseres. Et poeng som nevnes er også at innsenderne får tilgang til en betydelig plattform for å publisere innleggene sine på, og at dette også har en verdi som vil kunne prissettes.

To av informantene gir likevel klart uttrykk for at innsendte bidrag bør være åpent. Én av grunnene til at debattstoff bør ligge åpent er konkurransehensyn. Det er på den ene siden slik at konkurransen er stor og marginene i bransjen kan være små, og at mange medier derfor legger alt bak mur. Derimot er det også slik at innsendte bidrag egner seg godt for deling, og dermed trekker nye lesere inn i mediet. Det er delvis vanskelig å begynne å ta betalt for noe som i utgangspunktet er gratis, men det er også en bekymring både for at tilgangen til innsendte bidrag blir dårligere om disse blir plassert bak betalingsmur, og det er en bekymring for at interessen for stoffet avtar. De informantene som gir uttrykk for at debattstoffet helst bør være åpent viser også til NRK som en betydelig konkurrent. NRK har en særegen

finansiering som ikke er basert på brukerbetaling, og som det derfor kan være vanskelig å konkurrere mot.

En av informantene gir uttrykk for at alt stoff bør være tilgjengelig bare for abonnenter. Denne informanten opplever at forventningene til at alt på nett skal være gratis er mye mindre enn tidligere, og mener at det er en riktig utvikling. Det er likevel aksept for at innsendere deler egne bidrag på egne plattformer som sosiale medier, egne private nettsider og blogger, men ikke i konkurrerende publikasjoner.

4.7.2 Er betalingsmur en utfordring for det offentlige ordskiftet?

Nå skal vi se på hva debattantene tenker om at deres innsendte bidrag kan bli lagt bak betalingsmur.

Debattantene har en litt annen vinkling enn debattredaktørene, men ingen av dem opplever betalingsmur som noe stort problem. De er likevel bevisst på at betalingsmur kan ha betydning. Den ene informanten sier at det noen ganger kan ha betydning for hvilken avis som blir valgt for publisering:

– Kronikker som vi skriver, i de mediene vi pleier å skrive for, ligger ikke bak betalingsmur, bare i Klassekampen. Og kronikkene er jo vårt åndsverk. Men det er en fordel at vi har vår egen konto på Instagram, - så selv de kronikkene som ligger i Klassekampen, de legger vi bare inn teksten i Instagram og på nettsiden vår, så får vi delt det likevel. Men det gjør at noen ganger hvis det er noe vi gjerne vil ha ut til mange, at man tenker at da starter vi ikke med Klassekampen, fordi da kan vi ikke dele det på den måten, og det er uheldig. Men det er ikke et stort problem for oss.

En annen informant sier også at det ikke er noe problem, men at det kan være frustrerende når redaksjonell omtale havner bak betalingsmur hvis overskrift og ingress ikke oppleves som dekkende for innholdet.

En tredje informant sier at han har stor forståelse for at avisene må ha inntekter, men at han også forstår at det kan ha betydning for muligheten til å ta del i ordskiftet for de som har dårlig råd og ikke har mulighet til å ha tilgang innhold som ligger bak betalingsmur:

– En ting er for oss som er voksne mennesker som er i arbeid og sånn, men kanskje for uføretrygdede eller pensjonister eller andre, så vil jo dette med de betalingsmurene helt klart være et hinder til å kunne delta i samfunnsdebatten.

4.7.3 Diskusjon

Det virker som de fleste er enige om at det er rimelig at avisene har et inntektsgrunnlag, men samtidig er det flere som mener at innsendte bidrag ikke bør ligge bak betalingsmur. Det er bare en av debattredaktørene som mener at alt stoff bør ligge bak betalingsmur, men også denne debattredaktøren mener at innsendere bør få lov til å dele innsendte bidrag for eksempel i sosiale medier.

I et samfunnsperspektiv er det et godt poeng når den ene debattanten sier at det kan være et problem for samfunnsdebatten at personer med lav betalingsevne kan bli avskåret fra å ta del i det offentlige ordskiftet.

Men det er likevel slik at det er en forutsetning for den redaksjonelle autonomien at avisen har et godt nok økonomisk grunnlag, slik at det er mulig å prioritere journalistikk i samsvar med samfunnsoppdraget. (Lavik et al., 2017, s. 559 - 569).

4.8 Sosiale medier

I dette kapitlet skal vi se på fenomenet sosiale medier. Selv om oppgaven i hovedsak dreier seg om hvordan det offentlige ordskiftet blir ivaretatt i de redigerte mediene, er det også interessant å sammenligne dette med sosiale medier.

4.8.1 Hva gjør sosiale medier med det offentlige ordskiftet?

Først skal vi se på hva debattredaktørene tenker om hva sosiale medier gjør med det offentlige ordskiftet.

En av debattredaktørene påpeker at de redaktørstyrte mediene har en viktig oppgave i å legge til rette for en best mulig offentlig samtale, og at det er kanskje viktigere enn noensinne nå som publikum også kan ytre seg på sosiale medier. Informanten mener at de redaktørstyrte mediene har en rolle å spille i å balansere ordvekslingen fordi sosiale medier har en del utfordringer. Sosiale medier er fritt og åpent, noe som fører til en *kakafoni av ytringer*, og det kan oppstå *skyttergravskrager*. Han gir også uttrykk for at avisene kan få mindre betydning enn tidligere:

– Avisene er viktige for innholdet i debatten og hvordan debatten føres, men man er jo også mindre viktig i den forstand at folk finner sine egne plattformer og får være sin egen redaktør.

Denne informanten viser til at det kanskje ikke først og fremst er et problem at folk *står og roper til hverandre* og at det oppstår polarisering, men heller at det er ekkokammereffekten som er et problem. Folk finner sammen i grupper hvor alle er enige, i stedet for at det blir meningsbrytning. Informanten mener at Facebook har senket nivået på offentlig debatt:

– Enig i at det er bra at alle får si det de vil si, men jeg er ikke så sikker på om det har bidratt til at demokratiet fungerer bedre.

Informanten sier videre at det er bra at man får stemmer som før ikke var til stede, men at både ekkokammereffekten og skyttergravseffekten gjør det vanskelig å bygge bro over motsetninger i samfunnet. Informanten er opptatt av å finne et *Centre Ground*, eller en plattform hvor man kan diskutere ut fra, så man ikke bare står på hver sin side og roper og skjeller ut hverandre. Informanten er bekymret for at den rasjonelle, argumentative debatten forsvinner til fordel for en *opphissende litt mer hysterisk utskjellingskultur*. Informanten

karakteriserer sosiale medier og oppblomstringen av alternative medier både som bra og som en utfordring som kan være litt bekymringsfull.

En annen informant sier at det er et mål å motvirke små eller store ekkokamre, fordi man har et ansvar for å speile samfunnet, og fordi man har et ansvar for å invitere og å drive inn stemmer og argumenter som er relevante.

Også en annen informant peker på sosiale medier som en utfordring, og nevner Twitter som et eksempel på at det kan være vanskelig å delta for en del personer som mener kontroversielle ting. Han mener at det er en fordel med ordvekslingen i redigerte medier at debatten ofte går litt saktere, - det er en forsinkelse som følger av måten man publiserer på som bidrar til at alle rekker å tenke seg om. Informanten nevner både ekkokammereffekten og det at det er lett å bli definert av sitt standpunkt, og at det kan forplante seg over i hverdagslivet og bli et problem på andre arenaer, som for eksempel i yrkeslivet. Han mener at det er en fordel om man kan trekke slike debatter inn i avisene i stedet.

To av informantene sier at det kan forekomme at noe som er blitt publisert i sosiale medier etterpå blir løftet inn i de redigerte mediene for å gi en bredere lesermasse, og for å gi leserne tilgang til den aktuelle ordvekslingen.

4.8.2 Hvilken betydning har sosiale medier for debattantene?

Nå skal vi se på hva debattantene tenker om sosiale medier.

Debattantene sier at de redigerte mediene er viktige for de som ønsker å komme til orde, men de sosiale mediene er også viktige. Det kan være at de ulike mediene har litt ulik funksjon, og det kan også være at de ulike mediene er viktige på ulike måter og i ulike faser for de ulike gruppene.

En av informantene sier at de brukte sine egne kanaler på sosiale medier til å begynne med, og nevner spesielt Facebook og Instagram som viktige kanaler for å nå ut til sine tilhengere. Hun sier likevel at de redigerte mediene gir en annen tyngde, og at det når ut til de som ikke følger dem på sosiale medier.

Den samme informanten sier at det også handler om å nå ut til mange ulike grupper, og at det da er viktig å bruke ulike plattformer for å treffe alle, og at det også er nødvendig å bruke ulike plattformer ut fra hva man ønsker å si og på hvilken måte. Hun sier at det å bruke

Instagram og Facebook blir litt som å *preke til menigheten*, fordi de da snakker til egne følgere. Hun nevner også at de har egen nettside, og at de nylig har begynt å ta i bruk podkast som en mulighet til å gå litt mer i dybden.

En annen informant sier at sosiale medier er viktig for å få oppmerksomhet om en sak når de redigerte mediene ikke tar saken. Hun sier det slik:

– I Fosen-saken opplevde vi blant annet det at når media ikke dekket saken, så laget vi informasjonsmateriale selv, som spredte seg fort på internett, og på den måten så krevde jo også folket at Presse-Norge skulle skrive om det. Der gikk det på en måte den veien at når det ble nok blest om det i sosiale medier, så forstår også de redigerte mediene at de må komme på banen, så sosiale medier kan jo ha den effekten.

Videre sier hun at sosiale medier når ut på en helt annen måte enn de redigerte mediene, man kan være tydeligere og man kan snakke friere, for der er det ikke noen presseetiske rammer, man trenger ikke å være objektiv, *så der kan man kjøre enda hardere på med det man selv mener uten at noen har tilsvarsrett*. Hun understreker likevel at man selvfølgelig uansett ikke skal gå til angrep på enkeltpersoner.

Hun fortsetter med å si at utfordringen med sosiale medier er algoritmene, at man fort havner i ekkokammer og bare følger dem man allerede er enige med, og derfor er det mange man ikke når gjennom sosiale medier. De som ikke har noe link til saken eller noe interesse i utgangspunktet for saken er det vanskelig å nå i sosiale medier.

Et annet problem den samme informanten nevner, er *slacktivism*. Det beskriver hun slik:

– Det er jo et fenomen at når du lager infomateriale eller sånne delebilder på sosiale medier, så føler mange at de har gjort sitt hvis de for eksempel liker en post eller deler på sin egen story, for eksempel, og da får du den effekten at folk føler de har deltatt uten å egentlig ha deltatt, de har bare ja, det vi kaller slacktivism, de har gjort det lateste av det late man kan gjøre for å engasjere seg i en sak.

Hun tror at saken oppleves større når man får ting inn i de redigerte mediene, og hun tror at det da er lettere å få folk til å bli med på en demonstrasjon om de har lest om det i redigerte medier enn om de bare har sett det i sosiale medier, hvor de kan føle at de har gjort en innsats hvis de har *likt og delt*.

En tredje informant er også opptatt av ekkokammereffekten, og han er opptatt av at det er viktig å opptre etterrettelig også på sosiale medier. Han nevner også andre diskusjonsforum på internett som utfordrende fordi debattnivået fort blir useriøst og negativt.

Han sier at det er lett å få ekkokammereffekt i ulike debattforum, siden meningsfeller søker til samme debattforum, og at man da får steile motsetninger. Han bedyrer at de har vært veldig bevisst på å oppføre seg ordentlig på nett for å bli tatt seriøst og for å beholde den stemmen de har opparbeidet seg.

Selv om han ser utfordringer med sosiale medier, ser han også at sosiale medier er et nyttig verktøy for å nå ut til mange. Han mener at Facebook har vært veldig fint å bruke, for selv om det blir sagt at ungdom ikke bruker Facebook lenger, så er det veldig mange ungdommer som har Facebook-konto, så da har de en mulighet til å logge seg på Facebook for å se saker. I tillegg har de brukt Instagram. Han sier at de kunne vurdert å være på Twitter i tillegg, men han mener at det er nødvendig å velge noen få plattformer å være på, fordi det blir for ressurskrevende å passe på mange plattformer på en gang. Hvis man skal ha en klar og tydelig stemme må man gjøre et valg, sier han. Han forteller også at de har brukt en videodelingstjeneste for å publisere korte egenproduserte videoer.

Han mener at sosiale medier er veldig positivt fordi man kan løfte sakene der om de redigerte mediene ikke tar det inn. Det er en dynamikk som han mener er og har vært til demokratiets beste.

Flere av informantene nevner ekkokammereffekten, men alle er ikke like bekymret for at ekkokammereffekten skal være et problem for dem som gruppe. En av informantene sier at hun ikke tenker at den debatten de fører foregår i et lukket rom, fordi det er mange flere aktører som de samarbeider med som er på de samme plattformene, og at alle disse er aktive i debatten. Hun mener snarere at sosiale medier gir en mulighet til å utveksle informasjon og å bli kjent med hverandre. Samtidig er mye av det de deler enten ting som de selv har fått inn i de redigerte mediene eller som andre har skrevet og som har blitt publisert. Hun opplever dermed ikke at de er i et ekkokammer hvor det er en diskusjon som ikke når ut, fordi de både stiller til debatt og skriver selv.

4.8.3 Diskusjon

Det er interessant at både debattredaktørene og debattantene har mye å si om sosiale medier. Det virker også som mange av problemstillingene og begrepene som knyttes til sosiale medier er kjent for alle informantene. Ekkokammereffekten nevnes av alle informantene, polarisering og slacktivisme nevnes av noen av informantene (Enjolras et al., 2013).

Debattredaktørene ser ut til å være enige om at de som representanter for de redigerte mediene har et ekstra stort ansvar for å balansere det offentlige ordskiftet for å balansere eller veie opp for de utfordringene som finnes i sosiale medier. Samtidig er det til en viss grad også et poeng at de redigerte mediene er i en slags konkurransesituasjon med de sosiale mediene, siden de på en måte konkurrerer om de samme brukerne. Samtidig er det også slik at de redigerte mediene kan dra nytte av de sosiale mediene, og omvendt. Noe av det som deles aller mest i sosiale medier er lenker til redigerte medier.

Mange mener at noe av det beste med sosiale medier er at alle har anledning til å ytre seg. I det perspektivet er det interessant at en av debattredaktørene gir uttrykk for at han mener at Facebook har senket nivået på debatten, og at det er bra at alle får si det de vil si, men at han ikke er så sikker på om det har bidratt til at demokratiet fungerer bedre.

En annen interessant betraktning er at ordskiftet i de redigerte mediene fungerer bedre fordi det ordskiftet som foregår i redigerte medier går litt saktere fordi det er underlagt en redaksjon som fører kontroll med hva som blir sagt og hva som blir sluppet gjennom. Tregheten i systemet gjør at folk får anledning til å tenke seg litt om, i motsetning til sosiale medier der man vanligvis kan reagere umiddelbart om man føler for det.

Debattantene er tydelige på at *de ulike mediene har ulik funksjon*, og at de derfor bruker de ulike mediene på ulike måter og delvis i ulike faser.

Debattantene er imidlertid også godt kjent med de ulike utfordringene med sosiale medier, og har et bevisst forhold til bruken av sosiale medier og bruken av redigerte medier.

4.9 Utlandet

I løpet av intervjuene var det flere informanter som kom inn på sammenligninger med medier i andre land. I dette kapitlet skal vi se på dette.

4.9.1 Sammenligning med medievirkeligheten i andre land

Alle debattredaktørene kom i løpet av dybdeintervjuene inn på sammenligninger med andre land. To av informantene nevner Sverige, mens en av informantene nevner The Guardian, som er en britisk avis. The Guardian nevnes i hovedsak i sammenheng med hva som det er mulig å ta betalt for, der det påpekes at det er veldig dyrt å republisere artikler som har stått i The Guardian, og at det å prise seg høyt er noe de kan tillate seg å gjøre i kraft av sin posisjon. De to informantene som nevner Sverige snakker i hovedsak om det svenske ordskiftet sammenholdt med det norske ordskiftet, og forskjellen både på hva det snakkes om, hvordan det snakkes om og hva det er mulig å snakke om i offentligheten.

En av informantene nevner åsiktskorridoren, som er en svensk betegnelse som kan oversettes med meningskorridor. Begrepet brukes for å beskrive en debattkultur som begrenser hva som er akseptabelt å ytre seg om i det offentlige rom, der det å ytre seg om temaer som er utenfor det som blir ansett som akseptabelt å diskutere kan føre til fordømmelse og kansellering. Begrepet ble introdusert av Henrik Ekengren Oscarsson i en artikkel i Politologerna i 2013 (Oscarsson, 2013), og gjentatt bl.a. i VG i november 2018 (Larsen, 2018). Informanten sier det slik:

– Der har du jo hatt diskusjoner rundt den såkalte åsiktskorridoren, og (...) de har skygga banen av alt som har vært politisk ukorrekt da, mens vi i Norge - jeg tror kanskje det har noe med en politisk kultur å gjøre, - så har vi klart da å finne noen sånne plattformer eller common ground, hvor det går an å liksom skrive ting som er kontroversielt eller ytre seg med noe som er kontroversielt, uten på en måte å bli stemplet eller å bli plassert i den ene eller den andre båsen.

Informanten uttrykker bekymring for at det skal etablere seg en allmenn følelse av at det er ting som ikke kan snakkes om, og at det fører til mindre tillit i samfunnet. Dette kan igjen føre til at folk samler seg i stammer, og hvor man ikke har noe felles torg å oppholde seg på.

Informanten antyder at Sverige er et hardere samfunn, med mye hardere fronter og mye mer mistenksomhet mellom ulike grupper. Informanten mener at Sverige har hatt en berøringsangst som er en farlig retning å bevege seg i.

Den andre informanten som nevner medievirksomheten i Sverige sier at det er viktig at vi har et offentlig rom som vi holder åpent, og at den norske offentligheten fortsatt har relativt god bredde i den offentlige diskusjonen *i forhold til den kanskje mer dysfunksjonelle offentligheten som i Sverige*. Han mener at vi har en ganske sterk og god avistradisjon i Norge.

Denne informanten uttrykker bekymring for utdefinering og kansellering dersom man ikke tar vare på en åpen og liberal debattlinje med relativt lav terskel for å delta.

4.9.2 Diskusjon

Dette temaet er egentlig litt på siden av det oppgaven dreier seg om, men jeg har valgt å ta det med fordi det er mulig å se det offentlige ordskiftet i vårt land med litt andre briller når vi ser det i lys av det offentlige ordskiftet i andre land. Slik sett kunne det sikkert også vært sammenlignet med flere land, men det var dette som kom frem i dybdeintervjuene, det var dette som ble avdekket i datamaterialet. Og det er vel kanskje også mest nærliggende å sammenligne oss med vårt nærmeste naboland, slik to av debattredaktørene velger å gjøre.

Den viktigste lærdommen vi kan få av å sammenligne oss med vårt nærmeste naboland, er å ta vare på det gode ordskiftet vi har i Norge, og forsøke å unngå de problemene som det blir vist til at Sverige har i sin samfunnsdebatt.

Noe av problemet i Sverige slik jeg oppfatter det er knyttet til hva som det er «greit» å snakke om og hva som ikke er «greit» å snakke om. I et ytringsfrihetsperspektiv er det nærliggende å vise til at autonomiprinsippet tar utgangspunkt i individets frie meningsdannelse, som innebærer at individet gjennom sosialisering eller gjennom dannelse må ha en viss kompetanse for å kunne fungere som autonomt individ i samfunnet. En del av denne kompetansen oppnås gjennom å høre andres argumenter og å innta deres perspektiv (Gripsrud, 2017, s. 29 - 31). Det er kanskje dette som mangler i Sverige når det ikke har vært «greit» å uttale seg om en del ting. Så er det selvsagt et like viktig poeng at ytringsfrihet forutsetter dannelse og folkeopplysning, slik at det at vi har lov til å ytre oss, ikke betyr at vi er nødt til å ytre oss (Jakobsen, 2016, s. 338 - 343).

5.0 Oppsummering

Hvordan blir det offentlige ordskiftet ivaretatt i de nasjonale mediene?

Dette har vært problemstillingen for denne oppgaven, og utgangspunktet har vært en oppfatning av at det kan være krevende å komme til orde i det offentlige ordskiftet. Arbeidet startet med andre ord med en antagelse, og så har prosjektet utviklet seg derfra.

Som samfunnsengasjert medborger har jeg både opplevd selv og observert at andre har forsøkt å komme til orde i de nasjonale mediene uten å lykkes, så antagelsen er ikke tatt helt ut av det blå. Men det er et stykke å gå fra egenerfaring til forskning.

Det første jeg gjorde var å forankre antagelsen i et teoretisk fundament. Det teoretiske fundamentet fant jeg i Jürgen Habermas, først og fremst med teoriene om borgerlig offentlighet og kommunikativ handling, men også med hans forståelse av deliberativt demokrati. Utgangspunktet er at et velfungerende demokrati er avhengig av et offentlig ordskifte hvor alle innbyggere har anledning til å ta del i ordskiftet, og at ordskiftet består av kritiserbare ytringer som alltid kan utfordres av *kraften i det bedre argument*.

Det andre perspektivet som tidlig kom på plass var forholdet mellom sosiale medier og redigerte eller redaktørstyrte medier. Det er en utbredt oppfatning at tilgangen til ordskiftet er kortere enn noen gang, fordi alle har tilgang til internett, og dermed har tilgang til å kunne snakke til hele verden. Men det er forskjell på å snakke og å bli hørt, og et ordskifte er nødvendigvis avhengig av at det er flere som både snakker og lytter. Ikke minst om man skal legge Habermas' kriterier for kritiserbare ytringer til grunn. Jeg har tatt utgangspunkt i at det å snakke til, - og med, - et stort publikum, er noe som fungerer best i redigerte medier.

De som er best egnet til å svare på problemstillingen er de som faktisk har ansvaret for å ivareta det offentlige ordskiftet i de nasjonale mediene til daglig. De store norske avisene har debattredaktører som har ansvaret for ordskiftet i avisene. Men i tillegg til å spørre debattredaktørene hvordan de ivaretar det offentlige ordskiftet, har jeg også ønsket å undersøke hvordan *de som forsøker å komme til orde* opplever ordskiftet.

Jeg har foretatt seks dybdeintervju med tre *debattredaktører* i tre av de ti største avisene i Norge, og tre *debattanter* eller representanter for alle de som forsøker å komme til orde.

Jeg har fordypet meg i teori, designet forskningsprosjekt, utviklet metode, forberedt, avtalt og gjennomført intervju, og til slutt har jeg analysert og presentert de funnene jeg har gjort i datamaterialet, det jeg fant ut i dybdeintervjuene.

Jeg skal nå oppsummere det jeg har funnet ut, og så skal jeg avrunde med en konklusjon eller kanskje et lite frampek, det vil si tema for videre forskning.

5.1 Oppsummering av funn

Undersøkelsen avdekket en rekke funn som kan bidra til mer kunnskap og bevisstgjøring om hvordan det offentlige ordskiftet blir ivaretatt i de nasjonale mediene.

Alle debattredaktørene er klare på at de har en viktig oppgave i forbindelse med å ivareta den offentlige samtalen. Noe av det viktigste er at de skal bidra til å speile offentligheten, speile meningsmangfoldet og ivareta bredden, slik at vi kan ha en inkluderende offentlighet.

Debattredaktørene vil at så mange som mulig skal melde seg på i debatten, og så blir det opp til redaktørene og redaksjonene å vurdere og å sile.

For siling er det behov for, sier redaktørene, både fordi de har begrenset plass og fordi debatten blir bedre når de som vil ta del i debatten blir vurdert og moderert.

Én av de viktige grunnene til at dette er et viktig oppdrag for redaktørene, er at de skal prøve å balansere og veie opp for de uheldige tendensene i sosiale medier. Det er viktig både for politikere, beslutningstagere, for demokratiet og den demokratiske samtalen, og ikke minst for folk flest at denne viktige jobben blir gjort på en god måte.

På den måten kan de redigerte mediene bidra til å motvirke små og store ekkokammer, og de kan løfte frem de diskusjonene de publiserer. I tillegg til å vurdere innsendte bidrag, er det viktig at de redigerte mediene også inviterer aktører inn for å ta del i samtalen, og det er ikke minst viktig at de veileder de som har behov for hjelp til å formulere en ellers god ide. Det er viktig å ha et redigert produkt, og det er bedre med en vurdering enn å ikke ha en vurdering.

Utfordringene er at man gjerne kunne hatt mer tilgjengelig plass til debattstoffet, og flere tilgjengelige ressurser til å ivareta den gode debatten. Noen vil nok alltid oppleve at deres synspunkter blir marginalisert, men den utfordringen som kanskje er størst, er manglende raushet med andre synspunkter enn sine egne. Det kan føre til at flere ønsker å skrive

anonymt, fordi de ikke tør å møte kritikken. Et annet stort problem er den utdefineringen og kanselleringskulturen som kan oppstå i kjølvannet av woke-bevegelsen.

Det er viktig å balansere ordvekslingen, fordi sosiale medier har en del utfordringer. Det er et mål å motvirke små eller store ekkokamre, fordi man har et ansvar for å speile samfunnet.

En fordel med ordvekslingen i redigerte medier at debatten ofte går litt saktere, slik at folk får tid til å tenke seg om.

Det er viktig å være ekstra oppmerksom på å

- Sørge for at vi har et offentlig rom som vi holder åpent, og at den norske offentligheten fortsatt har relativt god bredde i den offentlige diskusjonen.
- Sørge for at det er mulig å ta alle samtaler i det offentlige rom, på en ordentlig måte.
- Motvirke kansellering.
- Unngå berøringsangst.

Avisene har behov for inntekter, men det offentlige ordsiftet kan godt være åpent. Det er forståelse for at avisene har behov for inntekter, men det er et problem hvis lavtlønnede ikke kan ta del i debatten.

Debattantene vil gjerne bli publisert, og det viktigste kriteriet for å bli publisert er kvalitet. Det innsendte bidraget skal være godt skrevet, godt argumentert, være relevant og aktuelt eller ha potensial for å bli lest. Målet er å speile et mangfold, og det aller viktigste er kraften i argumentet. Det blir viktig å være tydelig, spissformulert, saklig, etterrettelig, ekte og folkelig.

De viktigste og største utfordringene er at man kan bli utsatt for hersketeknikker, - selv fra toppolitikere og representanter fra de redigerte mediene. Kvinner og minoriteter har ekstra store utfordringer, både med dette og i det hele tatt å komme til orde. Man må være ganske ressurssterk, man må kjenne til alle fakta og ha et omfattende kunnskapsgrunnlag.

Det er stor sjanse for å bli avfeid eller oversett.

Redaksjonell omtale har stor betydning, både for oppslutning om saken og for at det ønskede resultatet blir oppnådd. Det gir mer tyngde enn å bare få publisert egne innsendte bidrag.

Utfordringen med enerett er at man ikke vet hvilken avis som vil publisere. Det gjør det vanskelig å vite hvilken avis man skal sende til hvis man skal forholde seg til avisenes krav om enerett/eksklusivitet.

Sosiale medier og redigerte medier har litt ulik funksjon, og det kan også være at de ulike mediene er viktige på ulike måter og i ulike faser for de ulike gruppene.

Utfordringen med sosiale medier er algoritmene, at man fort havner i ekkokammer og bare følger dem man allerede er enige med, og derfor er det mange man ikke når gjennom sosiale medier. Det er også stor sjans for at man opplever slacktivisme, altså at man har støtte, men at de som støtter ikke foretar seg annet enn å like og dele det du legger ut.

Alle har anledning til å ytre seg, - men det er ikke sikkert man blir hørt.

De ulike mediene har ulik funksjon, og de kan derfor brukes på ulike måter og delvis i ulike faser.

5.2 Svar på problemstillingen

Jeg har nå oppsummert de funnene som jeg har gjort i arbeidet med denne oppgaven. Men hva er svaret på problemstillingen? Er det mulig å svare på den? Ja, det mener jeg at det er. Problemstillingen var som følger:

Hvordan blir det offentlige ordskiftet ivaretatt i de nasjonale mediene?

Fremgangsmåten for å finne svar på dette var rett å slett å spørre de som har dette som sitt daglige virke. Svarene finnes i forrige delkapittel, der jeg har oppsummert funnene. Men det blir kanskje lettere å svare på spørsmålet dersom jeg endrer spørsmålsstillingen til et mer aktivt spørsmål: Hva gjør redaktørene for å ivareta ordskiftet?

I oppsummeringen i forrige delkapittel har jeg understreket alle verbene, det vil si at jeg har understreket alt det redaktørene sier at de gjør for å ivareta ordskiftet.

Svaret på problemstillingen er som følger:

Det offentlige ordskiftet blir ivaretatt ved at debattredaktørene

- bidrar til å speile offentligheten, speile meningsmangfoldet og ivareta bredden, slik at vi kan ha en inkluderende offentlighet.
- vurderer og siler de innsendte bidragene
- balanserer ordvekslingen i den offentlige debatten
- bidrar til å motvirke små og store ekkokammer
- løfter frem de diskusjonene de publiserer
- inviterer aktører inn for å ta del i samtalen

- veileder de som har behov for hjelp til å formulere en ellers god ide
- speiler samfunnet

I tillegg til dette har undersøkelsen avdekket noen råd til debattredaktørene som det er lurt å være ekstra oppmerksom på i fremtiden.

Det er viktig å være ekstra oppmerksom på å

- Sørge for at vi har et offentlig rom som vi holder åpent
- Sørge for at det er mulig å ta alle samtaler i det offentlige rom, på en ordentlig måte
- Motvirke kansellering
- Unngå berøringsangst

5.3 Frampek

Etter gjennomført prosjekt er jeg i grunnen godt fornøyd med det jeg har gjort og det jeg har avdekket. Jeg skulle finne ut hvordan ordskiftet blir ivaretatt i nasjonale medier, og det er en oppgave jeg har løst ved å gjennomføre dybdeintervju med noen av de som har ansvaret for å gjøre nettopp det.

Som et bakteppe til dette har jeg også gjennomført dybdeintervju med noen av de som sitter på den andre siden av bordet, de som prøver å komme til orde. Men som jeg har vært inne på flere ganger, har jeg bare intervjuet debattanter som har lyktes.

Dersom jeg skal peke på en svakhet med denne undersøkelsen, er det at det mangler informanter av gruppen debattanter som ikke lykkes med å komme til orde. Nå var det uansett debattredaktørene som var best egnet til å svare på problemstillingen, men likevel står det ganske klart for meg hva som kunne vært aktuelt og interessant å forske videre på:

Å få noen i tale fra de gruppene med engasjerte debattanter som gjerne vil komme til orde men som ikke får det til.

I tillegg kunne det vært interessant å forske mer på sammenhengen mellom de sosiale og de redigerte mediene.

Litteratur

Adresseavisen. (2023, 3. mars). Unnskyldningen kom altfor sent.

https://www.adressa.no/midtnorskdebatt/i/mQzm5O/unnskyldningen-kom-altfor-sent?fbclid=IwAR2NPsyKQbkU1JoGw6zFbzJiJT8NP7ZFsYSY4nvBnh_VuWRQWiLFXIVvjY

Bjørnstad, Malini Gaare. (2020, 1. januar). Derfor har Anja gått med bunaden nesten hver dag siden april. KK. <https://www.kk.no/livet/derfor-har-anja-gatt-med-bunaden-nesten-hver-dag-siden-april/71733998>

Dommerud, Tine. (2019, 14. mai). I over hundre år har bunaden vært et symbol på lokal makt. Nå støtter 70.000 FB-brukere det siste bunadsopprøret. Aftenposten.

<https://www.aftenposten.no/norge/i/pLKGV1/i-over-hundre-aar-har-bunaden-vaert-et-symbol-paa-lokal-makt-naa-stoetter-70000-fb-brukere-det-siste-bunadsopproeret>

Dørum, Knut. (2017). Styrte og kritiske offentligheter. I Jostein Gripsrud (red.), *Allmenningen* (s. 52 - 109). Universitetsforlaget.

Enjolras, Bernard, Karlsen, Rune, Steen-Johnsen, Kari & Wollebæk, Dag. (2013). *Liker - liker ikke: Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Cappelen Damm.

Eriksen, Erik Oddvar & Weigård, Jarle. (1999). *Kommunikativ handling og deliberativt demokrati: Jürgen Habermas' teori om politikk og samfunn*. Fagbokforlaget.

Fjørtoft, Kjersti. (2007). Pluralismens utfordringer. I Odin Lysaker & Gunnar C. Aakvaag (red.), *Habermas: Kritiske lesninger* (s. 134 - 156). Pax Forlag.

Gripsrud, Jostein (2017). Offentlighet: Idealer, realiteter og tilfellet Norge. I Jostein Gripsrud (red.), *Allmenningen* (s. 17 - 54). Universitetsforlaget.

Habermas, Jürgen. *Kommunikativ handling, moral og rett*. (1999). Tano Aschehoug.

Habermas, Jürgen. (2002). *Borgerlig offentlighet*. (3. utg.) Gyldendal

Holst, Cathrine. (2007). Unødvendig, umulig og uriktig? I Odin Lysaker & Gunnar C. Aakvaag (red.), *Habermas: Kritiske lesninger* (s. 92 - 110). Pax Forlag.

Hovde, Kjell-Olav, Svensson, Palle og Thorsen, Dag Einar. (2022, 18. november). *Demokrati*. I Store norske leksikon. Hentet 3. mai 2022 fra <https://snl.no/demokrati>

- Høst, S. (2022). Å telle aviser: Bakgrunn, kilder, problemer og erfaringer. I B. K. Fonn, E. L. Hovlid & B. R. Mathisen (Red.), *Presse, profesjon og politikk: Festskrift til Paul Bjerke* (Kap. 3, s. 63–88). Cappelen Damm Akademisk. <https://doi.org/10.23865/noasp.169.ch3>
- Jacobsen, Dag Ingvar. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser*. Cappelen Damm Akademisk.
- Jakobsen, Kjetil. (2016). *Etter Charlie Hebdo: Ytringsfrihetens krise i historisk lys*. Forlaget Press.
- Johansen, Anders. (2017). Landets beste menn. I Jostein Gripsrud (red.), *Allmenningen* (s. 111 - 179). Universitetsforlaget.
- Larsen, Bård. (2018, 21. november). Bård Larsen om svensk debattkultur: – Å omtale noen som fascist en alvorlig anklage. VG. <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/BJPzAg/baard-larsen-om-svensk-debattkultur-aa-omtale-noen-som-fascist-en-alvorlig-anklage>
- Lavik, Erlend, Moe, Hallvard & Gripsrud, Jostein. (2017). Digitale tider. I Jostein Gripsrud (red.), *Allmenningen* (s. 553 - 612). Universitetsforlaget.
- Lysaker, Odin & Aakvaag, Gunnar. (2007). *Habermas: Kritiske lesninger*. Pax Forlag.
- Mathisen, Birgit Røe & Morlandstø, Lisbeth. (2016). *Kommentaren: en sjanger i endring*. Cappelen Damm.
- Mathisen, Birgit Røe & Morlandstø, Lisbeth. (2018). *Kommentarjournalistikk i en regional offentlighet: En studie av Nordnorsk debatt*. I Birgit Røe Mathisen & Lisbeth Morlandstø (red.). *Lokale medier: samfunnsrolle, offentlighet og opinionsdanning*. Cappelen Damm.
- Medienorge. (2023). *Ti største aviser*. Hentet 8. mai 2023 fra <https://medienorge.uib.no/statistikk/353>
- NTB. (2023, 23. februar). *Vindturbin-aktivister holder stand i Olje- og energidepartementet*. VG. <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/pQKQIR/vindturbin-aktivister-holder-stand-i-olje-og-energidepartementet>
- Oscarsson, Henrik Ekengren. (2013, 10. desember). *Väljare är inga dumbommar*. Politologerna. <https://politologerna.wordpress.com/2013/12/10/valjare-ar-inga-dumbommar/>
- Thagaard, Tove. (2013). *Systematikk og innlevelse: En innføring i kvalitativ metode*. (4. utgave). Vigmostad & Bjørke.

Tjora, Aksel. (2013). Kvalitative forskningsmetoder i praksis. (3. utgave). Gyldendal Norsk Forlag.

Ørstavik, Iver. (2007). Retten som moralens avlastning? I Odin Lysaker & Gunnar C.

Østerud, Øyvind, Engelstad, Fredrik & Selle, Per. (2003). Makten og demokratiet: En sluttbok fra Makt- og demokratiutredningen. Gyldendal Akademisk.

Aakvaag, Gunnar C. (2008). Moderne sosiologisk teori. Abstrakt forlag.

Vedlegg1 Intervjuguide

Kritiserbare ytringer

Intervjuguide	
Innledning	Fortell kort om prosjektet, formalia.
Kort intro	Kan du si litt om din bakgrunn og din organisasjon?
(Debattanter)	Hva er bakgrunnen for ditt engasjement? <input type="checkbox"/> Hva er det viktigste med det offentlige ordskiftet, slik du ser det? <input type="checkbox"/> Hva fungerer best ved det offentlige ordskiftet i dag? <input type="checkbox"/> Hva er det største utfordringene slik du ser det?
	Hvilket ansvar har media i å slippe til ulike syn i samfunnsdebatten? På hvilken måte ivaretar media sitt ansvar i å slippe til ulike syn i samfunnsdebatten?
(Media)	Hvilke kriterier ligger til grunn for hvilke saker som får spalteplass i form av debattinnlegg/kronikker? Hvilke kriterier ligger til grunn når enkelte saker ikke får oppmerksomhet? Har omtale i redigerte medier betydning?
(Debattanter)	Hvilke strategier bruker du for å oppnå oppmerksomhet og debatt rundt saken? Hvilken betydning har omtale i redigerte medier for saken? Har du noen eksempler på debattinnlegg som ble vellykket? Eller debattinnlegg som ikke kom på trykk eller som ikke førte til noe? Eksempel på gode ordskifter og mislykka ordskifter.
	Hvilken betydning har det for samfunnet om ordskiftet foregår i sosiale medier eller i redaktørstyrte media? Hvilken betydning har det for ordskiftet i samfunnet at enkelte diskusjoner i hovedsak føres i lukkede grupper? Hvilken betydning har det for samfunnet at enkelte diskusjoner i hovedsak føres i lukkede grupper?
	Hvilken betydning har det når ordskiftet havner bak betalingsmuren, når debatten blir +stoff. Hva tenker de om det? Blir det da en åpen offentlig debatt – hva skjer da med ordskiftet? Hvilken betydning har kravet om eksklusivitet?
Avslutning	Er det noe du har lyst til å legge til, som vi ikke har snakket om? Takke for å ha stilt opp. Gjenta at det er bare å ta kontakt om det skulle dukke opp spørsmål.

Vil du delta i forskningsprosjektet

«Kritiserbare ytringer og demokratisk legitimitet»?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan de redaktørstyrte mediene ivaretar det offentlige ordskiftet. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Det å ytre seg har blitt enklere i takt med fremveksten av sosiale medier. Hvem som helst kan si hva de vil, til et potensielt stort publikum. Men at det er enkelt å ytre seg betyr ikke nødvendigvis at det er enkelt å ta del i det offentlige ordskiftet. Når mange ytrer seg er det vanskeligere å bli hørt, for ytringene våre drukner i andre ytringer. I dag kan de fleste ytre seg til hele verden fra egen pc, nettbrett eller telefon. Det kan fort gi et inntrykk av at muligheten til å ta del i det offentlige ordskiftet har gode kår. Det kan se ut som det er lett å ytre seg, siden «alle» har tilgang til internett, og «alle» har mulighet til å ytre seg på sosiale medier og i kommentarfeltene i de redaktørstyrte mediene. Men utfordringen er ikke om man har anledning til å ytre seg, men om man har anledning til å bli hørt, og dermed om man egentlig tar del i et offentlig ordskifte.

Et innlegg i sosiale medier blir oftest lest av noen, men for at det skal være en del av et offentlig ordskifte må det antagelig settes krav til at det ikke bare er noen få meningsfeller i en lukket gruppe som leser ytringen. Det er derfor behov for en offentlighet som alle har tilgang til, det er behov for å kunne fremsette argumenter i denne offentligheten, og å prøve argumentene mot andre aktører.

Er dette egentlig mulig å oppnå i sosiale medier? Er det mulig å oppnå i redaktørstyrte medier? Hva er de redaktørstyrte medienes rolle og ansvar i denne offentligheten? Hvilke ytringer blir publisert, og på hvilke betingelser? I hvilken grad legger de redaktørstyrte mediene til rette for ordveksling på egen plattform; som kronikker, innlegg eller i kommentarfelt?

Jeg vil undersøke hvordan de redaktørstyrte mediene ivaretar det offentlige ordskiftet. Jeg vil forsøke å undersøke mengden leserinnlegg/debattinnlegg som blir sendt inn i forhold til antall innlegg som blir publisert, og jeg vil gjennomføre intervju med noen av debattredaktørene i de største mediene til å si noe om de problemstillingene jeg her løfter frem. Jeg vil dessuten

intervjue talspersoner for aktuelle saker for å belyse hvordan de opplever muligheten til å komme til orde.

Dette prosjektet er en masteroppgave i samfunnsvitenskap med fordypning i sosiologi, som skal ferdigstilles i mai 2023.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Nord universitet er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

De aktuelle mediene velges på bakgrunn av relevans; dvs at de velges ut på bakgrunn av sin betydning og sine særtrekk. Kontaktopplysninger er innhentet gjennom de mediene som informantene er tilknyttet. Talspersoner for de aktuelle sakene velges ut på bakgrunn av deres aktivitet i det offentlige ordskiftet. Kontaktopplysninger er innhentet ved å følge personenes offentlige profil i de mediene som informantene har benyttet seg av.

Førstegangskontakten opprettes på e-post, som følges opp gjennom telefonkontakt og/eller digitale møter på plattformer som f.eks. Teams.

Hva innebærer det for deg å delta?

De som velger å delta samtykker i å stille til intervju fysisk eller digitalt (Teams). Intervjuet er beregnet å ta ca 45 minutter. Intervjuet blir lagret elektronisk, og blir transkribert i etterkant. Lydfilen oppbevares frem til prosjektet er ferdigstilt, og blir deretter slettet.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Opplysningene vil bare være tilgjengelig for studenten (Stig Anders Ohrvik) og veileder (Lisbeth Morlandstø) ved Nord universitet. Alle opplysninger lagres på passordbeskyttet server. Det er ikke nødvendig for oppgaven å identifisere informantene ved navn, men informantene kan være identifiserbare i kraft av sin rolle.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Prosjektet vil etter planen avsluttes når oppgaven er godkjent. Innlevering skjer i mai 2023. Etter at prosjektet er avsluttet vil det ikke bli lagret noen opplysninger utover det som fremgår av den innleverte masteroppgaven.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Nord universitet har Personverntjenester vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Nord universitet ved
- Lisbeth Morlandstø (prosjektansvarlig)
lisbeth.morlandsto@nord.no
75 51 74 07
- Stig Anders Ohrvik (student)
stig.a.ohrvik@student.nord.no
41764826
- Vårt personvernombud:
Toril Irene Kringen
personvernombud@nord.no
74 02 27 50

Hvis du har spørsmål knyttet til Personverntjenester sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- Personverntjenester på epost (personverntjenester@sikt.no) eller på telefon: 53 21 15 00.

Med vennlig hilsen

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «*Kritiserbare ytringer og demokratisk legitimitet*», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- at opplysninger om meg (navn og rolle i navngitt organisasjon) blir publisert i oppgaven

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 3 Meldeskjema



[Meldeskjema](#) / [Kritiserbare ytringer og demokratisk legitimitet](#) / Vurdering

Vurdering av behandling av personopplysninger

Referansenummer 765457 **Vurderingstype** Standard **Dato** 15.09.2022

Prosjekttittel

Kritiserbare ytringer og demokratisk legitimitet

Behandlingsansvarlig institusjon

Nord Universitet / Fakultet for samfunnsvitenskap / Historie, kultur og medier

Prosjektansvarlig

Lisbeth Morlandstø

Student

Stig Anders Ohrvik

Prosjektperiode

17.03.2022 - 31.05.2023

Kategorier personopplysninger

Alminnelige

Lovlig grunnlag

Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 31.05.2023.

[Meldeskjema](#)

Kommentar

OM VURDERINGEN

Personverntjenester har en avtale med institusjonen du forsker eller studerer ved. Denne avtalen innebærer at vi skal gi deg råd slik at behandlingen av personopplysninger i prosjektet ditt er lovlig etter personvernregelverket.

Personverntjenester har nå vurdert den planlagte behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at behandlingen er lovlig, hvis den gjennomføres slik den er beskrevet i meldeskjemaet med dialog og vedlegg.

VIKTIG INFORMASJON TIL DEG

Du må lagre, sende og sikre dataene i tråd med retningslinjene til din institusjon. Dette betyr at du må bruke leverandører for spørreskjema, skylagring, videosamtale o.l. som institusjonen din har avtale med. Vi gir generelle råd rundt dette, men det er institusjonens egne retningslinjer for informasjonssikkerhet som gjelder.

DEL PROSJEKTET MED PROSJEKTANSVARLIG

For studenter er det obligatorisk å dele prosjektet med prosjektansvarlig (veileder). Del ved å trykke på knappen «Del prosjekt» i menylinjen øverst i meldeskjemaet. Prosjektansvarlig bes akseptere invitasjonen innen en uke. Om invitasjonen utløper, må han/hun inviteres på nytt.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til den datoen som er oppgitt i meldeskjemaet.

LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake.

<https://meldeskjema.sikt.no/63107b64-d56f-4bda-96a0-4525dfa803eb/vurdering>

10.05.2023, 15:10
Side 1 av 2

Vedlegg 4 Kategorier (Øyeblikksbilde fra prosessen)

Redaktørene	Debattantene	Mulig felleskategori
<p>Ansvar/rolle</p> <p>Å legge til rette for et offentlig ordskifte</p>	<p>Å komme til orde</p>	<p>Å komme til orde</p>
<p>Kriterier</p> <p>Hva er det viktigste med det offentlige ordskiftet? Hva fungerer best, og hva er de største utfordringene?</p>	<p>Strategi</p>	<p>Hvordan?</p> <p>Utfordring</p>
<p>Redaksjonell omtale</p> <p>Hender det at publisering av innsendte bidrag fører til redaksjonell omtale?</p>	<p>Omtale i redigerte medier</p>	<p>Omtale</p>
<p>Enerett</p> <p>Betalingsmur</p> <p>Sosiale medier</p> <p>andre land</p>	<p>Lokalaviser</p> <p>Lukkede grupper</p> <p>Sosiale vs redigerte medier</p> <p>Betalingsmur</p> <p>Ekklusivitet/enerett</p> <p>Hva er den største utfordringen med å komme til orde i det offentlige ordskiftet?</p> <p>Andre ting</p>	<p>Enerett</p> <p>Betalingsmur</p> <p>Sosiale vs redigerte medier</p>