

Petter Remen Hanssen

## Journalister i en multimedial hverdag

En kvalitativ undersøkelse av  
journalistrollen i forandring



Masteroppgave i medier, kommunikasjon  
og informasjonsteknologi

Trondheim, november 2013

## **Forord**

Denne oppgaven har satt mine produktive og effektive egenskaper på prøve. Det har vært en utrolig givende prosess med et tema som interesserer meg i aller høyeste grad.

Jeg vil takke Adresseavisen for deres hjelpsomhet og deres åpenhet i bedriften. Bedriften lyttet i tillegg til mine ideer og jeg føler at arbeidet jeg har gjort, både i denne studien og i forskningsoppdraget jeg gjennomførte i forkant, har blitt satt pris på.

Jeg vil også takke min veileder, Arve Hjelseth, for et godt samarbeid gjennom studietiden, noe som har resultert i en masteroppgave jeg er stolt av, samt to bacheloroppgaver jeg vil ta med meg videre ut i den store verden.

*Trondheim, 15.november 2013*

*Forfatter: Petter Remen Hanssen*



## **Sammendrag**

I denne undersøkelsen har jeg gjennomført en kvalitativ studie på bakgrunn av data som er samlet inn gjennom informanter fra Adresseavisen. Tematikken tar for seg journalister i en multimedial hverdag der mediekonvergens gjør at rollen som journalist kontinuerlig er i forandring.

For gruppen som er representert i denne studien viser det seg at den multimediale hverdagen kan være utfordrende på mange måter. Adresseavisen har siden 2005 vært i en omstillingsprosess der alle plattformer har vært samlet sammen i et multimediehus. Dette har ført til at rollen som journalist ikke er like tydelig som tidligere. Journalister opplever at nye plattformer har ført til usikkerhet rundt prioriteringer, strategi og samarbeid. Den multimediale hverdagen har i tillegg økt arbeidsmengden, noe som skaper uro rundt kvaliteten på arbeidet og fokus på utvikling. Journalistene erfarer i tillegg at det å være i konstant tidsklemme fører til økt stress, samt fysiske og mentale slitasjer. Rollen journalisten innehar blir da utsatt for rollekonflikter og rollestress som et resultat av økte krav og forventninger.

For å få et inntrykk av denne opplevelsen undersøkes det nærmere hvordan bedriften håndterer ulike plattformer i arbeidshverdagen, samt hvordan journalistene erfarer hvordan det er å jobbe i en hverdag der krav og forventninger øker til den enkelte. Det vil i tillegg diskuteres hvorvidt stadige omstillinger påvirker journalistens mening, glede og entusiasme over å produsere nyhetsinnhold. Med uklare fremtidsutsikter kan det være vanskelig å finne den rette balansegangen i en multimedial hverdag for mediebedrifter, i dette tilfellet Adresseavisen. Denne undersøkelsen har som formål å gi bedriften en god pekepinn på hvordan tendenser og antydninger de står ovenfor i dag, og i tiden fremover.



# INNHALDSFORTEGNELSE

FORORD .....	I
SAMMENDRAG .....	II
<b>1. INNLEDNING .....</b>	<b>1</b>
1.1 ADRESSEAVISEN .....	3
1.1.1 <i>Visjon og mål</i> .....	4
1.2 PROBLEMSTILLING .....	6
1.3 OPPGAVENS OPPBYGNING .....	7
<b>2. TEORI OG TIDLIGERE FORSKNING .....</b>	<b>9</b>
2.1 MEDIEKONVERGENS .....	9
2.2 ROLLEBEGREPET .....	12
2.2.1 <i>Den multimediale journalistrollen</i> .....	13
2.3 TIDLIGERE FORSKNING .....	15
<b>3. METODE .....</b>	<b>19</b>
3.1 VALG AV METODE .....	19
3.2 UTVALGET .....	20
3.3 INNSAMLING OG BEARBEIDING AV DATA .....	21
3.3.1 <i>Det kvalitative forskningsintervju</i> .....	21
3.3.2 <i>Observasjon</i> .....	22
3.3.3 <i>Transkribering</i> .....	22
3.4 INTERVJUGUIDEN .....	23
3.5 KVALITETSSIKRING .....	24
3.5.1 <i>Troverdighet</i> .....	24
3.5.2 <i>Bekreftbarhet</i> .....	26
3.5.3 <i>Overførbarhet</i> .....	27
3.5.4 <i>Forskerrollen</i> .....	27
3.6 ETISKE VURDERINGER .....	28
3.7 OPPLEGG FOR ANALYSE .....	29
<b>4. ANALYSE .....</b>	<b>31</b>
4.1 JOURNALISTROLLEN .....	33
4.2 STRATEGI OG SAMARBEID .....	37
4.3 PRIORITERINGER .....	42
4.4 KVALITET, MENGDE OG TID .....	47
4.5 FREMTIDSUTSIKTER .....	53
<b>5. KONKLUSJONER OG AVSLUTNING .....</b>	<b>59</b>
5.1 KONKLUSJONER .....	59
5.2 SAMMENFATNING OG VIDERE FORSKNING .....	60
<b>6. REFERANSELISTE .....</b>	<b>65</b>

## **VEDLEGG**

VEDLEGG 1: KVALITATIV INTERVJUGUIDE.....	III
VEDLEGG 2: PROSJEKTVURDERING AV NSD.....	VI

## **FIGURLISTE**

FIGUR 1: OVERSIKT ADRESSEAVISEN 2012.....	5
FIGUR 2: UKENTLIGE UNIKE BRUKERE PÅ NETT OG MOBIL.....	5
FIGUR 3: MULTIMEDIAL STILLINGSANNONSE.....	36
FIGUR 4: OVERSIKT LESERTALL 2012/2013 FOR ADRESSEAVISEN.....	38
FIGUR 5: FORDELING AV EKSTERNE INNTEKTER I POLARIS MEDIA.....	46

## 1. Innledning

Multimediehus har kommet for å bli. De tidligere rene avishusene er ikke lenger utstyrt med ansatte som jobber med bare én plattform. Med utviklingen av internett og ny teknologi har avishusene tatt grep. Papiravis, TV, Radio og nettavis er plattformer som nå er samlet i et multimediehus. Alle plattformene skal, som de alltid har gjort, levere nyheter til samfunnet, men nå skal alle samarbeide om produksjonen.

At medieinstitusjoner smelter sammen for å samkjøre nyhetsproduksjon omtales som mediekonvergens. Men likevel, om avishuset har utvidet seg til å bli en del av et multimediehus, så har det tradisjonelle fortsatt en stor plass i Norge. Krumsvik (2012) kaller Norge «*det digitale annerledeslandet*». Her i landet har de ledende tradisjonelle medievirksomhetene også klart å ta en dominerende posisjon i det digitale mediemarkedet. Dette gir dagens journalister flere oppgaver og større krav.

”*Kremjobb til krampa tar?*” er tittelen på en arbeidsmiljøundersøkelse gjort av arbeidsforskningsinstituttet i 1992<sup>1</sup>. Blant 815 informanter, alle medlemmer av Norsk Journalistlag, Norsk Redaktørforening og Mediebedriftenes Landsforening (administrerende direktører), viste resultatene at informantene hadde stor kjærlighet til jobben, men at de samtidig ytret en bekymring mot hvordan det skulle gå med helsen. Over 80 prosent var ikke optimister på helsens vegne. Dette hang sammen med hyppige og vedvarende stressopplevelser i arbeidsdagen. Journalistene i undersøkelsen var opptatt av sin innsats for aktualitet, relevans og kvalitet som en daglig kamp frem mot deadline, en kamp mot klokka, tempo, kreativitetskrav og konkurranse (NJ, 2008). Samtidig var det tall fra denne undersøkelsen som fortalte at journalistene satt 2/3 av tiden sin foran datamaskinen etter at det hadde blitt investert i ny teknologi. Avisene var i en systemutviklingsprosess, noe som gjorde journalistene til de heftigste brukerne av datautstyr i arbeidslivet (NJ, 2008). Dette viser at mediekonvergens ikke er et nytt fenomen i mediebransjen, og at rollen som journalist i lengre tid har vært preget av forandring.

---

<sup>1</sup> Norsk Journalistlag har gjort tre arbeidsmiljøundersøkelser med ca 10 års mellomrom blant journalistene. Det er professor Bjørg Aase Sørensen ved Arbeidsmiljøinstituttet som har stått for alle tre (NJ, 2008).



Forandringene skjedde som følge av sammensmeltingen på den tiden ga medieorganisasjoner bekymringer og uenigheter. I den samme arbeidsmiljøundersøkelsen Fra 1992-undersøkelsen var det flere på desken som uttrykte misnøye med den organisatoriske tilretteleggingen på arbeidsplassen, samt samarbeidsproblemer. Disse samarbeidsproblemene kunne være en ekstra stressfaktor. Over halvparten av journalistene syntes i tillegg ledelsen var dårlig eller sjeldent god. Dette gikk hovedsaklig på dårlig kommunikasjon og uklare arbeidsinstrukser.

Mye av det samme mønsteret dukker opp i undersøkelsen fra 2002. Fra denne undersøkelsen svarte over 30 prosent at de hadde hatt fravær fra jobben den siste måneden, og 17 prosent av kvinnene og 14 prosent av mennene mente fraværsårsaken i hovedsak var deres forhold til arbeidet. Én av informantene fra 2002-undersøkelsen forklarte sitt forhold til jobben slik:

*«Som reporter i et nyhetsbyrå opplever jeg å være i tidsklemme hele tiden. Når jeg ikke har funnet noe å jobbe med, haster det å finne en god sak. Når jeg har funnet den, haster det med å få den ut. Så haster det å finne en ny.»*

(NJ, 2008)

Medieorganisasjoner som Adresseavisen, har også vært gjennom slike steg i medieutviklingen, i en prosess som fortsatt pågår. Mediekonvergensen har de siste årene tatt store steg med overgangen til multimediehus der nye medier som ikke eksisterte tidligere er på fullt fart til å ta over. Hva gjør dette med journalistenes syn på sin rolle og hvordan forholder seg de seg til det i Adresseavisen? Denne sammensmeltingen av mediene krever omstillinger, både for journalistene og for produksjonsvanene med tanke på hva de publiserer på de enkelte plattformene. I tillegg tar det med seg økte krav til journalisten når det gjelder kunnskap og effektivitet.

*«Alle mediehusene i Polaris Media jobber hardt for å beholde sin posisjon i det tradisjonelle papiravismarkedet og samtidig øke satsningen på nett. Med små ressurser er dette en krevende ambisjon, men de som lykkes best viser at det er mulig å komme langt.»*

(Redaksjonell årsrapport Polaris Media, 2012).

Polaris Media, mediekonsernet Adresseavisen inngår i, har store ambisjoner. Samtidig har avisen de siste årene kuttet ned på bemanningen av økonomiske grunner. Dette stiller større krav til effektivitet og produktivitet hos den enkelte journalist. Ottosen og Krumsvik (2008) mener de store endringene på den teknologiske fronten og de store endringene på eiersiden vil

påvirke vår tradisjonelle oppfatning av journalistrollen. Journalisten i Norge står selv overfor et veiskille der rollen kan være uklar. Hva vil journalisten kalle seg i dag, en papirjournalist? I en rolle som multimedial journalist i et multimediehus må journalistene fokusere på ulike plattformer, og sannsynligvis har journalisten subjektive meninger om hvordan disse skal prioriteres. Optimalt sett vil Adresseavisen at brukere skal kjøpe alle produktene på alle plattformene. Dette skaper utfordringer i multimediehuset.

At eiere må ta kommersielle hensyn er et faktum det er liten grunn til å moralisere over. Avisene hadde ikke kunnet eksistere uten salg av aviser og annonser. Samtidig vil det på grunn av dette alltid eksistere en potensiell konflikt mellom hensynet til journalistikkens innhold slik redaktøren og journalistene ønsker seg den, og etter kommersielle eller økonomiske hensyn (Ottosen, 2004). Om journalistene er samkjørte rundt publiseringsstrategi og fokusområder, og om det bevisst er klare retningslinjer fra ledelsen på hvordan redaksjoner skal arbeide med de ulike plattformene er spørsmål man kan stille seg. Dette er en vanskelig problemstilling for multimediehuset. Hvordan skilles de ulike mediene med tanke på innhold, og hva slags vurderinger gjøres det for eventuelt å veie den ene plattformen opp mot den andre? Dette er alle sentrale spørsmål, og jeg vil i denne undersøkelsen gå nærmere inn i Adresseavisen og belyse hvordan en bestemt avdeling forholder seg til disse utfordringene i den multimediale hverdagen de lever i.

## **1.1 Adresseavisen**

Adresseavisen har eksistert siden 1767, og er med det Norges eldste nålevende avis. Adresseavisen inngår i mediekonsernet Polaris Media som er notert på Oslo Børs, og er inkludert i konsernregnskapet til Polaris Media ASA. Med hovedkontor i Trondheim er avisen den dominerende nyhets- og annonseformidleren i Midt-Norge.

Høsten 2005 valgte Adresseavisen å legge alle mediehus samlet under én ledelse. Dette betydde at mediekanalene TV-adressa<sup>2</sup>, Radioadressa (er i dag lagt ned), adressa.no og Adresseavisen ble samkjørt. Dette var starten på multimediehuset og slutten på avishuset. De ulike redaksjonene ble satt sammen i et samspill der plattformene skulle jobbe nærmere

---

<sup>2</sup> TV-adressa het TV-Trøndelag før mediehusene ble samlet sammen i 2005.

hverandre og samarbeide om de samme sakene. I dag er det åtte år siden denne sammenslåingen, og Adresseavisen teller i dag rundt 300 ansatte, med arbeidsoppgaver som går fra telefonsalg til journalister. Multimediohuset Adresseavisen inneholder disse plattformene i dag:

- Adresseavisen som papir- og e-avis.
- Adressa.no på PC, mobil og lesebrett.
- TV-Adressa som en integrert del av Adressa.no.

(Adressa.no – Mediehuset Adresseavisen, 2012).

I en så stor organisasjon som Adresseavisen er det store tall som er i omløp. Samlet omsetning for Adresseavisen i 2012 var ca 670 millioner kroner, hvorav annonseomsetning utgjør ca 440 millioner kroner og opplagsinntekster inkludert eAdressa (den digitale papiravisen) utgjør ca 200 millioner kroner (Adressa.no - Nøkkeltall, 2012).

### **1.1.1 Visjon og mål**

Adresseavisen har på sine hjemmesider formulert sine visjoner og mål. Der står det at Adresseavisen skal være best på innhold og den foretrukne markeds plass i Midt-Norge i alle kanaler. Adresseavisen skal kjennetegnes av kvalitet og nytenkning i alle ledd. Adresseavisen skal gjennom organisering og uttrykk være et fullintegrert flermedialt mediehus. Med den unike posisjonen i Midt-Norge er det et mål for Adresseavisen å beholde denne plassen både for papiravisen og for mediehusets digitale kanaler (Adressa.no - Visjon og mål, 2012).

I årsrapporten fra Polaris Media (2012) påpekes det at selskapets medier har et ansvar overfor sine lesere, seere, lyttere og brukere om å stå for en nyhetsformidling som er fri for bindinger, åpen for meningsmangfold og på vakt mot maktmisbruk. Selskapet bygger sin virksomhet på lokal og regional forankring. De skal sikre en fri og uavhengig nyhetsformidling av høy kvalitet gjennom å gi engasjerte medarbeidere spillerom til å fordype seg i de viktige sakene av interesse både lokalt, regionalt og nasjonalt.

Mediene er i endring, og papiravisene kommer ikke til å beholde sine markedsandeler. Dette er det vanskelig å gjøre noe med. Men det er ikke slik at det nå bare er å gi seg over, legge seg

på ryggen og si som noen, at teknologien gir og teknologien tar, og ferdig med det. Den digitale transformasjonen vil øke i styrke og tempo, men papiravisene vil i mange år ennå utgjøre grunnfjellet både i medie-Norge og i Polaris Media; uten dem vil det meste se annerledes ut, og det ville neppe være til samfunnets beste (Årsrapport Polaris Media, 2012).

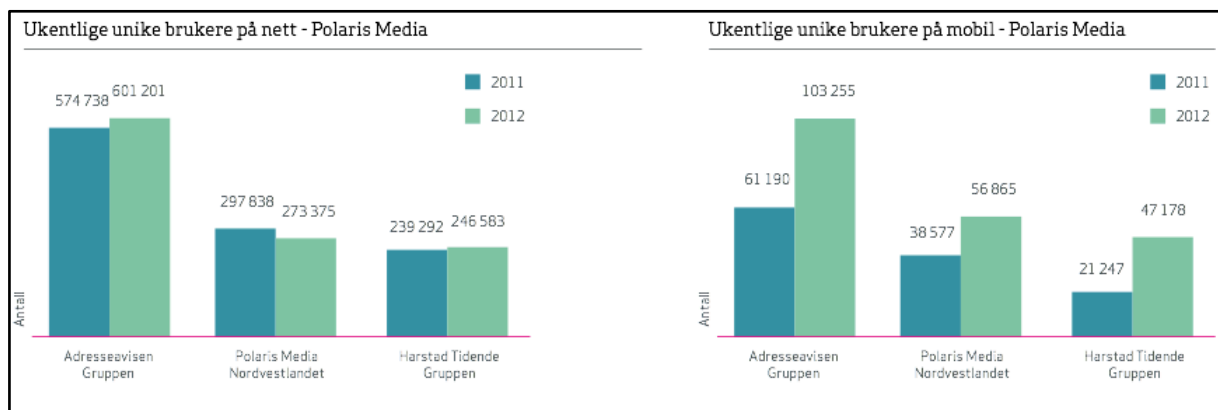
2012 var et merkeår for Adresseavisen, da lesertallene for nettet for første gang passerte lesertallene for papirutgaven. Til sammen på alle plattformer har Adresseavisen nå over 300 000 lesere i uken.

**Figur 1: Oversikt Adresseavisen 2012.**

Redaksjon	Opplag	Lesere, daglig	Daglige lesere på nett	Høyeste uketall nett (UV)	Høyeste uketall mobil (UV)	Red. årsverk	Sider	Andel kvinnelige kilder	Ledere	Kommentar, kronikk	Leserinnlegg	Nettinnlegg
Adresseavisen	70 089	189 987	192 675	533 889	140 625	152	28 845	34 %	610	950	3 900	95 000

(Redaksjonell årsrapport Polaris Media, 2012).

**Figur 2: Ukentlige unike bruker på nett og mobil.**



(Årsrapport Polaris Media 2012).

## 1.2 Problemstilling

Med Adresseavisens overgang fra et avishus til et multimediehus, samt den kontinuerlige kostnadskuttingen de har vært gjennom de siste årene, fikk meg til å tenke på journalistenes roller i dagens multimediale hverdag. Fra å konsentrere seg om én ting gjennom papiravisen, må journalistene i dag håndtere flere plattformer, samtidig som mengden har økt og tiden har blitt knappere.

Fra den redaksjonelle årsrapporten i Polaris Media (2012) er det lagt frem tre sikre holdepunkter for fremtiden:

- *Den digitale utvikling vil fortsette. En større andel av mediebruken vil skje på digitale plattformer.*
- *Papiravisen vil fortsatt være en viktig del av mediehusenes virksomhet.*
- *Lokal nyhetsjournalistikk og redaksjonell kvalitet vil være avgjørende for vår posisjon og vår fremtid.*

Dette er tre områder som må tilfredsstilles av den multimediale journalisten. Overgangen med fokus på flere plattformer er dog ikke like problemfri for alle journalister. Det kreves ny kunnskap og opplæring for å mestre alle de nye teknologiske områdene. Hvordan prioriterer og fokuserer journalisten med levering - hver eneste dag - på alle disse plattformene? Om redaksjoner, ledelse og journalister er samkjørte på hva som skal komme i første og andre rekke er et viktig spørsmål. Journalisten har mest sannsynlig en subjektiv mening om at én plattform er viktigere å prioritere enn en annen, noe som kan motstride andres syn. Da jobber de mot hverandre, uten at de er bevisste på det. Med fremveksten av de nye mediene kan det i tillegg bli mer uklart hva man skal bruke ekstra ressurser på. Mediehverdagen har ikke blitt enkel å forutse ettersom den stadig er i forandring. Dette er utfordrende, og noe som påvirker og kontinuerlig endrer skillene mellom satsningsområdene for organisasjonen.

Midt i en konvergensprosess er det ikke enkelt for multimediehusene å fastsette klare retningslinjer. Det kan være overordnede retningslinjer for alle, men hvor stor er egentlig bevisstheten rundt disse retningslinjene, og i hvilken grad jobber journalistene i samsvar med disse i en travel og automatisert hverdag? For å belyse spørsmål som er diskutert her ønsket jeg å gå inn i et multimediehus og en gruppe som jobber tett sammen. I dette tilfellet er det et

utvalg fra multimediehuset Adresseavisen som undersøkes nærmere og er datagrunnlaget i denne studien.

Problemstillingen lyder slik:

*Hvordan forholder journalister seg til den multimediale hverdagen og en rolle som er i kontinuerlig forandring?*

Den multimediale hverdagen forandrer måten journalistene jobber på. Journalistrollen har med tiden utviklet seg slik at de fleste må bekle flere roller, noe som fører med seg ulike og potensielt kryssede forventninger. Med utgangspunkt i denne problemstillingen skal studien undersøke hvordan journalistene forholder seg til denne situasjonen, og hva den fører med seg.

### **1.3 Oppgavens oppbygning**

Sammen med innledningen der oppgavens tema aktualiseres og problemstillingen presenteres inneholder oppgaven i tillegg et teorikapittel, metodekapittel, en analyse samt en sammenfatning som del av oppgavens avslutning med konklusjoner og videre forskning. I teoridelen har jeg rettet oppmerksomheten mot begrepet om mediekonvergens, rollebegrepet og den multimediale journalistrollen. Teorikapittelet har også et eget underkapittel med tidligere forskning som er gjort på området.

I kapittel tre går oppgaven over på de metodiske tilnærmingene for oppgaven. Dette kapittelet begrunner de metodiske valgene jeg har tatt, samt går gjennom hvordan data har blitt samlet inn og bearbeidet. Kapittelet vil også ta for seg etiske vurderinger og min forskerrolle, samt metodens sterke og svake sider gjennom begrepene troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet. Til slutt vil jeg forklarte kort hvordan opplegg som er valgt for analysen.

Kapittel fire er viet til oppgavens hoveddel, som også er bevilget mest plass, nemlig analysedelen. Det er her forskningens resultater vil legges frem, og samtidig diskutert. Analysen er delt inn i fem deler som sammen utformer perspektiver knyttet til problemstillingen. Disse fem delene er presentert slik: *4.1 Journalistrollen, 4.2 Strategi og samarbeid, 4.3 Prioriteringer, 4.4 Kvalitet, mengde og tid og 4.5 Fremtidsutsikter.*

Til slutt sammenfatter jeg undersøkelsens hovedfunn, diskuterer implikasjoner av disse funnene og drar konklusjoner, før jeg avslutter med å vurdere videre forskning på feltet.

## **2. Teori og tidligere forskning**

I dette kapitlet presenteres teori og tidligere forskning som vil relateres og kobles opp mot undersøkelsens tema og problemstilling. Først vil jeg ta for meg fremveksten av mediekonvergens i mediebransjen. Konvergens betyr at noe nærmer seg noe annet. På mediefeltet brukes ordet for å beskrive effektene av at mediene er blitt digitale (Fagerjord, 2006). Jeg har valgt å legge frem sju observasjoner av konvergens i medieindustrien gjort av Lawson-Borders (2009). Disse syv observasjonene bidrar til å plassere strukturere analysen, samt at de gir grunnlag for å si noe om hvorvidt data kan supplere eller nyansere disse observasjonene.

Jeg vil deretter i dette kapitlet gå nærmere inn på begreper og teorier om rollebegrepet og den multimediale journalistrollen som har utviklet og forandret seg parallelt med den teknologiske utviklingen og brukervanene til samfunnet. Dette gir forskningen et perspektiv på den multimediale hverdagen, og hva journalistene har å forholde seg til.

Til slutt vil jeg se på tidligere forskning gjort i og rundt samme feltet, spesielt anført av Ottosen og Krumsviks undersøkelse fra 2008. Dette er noe som stadig er utvikling og vil være en aktuell problemstilling for alle multimediehus. Forskning gjort for noen år siden kan i dag være utdatert. Studien fra 2008 gir likevel en god pekepinn og et godt utgangspunkt for å se på forandringer, likheter og ulikheter og utviklingsområder.

### **2.1 Mediekonvergens**

Som det ble definert tidligere av Fagerjord (2006) er konvergens noe som nærmer seg noe annet, der mediefeltet snakker om bevegelsen mot at mediene blir digitale. Ottosen (2004) definerer mediekonvergens som en overordnet betegnelse for at ulike medieprodukter, medietjenester eller medieinstitusjoner smelter sammen. Tid og rom er praktisk talt eliminert – i dag kan du se, høre og lese alt du vil, hvor du vil og når du vil. Resultatet er at digitalteknologien har smeltet sammen medier til ett medium: multimedia (O'Reilly og Vincens, 2006).



Lawson-Borders (2009) har gjort en analyse av mediekonvergens i medieindustrien. På bakgrunn av analysen har hun kommet med noe hun har valgt å kalle *Seven Observations of Convergence*. Disse syv observasjonene skal være en strategi for medieorganisasjoner som jobber med å operasjonalisere konvergens på tvers av plattformene. Lawson-Borders (2009) mener identifikasjon av et problem innenfor en organisasjon skal føre til aksept, utvikling og vekst. Det er ikke slik at punktene går i en bestemt rekkefølge, de skal heller fungere i en overlappingsprosess der man finner den beste praksisen for å forklare konvergens som både et konsept og prosess.

Disse sju observasjonene utgjør en del av rammeverket for hva jeg ser etter, samt fungere som tolkningsrammer for hvordan jeg har analysert og tolket mine funn.

De syv observasjonene blir lagt frem slik:

### **Kommunikasjon (*communication*)**

Denne delen påpeker at kommunikasjon er essensielt i organisasjonen. Bedriftens ledere, redaktører og andre som er delaktige må involveres i den kontinuerlige samtalen om konvergens. Skal man lykkes med prosessen rundt sammensmeltning må man ha kommunikasjon både internt og på tvers av enheter. Dette er noe Lawson-Borders (2009) mener må bli operasjonalisert på en daglig basis innen organisasjoner.

### **Forpliktelse (*commitment*)**

Denne delen tar for seg organisasjonens engasjement rundt å inkorporere konvergens som en del av sin filosofi. Dette argumentet er mer enn et initiativ fra topp til bunn, men mer en forpliktelse som flyter eksternt og internt gjennom bedriftens ledere, journalister, økonomi og teknologi. Engasjementet rundt den økonomiske biten av forpliktelsen må være kombinert med støtte for forskning og utvikling, samt kompetanseutvikling og opplæring.

### **Samarbeid (*cooperation*)**

Punkt tre, samarbeid, er nødvendig for at redaktører, journalister og fotografer skal fungere sammen daglig i en konvergensprosess. Ansatte som er en del av nyhetsorganisasjoner må være åpne for ideer, dele historier og gjøre beslutninger om hvordan konvergens kan gjennomføres på best mulig måte.

### **Kompensasjon (*compensation*)**

Kompensasjon går nærmere inn på journalisters økende bekymring, spesielt i skrivende medier, om forventinger til økende ferdigheter og kunnskap på nye områder. Lederne i bedriften må da vurdere hvordan de skal kompensere og erkjenne for de ekstra ferdighetene og ekspertisen som forventes ut i fra den nye rollen til journalisten. I en multimedial hverdag har journalister ofte spesialisert seg innenfor en mediekanal, men må likevel levere til flere kanaler og ha forståelse for at dette er en bonus.

### **Kulturelle endringer (*cultural changes*)**

Dette er nødvendig for å fortsette å bidra til aksept og fremme konvergens. Det er ulike kulturer blant journalister som jobber i forskjellige avdelinger. Du har journalister som jobber med papiravis, noen som jobber med kringkasting og journalister som kun jobber med elektronisk levering. Alle disse avdelingene har ulike måter å legge frem språket på og forskjellige måter å produsere dette på.

### **Konkurrans (competition)**

De nye mediene er med å skape konkurranse på helt andre plan enn tidligere. Nå er det ikke bare konkurranse mellom lokale aviser og nasjonale TV-kanaler lenger. De nye mediene skaper nasjonal og global konkurranse i lokale markeder. Bare flere og flere ønsker å være den ledende organisasjonen for levering av de beste nyhetene og underholdningen. I denne prosessen kan det skapes konflikter mellom journalister i ulike mediekkanaler på grunn av differensierte syn på kilder, varemerke og troverdighet. De nye mediene og multimediehusene er på å skyve dette paradigmet som de tradisjonelle medieorganisasjonene har skapt. Organisasjonen må da klare å takle motstanden som kommer fra både utsiden og innsiden for å håndtere konvergensprosessen.

### **Brukerne (*customer*)**

Brukerne, som inneholder leserne, kundene, lytterne og seerne er sentrale i konvergensen av de nye mediene. Brukerne har i dag et enormt medieunivers å velge fra når de skal velge medium for informasjon. De kan velge selv når de vil ha informasjonen og hvordan innhold

de ønsker. Medieteorier som portvaktfunksjonen<sup>3</sup> der redaktører, journalister og nyhetsprodusenter som egenrådige sto for hvilken informasjon brukerne skulle bli presentert for er nå nærmest uvesentlig (Lawson-Borders, 2009). Internett har også skapt produsenter, ikke bare forbrukere. En datamaskin, et modem, tid og kreativitet kan gjøre alle om til produsenter av innhold for millioner av mennesker. Segmentering av brukere tilsier at personer har ulike interesser og måter å bruke medier på. Medieorganisasjoner som praktiserer konvergens har her en utfordring å møte alles behov.

I lys av disse syv punktene hos av Lawson-Borders (2009) vil jeg se nærmere på om jeg kan sammenligne, og utvide eller nyansere observasjonene med hensyn til hvordan de kan beskrive mediekonvergensen i den multimediale hverdagen i en redaksjon i Adresseavisen.

## 2.2 Rollebegrepet

For å snakke om journalistrollen må rollebegrepet defineres. Rollebegrepet anvendes forskjellig innen ulike samfunnsvitenskapelige tradisjoner. Begrepet setter søkelyset på at oss mennesker som sosiale aktører handler forskjellig i ulike sammenhenger. Rollebegrepet viser at det er foreskrevne ordninger for de ulike rollene. En del roller har formelle forskrifter, det vil si at de er nedskrevet i form av arbeids- og yrkesbeskrivelser. Eksempler på dette er leger, dommere og sykepleiere (Brodtkorb, 2009).

Strand (2001) mener at en *rolle* er uavhengig av personen, og er til en viss grad fast, men at hver utøver av en bestemt rolle setter sitt preg på den. En *rolle* består av de normene som knytter seg til en posisjon, som for eksempel en leder. Disse normene kommer til uttrykk gjennom forventninger relevante aktører stiller til utøveren av rollen, rolleinnhaverens egne tolkninger, og formelle bindinger og fullmakter som følger med rollen.

Når det er forskjeller eller kryssede forventninger til rollen eller rollene en person innehar, kaller vi det *rollekonflikt*. Mange av hverdagens sosiale problemer oppstår i rollekonflikter. Martiniussen (1991) mener disse faller i to logiske grupper:

---

<sup>3</sup> Portvaktfunksjon: Mediene utøver en portvaktfunksjon i den forstand at de påvirker hva og hvem som skal bringes frem for offentligheten (NOU, 2010).

- *Rollesettkonflikt/Intrarollekonflikt*: består i dels forenlige og dels uforenlige forventninger til innehaveren av en bestemt rolle.
- *Sosiuskonflikt/Interrollekonflikt*: er motstridende forventninger til personen fordi hun eller han innehar flere roller. Disse konfliktene kan dreie seg om bruken av tid i hver rolle, den personlige væremåten i rollen og handlingene som forventes av rolleinnehaveren.

Disse rollekonfliktene som oppstår i en persons hverdag kan være vanskelig å tilfredsstille. Dette kan føre til at personer, i møte med disse forventningene, opplever *rollestress*, fordi konflikten gjelder fordeling av ressurser, tid, krefter, oppmerksomhet og så videre. *Rollestress* oppleves når det er krav fra omgivelsene og forventninger fra individet selv som man ikke greier å imøtekomme. *Rollestress* kan derfor oppstå ved rollekonflikter (Skogstad, 2000).

### **2.2.1 Den multimediale journalistrollen**

Med overgangen fra avishus til multimediehus glir også journalisten parallelt inn i en ny rolle. Det skal ikke produseres tekst til én plattform lengre, men flere samtidig. Ottosen (2004) påpeker at journalistrollen ikke har oppstått med bestemte kjennetegn på et klart definert tidspunkt. Den har utviklet seg gradvis og blitt farget av den teknologiske og samfunnsmessige utviklingen.

Ordet multimedia beskriver muligheten til å gjengi tidligere medieuttrykk, men også å kombinere dem. Datamaskinen gjør det ikke bare mulig å gjengi både levende bilder og skriftlig tekst, men også kombinere dem til et samlet uttrykk på skjermen (Fagerjord, 2006). Og bruker vi da betegnelsen *multimedialitet* refererer man til nye måter å produsere innhold og formidle informasjon på, som følge av at alle informasjonsformer (tekst, lyd, bilder og video) foreligger digitalt (Rasmussen, 2006). Det er dette journalisten hovedsakelig må forholde seg til i dagens mediehverdag. Multimediale journalister må kunne produsere tekst til ulike plattformer i roller som for eksempel nettjournalist, papirjournalist og redigerer, noe som krever ulike former, innhold og ferdigheter. Utviklingen av web-TV gjør også at journalister må kunne klare å håndtere det å være reporter, samt hvordan å bruke et kamera.

De nye rollene journalistene må forholde seg til gjør at det forventes mye mer av den enkelte journalist. Mengden journalistisk arbeid har økt innenfor den samme tidsrammen over plattformer. En sentral bekymring som kommer til uttrykk i studier av nettjournalistikk, dreier seg om forholdet mellom produktivitet og kvalitet. Produksjonspresset er høyt i nettpublikasjonene med kontinuerlig deadline, og klassiske journalistiske ideal, som bruk av flere kilder og kildesjekk, kommer under press. Det er en fare for at kvantitet går på bekostning av kvalitet, samtidig som stresset og produksjonspresset er en direkte utfordring for arbeidsmiljøet og for kvaliteten på journalistikken (Krumsvik, 2012). Det er i slike situasjoner det kan oppstå *rollekonflikt* og *rollestress* i redaksjonen. De ulike rollene gjør at det er kryssende forventninger til journalisten, som det kan være vanskelig å leve opp til, noe som kan gå utover produktet. Journalistene kan for eksempel i løpet av dagen jobbe som TV-reporter, nettjournalist, papirjournalist, redigerer, fotograf og informasjonskonsulent. Alle disse rollene har ulike krav og forventninger, samtidig som mange av oppgavene er nye og ukjente.

Både i de store og de små avisredaksjonene er det svært få journalister som går fra papir til nett – til tross for nedbemanning i papiravisene. Situasjonen tyder på at det er fortsatt er statusforskjeller mellom nye og tradisjonelle kanaler. Forsøkene på å utvikle multimediale redaksjoner går også senere enn forventet (Ottosen og Krumsvik, 2008). Det er vanskelig for redaksjoner å finne sin plass i den multimediale hverdagen. Det kan være at journalisten selv foretrekker å levere til et medium og har sterkere følelser for et medium, men burde egentlig ha satsset mer på et annet. Samtidig kan det gå utover det å skape et eksklusivt innhold til de ulike plattformene. Multimediehusene står midt i et skille der problemstillingen om innhold og form er vanskelig. For eksempel blir det vanskelig å generalisere når papiravisen ikke har fortrinnsrett på gode saker (Ottosen og Krumsvik, 2008). Hva gjør denne utviklingen med journalistenes hverdag? Ser man på det multimediale som et positiv tilskudd, eller gjør det arbeidsdagen mer komplisert?

### 2.3 Tidligere forskning

Journalister er glad i jobben sin. De er også begeistret for de mulighetene nye digitale plattformer og verktøy gir. Samtidig er de bekymret for den kommersielle og digitale utviklingen i mediebransjen. Denne dobbeltheten er tydelig i den siste arbeidsmiljøundersøkelsen fra Norsk Journalistlag (Ottosen og Krumsvik, 2008). Allerede den gang, i 2002/2003, var faktorer som økt tidspress, økt stress og større resultatpress nevnt blant store deler av deltakere.

Ottosen og Krumsvik (2008) presenterer en undersøkelse der kjernegruppen jobber på flermediale og digitale plattformer. De som oppfattes av den nye undersøkelsen, sier at de liker å jobbe flermedialt og synes det er spennende med kontinuerlig deadline. Ottosen og Krumsvik (2008) oppsummerer de mest fremtredende resultatene slik:

- *De fleste mener digitaliseringen preger forholdet til kollegene på en positiv måte.*
- *De fleste mener at digitaliseringen bedrer forholdet til sjefen.*
- *De fleste har godt tilpasset arbeidsverktøy.*
- *De fleste trives ikke dårligere i jobben som følge av de nye arbeidsmåtene, men et mindretall opplever dårligere trivsel.*

Men denne tilfredsheten kommer ikke utenfor forbehold fra deltakerne. Ottosen og Krumsvik (2008) påpeker at et flertall av deltakerne i undersøkelsen etterlyser arbeidsforhold som gjør det mulig å lage enda bedre journalistikk. De viktigste punktene oppsummerer de slik:

- *De ønsker bedre bemanning.*
- *De ønsker mer faglig diskusjon.*
- *De ønsker anledning til å fordype seg i egne og selvvalgte saker.*
- *De ønsker bedre rutiner for tilbakemeldinger og evaluering.*
- *De ønsker mer tid til redaksjonelt samarbeid med kolleger.*

En av bekymringene som kommer til uttrykk i den nye undersøkelsen dreier seg om forholdet mellom produktivitet og kvalitet. Det er fare for at kvantitet går på bekostning av kvalitet. Stresset og produksjonspresset er en direkte utfordring for arbeidsmiljøet og kvaliteten i journalistikken.

Flertallet i undersøkelsen opplever at arbeidsmengden har økt som følge av de nye arbeidsmåtene og de digitale verktøyene. Over halvparten av deltakerne mener den økende arbeidsmengden svekker kvaliteten på det de produserer. 73 prosent mener at kravet om høy produksjonsmengde svekker kvaliteten på det redaksjonelle innholdet, samtidig som 51 prosent mener at de gjør mer enn de blir betalt for, at de må være mer «fleksible» når de jobber digitalt (Ottosen og Krumsvik, 2008).

Ottosen og Krumsvik (2008) mener at svarene fra undersøkelsen viser at det ikke er tilfredsstillende at bare halvparten av de spurte er fornøyd med hvordan arbeidet er utført. Det burde derfor være et mål at organiseringen av arbeidet i flermediale og kontinuerlige redaksjoner ikke skal forringe arbeidsforholdene. De mener at varsellampene bør begynne å blinke i mediehusene når de fleste av informantene betegner «*krevende*», «*arbeidspress*», «*for lite bemanning med tanke på sendeflatene vi skal produsere på*» og «*lite tid til å legge planer og strategier*» som hovedbekymringer.

En annen faktor som kommer frem i undersøkelsen går på mestring av teknologi og stress. Det kan virke som om det er en ekstra stressfaktor når teknologien ikke mestres. Å ha oppgaver som må gjøres, som ikke lar seg løse, er en av mange definisjoner på stress innenfor arbeidspsykologien. Stressproblemet øker når medarbeiderens ambisjonsnivå er høyere enn muligheten til å etterleve det. I tillegg vil denne typen stress bli verre hvis det å mislykkes har store konsekvenser (Ottosen og Krumsvik, 2008). Hele 45 prosent i undersøkelsen til Ottosen og Krumsvik (2008) mener at arbeidet er psykisk belastende, der godt over halvparten mener at de opplever negativt stress i arbeidshverdagen.

Med utgangspunkt i undersøkelsen har Ottosen og Krumsvik (2008) satt seg to hovedretninger som skal realisere en flerkanalstrategi. Bakgrunnen ligger i at de ulike avisenes redaksjoner må forholde seg til et raskt endrende marked der folks lesevaner og nettbruk fører til endringer i avisens organisering og arbeidsformer. Det er også nødvendig med en problematisering av journalistikkens rolle i en mediekanal som i stor grad har sitt formål i å reklamere for papiravisen.

En flerkanalstrategi kan realiseres i to hovedretninger:

1. *Bruke nye distribusjonskanaler for å øke tilgjengeligheten til innholdet som allerede blir produsert av et mediehus.*

## *2. Utvikle unikt innhold tilpasset hver mediekanal.*

En vellykket gjennomføring av begge strategier vil kunne gi en økning både i dekning og total brukertid. For at denne flerkanalstrategien skal fungere er den betinget av større grad av unikt innhold i nye kanaler, og det samme gjelder for markedsføringsstrategien.

Denne undersøkelsen og utarbeidelsen av flerkanalstrategi (Ottosen og Krumsvik, 2008) er også noe Adresseavisen streber etter, men hvordan kan punkt 1 og 2 i flerkanalstrategien optimaliseres på best mulig måte, uten at man får disse negative konsekvensene journalistene opplever å få gjennom arbeidet? Ser man på de fem punktene journalistene kunne ønsket seg mer av er veien mot unikt innhold fortsatt et stykke unna. Hvordan skal disse kravene tilfredsstilles når journalistene allerede meddeler at de er redd for at kvantitet går på bekostning av kvalitet? Det er snakk om tid og mengde. Det er åtte år siden (høsten 2005) planene om å samkjøre alle fire mediekanalene TV-adressa, Radioadressa (er i dag lagt ned), adressa.no og Adresseavisen ble gjennomført. Hvor langt har Adresseavisen og deres journalister kommet i omstillingsprosessen, og kan resultatene fra Ottosen og Krumsviks (2008) undersøkelse bygge opp data som kommer frem i denne undersøkelsen? For å få svar på dette ser jeg nærmere på et utvalg informanter fra Adresseavisens sportsavdeling, og bruker innsamlet analysedata for å belyse deres situasjon i 2013.





### **3. Metode**

I følge Ringdal (2001) er vitenskapelig metode fremgangsmåter eller teknikker for å gi svar på forskningsspørsmål. Metodekapittelet består av deler som til sammen skal legge frem og begrunne hvorfor jeg har valgt å gjennomføre forskningen på den måten jeg har gjort.

Det første jeg vil ta for meg er hvilke metoder jeg brukte for å få den data jeg ønsket meg. Deretter vil jeg presentere utvalget. I underkapittel tre går jeg nærmere inn på hvordan jeg samlet inn data, og deretter hvordan jeg bearbeidet den. Et eget underkapittel om hvordan intervjuguiden ble utarbeidet og brukt ligger i del 3.4. Til slutt vil jeg drøfte kvalitetssikringen i forskningen gjennom troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet, samt gå nærmere inn på min forskerrolle og de etiske vurderingene som måtte gjøres med hensyn til denne typen forskning. Det siste underkapittelet vil jeg forklare opplegget i analysen og hvordan oppsett som er brukt i oppbyggingen av kapittelet.

#### **3.1 Valg av metode**

Denne oppgaven er basert på kvalitative data. Hovedtyngden av data som er hentet inn og analysert kommer gjennom kvalitative dybdeintervju. Formålet med intervju er å fremskaffe fylldig og beskrivende informasjon om hvordan andre mennesker opplever ulike sider ved temaet. Det kvalitative intervjuet er spesielt godt egnet til å få innsikt i informantenes egne erfaringer, tanker og følelser (Dalen, 2004). Jeg valgte individuelle intervju foran gruppeintervju fordi jeg mente at gruppesituasjonen kan gjøre til at noen overstyrer andre. Det er ikke sikkert folk vil stikke frem hodet i like stor grad på grunn av ansiennitet. Jeg mente derfor at det individuelle intervjuet ga alle muligheten til å snakke uten forstyrrende faktorer.

Oppgaven har også tatt i bruk observasjon i datainnsamlingen. Thagaard (2002) forteller at observasjon er når forskeren går inn og får oversikt og informasjon om hvordan mennesker forholder seg til sosiale situasjoner på et bestemt felt (Thagaard, 2002). Denne metoden ga meg et godt bilde av hvordan informantene kommuniserte om temaet. Det var også en fin mulighet til å se om observasjonene samsvarte med data fra intervjuene.

### 3.2 Utvalget

For å finne utvalget mitt i denne undersøkelsen har jeg benyttet meg av en metode som går under betegnelsen *strategisk utvalg*. Metoden går ut på at man velger informanter som har egenskaper eller kvalifikasjoner som er strategiske med tanke på problemstillingen (Thagaard, 2002). Når det gjelder denne undersøkelsen ønsket jeg å ha et snevrere utvalg. Jeg valgte derfor informanter fra en bestemt avdeling i Adresseavisen. Jeg ønsket å ha en mindre gruppe istedenfor å tilfeldig velge ut personer fra alle avdelinger med tanke på at avdelingene som oftest er ganske skjermet fra hverandre, noe som gjør at de ikke har like bra innsikt om hvordan mekanismene fungerer hos hverandre. I tillegg vil man sannsynligvis helst ikke uttale seg så drastisk om hva andre foretar seg. Jeg mente derfor det var bedre å studere enheter i en bestemt organisasjon og se nærmere på hvordan mekanismene fungerte der.

Utvalget består av fem personer som har tilknytning til sportsavdelingen i Adresseavisen. Med tanke på at jeg også har brukt observasjon som en sekundær metode blir det totalt (med intervjuene) 14 personer som har vært grunnlag for data i oppgaven. Når det gjelder informantene som ble intervjuet har de en god spredning i demografiske variabler som alder, tittel, ansiennitet, arbeidsområde og kjønn i avisen. Variablene vil ikke bli tydeliggjort i oppgaven på grunn av etiske hensyn rundt anonymisering, som jeg kommer tilbake til i avsnittet om etiske vurderinger.

### **3.3 Innsamling og bearbeiding av data**

Innsamling av data gjennom bruk av dybdeintervju og observasjon foregår på to helt ulike måter. I denne delen vil jeg gå nærmere inn på hvordan innsamlingen tok sted og hvordan jeg bearbeidet data i ettertid i de ulike metodene.

#### **3.3.1 Det kvalitative forskningsintervju**

Thagaard (2002) mener at et intervju kan bygges opp med ulik grad av struktur. På en måte utformes det som et relativt strukturert intervju, hvor spørsmålene og rekkefølgen på dem i stor grad er fastsatt på forhånd. På en annen måte kan intervjuet preges av lite struktur. Her er hovedtemaet bestemt på forhånd, men intervjuet betraktes som en samtale mellom intervjuer og informant. Midt mellom disse finner vi delvis struktur, som er anvendt i denne studien, og som også er den mest brukte tilnærmingen. Denne metoden betegnes som et semi-strukturert forskningsintervju. Det betyr at en følger en intervjumanual slik at alle spørsmål besvares for hver informant, men med frihet til å følge opp det som blir sagt og å utdype svar som gis.

Det kvalitative forskningsintervju ble gjennomført som et dybdeintervju i denne undersøkelsen. Målet med dybdeintervju er i hovedsak å skape en situasjon for en relativt fri samtale som kretser rundt noen spesifikke temaer som forskeren har bestemt på forhånd (Tjora, 2010). Alle intervjuene jeg gjennomførte hadde en veldig fin rytme og fløt veldig godt uten de store metodiske problemene. Informantene pratet mye av seg selv og jeg lot informantene utdype seg, samtidig som jeg selv kunne følge opp med spørsmål underveis. Hovedtyngden i min rolle som intervjuer ble for det meste å holde samtalen innenfor rammene, slik at intervjuet forble relevant.

Deltakerne ble kontaktet per mail. Jeg presenterte meg selv, hvilket studium jeg kom fra og hva som var formålet med undersøkelsen. Jeg påpekte også hvor lang tid et intervju mest sannsynlig ville vare, slik at de eventuelt kunne finne tid i sin arbeidsdag. Etter mail-samtalene møtte jeg informantene og vi avtalte når og hvor intervjuet skulle holdes. Alle som ble kontaktet stilte villig opp til intervju.

Dybdeintervjuene jeg gjennomførte ble avholdt i et eget rom i avdelingene til Adresseavisens lokaler og hadde en varighet fra 45 til 90 minutter.

### 3.3.2 Observasjon

Adresseavisen var veldig åpne og ga meg muligheten til å være tilstede når jeg ønsket. Jeg var derfor tilstede på fem morgenmøter<sup>4</sup> hos informanter tilknyttet sportsredaksjonen over en periode høsten 2013. Jeg valgte å peke ut ulike dager for å se om det ga meg forskjellige typer data å jobbe med. Prioriteringen kan være noe helt annet på en mandag enn den er på fredag blant journalister og avdelinger i multimediehuset. På møtene var også ulike informanter tilstede på de forskjellige dagene på grunn av forskjellige oppdrag og turnusarbeid.

Underveis i observasjonen tok jeg notater. Notatene ga meg muligheten til å lagre synspunkt og erfaringer som oppsto under møtene, samt gi meg tilleggsinformasjon utenom dybdeintervjuene. I dette tilfellet har jeg observert fem morgenmøter der jeg har hatt en rolle som ikke-deltagende, åpen observatør, noe som betyr at observatøren har en passiv distansert tilskuerrolle, men er likevel åpen på grunn av at informantene er klar over at jeg var tilstede i rommet (Fangen, 2009). Dette er et møte som avholdes hver eneste dag, og har som grunnlag å diskutere gårsdagens dagsorden, samt aktuelle temaer for dagens dagsorden.

### 3.3.3 Transkribering

Rett etter intervjuene og observasjonene ble gjennomført transkriberte jeg tekstmaterialet. Da hadde jeg fortsatt situasjonen friskt i minnet. Når materialet blir overført til tekstform blir det lettere å få oversikt over det, og struktureringen er i seg selv en begynnelse på analysen (Kvale og Brinkmann, 2009). Med tanke på intervjuene ble de gjennomført i rekkefølgen der jeg først tok opp, deretter skrev ned hele intervjuet og til slutt plukket jeg ut de sitatene som var mest interessante for oppgaven. Etter alle intervjuene var transkribert ble opptakene slettet umiddelbart. Dette gjorde jeg for å sikre anonymisering av informantene i etterkant.

Lagring av observasjonsdata ble først notert ned underveis i møtet med penn og papir. Jeg hadde i forkant sett for meg å dele opp møtet i en startfase, hoveddel og avslutningsfase, men falt bort fra dette da hvert møte hadde sin egen karakter. Etter at møtene var over tok jeg med meg notatene til datamaskinen og førte inn de delene som var interessante og som kunne

---

<sup>4</sup> Redaksjonen hadde fast morgenmøte hver dag som varte i gjennomsnitt rundt en halvtime.

kobles opp mot oppgavens tema. De notatene som ble skrevet ned på papir ble kastet etter at de mest interessante delene ble filtrert inn på datamaskinen.

### 3.4 Intervjuguiden

De sentrale temaene og spørsmålene som ble utarbeidet skal til sammen dekke de viktigste områdene studien skal belyse. Dalen (2004) påpeker at det er viktig å arbeide grundig med spørsmålene i intervjuguiden i og med at informasjonen informantene gir deg blir ditt datamateriale. Derfor bør det være så rikt og fyldig som overhodet mulig. Det er viktig å påpeke at intervjuguiden ikke skal være en guide som følges til punkt og prikke. Den bør være en mal, men skal også være åpen for legge til deler og fjerne deler. Alt dette beror på hvordan samtalen utarter seg.

Intervjuguiden jeg utarbeidet inneholdt en åpnings-, hoved- og avslutningsseanse. Den første fasen handlet mer om å komme mykt i gang. Hovedtyngden i den delen gikk mest på å få intervjuobjektet i gang og til å føle seg mer komfortabel i situasjonen før hovedspørsmålene. Hovedspørsmålene i intervjuguiden bærer den tyngste delen, og skulle være den delen som ga meg reflektert og god data til forskningen. Til slutt skulle den siste delen være med på å gi en myk utgang på intervjuet, samtidig som den skulle åpne for å legge til mer vesentlig informasjon, om informanten hadde mer å legge til.

Hoveddelen i intervjuguiden har jeg delt inn i fire temaer: *journalistrollen, strategi og samarbeid, prioriteringer, kvalitet, mengde og tid*, samt en ekstra del i avslutningsdelen kalt *fremtidsutsikter*. Disse delene er aktuelle temaer for oppgaven og inneholder relevante spørsmål knyttet til hver enkelt. Temaene ble satt på forhånd og er identiske med strukturen i analysen. Jeg kom frem til at jeg ville gå nærmere inn på disse temaene gjennom egen vurdering. Jeg synes overgangen fra tradisjonelle medier til nye medier er interessant, og ønsket å høre med en redaksjon hvordan de håndterer og vurderer plattformene i multimedial hverdag, samt hvilke konsekvenser dette kan føre med seg.

### **3.5 Kvalitetssikring**

I kvalitative studier går man i dybden, og samler mest mulig informasjon fra få informanter. I arbeidet forsøker man å finne sammenhenger og helhet i de data som tas i bruk (Dalland 2000). Dalland (2000) påpeker at gjennom den kvalitative metoden skjer datainnsamlingen i direkte kontakt med feltet. Dette er en av de viktigste faktorene til at jeg valgte å anvende kvalitativ metode. I direkte kontakt med feltet får jeg mer reflekterende og beskrivende data, som jeg trenger for å komme dypere inn i hvordan systemet fungerer. Dalen (2004) nevner at kvalitativ forskning i stor grad vektlegger at mennesker bygger sin egen sosiale virkelighet, og ut i fra denne gir mening til sine erfaringer.

Når det gjelder de metodene jeg har brukt – intervju og observasjon - så har de både sterke og svake sider. I denne delen skal vi gå nærmere inn på begge disse sidene, og hvordan de kan ha hatt effekt på denne forskningen. For å kvalitetssikre den vitenskapelige undersøkelsen, brukes begrepene troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet som Thagaard (2002) anvender i kvalitativ forskning. Samtidig vurderer jeg hvordan forskerrollen min har påvirket forskningens kvalitet. De kvalitative studiene handler ikke om å måle fenomener og resulterer ikke i tall, derfor er det foretrukket med troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet. Med tanke på reliabilitet og validitet er det ikke i kvalitativ forskning ment at forskeren skal være utskiftbar (reliabilitet), eller at det er faststemt på forhånd hva man skal måle (validitet) (Thagaard, 2002).

#### **3.5.1 Troverdighet**

Troverdigheten går på hvor pålitelig undersøkelsen er, med andre ord i hvor stor grad forskningen gir et sant perspektiv av virkeligheten. For å forsterke forskningens troverdighet innebærer det at forskeren gjør rede for sin relasjon til informanten og forskningssituasjonen (Thagaard 2002). Troverdigheten settes i sammenheng med spørsmålet om hvorvidt et resultat kan reproduseres på andre tidspunkter av andre forskere. Dette går på om informanten ville endret sine svar i et intervju med en annen forsker (Kvale og Brinkmann, 2009).

Seale nevner et viktig aspekt med tanke på hvordan troverdigheten kan styrkes:

«Troverdigheten kan styrkes ved at forskeren – både under og feltarbeidet og i rapportering av resultatene – gjør et tydelig skille mellom direkte informasjon fra felten og forskerens vurderinger av denne informasjonen.»

(Seale, referert i Thagaard, 2002:178).

I den kvalitative forskningssituasjonen bruker man troverdighet med tanke på selve intervjustadiet, lydopptak, transkripsjonsstadiet og analysestadiet (Kvale og Brinkmann 2009). I intervjustituasjonen var det viktig for meg å vise åpenhet og gjøre informantene trygge i den type kontekst. Jeg ønsket ikke å styre intervjuet fullstendig, der spørsmålene var ledende. Jeg forsøkte å la informanten snakke forholdsvis fritt, men passet på at vi holdt oss innenfor riktig tema. Jeg måtte ikke gjøre noen drastiske inngrep med tanke på dette i noen av intervjuene. Samtalene fløt fritt og mange av spørsmålene som var satt på intervjuguiden ble besvart av seg selv.

Å svare hva som er *sosialt ønskelig* er ofte omdiskutert i kvalitativ forskning. Med det mener man at informanten forsøker å svare det vedkommende tror jeg ønsker å høre. Jeg har ingen garanti for at alle spørsmål er blitt besvart helt oppriktig, men jeg sitter med inntrykk av at de gjorde det uten å skjule vesentlig informasjon. Det er heller ikke et gjennomgående sensitivt tema, noe som kunne ha gjort det vanskeligere for informantene å svare akkurat det de mente. Det sensitive ligger eventuelt i at noe av det de uttalte seg om kanskje kunne representere en implisitt kritikk av ledelsen.

Under intervjuene brukte jeg en båndopptaker for å lagre det som ble sagt. Denne virket ikke å ha noen forstyrrende på informantene, og jeg følte ikke at noen av informantene begrenset seg på grunn av at alt de sa ble tatt opp.

Rett etter intervjuene var gjennomført transkriberte jeg dem. Kvale (2002) mener at bruk av kun båndopptaker gir en dekontekstualisert versjon av intervjuet. Dette fordi den ikke inneholder de visuelle aspektene ved situasjonen gjennom omgivelser eller deltakernes ansiktsuttrykk og kroppsspråk. Grunnen til at jeg transkriberte rett i etterkant av intervjuene, var for å bevare dette aspektet i aller høyeste grad, selv om det var vanskelig å tolke på noen måte. Jeg transkriberte alle intervjuene selv.

Observasjonene jeg gjennomførte berørte mange av de samme aspektene som intervjuet. På samme måte som informantene under intervjuet kan svare det som er sosialt ønskelig, så kan



observasjonen påvirke informantene ved at de endrer atferd selv om observasjonen hovedsakelig skal gi økt innsikt i arbeidet (Thagaard, 2002). Det rommet jeg observerte i var ganske liten av størrelse. Det var derfor enkelt å se for informantene at jeg var tilstede. Jeg tror likevel ikke dette hadde noen effekt på hvordan de oppførte seg underveis. Jeg følte ikke noen forskjell på første gang og siste gang jeg var der, noe jeg mente var et positivt tegn på at informantene ikke brydde seg om min tilværelse.

Jeg tok notater underveis i observasjonen for å skildre øyeblikkelige reaksjoner og for å få riktig rekkefølge på hvordan møtene utløp seg, noe som var viktig med tanke på faktorene strategi og prioriteringer for temaet i undersøkelsen.

### **3.5.2 Bekreftbarhet**

I kvalitativ forskning er bekræftbarhet knyttet til forskerens tolkning av datamaterialet. Bekreftbarhet innebærer både at forskeren forholder seg kritisk til egne tolkninger, og at prosjektets resultater kan bekreftes av annen forskning (Thagaard, 2002). Det er derfor viktig å være nøye med hvordan undersøkelsen er utført.

Når det gjelder intervju og transkribering mener Kvale (2002) at det er umulig oversette noe objektivt fra muntlig til skriftlig form. For å gjøre det så bekræftbart som overhodet mulig brukte jeg god tid under intervjuene til å forstå det informanten sa og mente. Jeg kunne både gjenta meg selv noen ganger for å forsikre om at informanten forsto hva jeg sa, og spørre om bekræftelse slik at jeg forsto hva informanten mente om det skulle være rom for korrigerings.

For å få et nærmere innblikk i mekanismene når det gjelder samhandling mellom personene i organisasjonen gjennomførte jeg flere observasjoner. Bekreftbarheten i observasjonene jeg gjorde vurderes på samme måte som intervjuet. Det er min tolkning av datamaterialet som avgjør bekræftbarheten. Observasjonsnotatene ble i etterkant systematisert, mens jeg enda hadde det friskt i minnet. Jeg skrev også ned generelle tanker rundt hvert møte rett etterpå, slik at ingenting gikk i glemmeboken.

### 3.5.3 Overførbarhet

Thagaard (2002) påpeker at overførbarhet i kvalitativ forskning handler om at en undersøkelse kan bli prøvd og gi grunnlag for videreutvikling og nye undersøkelser.

Med et så lite utvalg som er representert i denne oppgaven er det klart at det er vanskelig å generalisere hva som kommer frem. Jeg kan på ingen måte garantere at andre ansatte i multimediehuset mener akkurat det samme som utvalget i denne undersøkelsen eller at andre multimediehus opplever akkurat det samme, men for akkurat denne gruppen, som informantene tilhører, er forskningen veldig aktuell. Det er derfor man bruker overførbarhet i kvalitativ forskning, der hensikten er at det som kommer frem kan overføres videre.

Forskningen kan gi antydninger og tendenser som absolutt vil være aktuelt. Dette genererer data som kan overføres til sosiale sammenhenger som ligner på denne konteksten.

Fortolkningen jeg gjorde kan være relevante i andre sammenhenger, samt at det kan gi en utvidet forståelse av fenomenet.

### 3.5.4 Forskerrollen

Det ligger i den kvalitative forskningstradisjonen klare forventninger om at forskeren er seg bevisst og kan gjøre rede for de vitenskapelige utfordringene ved ulike forskerroller (Forskningsetiske komiteer, 2010). Forskerrollen omhandler mitt ståsted som forsker i undersøkelsen. Som nevnt tidligere mener Thagaard (2002) at det forsterker forskningens troverdighet om forskeren gjør rede for sin relasjon til informantene og forskningssituasjonen. Kvale og Brinkmann (2009) er opptatt av at intervjueren i kvalitative forskningsintervjuer må ha kunnskap, kunne strukturere, være klar, vennlig, følsom, åpen, styrende, kritisk og ha hukommelse og kunne tolke det som blir sagt underveis i intervjuet. Når det gjelder min forskerrolle i denne undersøkelsen må det nevnes at jeg har god kjennskap til redaksjonen gjennom journalistisk arbeid ved tidligere anledninger. Jeg har også gjennomført et forskningsoppdrag for bedriften tidligere med et annet temagrunnlag. Dette mener jeg forsterker mange av punktene Kvale og Brinkmann (2009) nevner. Jeg mener også at dette minsker sjansen for at informantene har svart hva som er *sosialt ønskelig*. Mitt kjennskap til flere av informantene tror jeg ga dem trygghet, både i intervjusituasjonen og observasjonene jeg gjennomførte.

Posisjonen min i feltet var også aktuell med tanke på bekreftbarheten i undersøkelsen. Jeg mente at den ble påvirket positivt i og med at jeg i lange perioder har oppholdt meg i forskningsfeltet, samtidig som jeg har erfaring fra samme område. Dette har hjulpet meg til å forstå og se hvordan mekanismene i multimediehuset fungerer i praksis, noe som gir meg et godt grunnlag for forskningen.

### 3.6 Etiske vurderinger

I forbindelse med selve gjennomføringen av intervjuet er forskningsetikken først og fremst opptatt av at informanten ikke skal komme til skade (Tjora, 2010).

I forkant av undersøkelsen meldte jeg inn undersøkelsen til NSD (Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste) for godkjenning. Meldeskjemaet skal benyttes for forskningsprosjekter som er meldepliktige etter personopplysningsloven. NSD påpeker at prosjekter er meldepliktige dersom du skal behandle personopplysninger ved hjelp av:

- *Datamaskinbasert utstyr (f.eks. i form av dokumenter/lyd/bildefiler på pc, minnepenn, smarttelefon) og/eller*
- *Manuell systematisering av sensitive opplysninger, ordnet etter navn/fødselsnummer.*

*Merk at meldeplikten gjelder uavhengig av om all rapportering fra prosjektet er anonym. Det er hvordan du behandler personopplysninger underveis fra datainnsamlingen starter til resultatene publiseres, som avgjør om prosjektet må meldes.*

(NSD, u.å.)

NSD godkjente forskningen under forutsetning av at jeg opprettholdt anonymiseringen slik som planlagt (se vedlegg 1).

En annen etisk vurdering undersøkelsen måtte ta hånd om er *informert samtykke*. Det betyr at forskningen er avgitt uten ytre press eller begrensninger av personlig handlefrihet. Ved informert samtykke skal informanten på forhånd orienteres om alt som angår hans eller hennes deltagelse i forskningsprosjektet (Dalen, 2004). Ved intervjuene informerte jeg deltagerne om at de kunne trekke seg når som helt, også i etterkant. Jeg forklarte hvordan de

ville bli anonymisert og skjermet i ettertid. Når det gjaldt observasjonen informerte jeg kontaktperson og leder for avdelingen om at jeg kom til å være tilstede og ta notater. Kontaktpersonen godkjente og informerte de resterende, som igjen godtok betingelsene og min tilstedeværelse. Dette skjedde i forkant, og ikke mens jeg var tilstede.

I tillegg til et krav om *informert samtykke* har også informantene *krav på informasjon* om undersøkelsen. *Krav på informasjon* går på hva den skal anvendes til, hva som skjer etterpå og hvordan resultatene legges frem og formidles. Dette gjorde jeg med mine informanter, noe som ble godkjent. Jeg ba også informantene holde informasjonen de ga selv konfidensielt.

For ivareta informantenes anonymisering og holde informasjon konfidensielt slik at de i etterkant ikke ville komme til skade har alle demografiske variabler blitt anonymisert i oppgaven. Informantene har fått tallkoder istedenfor navn for å skille hver enkelt. Det var ikke enkelt med tanke på at man forsker i et så lite område, men jeg har prøvd på best mulig måte ut i fra dette utgangspunktet å anonymisere de så godt som mulig. Opptak og notater ble slettet rett etter de ikke var i bruk lengre. Alle informantene godkjente bruk av båndopptaker.

Utvalget ble i analysen fremstilt og fordelt med tallnummer: 1,2,3,4,5. Det er ingen sammenheng mellom tallene som er angitt og rekkefølgen på intervjuene. Det er brukt tall med hensyn til anonymiseringen av informantene. Med fiktive navn kunne informantene blitt identifisert gjennom kjønn, men det skal også være anonymt i denne oppgaven.

### **3.7 Opplegg for analyse**

Denne oppgaven har blitt strukturert med hjelp av en temasentrert analyse. Temasentrerte analyser fremhever for det første at temaet er i fokus, og for det andre at analysen er rettet mot sammenligninger mellom ulike informanter (Thagaard, 2002). Dette har jeg gjort gjennom å dele opp analysen (og intervjuguiden) i temaer som alle er aktuelle for å svare på problemstillingen i undersøkelsen. Hovedpoenget er å gå i dybden på de enkelte temaene. Sammenligning av informasjon fra alle informantene innenfor de temaene kan gi en dyptgående forståelse av hvert enkelt tema (Thagaard, 2002).

Oppgaven er delt inn i temaene: *4.1 Journalistrollen*, *4.2 Strategi og samarbeid*, *4.3 Prioriteringer*, *4.4 Kvalitet, mengde og tid* og *4.5 Fremtidsutsikter*. Disse fem temaene står for hver sin aktuelle del av forskningen, men vil samtidig komplimentere hverandre for å svare på problemstillingen.

## 4. Analyse

I analysedelen av undersøkelsen vil datamaterialet presenteres. Funnene som legges frem vil bli koblet opp og sammenlignet med teori og den tidligere forskningen lagt frem tidligere i oppgaven.

Problemstillingen som skal besvares i analysen lyder slik:

*Hvordan forholder journalister seg til den multimediale hverdagen og en rolle som kontinuerlig er i forandring?*

For å svare best mulig på problemstillingen er analysen oppdelt i fem hoveddeler der alle inneholder faktorer som sammen er aktuelle deler av prosjektet. Disse hoveddelene presenteres gjennom *4.1 Journalistrollen*, *4.2 Strategi og samarbeid*, *4.3 Prioriteringer*, *4.4 Kvalitet, mengde og tid* og *4.5 Fremtidsutsikter*.

I den første delen går på *Journalistrollen* i et multimediehus. I en multimedial hverdag der Adresseavisen fortsatt er i en omstillingsprosess kan det være vanskelig å utforme sin rolle som journalist. Mediekonvergens gjør at skillene mellom plattformer er visket ut. Før skulle journalistene levere kun til papiravisen, nå må de produsere til andre flater i tillegg. Med journalister som kommer fra avisene og andre journalister som har startet karrieren i et multimediehus kan det være ulike syn på rollene. Føler journalisten at hans eller hennes rolle er tydelig i multimediehuset?

I den andre delen, *Strategi og samarbeid*, fokuseres det på hvordan informantene opplever disse faktorene i den multimediale hverdagen i Adresseavisen. Har gruppen de tilhører klare retningslinjer for hvordan samarbeid skal utøves? Legges det en felles strategi for alle plattformer der journalistene er inkludert? Hvordan har strategien formet seg nå som andre plattformer har tatt større plass i hverdagen?

I del tre går vi nærmere inn på *Prioriteringer*. Denne delen går enda nærmere inn på informantenes bilde av prioritering av plattformer i den multimediale hverdagen. Det er mange valg og ideer som skal leveres og diskuteres hver dag. Opplever informantene et klart skille mellom hvordan de ønsker å prioritere, og hvordan prioriteringene er i dag? Det kan være at journalister og ledelse har subjektive tanker og følelser rundt hvilke plattformer de

synes er viktig. Dette kan gå utover, og ikke utenkelig bremse omstillingsprosessen mot konvergens.

I del fire, *Kvalitet, mengde og tid*, presenteres de utfordringene informantene treffer på i den multimediale hverdagen. Det er ikke bare fryd og gammen som har møtt journalistene i omstillingsprosessen. Det er mange kritiske spørsmål som har dukket opp underveis.

*«Min bekymring ligger derfor først og fremst i dette: Klarer vi å sikre kvalitet, kapasitet og nødvendig kompetanse til å fylle de nye kanalene og produktene med innhold og kvalitet som over tid setter oss i stand til å løse mediernes samfunnsoppdrag?»*

(Arne Blix, sjefredaktør i Adresseavisen - Redaksjonell årsrapport, 2012).

Det er spesielt snakk om arbeidsmengde og kvalitet. Henger dette sammen? Blir produktet dårligere når mengden øker? Med tanke på dette kommer ofte spørsmålet om tid opp. Stor arbeidsmengde betyr samtidig mindre tid på arbeidet. Med nettavisen må journalistene mate et medium som aldri blir mettet. Papiravisen har en deadline, mens nettavisen går døgnet rundt uten stopp. Dette stiller større krav til de som skal fylle denne med informasjon, og samtidig være tilgjengelig når det er behov for å lage innhold.

Med ulike plattformer møter avisen samtidig utfordringer med hensyn til hvilket innhold som skal publiseres til hvilken plattform. Når de samme nyhetene dekkes av alle plattformene møter avisen utfordringer for å holde på leserne i alle plattformer. Hvordan lager man eksklusive nyheter til alle plattformer? Hvordan løser avisen dette i en hverdag der det er hektisk og samtidig krav om ulikt innhold?

Den siste delen, *4.5 Fremtidsutsikter*, ser nærmere på hva informantene mener om fremtiden i bedriften, hvordan multimediehuset vil være bygd opp og hvordan arbeidsdagen vil være konstruert. Denne delen er interessant for å se om det jobber med i dag, er noe de tror har en plass i fremtiden. Dette kan si mye om deres subjektive mening om dagens prioritering og strategiplanlegging.

#### 4.1 Journalistrollen

Rollen som journalist er i omstilling. Rollen har de ti siste, og spesielt de fem siste årene vært i kontinuerlig forandring. Personer som er ansatt i en medieorganisasjon har alle ulike roller, og det er derfor forventninger til hva de bidrar med i sin posisjon. Med overgangen til multimediehus har derimot forventningene og kravene til rollen som journalist stadig forandret seg, noe som har medført ulike roller for journalistene. I en multimedial hverdag skal journalisten gjøre arbeid på flere plattformer.

Informantene som er med i denne undersøkelsen innehar alle roller i Adresseavisen. Forventingene til rollen deres var tidligere knyttet til en bestemt oppgave, gjennom å levere nyheter til papiravisen. Dette har, som jeg har poengtert gjennom denne oppgaven, forandret seg drastisk. Adresseavisen er i dag samlet sammen i et multimediehus der oppgavene for de ansatte omhandler flere plattformer enn papiravisen.

*«Jeg føler forventinger fra ledelsen. Det skal leveres på nett, og det skal leveres på papir. Det er ofte ikke noe spørsmål lengre, det faller naturlig at vi skal levere til alt nå.»*

*Informant 1*

Deltagerne gir uttrykk for at den multimediale produseringen har nådd et automatiseringsnivå i Adresseavisen. Det betyr at rollen som multimedial journalist er tydelig. Med flere oppgaver stilles det større forventninger til rollen de innehar. Selv om nettavis og web-TV andre multimediale oppgaver har eksistert i mange år, er fortsatt multimediehuset og de ansatte i en omstillingsprosess. Dette kan føre til at rollene blir uklare.

*«Jeg ville sagt at jeg er en papirjournalist, det ville jeg nok. Jeg er jo ansatt i multimediehuset, men jeg vil nok si jeg er en papirjournalist. Ikke 80-20, kanskje 70-30, men i hvert fall 60-40 mot papir.»*

*Informant 1*

Informanten understreker at rollen som journalist i Adresseavisen per i dag er uklar. Journalister må jobbe multimedialt i dag, enten de vil det eller ikke. Utviklingen gjør at arbeidet og rollen har utvidet seg. I dette tilfellet virker det som journalisten fortsatt har hovedfokus på rollen som papirjournalist.



I tråd med Martiniussens (1991) definisjon oppstår en *rollekonflikt* når det er kryssende forventninger til en persons rolle. Mediekonvergensen er i dette tilfellet det som gjør at journalisten kan oppleve en *rollekonflikt*. Både *Rollesettkonflikt/ Intrarollekonflikt* og *Sosiuskonflikt/ Interrollekonflikt* er typer konflikter journalistene i Adresseavisen kan oppleve i sin rolle. Sistnevnte, der det er snakk om motstridende forventninger til personen fordi hun eller han innehar flere roller (Martiniussen, 1991), er noe sitatet vist over bygger opp under. Det viser at omstillingsprosessen skaper en usikkerhet, noe som igjen gjør at journalistrollen ikke har noen klar og tydelig arbeidstittel. De ulike rollene journalisten må håndtere kan samtidig bestå i forenlige og uforenlige forventninger til innehaveren som Martiniussens (1991) *intrarollekonflikt* peker på. Dette kan gjøre at det oppstår bortimot uløselige dilemmaer, noe jeg kommer nærmere inn på senere i analysen.

Selv om det defineres som en *rollekonflikt* når rollen utsettes for motstridene krav var det ikke slik at alle i informantene i Adresseavisen som opplevde dette som en konflikt eller spenning. Det var noen av informantene i undersøkelsen som mente at en uklar rolle var helt greit, og påpekte samtidig at de ikke kunne tenkt seg en tydeligere rolle:

*«Jeg tror ikke jeg kunne tenkt meg en klarere rolle. Jeg synes den kombinasjonen er fin, jeg. Du har muligheten til å være aktuell og få respons umiddelbart med tanke på nett. Om det skulle vært på papir, så kan det hende debatten har forandret seg litt til dagen etter. Det er en gave sånn sett for oss som jobber her.»*

*Informant 2*

Dette sitatet viser et multimedialt perspektiv. Denne informanten påpeker at overgangen til å være en multimedial journalist har forandret vedkommendes rolle. Nettet har gitt journalisten muligheten til å være aktuell hele tiden, mens papiravisen fort kan være utdatert dagen etter. Informanten opplever likevel journalistrollen i en multimedial hverdag som klar og tydelig, der arbeid med flere plattformer er en positiv prosess. Det er tydelig at rollen har blitt utvidet også blant disse informantene og at rollen subjektivt har sin ulike forventninger hos deltagerne.

Selv om en deltager mener at de nye plattformene er en ”gave” for journalistene, er det likevel få av deltagerne som opplever overgangen mot den multimediale hverdagen som en positiv prosess. Det kom frem syn blant informantene om hvordan rollene burde vært utbygd på «huset». Én av deltagerne la frem synet på rolleutviklingen i Adresseavisen slik:

*«Jeg mener vi kunne hatt en blanding av hva journalister gjør. Jeg tror noen kan være multimediale reportere, men jeg har mer tro på at vi skaper oss spisskompetanse på de ulike plattformene. Det at de behersker et område fullt ut, med at de er eksperter på web-TV, nett og papir. Jeg tror kvaliteten ville blitt bedre da.»*

*Informant 4*

Dette forteller at informantene har ulike oppfatninger av hvordan roller de enkelte journalistene burde inneha i en multimedial hverdag, og at situasjonen i dag ikke er slik de ønsker den.

Roller i multimediale organisasjoner som Adresseavisen er flertydige i dag. Noen gir journalistene klarere roller i overgangen til multimediale avishus. Noen får ansvar for nett, papir og web-TV, samt sosiale medier. Dette skillet eksisterer ikke for denne gruppen i Adresseavisen. Her jobber journalistene med alle plattformene, hver dag. En informant forklarer rolleutviklingen i Adresseavisen slik:

*«Jeg ser ikke for meg at det blir klarere roller fremover. Det var klarere før da vi jobbet bare med papiravisen. Nå inneholder rollen min mange flere oppgaver, man kan nesten si at jeg har flere roller nå.»*

*Informant 4*

Med tanke på utviklingen stemmer nok dette utsagnet. Én av deltagerne antyder at denne utviklingen av journalistrollen oppleves direkte negativ av mange:

*«Jeg føler at kanskje noen folk går inn med en negativ holdning med tanke på det multimediale. Starter med å tenke at det blir mer arbeid, da blir det en veldig vanskelig inngang på det som skal skje videre.»*

*Informant 3*

Ut i fra dette utsagnet vil man tro at noen ikke opplever den multimediale journalistrollen som en ressurs, men heller som en byrde. Dette skal jeg komme nærmere inn på i kapittel 4.4 *Kvalitet, mengde og tid*. Det er likevel ingen tvil om at informantene kan beskrives som usikre på sine roller, både bevisst og ubevisst. Mediekonvergensen gjør at journalistene må være papirjournalister, nettjournalister og reportere på web-TV. Med ulik bakgrunn er dette en uvant rolle for de fleste. Dette kan relateres til en av observasjonene til Lawson-Borders (2009). Kulturelle endringer (*cultural changes*) er en av disse og peker på at journalister kommer fra ulike mediekulturer. I en omstillingsprosess som den Adresseavisen nå er i gang

med må det være rom for aksept for alle kulturene. Alle har sin egen måte å produsere og legge frem språket på. Disse kulturelle endringene kan være med å gjøre definisjonen av egen rolle i en multimedial hverdag uklar. Personer favoriserer sin bakgrunn og setter rollen tilknyttet andre plattformene i andre rekke.

I dag er det forventet at nye journalister er multimediale. Mange har ikke vært med på overgangen fra avis og tilegner seg de egenskapene rollen som en multimedial journalist trenger. Figur 3 er et eksempel på en stillingsannonse fra lokalavis i Oppdal, som også tydelig har gått over til å være et multimediehus der det søkes journalister som kan bekle en vid rolle. Figur 3 under er et vanlig syn blant stillingsannonser i dag.

**Figur 3: Multimedial stillingsannonse.**

## Multimedial journalist

Vi satser tungt på det flermediale og er inne i en spennende utviklingsprosess.

Stillingen vil medføre varierte og utfordrende journalistiske arbeidsoppgaver i forskjellige medier:

- Ukeavisa OPP
- Nettstedet [www.opp.no](http://www.opp.no) (herunder videoproduksjon).
- Radio E6 (inkl. avvikling av sendinger)
- Oppdalmagasinet (sesongmagasin med to utgivelser pr. år)
- Temaaviser (5-6 utgivelser pr. år)

Vi søker en journalist som kan arbeide selvstendig og som kan levere nyheter på flere plattformer. Erfaring fra både radio og avis er ønskelig, men ikke påkrevet. Vi tilbyr konkurransedyktige betingelser og et godt arbeidsmiljø.

(Journalisten.no – Stillingsannonser).

Her søker arbeidsgiver etter en journalist som kan skrive i avis, oppdatere på nett, lage radio og skrive i magasin. Dette er en vanlig rolleforventning for journalister i dag, men når det gjelder informantene her kan det tyde på rollen fortsatt henger igjen i det tradisjonelle. Den

multimediale hverdagen er uklar og flere roller gjør at informantene ikke vet helt hvor de skal plassere seg.

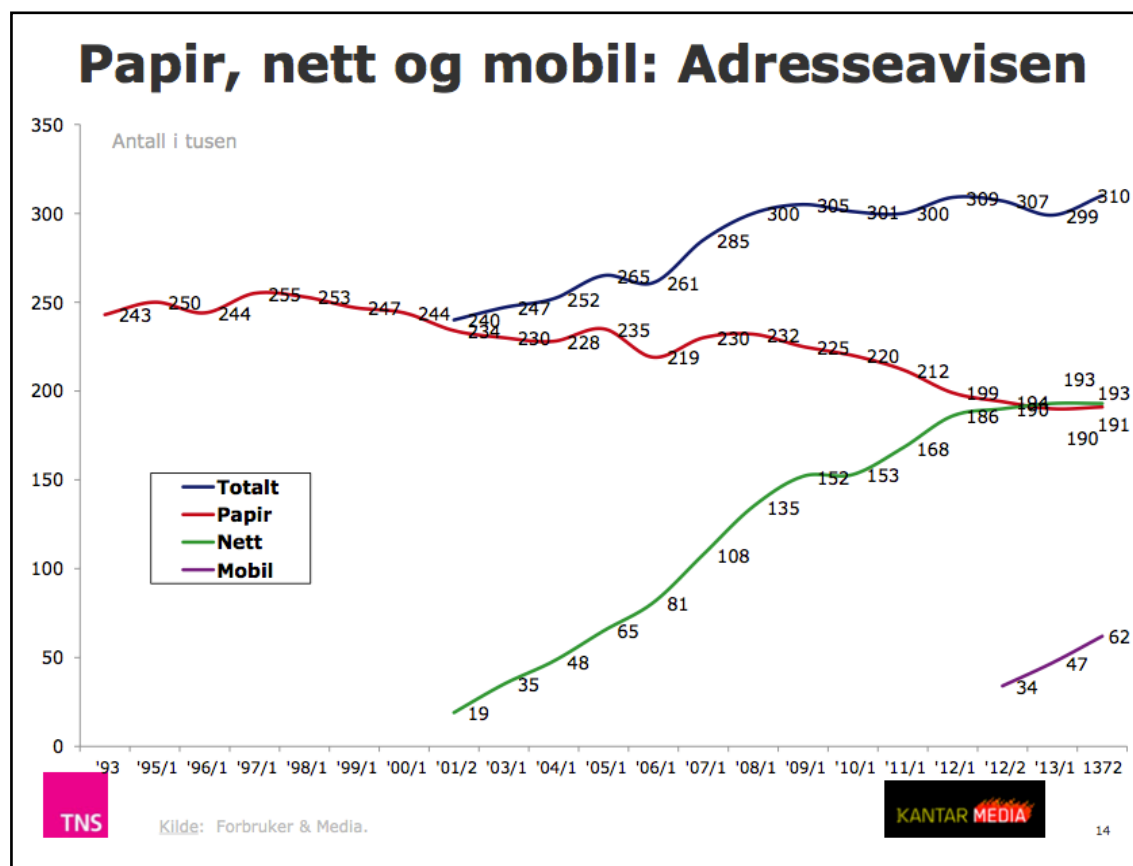
## 4.2 Strategi og samarbeid

Å legge strategi er en stor del av hverdagen for medieorganisasjoner. For å vinne flest mulig brukere over alle plattformer må det legges en strategi. Ottosen og Krumsvik (2008) påpeker at avisene har valgt ulik strategi i forholdet mellom sine tradisjonelle redaksjoner og nettstedene. I en mediehverdag der Brukerne (*customer*), som Lawson-Borders (2009) presenterer, har større handlingsfrihet med tanke på produksjon, kan det være enda vanskeligere å legge strategier. De kan i tillegg velge selv hvordan de vil ha informasjonen og hvilket innhold de ønsker i et enormt medieunivers, samt at brukerne selv fungerer som produsenter. Medieorganisasjoner som praktiserer konvergens har derfor her en utfordring i å møte alles behov.

For å publisere og legge strategier for innhold har noen mediebedrifter en felles redaksjon og en nettpublikasjon som er en digitalisert utgave av papiravisen, andre har separate redaksjoner og publiseringskanaler som i realiteten konkurrerer med hverandre. Informantene i denne undersøkelsen deltar i en gruppe som leverer nyheter til alle plattformer.

Selv med endring i brukervaner og endring av medieorganiseringen i mediehusene har det seg slik at Adresseavisen og resterende norske aviser har klart seg vesentlig bedre i den digitale konkurransen enn aviser andre steder i verden (Krumsvik, 2012). Dette gjør at informantene fortsatt har et tradisjonelt medium i papiravisen som krever mye av oppmerksomheten til journalistene. Men er det slik at et medium får mer oppmerksomhet når de legger en strategi for avisen? Og samarbeider alle journalistene og ledelsen i samme retning?

Figur 4<sup>5</sup>: Oversikt lesertall 2012/2013 for Adresseavisen.



(TNS Gallup, 2013).

Tallene fra Adresseavisen viser, som nevnt tidligere, at nett har forbigått papir i antall lesere. Legger man mobil til nett er tallene sterkere for nettutgaven.

Det jeg opplevde blant gruppen i denne undersøkelsen med tanke på strategi er at dette er en gruppe som hovedsakelig jobber mot papir. Observasjon av morgenmøtene viser en gruppe journalister og ledelse som tenker tradisjonelle medier. Det er hovedsakelig strategi for papiravis morgenmøtene er for. Det var klare og tydelige retningslinjer, samt gode diskusjoner der alle deltok, på morgenmøtene. Denne observasjonen er ikke tilfeldig. Det bekreftes gjennom et synspunkt en av deltagerne meddelte:

<sup>5</sup> Figur 4 viser tallene fra TNS Gallup sin markedsundersøkelse av Adresseavisen. Grafene viser lesertallene for papir, nett og mobil fra 2012/ 2013. Undersøkelsene viste også at 66% av Norges befolkning leser papiravis daglig.

*«Vi tenker kanskje fortsatt litt gammeldags. Når vi starter om morgenen tenker vi fortsatt papir, det er noe som tilsier at det er hovedfokuset. Underbevisst tenker vi nett etter papir.»*

*Informant 4*

Krumsvik (2012) påpeker at tradisjonelle medier til stadighet møter store utfordringer, og at mediekonvergens og fremveksten av nye medieplattformer er to viktige drivkrefter i dagens mediemarked. Det er imidlertid ikke gitt at bruken av nye medieplattformer vil erstatte bruken av etablerte massemedier, eller at de ulike medieindustriene virkelig integreres i et konvergent mediemarked. Dette er vanskelig å svare på i et marked som stadig er utvikling. Å legge strategier for noe som forandrer seg hver uke kan være problematisk i en multimedial hverdag.

Adresseavisen er ved et veiskille. Å legge strategier for plattformer der papir er på vei nedover, mens nett og mobil er på vei oppover kan være vanskelig. Papir har fortsatt den største andelen i annonseinntekter og et stort antall lesere, mens nett blir bare viktigere og viktigere. Hvordan legger man strategien da? Forventingene for journalistrollen er at det skal leveres på alle plattformer, men kan man levere like gode strategier for alle plattformene, og følge opp disse like godt? Som jeg var inne på tidligere handler morgenmøtene om de tradisjonelle mediene. Levering på andre plattformer blir diskutert i liten grad i disse møtene. Jeg opplevde også at når det først kom opp andre plattformer enn de tradisjonelle, kunne konsentrasjonen blant enkelte informanter minke. Gruppen var på en måte ferdig med strategien for det skikkelige produktet, og var nå over på de gjenværende. Informantene antyder at de savner klare retningslinjer for det som skal leveres til nett:

*«Det blir ikke lagt ut retningslinjer på nett. Vi blir minnet på det, også «fader» det ut, også må vi minne oss på det igjen. Det er litt vanskelig å basere noe på den enkelte journalist sitt initiativ også. Lettere å ha noen retningslinjer på at sånn skal være.»*

*Informant 4*

Dette kom ofte opp hos flere av informantene. Usikkerhet og litt nølende svar var ikke uvanlig når det ble snakk om retningslinjer i gruppen. Samtidig virker det som tankegangen i dag ligger automatisert mot én plattform, som er den tradisjonelle:

*«For meg er papir det viktigste. Jeg tar meg ofte i at jeg ikke fastsetter den tanken, og at vi må prioritere nett mer enn vi gjør.»*

*Informant 5*

Dette tyder på at gruppen fortsatt ikke har en multimedial tankegang i arbeidet de gjør i den multimediale hverdagen de lever i. Selv om de leverer til alle plattformer virker det som én plattform, papiravisen, har en mer tydelig strategi enn de andre. Informantene nevner faktorer som at papiret har en klar mal, samt en tydelig deadline hver dag, som gjør det enklere å samarbeide og legge strategi til denne plattformen.

*«Jeg føler at vi har et konkret mål med papir, det har vi ikke på nett.»*

*Informant 4*

For at strategier rundt alle plattformer skal være suksessfulle må samarbeidet over flere plan være åpen og god. Ser vi på det punktet i Lawson-Borders (2009) sin observasjon som omhandler samarbeid (*cooperation*) er dette en vital faktor for at avisen skal håndtere mediekonvergens på en god måte. Samarbeid er nødvendig for at redaktører, journalister og fotografer skal fungere sammen daglig i en konvergensprosess (Lawson-Borders, 2009). Samarbeidet mellom de ansatte, som denne gruppen av informanter holder til i, får gjennomgående skryt. Her er et utdrag fra fire av deltagerne som forsterker dette synet blant informantene:

*«Vi har et godt og kreativt samarbeid. Det er et bevisst samarbeid om hva som skal publiseres hvor blant oss.»*

*Informant 1*

*«Jeg samarbeider med folk på huset som er spesialister innom den saken jeg skal skrive, også ønsker jeg å samarbeide med fotografen, for bildet har mye å si, mener jeg.»*

*Informant 2*

*«Vi samarbeider bevisst. Vi jobber veldig tett, og da snakker vi ofte om hva som skal på nett og hva som skal på papir.»*

*Informant 3*

*«Vi får jobbe fritt. Vi er flinke til å samarbeide og delegere oppgaver. Vi er også flinke til å gi råd og løsninger til hverandre.»*

*Informant 4*

Dette viser en god samarbeidsmoral blant informantene, og viser samtidig at de samarbeider om strategi med tanke på plattformer. Dette samarbeidet var ikke tydelig under

observasjonene i morgenmøtene, noe som tyder på at journalistene samarbeider om strategi underveis i arbeidsdagen. Det må tas høyde for at informantene overdriver graden av samarbeid, eller at de samarbeider på måter som ikke er så synlige for en observatør, men ut fra data jeg fikk virker det interne samarbeidet mellom journalistene å være bra. Dette er viktig for at mediekonvergens skal lykkes gjennom flere plan i organisasjonen. Dette gjelder journalistene som jobber sammen om de samme oppgavene hver dag. Flere av informantene peker på manglende publiseringsstrategi og samarbeid mellom flere nivå i organisasjonene som et svakt område:

*«Jeg usikker om vi faktisk har en publiseringsstrategi. Folk som jobber med det og gjør det på sin måte, dessverre. Jeg føler kanskje at vi burde ha bedre retningslinjer. Folk fra ledelsen må høre hvordan vi på gulvet, i denne avdelingen, vil gjøre det.»*

*Informant 2*

Denne uttalelsen går på samarbeid og strategiplanlegging mellom ledelse og journalister, og sikter mot et større og bedre samarbeid på organisasjonsnivå. Lawson-Borders (2009) peker i denne sammenhengen på kommunikasjon (*communication*) som en essensiell faktor for at sammensmeltingen skal håndteres på best mulig måte. Bedriftens ledere, redaktører og andre som er delaktige må involveres i den kontinuerlige samtalen om konvergens. Skal man lykkes med prosessen av sammensmeltning må man ha kommunikasjon både internt og på tvers av enheter (Lawson-Borders, 2009).

Det kan være slik at journalistene har en mening, mens ledelsen har en annen. Dette vil trolig gjøre at man jobber mot hverandre og ikke med hverandre, noe som sakter omstillingsprosessen for multimediehuset. Lawson-Borders (2009) nevner en annen av de syv observasjonene som relevant med tanke på samarbeid og kommunikasjon mellom flere nivå i organisasjonen, som igjen er en viktig strategi for å inkorporere konvergens. Forpliktelse (*commitment*) tar for seg organisasjonens engasjement rundt å inkorporere konvergens som en del av sin filosofi. Dette må være mer enn et initiativ gjennom alle nivå i organisasjonen. Det bør være en forpliktelse som går gjennom bedriftens ledere, journalister, økonomi og teknologi. I Adresseavisen antyder informantene at dette ikke er et punkt som har nådd langt i omstillingsprosessen. Mellom journalistene kan vi se på sitatene at konvergens preger arbeidet deres, og at de er flinke til å legge strategi og planer for hvordan arbeid skal utføres. Retningslinjer og publiseringsstrategi er derimot uklar for informantene, noe som kan tyde på



en dårlig flyt mellom flere instanser i bedriften. Det at man for eksempel har målsettinger fra topp til bunn for arbeid på ulike plattformer burde muligens ha vært mer tydelig slik at journalister vet hva man arbeider mot.

### 4.3 Prioriteringer

I en multimedial hverdag blir nyheter prioritert til ulike plattformer av forskjellige grunner. Enkelte nyheter er skreddersydd for en plattform, mens andre må skrives om for å passe til en annen plattform. Om en nyhet er eksklusiv vil det være et spørsmål om den skal leveres på nett og papir, eller om den skal leveres bare på nett eller bare på papir. I den multimediale hverdagen får prioritering en stor del oppmerksomheten under arbeidsdagen. De ulike mediene har sine sterke og svake sider, noe som er med i vurderingsprosessen med tanke på prioritering. De åpenbare fordelene med nettaviser er at de kan publisere hver sak enkeltvis og når som helst. Forsiden er også dynamisk og forandres kontinuerlig gjennom døgnet. Dette gjør at nyheter noen ganger kan flyte litt inn i mengden når de havner på nett. Når det gjelder papiravisen taper den ofte kampen om de nyhetene som skjer her og nå. Papir har blitt et medium som har sin styrke i formatet. Her kan mye tekst og bilde gå inn på en mye større flate enn nettet uten at noen trenger å «dra» teksten nedover. Med flere medier som fortsatt er aktuelle blir prioriteringene en problemstilling som avisene kontinuerlig jobber med.

*«Akkurat nå mener jeg at vi står i en liten middelvei. Vi får kjeft fra digitalredaktøren om at vi har dårlige tall på nett, mens utviklingsredaktøren sier at vi ikke får legge godstoffet vårt på nett. Da kommer ofte nett i andrehånd.»*

*Informant 3*

Dette sitatet forklarer situasjonen i Adresseavisen med tanke på prioritering. Informantene i denne undersøkelsen har mange meninger om hva som skal publiseres hvor og det er tydelig at det er et tema som engasjerer. I 2012 var det første året nett gikk forbi papir i ukentlige lesere. Bør dette påvirke prioriteringen? Eller er nett noe som alltid vil komme i andre rekke for papir så lenge den lever? Utvalget i denne undersøkelsen anser seg alle som papirjournalister om de anslår hvilket medium de har mest fokus på i den multimediale hverdagen.

*«Jeg vil si at jeg er mest papirjournalist. Det er løpende debatter her om hva vi skal gjøre her, hva skal levere hvor og så videre.»*

*Informant 4*

Disse debattene var ikke på agendaen for noen år siden. Før var ikke dette en problemstilling for journalistene. En av deltagerne setter sine ord på hvilke problemer de har i dag, men som de ikke hadde før angående prioritering:

*«Prioriteringen har forandret seg. Nyheter skal ut på nett, kjapt. Vi kan ikke holde nyheten til dagen etter som vi gjorde før. For mange så tror jeg nettet fortsatt er litt høyrehåndsarbeid. Man gjør unna nettarbeidet, også konsentrerer seg man om det som gjelder, nemlig papir.»*

*Informant 1*

Bedriften får, etter å ha gått over fra et avishus til et multimedialt mediehus, en indirekte konkurranse om nyhetene. Men selv om informantene mener at det ikke er mulig å holde igjen nyheter lengre, forteller andre at dette prioriteringsspørsmålet fortsatt lever i beste velgående i Adresseavisen:

*«Jeg synes vi prioriterer papir for høyt. Vi skal for ofte holde igjen eksklusive nyheter på nett. Det er ikke sånn mediehverdagen er lengre.»*

*Informant 2*

Problemstillingen Adresseavisen møter her er et steg i omstillingsprosessen der nettutgaven krever de nyhetene med en gang om de skal tilfredsstille brukerne. På nett har Adresseavisen konkurrenter over hele Norge og verden når det gjelder nasjonale og internasjonale nyheter. På nett får brukerne i tillegg servert nyhetene gratis. Det er her problemstillingen om prioritering ofte ligger. Problemstillingen presenteres slik fra en informant:

*«Den er vanskelig med tanke på betalt og ikke-betalt innhold. Reportere har veldig lyst å komme ut med nyheten sin. Det strides litt om hvor tøff vi skal være, og eventuelt la andre avishus ta den nyheten for at vi skal spare den til papir.»*

*Informant 4*

Jeg opplever denne diskusjonen om prioritering ganske forvirrende og uklar blant informantene. Det er veldig mange ulike meninger om hvordan redaksjonen burde prioritere. Deltagerne hevder at de ikke har noen retningslinjer, og at redaksjonen har blitt strengere med hva som kommer på nett:

*«Jeg kan ikke komme på noe retningslinjer vi har for å skille papir fra nett. Alt legges selvfølgelig ikke ut på nett. Mindre og mindre kommer ut på nett. Vi har blitt strengere på hva som legges på nett.»*

*Informant 3*

Dette kan samtidig skape en konflikt blant journalistene som eventuelt har gravd frem saken på egenhånd, og skulle gjerne sett den på nett før andre publiserer den. På den måten blir de kreditert som førstemann på saken, noe de mest sannsynlig ikke blir om saken blir holdt igjen til papir dagen etter. Flere fra dette utvalget kjenner denne situasjonen godt og opplever det som vanskelig å forholde seg til:

*«Jeg blir ofte litt forbanna. For jeg har en god sak som jeg ønsker å spre, men kan ikke gjøre det. Det er et vanskelig skille, og det er en utfordring å finne dette.»*

*Informant 1*

*«Jeg synes det er litt utydelig i dag, og jeg er alltid åpen for tolkning med tanke på hva som egner seg mest hvor. Vi har vi en del debatter rundt dette i løpet av uken. Jeg merker at det er mye uenigheter på dette området.»*

*Informant 2*

I omstillingsprosessen kan det virke som bedriften har vanskeligheter med å skille form og innhold fullstendig på nett og papir. De produserer til begge plattformene hver dag, men det er kontinuerlige diskusjoner om hva som skal prioriteres når og til hvilken plattform. For at avisen skal få konvergensen til å være så strømlinjeformet som mulig over alle plattformer uten å miste brukere, påpeker en av deltagerne at samspill er en viktig brikke i prosessen:

*«Samspillet er viktig. Papir må utfylle de andre raske mediene. Papir skal gi litt mer bakgrunn, litt mer informasjon enn de litt mer lettbeinte mediene. Papir skal på en måte være mer dyptliggende.»*

*Informant 2*

Flere av informantene støtter tankene om hvilken form som bør prioriteres i papirproduktet. Informantene virker å ha en klar tanke over hvilket innholdsformat som bør publiseres på de ulike plattformene:

*«Nyheter og underholding på nett. Bakgrunn på papir, enkelt sagt.»*

*Informant 1*

*«Jeg synes vi bør gå mer i dybden på spesialsaker på papir, og at vi kjører ut nyheter på nett. Også ønsker jeg mer TV på nett. Jeg ser for meg at den i årene fremover også fremstår som en TV-stasjon.»*

*Informant 3*

Med utgangspunkt i disse synspunktene er det tydelig at informantene vil skille nett og papir, slik at spørsmålet om prioritering blir klarere. Dette gjør at papir og nett ikke blir satt opp i mot hverandre. Finner plattformen sin måte å presentere innhold på slipper den interne konkurransen å være så sterk. Med klare retningslinjer om hva som skal på nett og hva som skal i papir kan det være lettere for avisen å jobbe med de enkelte delene.

Når informantene i denne undersøkelsen ble spurt om prioriteringene på nett og papir var det tydelig at papirformatet var det som betydde mest for gruppen. Ut fra observasjonene og intervjuene, jobber alle først og fremst som papirjournalister med de andre plattformene i andre rekke. Det er klart at med det utgangspunktet kan det være vanskelig å akseptere forandringer. Det er ganske tydelige data i denne studien på at deltagerne mener at det tradisjonelle formatet fortsatt gir større tilfredsstillelse:

*«Nett har kommet for å bli. Tok en stund før det gikk opp for oss. Det henger igjen litt at det er mer stas å ha artikkelen sin i papir. Den er mer varig, og lever ikke bare noen timer. Den lever i hvert fall et døgn i forhold til den korte tiden saken på nett. Vi styrer jo egentlig ikke nettstedet vårt engang, vi sender det til en portal på nett. I avis påvirker jeg hvordan det ser ut og jeg har en mal jeg skal forholde meg til.»*

*Informant 2*

Det var gjennomgående det samme synet hos alle informantene når det gjaldt å ha artikkelen i papir fremfor på nett. Selv om dette sitatet påpeker at det gikk en stund før de forsto at nett har kommet for å bli, virker det likevel enda som de fleste henger fast i en tradisjon der papiravisen er flaggskipet, samtidig som avisen ikke har lagt til rette for dette i en multimedial hverdag. Med tanke på observasjonene jeg gjorde var det klart at nett ikke er en førsteprioritet. Informantene bekrefter dette og forteller at nettarbeid ofte kan bli glemt i hverdagen:

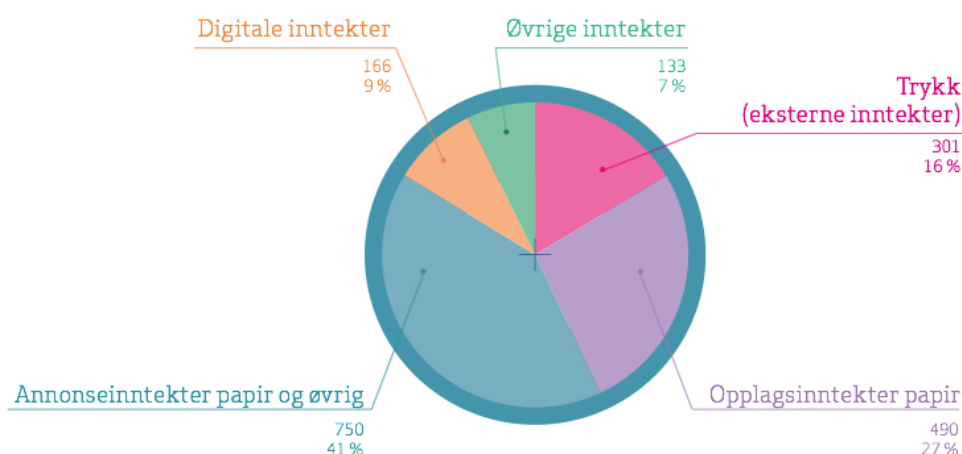
*«Når det er store arrangement så glemmer vi ikke nett. Da bruker vi like mye tid på nett, men fra dag til dag-jobbingen, så blir nett ofte litt glemt bort.»*

*Informant 1*

Selv om noen informanter mener at papir prioriteres for høyt blant andre medier i en multimedial hverdag, viser samtidig tall fra redaksjonelle rapporten til Polaris Media fra 2012 at hovedparten av inntektene fortsatt kommer fra papir.

### Figur 5: Fordeling av eksterne inntekter i Polaris Media.

Fordeling av eksterne inntekter i Polaris Media



(Årsrapport Polaris Media 2012).

Som Krumsvik (2012) nevner betyr fravær av brukerbetaling og annonsørkroner, som i stadig større grad går til de globale aktørene, at journalistikken fortsatt må finansieres av tradisjonelle medier. Utviklingen er likevel slik at annonseomsetningen på nettet øker samtidig som de tradisjonelle papiraviser merker nedgang i annonseinntekter. Dette får konsekvenser for avisens redaksjonelle organisering og publiseringsrutiner (Ottosen og Krumsvik, 2008). Deltagerne påpeker at disse forandringene gjør at prioriteringene må bli tøffere og at innholdet må bli mer gjennomtenkt:

*«Vi må være tøffere i prioriteringene. Vi har færre sider i papiravisen nå enn vi hadde før. Dekningen på noen områder er tilfeldig, uten rød tråd. Det handler ofte om å bare få på noe.»*

*Informant 3*

*«Vi får jo ikke mer ressurser, så vi må jo prioritere tøffere, noe som tilsier at det går utover noen områder. Vi må være tydeligere. Det må være forbudt at det skal gjengis på nett eller papir i etterkant. Om det skal, må det være noe nytt rundt saken.»*

*Informant 2*

Prioriteringene preges av uklarhet og en utvikling av mediene som gjør at det er vanskelig å vite hva man skal satse på, eller hva som krever større oppmerksomhet. Som man ser på figur 5 er papiravisen fortsatt den plattformen som bringer inn mest penger, men samtidig går opplagstallene ned hvert år, og nett og mobil går oppover. Nettet krever i tillegg en hyppig oppdatering for å holde tritt med konkurrentene. Dette gjør valgene vanskelig, og det er delte meninger om hva som skal ut hvor, noe som antyder en mer intern konkurranse for plattformene. Det at de står «i en middelvei», som én deltagerne sier, som med andre ord betyr at de står ved et veiskille, samt at avisen har en stolt tradisjonell tradisjon preger usikkerheten i omstillingsprosessen ved at det er vanskelig å gå fullt inn på noe nytt og samtidig holde det tradisjonelle sterkt.

#### **4.4 Kvalitet, mengde og tid**

Å være midt oppi en omstillingsprosess skaper mange utfordringer, også i multimediehuset Adresseavisen. Oppgaven drøftet innom informantenes syn på journalistrollen, strategi og samarbeid og prioriteringer i den multimediale hverdagen i Adresseavisen. Alle disse områdene har forandret seg og blitt mer utfordrende i omstillingsprosessen fra avishus til multimediehus. I denne delen vil Adresseavisens og informantenes utfordringer i dagens multimediale hverdag fremlegges. Hvilke utfordringer treffer journalisten på i en multimedial hverdag? Hva gjør omstillingen med journalistens arbeidsdag?

*«Jobben er jo den samme i bunn den samme i multimediehuset Adresseavisen, og det er å få frem nyheter. Det er det jobben handler om. Men man må tilpasse det til det enkelte mediet. Større krav til at leveres mer innenfor samme tidsramme.»*

*Informant 2*

Det kommer frem blant informantene at det er store utfordringer i arbeidshverdagen som gjør at arbeidet ofte kan bli satt spørsmålsteget ved. Det første som går tydelig igjen hos alle informantene er tidsbruken på arbeidet over alle plattformene. Som Ottosen og Krumsvik

(2008) presenterte i sin forskning fra 2008, og som Norsk Journalistlag sin arbeidsundersøkelse viste allerede i 2002/ 2003, så var tid og produksjon to sentrale faktorer som bekymret journalisten i den multimediale hverdagen.

*«Jeg har forstått at det er ikke mye vi kan få endret i denne verden, i hvert fall ikke med de ressursene og tiden vi har til å arbeide med stoffet.»*

*Informant 5*

Det ser ut til å være en tendens til at informantene føler seg oppgitt over den økende arbeidsmengden og hva det gjør med betydningen av det journalistiske arbeidet. En av informantene mener at multimediehuset er en berikelse for journalistene, men mener samtidig at de må passe på at arbeid blir halvgjort på alle plattformer:

*«Jeg opplever null problem med sammensmeltningen av huset i dag. Det er bare en berikelse, men man må ikke komme dit at papir og nett blir halvgjort. At vi leverer litt halvveis til begge, istedenfor en solid ting til den ene.»*

*Informant 3*

I dette sitatet påpeker vedkommende at de ikke ”må komme dit at”, noe som betyr at informanten ikke mener det er slik i dag. Ser jeg på resten av data fra denne studien har redaksjonen allerede kommet dit. Problemet med mindre tid virker å sette kvaliteten på prøve. Her er et sitatutdrag fra fire av informantene der det legges trykk på at tid og mengde kan gå utover kvaliteten:

*«Forskjell på avishuset og multimediehuset: Forskjellen er vel hovedsakelig at vi har mindre tid på det vi brukte mye tid på før. Det er jo det som går igjen, alltid. For eksempel så føler jeg at den gravende journalistikken blir litt neglisjert siden vi skal levere på alle områder.»*

*Informant 1*

*«Vi har fått veldig mye mer å gjøre. Skal levere til flere plattformer hele tiden. Det er klart det går utover hovedproduktet, og da mener jeg fortsatt papiravisen selv om vi har flere lesere på nett enn på papir.»*

*Informant 2*

*«Det viktigste er at du må håndtere ting samtidig. Det er flere saker som må skrives hver dag. Kontroll har blitt vanskeligere, altså å ha kontroll over hva som skrives og skal ut.»*

*Informant 4*

*«Må oftere skrive på kveldstid nå enn tidligere. Det er for mye for de som jobber på kveldstid. Stoffet blir på en måte ikke videreutviklet, det blir bare prosessert videre og det kan da oppstå mye feil.»*

*Informant 5*

Krumsvik (2012) påpeker at tidspress og høyt produksjonstempo fascinerer og definerer journalistikk som fag. Men det må være en rimelig balanse mellom mengden produksjon og tid til produksjon. Det er en uttrykt frykt blant journalister i en digital hverdag at tidspress skal gå utover kvaliteten på det journalistiske produktet. Dette var også tendensen blant informantene for Ottosen og Krumsvik (2008) der over halvparten viste seg å være misfornøyd med arbeidet de hadde utført.

Synkende inntekter og nedbemaning i Adresseavisen er sammen en konsekvens av mediekonvergens. En journalist kan jobbe med flere plattformer i dag, og det kan være at organisasjoner tar for gitt og forventer at dette skal foregå uten problemer. Informantene i undersøkelsen viser en tendens mot at bekymringen lever i beste velgående. En faktor og en pådriver til informantenes bekymring omhandler mestring og tilvendelse av nye teknologier. Ottosen og Krumsvik (2008) la frem i sin forskning at over halvparten av informantene opplever negativt stress i arbeidshverdagen. En stressfaktor som forsterket dette for informantene i den forskningen var når ny teknologi ikke ble mestret og at de brukte ekstra tid på å tilvende seg dette. I denne sammenhengen nevner Lawson-Borders (2009) to observasjoner (av de syv) som kan relateres til utfordringene Adresseavisen også har når det gjelder økende grad av mediekonvergens. Den første er kompensasjon (*compensation*) og går akkurat ut på dette at journalister bekymrer seg over den stadige utviklingen med tanke på at det krever økende ferdigheter og kunnskap. Med journalister som vanligvis leverer til én plattform sier Lawson-Borders (2009) at bedrifter må erkjenne og kompensere for de ekstra ferdighetene som den nye journalistrollen krever. Blant informantene i Adresseavisen oppleves også ferdigheter og kunnskap om ny teknologi som en ekstra forventning til den nye journalistrollen de har i den multimediale hverdagen på «*huset*». Flere informanter uttrykker mener at de har en stor utfordring med tanke på utvikling av teknologiske ferdigheter:

*«Huset har store utfordringer med å få det til. Det handler om å kunne mye mer enn én ting. Fra software til bilderedigering. Det er huset her dårlig på, synes jeg.»*

*Informant 3*



Dette er for mange av journalistene kunnskap og ferdigheter de ikke hadde fra før. Med en allerede full arbeidsdag kan det føles stressende for mange at det kreves enda mer enn det allerede før har gjort. Den kompenseringen gjelder også lønn og betaling. Er økt mengde og utvidet tilgjengelighet noe arbeidsgiveren bør kompensere for?

*«Tidligere, om jeg trengte en time ekstra, så var det ikke noe snakk om jeg skulle få overtidbetaling eller ikke, det fikk man. Nå er det en større forventning at vi leverer tidsnok, og overtid får ikke den samme fokus som tidligere.»*

*Informant 5*

Når journalisten får servert noe man ikke behersker kan det virke tungt, for med leveringsfrister og arbeid som må bli ferdig har ikke journalisten noe annet valg enn å lære seg de ferdighetene som trengs. Informantene er klare over at disse utfordringene gjør at journalisten må være mer kunnskapsrik, men nevner samtidig at de må være enda mer strukturert og effektiv for å få alt til å gå rundt:

*«Det krever mer kunnskap om teknikk og ekstra hjelpemidler. Dette krever at man er mer strukturert og effektiv. Det er man nødt til å være nå, hver dag, eller så får man ikke levert det stoffet som trengs i tide.»*

*Informant 3*

Den teknologiske utviklingen som journalistene må holde tritt med er en kontinuerlig prosess som aldri stopper. Publiseringverktøy, nettets form og utstyr er noe som oppdateres og utvikles hele tiden. Dette sitatet setter ord på hvordan den teknologiske utviklingen oppleves som journalist i den multimediale hverdagen:

*«Du har også den faktoren med den tekniske utviklingen. Den stopper aldri. Vi må da utvikle journalistene, de må opplæres i ny kunnskap. I dag kan du det, men i morgen er det noe nytt.»*

*Informant 4*

Informantene antyder i samtidig at nettet er den plattformen som kommer i andre rekke der arbeid ofte kan bli slurvete og ikke like gjennomarbeidet som på andre plattformer. Denne utfordringen fører oss inn på observasjonen konkurranse (*competition*) som Lawson-Borders (2009) legger frem i teorien. Hun påpeker at dette kan skape konflikter mellom journalister i ulike mediekkanaler på grunn av differensierte syn på kilder, varemerke og troverdighet. Informantene i denne har ingen direkte konflikter med andre journalister fra andre mediekkanaler, men har likevel sine meninger om kilder, varemerker og troverdighet om ulike

plattformer. Det kan med det oppstå en intern konflikt rundt hvilken plattform som krever mest oppmerksomhet og hvor mye den enkelte journalist ønsker, og vil gi den. Som sagt virker nettavisen å komme i andre rekke hos mange av informantene. Slik oppfattet jeg det gjennom observasjonen også. Det var hele tiden snakk om «produktet», noe som da automatisk betydde papiravisen. Flere av deltagerne nevner at arbeidet som skal til nett ofte kan bli litt halvveis i hverdagen, og at papiravisen er det som er hovedfokuset når det er snakk om å produsere nyheter:

*«Nettet har kjempemange styrker. Mange flere enn papiravisen har, det er det ingen tvil om. Minuset med arbeidet til nettavisen er at det kan bli litt slingring. Kildebruk, klipp og lim kan bli litt halvveis. Det blir litt sånn høyrehåndsarbeid i hverdagen.»*

*Informant 5*

Deltagerne antyder at årsaken til at nettsaker ofte kommer i andre rekke er fordi det hele tiden skal skrives og leveres hurtig:

*«Nettet skal gå så kjapt, så det kan gå utover kildebruk, kvalitet og innhold. Det handler bare om å få det videre, så du kan jobbe med papiravisen.»*

*Informant 5*

Det er mye som tyder på deltagerne er klar over at nettet er arbeid som blir gjort litt halvveis i redaksjonen. Samtidig synes noen av informantene at det er mye dårlig arbeid på nettsidene, som en informant påpeker her:

*«Jeg synes det er så mye slurvete håndverk rundt omkring på nettavisen.»*

*Informant 3*

Om de selv står for mye av innholdet, og virker klar over at arbeidet til nettavisen kommer i andre rekke, må man kanskje erkjenne at det blir mye slurvete arbeid på nettavisen? Det tyder også på at papiravisen fortsatt er det som står i sentrum hos informantene. De fleste av informantene i denne undersøkelsen mener at papiravisen får mer oppmerksomhet enn de andre plattformene. Det kommer frem blant deltagerne at det fortsatt føles mye bedre å ha arbeidet sitt trykket i papir, enn å ha det på nett der det forsvinner i løpet av noen timer.

*«Jeg føler en større høytydelighet av å skrive i avis. Mer håndfast når det er i papir. Man glemmer at det er flere lesere på nett, men det er også enklere skrive til nett, synes jeg.»*

*Informant 1*

Jeg mener samtidig at observasjonene jeg gjorde i morgenmøtene tydet på at nettartiklene eller nettplanene fra de enkelte hadde en mye smalere filtrering for godkjenning på morgenmøtene. Det er klart at nettet skal fylles og at flere av sakene kan komme igjennom i forhold til papiravisen, men bør det kanskje være bedre diskusjoner om hva som er en god nettsak? Ut fra observasjonene var dette oftest temaet på slutten av møtene, om det i hele tatt var et tema. Journalistene har sine egne spesialiserte områder, og virket ofte å være litt ukonsentrert og uinteressert når saker utenfor deres områder, både på nett og papir ble nevnt.

*«På grunn av spesialiseringen på områdene så blir det kanskje sånn at journalistene som jobber med de bestemte områdene ikke bryr seg så mye om de andre temaene på møtene. Da kan all annen diskusjon bli forstyrret.»*

*Informant 5*

For skrive en god nettsak krever det ikke alltid ekspertise på det som skal skrives om, det handler også om «form og stil», noe som alle er kjent med og kan diskuteres av alle. Redaksjonen har en utfordring når det gjelder nett og tankesettet til journalistene mot nett, og det tyder på at avisen har forbedringspotensiale på denne plattformen.

Det er ikke bare kvalitet journalistene er bekymret over når mengden øker. Som tidligere forskning også viste har negativt stress vært en faktor som journalister har slitt med i flere år. Selv om ingen av informantene direkte sier at de er utbrent i denne undersøkelsen, så kan det virke som om arbeidshverdagen i dag fort kan føre til noe lignende. Etter at nettavisen ble en del av arbeidsdagen har mye forandret seg for journalistene. Informantene antyder at arbeidet med nettavisen kan føles som et arbeid som aldri stopper:

*«Når det gjelder nett så blir man aldri ferdig. Du kan jobbe døgnet rundt, og likevel har du ikke mettet nettmonsteret.»*

*Informant 3*

Denne informanten omtaler nettavisen som «nettmonsteret», noe som blir tilknyttet dens kontinuerlige nyhetsoppdatering. Denne 24/7-virksomheten gjør at det å levere til nettavisen utvider tilgjengeligheten og arbeidstiden til journalisten. En informant forklarer hvordan dette påvirker hverdagen personlig utenfor arbeidstid:

*«Belastningen på den enkelte medarbeider er ganske stor. Det finnes ikke noe stemplingsur her – det forventes at man gir hele tiden. Det kan være veldig vanskelig å koble av.»*

*Informant 3*

Denne følelsen er antydningen hos noen av de andre informantene også. Informantene mener at den store mengden kan påvirke gleden rundt arbeidet. Samtidig kommer det frem en bekymring om at mengden påvirker tiden de bruker til å utvikle og forbedre av plattformene.

*«Det går utover iveren, gløden og entusiasmen. Det er mye større mengde nå enn før. Vi har ikke så mye tid om å snakke hva vi burde gjøre bedre og lignende.»*

*Informant 4*

Disse konsekvensene henger sammen med at det er vanskelig å leve opp til den nye rollen som multimedial journalist. Da opplever man *rollestress*. Som Skogstad (2000) påpeker oppstår det fordi konflikter oppstår gjennom fordeling av ressurser, tid, krefter, oppmerksomhet. Dette er en utfordring som er vanskelig for bedriften. Når det er vanskelig å koble av og vanskelig å finne gleden i arbeidet kan det gå utover kvaliteten til arbeidet og entusiasmen til journalistene. Nettavisen har påført journalister utvidet arbeidstid, og det kan være vanskelig for å journalistene å leve opp til forventningene på alle plattformer hele tiden.

#### **4.5 Fremtidsutsikter**

Vi ser på historien om medieutviklingen at den på langt nær har stoppet enda. Ingen kan gi et fullstendig svar på hvordan utviklingen kommer til å bli i mange år fremover. Det har personer ulike meninger om. Disse subjektive meningene fra hver enkelt kan likevel fortelle oss en del om tankegangen rundt hva som skjer i dag. Det kan være en sammenheng mellom hva journalistene tror om medieutviklingen i fremtiden og hva de, som vi har snakket om i oppgaven, prioriterer, legger strategier for og samarbeider om i dag. Er det realisme eller ønsketenkning i tankegangen? Hva tror de må gjøres for at de kan komme sterkest mulig gjennom omstillingsprosessen?

Når det gjelder informantene fra Adresseavisen som deltok i denne undersøkelsen var det interessant å sammenligne deres uttalelser om situasjonen i dag og hva de trodde om

fremtiden i Adresseavisen<sup>6</sup>. For kan det ha seg sånn at de fleste jobber mest med «hovedproduktet», som i dette tilfellet er papiravisen, men har ingen tro på produktet og plattformen i fremtiden?

*«Vi er Norges eldste avis. Vi har en ekstremt sterk tradisjon rundt papiravisen her. Det er nok veldig viktig for ledelsen her også. Vi kan likevel ikke sitte her å være nostalgiske til vi ikke selger aviser mer.»*

*Informant 1*

Dette sitatet forteller om en litt ambivalent følelse der det er klart at informanten ikke har stor tro på denne plattformen i fremtiden, men at redaksjonen samtidig har en sterk tradisjon rundt papiravisen. Denne tradisjonen henger i dag sammen med hvilken plattform redaksjonen bruker mest tid på. Samtidig kan man antyde en liten uro rundt at denne nostalgien og tradisjonen blir for sterk. For det er tydelig hva informantene mener det blir mer av i fremtiden. Deltagerne tror at internettet og muligheten rundt denne plattformen bare vil eskalere i fremtiden:

*«Om noen år vil flere være rettet mot nett. Vi har flere deadlines i løpet av en dag, også tror jeg at enda flere vil bli opplært i web-TV og redigering. Det blir også mer livesendinger på nettet. Jeg er derimot litt usikker på om det blir mer dyptpløyende journalistikk, men jeg håper vi får noen gravende grupper.»*

*Informant 4*

Informanten tror det vil bli mer nettarbeid, samtidig som vedkommende antyder at det vil bli mer å gjøre i løpet av en dag, og at kunnskap og ferdigheter må utvikles. Som vi har sett tidligere i oppgaven er dette områder som bekymrer, og skaper uro hos journalistene. De fleste av deltagerne tror likevel at det meste vil foregå digitalt i tiden fremover. Det er derimot en gjennomgående usikkerhet blant hele utvalget med tanke på hva som vil skje med nyhetsarbeidet på papiravisen. De fleste tror den fortsatt vil ha sin plass blant brukerne, men er samtidig usikker hvor mye man skal fokusere på den:

*«Det viktigste vi gjør er at vi utvikler nettet vårt og at vi blir god på TV, men foreløpig står papiravisen så sterkt at vi må ta vare på den også, så det er vanskelig å si hva som skal gjøres fremover.»*

*Informant 5*

---

<sup>6</sup> Adresseavisen skal flytte lokaler i 2015. Da flytter de fra Heimdal, som ligger på utkanten av byen, til midt i sentrum i Trondheim.

Dette viser en multimedial usikkerhet der journalisten ikke vet hvilken plattform som tas mest vare på, men handler det ikke, som multimedial journalist, om å ta vare på alle? Det kan derfor være antydning mot at journalisten i dag ikke tenker slik eller har mulighet til å gjøre det på grunn av tid og mengde, noe som data fra tidligere i oppgaven også viser.

For at avisen skal håndtere alle plattformer bedre enn de gjør i dag i årene fremover, går mye av det informantene snakker om på ressurser. Dette kan kobles sammen med bekymringene rundt stress, entusiasme, kvalitet og mengde tidligere i oppgaven. Ønsket om mer ressurser hadde ikke vært der om disse konsekvensene ikke hadde dukket opp? Her er et utdrag fra noen av informantene der de går nærmere inn på hvilke tiltak Adresseavisen hadde vært tjent med å gjennomføre:

*«Det er snakk om ressurser, og det blir jo fort at vi bruker ressurser på det vi har breiest dekning på. Jeg har vondt for å se at det blir mer spesialisering. Jeg tror mer at det stilles enda større krav til de som ansatte, og de som ansettes. Vi og de må behersker de multimediale plattformene.»*

*Informant 2*

*«Vi må ha flere folk for å få mer tyngde på nett og papir. Med den bestanden vi har i dag, rekker det ikke helt inn. Vi skal i tillegg til de plattformene vi har nå, hele tiden tenke nytt og sikkert eskalere i dekning på andre områder fremover.»*

*Informant 1*

*«Det som vi savner er flere reportere, egentlig. Og en sekretær som kunne tatt seg av det administrative, noe som går utover annen planlegging. Jeg tror de ville vært tjent med å investere i nye folk, folk som kanskje er spisset mot web-TV for eksempel, men jeg tror det egentlig bare blir mer arbeid og hardere prioritering på de som er her.»*

*Informant 5*

Ønsket om mer ressurser er hovedtyngden i det journalistene kunne tenkt seg, men man ser også i sitatene at dette er noe de ikke tror kommer til å skje. Ut i fra ressursene de har mener journalistene at oppbyggingen av redaksjonen for det meste er riktig utformet i dag, men at konsekvensene er klare:

*«Jeg synes det er riktig formet som det er nå, men folk er jo slitne og det er jo en konsekvens. Det er opplagt at det skulle vært flere, men det blir det ikke uansett. Det er ikke en løsning som er opp til diskusjon.»*

*Informant 4*

Bastiansen (2012) sier at de tradisjonelle mediene forsøker å tilpasse seg alt de kan, men synes også å være preget av dyp uro. Denne tilpasningen av det tradisjonelle er også en diskusjon som foregår i Adresseavisen. Det er tydelig at papiravisen står sterkt i redaksjonen, også blant de informantene som er med i denne undersøkelsen. Men hva mener informantene om produktet i dag, gjør de riktige grep for å tilpasse det? Noen i utvalget mener produktet kan være preget av konservatisme, og at de er litt redde for å gjøre endringer:

*«Vi er mer konservativ enn andre. Papiravisen kan se litt ren ut, litt kjedelig. Vi har gode på det vi skal på være god på, mens resten kanskje blir uten en rød tråd. Vi må jobbe fremover med hvordan ting presenteres på. Vi må gjøre ting annerledes, og folk er redde for det, men sånn er det. Det må vi bare.»*

*Informant 3*

*«Vi må tørre å være innovative, må tørre og feile. Det blir ofte litt traust det som foregår i en regional avis. Det kan bli litt kjedelig. Vi har ikke godt nok stoff. Vi skal være så seriøse hele tiden, vi må prøve å selge avisen i større grad på flere måter.»*

*Informant 4*

Det er tydelig at informantene kjenner på at de tradisjonelle mediene er i nedgang, og ønsker å skape endringer i produktet for gjøre den mer salgbar, men er redde for ta det siste steget i frykt for at valget kan gjøre situasjonen enda verre.

Jeg, som forsker i denne oppgaven, mener at mye tyder på at redaksjonen går på autopilot på grunn av at de har så mye å gjøre på tvers av plattformer. Det som faller bort er diskusjonen om hvordan man skal gjøre alle plattformer sterkere og hvordan man vil arbeide mot dette. Når det gjelder papiravisen er det et vanskelig prosjekt. Lesertallene går nedover, men den står fortsatt sterkt, både med tanke på antall og lesere og annonseinntekter. Problematikken blir da hvordan tanken på et tapt medium i fremtiden påvirker arbeidet med den i dag. Venter de på at den skal falle bort, eller diskuterer de grep for å gjøre den bedre? Flere av deltagerne føler at tiden ikke strekker til for å snakket utvikling så mye som de ønsker. En informant mener det ikke diskuteres nok rundt forbedring av plattformen, og skisserer samtidig situasjonen med arbeidet i dag:

*«Vi snakker ikke nok om hvordan vi kan forbedre papiravisen. Føler noen ganger at vi bare prøver å holde hodet over vannet. Man må ha energi til å gjøre et sterkt arbeid. Jeg håper og tror at vi får et papirprodukt som folk fortsatt vil ha. Jeg har*

*vanskeligheter for å se for meg, at i min tid som journalist ikke skal skrive for etter noe som helst form for papirprodukt.»*

*Informant 3*

Når man ser fremtidsutsiktene for Adresseavisen blant disse informantene er det tydelig at de tradisjonelle mediene har et godt grep i redaksjonen. Som multimediale journalister i et teknologisk utviklende mediemarked ser de likevel at det bare blir mer og mer journalistisk arbeid på andre plattformer. Bekymring rundt større mengde arbeid er tilstede, og journalistene har ingen tro på at det vil bli mer ressurser, selv om de ønsker det, av den grunn. Så hvordan skal Adresseavisen finne en balansegang for journalistene? Å forholde seg til en journalistrolle som kontinuerlig er i forandring, der man står uten svar på hvordan det kommer til å bli er en vanskelig prosess.





## 5. Konklusjoner og avslutning

Hensikten med denne undersøkelsen har vært å se nærmere på og samtidig gi økt forståelse for hvordan mediekonvergens påvirker journalistens roller i en multimedial hverdag, samt hvordan journalistene opplever dette i en kontinuerlig omstillingsprosess.

Problemstillingen for undersøkelsen var:

*Hvordan forholder journalister seg til den multimediale hverdagen og en rolle som kontinuerlig er i forandring?*

Denne problemstillingen har blitt besvart gjennom presentasjon av relevante teoretiske perspektiver med fokus på mediekonvergens, rollebegrepet og rollen som journalist i en multimedial hverdag, samt tidligere forskning på feltet. Studien har også tatt i bruk en kvalitativ metode der dybdeintervju og observasjon har blitt gjennomført for å samle inn data.

### 5.1 Konklusjoner

Resultatene viser at journalistene er usikre på hvilken rolle de har mest tilknytning til i omstillingsprosessen, og at den tradisjonelle journalistrollen fortsatt har høy status hos de fleste. De nye plattformene det skal leveres til gjør at journalistene opplever ekstra og ulike forventninger som sprer usikkerhet hos journalistene. Noen liker hva den multimediale journalistrollen har ført med seg, men nevner likevel at de opplever problemer med å koble av og opplever økt stress. Det er tydelig at rollene er under omstilling og er preget av uklare skiller og arbeidskrav.

- *Uklar journalistrolle.*

Undersøkelsen viser at prioriteringene de gjør for plattformene representerer vanlige utfordringer i hverdagen, noe som kan skape intern konkurranse mellom plattformene det skal publiseres på. Samtidig antyder undersøkelsen at publiseringsstrategi gjennom flere nivå i organisasjonen ikke er optimal, og at journalistene etterlyser klarere retningslinjer.

- *Prioriteringsproblemer.*
- *Etterlysning av tydeligere retningslinjer og publiseringsstrategi.*

Analysen viser også at det er uro og bekymringer for kvalitet og fysiske belastninger gjennom økte krav til stoffmengde kombinert med mindre tid. Dilemmaet for mediehuset ligger i at journalistene opplever stress og ikke like stor entusiasme i arbeidet de gjør, noe som går utover kvaliteten på det de leverer til de ulike plattformene. Informantene forteller at de skulle hatt mer ressurser, noe de sannsynligvis ikke får. Det vil derfor være en utfordring for bedriften å legge til rette for journalistene i en arbeidsdag der mengde fortsatt vil eskalere, og nye plattformer gjør at tidsbruk øker og tilgjengelighet utvides for de ansatte.

- *Kvantitet foran kvalitet.*
- *Høyere forventninger og økte krav resulterer i stress.*

Det er brukt en kvalitativ metode i oppgaven, og utvalget er ikke stort, så funnene kan ikke generaliseres til alle multimediale mediebedrifter. Det som derimot kan brukes videre er antydningene og tendensene som er vokst frem og beskrevet i undersøkelsen. Det er grunn til å tro at disse kan være nyttige i lignende multimediehus, som kan oppleve noe av den samme problematikken i sin multimediale hverdag.

## **5.2 Sammenfatning og videre forskning**

En informant fortalte hva som burde være Adresseavisens og journalistenes grunntenking i deres nyhetsdekning på alle plattformer:

*«Vi må alltid ha i bunn at det er et samfunnsoppdrag. Selvfølgelig er det viktig, det må vi alltid ha i bunn. Det vi skriver skal være nyttig for folk flest. Det skal ikke minst være opplysende, noe som kan kanskje føre til en endring. Om vi lykkes hele tiden, det er en annen sak.»*

*Informant 1*

Dette har vært mediernes samfunnsoppdrag i lang tid, og skal fortsatt være det, men kan det være at den multimediale hverdagen har tvunget oppmerksomheten over på noe annet og ødelagt noe av denne tankegangen? Tar man data fra denne studien kan det tyde på at det er andre faktorer som får oppmerksomheten i den multimediale hverdagen for Adresseavisens journalister. Krumsvik (2012) sier at den nye mediehverdagen fører til at de tradisjonelle massemediene blir utfordret av ny teknologi og endring av brukervaner. I tillegg er adskilte mediebransjer i ferd med å vokse sammen, og betydningen av tidligere bransjeinndelinger

svekket. Dette har utspring i begrepet konvergens, og går på at digitalisering og ny teknologi fører til at aktører som tidligere opererte i adskilte markeder nå vil måtte konkurrere om de samme annonsene og brukerne.

Denne mediekonvergensen er også noe som Adresseavisen går gjennom. Dette har ført til at bedriften og journalistene er i en omstillingsprosess der arbeidsvaner har endret seg. I multimedial hverdag er produksjonstempoet betydelig høyere enn tidligere, samtidig som mengde arbeid har økt på tvers av plattformer, har nye utfordringer også vokst frem.

*«Journalistrollen er utvidet. Forskjellige former som man må beherske, samtidig som man må ha mye mer kunnskap om teknologi enn tidligere. Spørsmålet er om dette går utover kvaliteten på hovedproduktet. Det er et tankekort for bedriften. Før kunne man bruke lengre tid på det man leverte til papir, mens du nå må levere til tre plattformer. Det er spennende, men om det er optimalt for hva vi gjør og ønsker å få til, det er jeg derimot usikker på.»*

*Informant 2*

Dette sitatet oppsummerer mye av det undersøkelsen har vist. Informantene opplever at rollen som journalist i en multimedial hverdag er uklar. Selv om den er uklar for informantene er det tydelig at de fleste vil kalle seg papirjournalist om de kunne velge en tittel på stillingen sin, samtidig omtaler alle sammen uten videre papiravisen som «*produktet*» og «*hovedproduktet*», noe som er en klar indikasjon på hvilken plattform som prioriteres høyest i bedriften. Nettavisen passerte papiravisen i antall lesere per uke i 2012, noe som gjør prioriteringene for de beste nyhetene enda vanskeligere. Dette er tydelig blant informantene i oppgaven, der de opplever at hva og hvor de skal prioritere er en sentral problemstilling hver eneste dag. Informantene føler i tillegg at en publiseringsstrategi og samarbeid gjennom flere organisatoriske nivåer i bedriften ikke eksisterer eller fungerer slik de kunne tenkt seg. Ser vi tilbake på to av Lawson-Borders (2009) observasjoner for å lykkes best mulig i en konvergensprosess er samarbeid (*cooperation*) og kommunikasjon (*communication*) to viktige aspekt, der hun mener åpenhet og god kommunikasjon internt og eksternt må være tilstede for at konvergensen skal lykkes. Uten klare retningslinjer, som informantene antyder er savnet, styrer journalister det meste selv i den multimediale hverdagen i Adresseavisen. Lawson-Borders (2009) mener at det bør være en forpliktelse (*commitment*) i organisasjonen gjennom å inkorporere konvergens som en del av sin filosofi. Uten tydelige retningslinjer og strategiplanlegging over flere nivå virker det som konvergens ikke er inkorporert i utvalget fra denne undersøkelsen, noe som bremser omstillingsprosessen og gjør rollene mer uklare.

En rolle fører med seg forventninger og krav. Journalistrollen informantene innehar er stadig i forandring, noe som gjør at krav og forventninger ofte endrer seg. Studien har fått frem data som antyder at journalistene føler det oppstår en *intrarollekonflikt* og en *interrollekonflikt* fordi forventningene til innehaveren av deres rolle er forenlige og uforenlige, samt at det kan være motstridende forventninger til deres journalistrolle med tanke på at vedkommende må bekle flere (journalist)roller. Disse *rollekonfliktene* har for informantene ført til *rollestress*, for store deler av informantene føler ikke at de klarer å imøtekomme de krav som stilles til de uklare rollene de i dag besitter i den multimediale hverdagen. Utvidet arbeidstid, større arbeidsmengde, høyere krav og forventninger om mer kunnskap og ferdigheter er faktorer som informantene mener fører til lavere kvalitet, mer fysiske belastninger som stress, mindre entusiasme og mindre tid til diskusjon til utvikling av plattformene. Dette samsvarer nesten fullstendig med redaktør i Adresseavisen, Arne Blix, sine største bekymringer for fremtiden som jeg la frem i innledningskapitlene. Ord som kvalitet, kapasitet og kompetanse er ord som går igjen i redaktørens bekymringer, og igjen hos informantene i denne undersøkelsen. Dette betyr at bekymringene hos Blix allerede er en realitet og en del av hverdagen hos journalistene.

Med tanke på studien til Ottosen og Krumsvik (2008), der resultatene viste at de fleste ønsket bedre bemanning og mer faglig diskusjon, samt bedre tid til redaksjonelt arbeid, støtter denne studien opp under denne konklusjonen. Det er tydelig at Adresseavisen er midt i en omstillingsprosess, noe som gjør journalistene usikre på hvor de står midt oppe i dette og på det arbeidet de holder på med. Om holdepunktene for fremtiden fra den redaksjonelle årsrapporten i Polaris Media (2012) skal realiseres, kan det virke som at det må skje en endring i hverdagen for journalistene. Studien viser at alle informantene jobber for å gjøre alle plattformene sterke, men at det er vanskelig å gjøre dem enda sterkere. Dette på grunn av at det er flere områder å jobbe med hele tiden, større mengde og mindre tid. Å sette seg ned for å diskutere hva som kan gjøres bedre på de ulike plattformene var noe informantene savnet. Mye av arbeidet gikk på autopilot og det handlet mye om å bare «*få noe på*». Mye tyder på at denne usikkerheten kan henge sammen med prioriteringene, strategiplanleggingen og samarbeidet. Deltagerne ga inntrykk av at dette var noe de slet med og mente var mangelfullt.

Med hensyn til fremtiden var det flere som synes det nesten var umulig å si noen sikkert om hvordan det vil se ut 3-5 år frem i tid. Dette er bare med på å forsterke at de er i en

omstillingsprosess i en usikker multimedial hverdag. Samtidig kom det frem at flere tror at nett er fremtiden, noe som får meg til å lure på hvordan det påvirker arbeidet med det de i dag omtaler som «*hovedproduktet*», altså papiravisen. Jobber de i dag, og gir størst oppmerksomhet til, noe de ikke har fullstendig tro på? Det kan være de avventer situasjonen på nett for å være sikre på at det finnes nettløsninger som på sikt gir inntjening, som kan måle seg med papiravisen. Men da kan det igjen bli satt spørsmålstegn ved om journalistene egentlig bare sitter å venter på dette, slik at målet med papiravisen hver dag er bare å fylle sidene med noe, men ikke gjøre den bedre? Da ender begge plattformene med å bli produsert på en halvhjertet måte.

Om jeg skulle gått videre fra denne undersøkelsen hadde det vært interessant å se nærmere på en gruppe yngre journalister eller ansatte som er nye i jobben. Disse har mest sannsynlig kommet inn, og har vokst opp, som nettbrukere. Utvalget i denne undersøkelsen var alle deltagere i overgangen fra papirhus til multimediehus i 2005. Det hadde vært spennende å se hva de yngre og ferske mente om prioriteringer og strategi, samt hvordan de forholder seg til den multimediale hverdagen med økt produksjonsmengde og mindre tid. Hadde disse gitt størst oppmerksomhet til nettet og sett annerledes på prioriteringene som er undersøkt i denne oppgaven? Og er disse mer forberedt på en hverdag med høye krav og forventninger som kan føre til stress? Kort sagt, er det jeg har funnet i denne undersøkelsen knyttet til en bestemt generasjon journalister, eller er det noe som kjennetegner journalistrollen generelt, også de som ikke kjenner til andre virkeligheter enn å jobbe på den multimediale plattformen?

Det kunne også vært interessant å studere lederne i bedriften mer inngående for å se om de har andre perspektiver på opplevelsen av mediekonvergens og hvordan dette påvirker publiseringsstrategi og prioriteringer enn journalistene har.

Den teknologiske utviklingen forandrer mediehverdagen vår hele tiden. Sammensmeltingen av mediene har bare så vidt startet. Dette gjør at forskning på samme felt alltid har relevans, selv om det gjennomføres på samme måte, for mediehverdagen om få år vil være helt annerledes enn i dag.



## 6. Referanseliste

- Adresseavisen Kundeservice (2012): *Om Adresseavisen – Mediehuset Adresseavisen*. Hentet 26.08.2013 fra: <http://kundeservice.adressa.no/omadresseavisen/>.
- Adresseavisen Kundeservice (2012): *Om Adresseavisen – Nøkkeltall*. Hentet 25.08.2013 fra: <http://kundeservice.adressa.no/omadresseavisen/tallogfakta/article264191.ece>.
- Adresseavisen Kundeservice (2012): *Om Adresseavisen – Visjon og Mål*. Hentet 25.08.2013 fra: <http://kundeservice.adressa.no/omadresseavisen/visjon/>.
- Bastiansen, Henrik G. (2012): *Massekommunikasjon på norsk*. I Norske medier: journalistikk, politikk og kultur. Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Brodtkorb, Elisabeth R. (2009): *Mellom mennesker og samfunn: sosiologi og sosialantropologi for helse- og sosialprofesjonene*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Dalen, Monica (2004): *Intervju som forskningsmetode. En kvalitativ tilnærming*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Dalland, Olav (2000): *Metode og oppgaveskriving for studenter*. 3. utg. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Fagerjord, Anders (2006): *Web-medier: Introduksjon til sjangre og uttrykksformer på nettet*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Fangen, Katrine (2009): *Kvalitativ metode*. Hentet 24.09.2013 fra: <http://www.etikkom.no/Templates/Pages/FBIBArticle.aspx?id=1301>.
- Forskningsetiske komiteer (2010): *Forskerrollen*. Hentet 22.09.2013 fra: <http://www.etikkom.no/Forskningsetikk/Etiske-retningslinjer/Medisin-og-helse/Kvalitativ-forskning/5-Forskerrollen/>.
- Journalisten.no (2012): *Stillingsannonser*. Hentet 27.09.2013 fra: [http://www.journalisten.no/stilling/mediehuset\\_opp/37642](http://www.journalisten.no/stilling/mediehuset_opp/37642).
- Krumsvik, Arne (2012): *Medieteknologi og strategier for journalistikk*. I Norske medier: journalistikk, politikk og kultur. Kristiansand: Høyskoleforlaget.



- Kvale, Steinar (2002): *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Akademiske Forlag.
- Kvale, Steinar og Brinkmann, Svend. (2009): *Det kvalitative forskningsintervju*. 2. utgave. Oslo: Gyldendal Akademiske Forlag.
- Lawson-Borders, Gracie (2009): *Integrating New Media and Old Media: Seven Observations of convergence as a Strategy for best Practices in Media Organizations*. Dallas, USA: Southern Methodist University.
- Martinussen, Willy (1991): *Sosiologisk analyse: en innføring*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Norsk Journalistlag (2008): *Journalister i arbeid – en reise i tiårs redaksjonsmiljøer*. Hentet 11.10.2013 fra: [http://www.nj.no/no/Dine\\_rettigheter/Journalister+i+arbeid+-+en+reise+i+tre+ti%C3%A5rs+redaksjonsmilj%C3%B8er.b7C\\_w7bMY9.ips](http://www.nj.no/no/Dine_rettigheter/Journalister+i+arbeid+-+en+reise+i+tre+ti%C3%A5rs+redaksjonsmilj%C3%B8er.b7C_w7bMY9.ips).
- NOU (2010:14): *Lett å komme til orde, vanskelig å bli hørt – en moderne mediestøtte*. Hentet 05.10.2013 fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/nouer/2010/nou-2010-14/7/1.html?id=628673>.
- Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD) (U.Å): *Opprett nytt meldeskjema*. Hentet 15.08.2013 fra: <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeskjema>.
- O'Reilly, Jennifer og Vincens, Jan. S. (2006): *Mediekonvergens*. Mediebedriftenes Landsforening. Oslo: Norsk Telemuseum og Avis i Skolen.
- Ottosen, Rune (2004): *I journalistikkens grenseland. Journalistrollen mellom marked og idealer*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Ottosen, Rune og Krumsvik, Arne. H. (2008): *Digitale medier og redaksjonell endring – noen sentrale utviklingstrekk*. I *Journalistikk i en digital hverdag*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Polaris Media (2012): *Redaksjonell årsrapport*. Hentet 25.08.2013 fra: [http://www.polarismedia.no/files/reports/RedAarsrapportPolarisMedia2012\\_web\\_0.pdf](http://www.polarismedia.no/files/reports/RedAarsrapportPolarisMedia2012_web_0.pdf).
- Polaris Media (2012): *Årsrapport Polaris Media 2012*. Hentet 25.08.2013 fra: <http://www.polarismedia.no/files/reports/Aarsrapport%202012.pdf>.

Ringdal, Kristen (2001): *Enhet og mangfold*. Oslo: Fagbokforlaget.

Rasmussen, Terje (2006): *Nettmedier*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Skogstad, Anders (2000). *Psykososiale faktorer i arbeidet*. I S. Einarsen & A. Skogstad. Det Gode arbeidsmiljø: krav og utfordringer: et festskrift til Odd H. Hellesøy. Bergen: Fagbokforlaget.

Strand, Torodd (2001): *Ledelse, organisasjon og kultur*. Bergen: Fagbokforlaget.

Thagaard, Tove (2002): *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. 2. utgave. Sandviken: Fagbokforlaget.

Tjora, Aksel H (2010): *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Akademiske Forlag.

TNS Gallup (2013): *Leser papiraviser daglig. Avislesing 2012/2013*. Hentet 10.10.2013 fra: [http://www.tns-gallup.no/arch/\\_img/9108659.pdf](http://www.tns-gallup.no/arch/_img/9108659.pdf).



## **Vedlegg 1: Kvalitativ intervjuguide.**

Tema: Journalistrollen i en multimedial hverdag.

Mitt navn er Petter Remen Hanssen. Jeg jobber med min masteroppgave i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi ved NTNU. Formålet med denne oppgaven er å intervju personer med tilknytning til multimediehuset Adresseavisen. Interessecfeltet for oppgaven vil ha fokus på omstillingen mot et multimediehus og hvordan journalister jobber og forholder seg til en rolle som kontinuerlig er i forandring. Alt som blir sagt er konfidensielt. Undersøkelsen er anonym og data som blir brukt fra dette intervjuet vil anonymiseres. Du kan trekke deg fra intervjuet når du vil, både før, under og i etterkant.

Kan jeg bruke båndopptaker?

Takk for at du stiller opp på intervjuet!

Bakgrunnsinformasjon:

- Arbeidssted
- Bosted

### **Åpningsspørsmål**

Hvorfor ville du jobbe med avis og nyheter?

Har du jobbet i flere områder i Adresseavisen?

Hvorfor ble du journalist?

Leser du aviser selv, både på nett og papir?

Hva er du opptatt av når du leser nyheter?

### **Hovedspørsmål**

#### **I. Journalistrollen**

Er det noe skille mellom nett- og papirjournalister på dette multimediehuset?

- På hvordan måte?

Hvordan journalist ser du deg selv på som?

Hva er den viktigste faktoren for at du jobber som journalist?

Hva har forandret seg mest og minst i tiden du har jobbet her?

Jobber du på samme måte som før?

- På hvordan måte?

Føler du at dine forventninger til yrket blir levd opp til?

Hvordan har din rolle forandret seg siden Adresseavisen samlet alle mediene (2005)?

Føler du at du innfrir til de forventninger og krav som blir stilt til den posisjonen du er i nå?

## **II. Strategi og samarbeid**

Foregår det samarbeid mellom papir, nett og TV i redaksjonen?

- Er det andre avdelinger som samarbeider mye mer?

Samarbeider du bevisst med andre på huset eller jobber du for det meste individuelt?

Foregår det mer samarbeid i dag enn tidligere?

I hvor stor grad føler du samarbeid mellom flere ledd i avisen?

- På hvordan måte?

Tror du alle/føler du alle er enige om publiseringsstrategi på nett og papir?

Tror du samarbeid mellom kanaler er veien til en sterk avis på alle plattformer?

- Hvilke tanker har du generelt om dette?

Mener du det er bedre å skille nett og papirjournalister, istedenfor å samkjøre alle?

- Hvorfor?

Føler du det er noen konkurranse innad i huset om nyhetene?

Er du interessert i å styrke alle avisens plattformer?

Har dere noen konkrete mål for de ulike plattformene?

## **III. Prioriteringer**

Hva anser du som viktigst for deg, papir eller nett?

Hvilket innhold mener du skal legges på nett?

Hvilket innhold mener du skal publiseres i papir?

Og hva er eventuelt aktuelt for begge?

Har dere tydelige retningslinjer i hverdagen for hva som skal hvor?

Føler du at prioriteringen har forandret seg?

Er dere mye enige eller uenige om prioritering?

Er det noen former mener du er bedre egnet for papir enn nett og motsatt?

Hva forventer du selv av dekningen i papiravisen og nettavisen?

Hva gjør du/dere for ivareta papiravisen og nettavisen?

Er du bevisst på hvordan hva du lager innhold til?

Tror du E-adressa kan erstatte den fysiske papiravis?

### **III. Kvalitet, mengde og tid**

Hva mener du har vært utfordringene med fremveksten av nye medier?

Hvilken plattform bruker du mest tid på?

Hva mener du er de tradisjonelle mediers styrke?

Hva mener du er de nye mediers styrke?

Mener du at du har nok kunnskap og ferdigheter til å levere like bra på alle plattformer?

Hvordan opplever du sammensmeltningen (konvergens) i Adresseavisen i dag?

Gjør du mye arbeid utenfor arbeidstid?

Trives du i jobben, og hvordan hverdagen er bygd opp i dag?

Føler du det er skillet mellom nett og papir er annerledes i sporten enn hos andre nyhetsområder?

Hvordan vektlegger du/dere viktigheten av papir og nett?

Er du i stor grad fornøyd med produktene dere leverer?

Diskuterer dere ofte om hvordan dere kan utvikle plattformene?

Føler du dere er i front av eller henger etter den teknologiske utviklingen?

### **Avslutningsspørsmål**

#### **I. Fremtidsutsikter**

Føler du det fungerer optimalt med løsningen som er nå?

Hva kunne du ønsket deg mer eller mindre av i fremtiden?

Hva anser du som det viktigste arbeidet for avisen i tiden fremover?

Hvordan ser du for deg at multimediehuset er utstyrt i fremtiden (3-5 år)?

Hvilken plattform jobber du mest med om 3-5 år?

Med bevisst arbeid av innhold som er best for Adresseavisen på papir, tror du salget kan jevne seg ut på et stabilt nivå fremover?

Er det noe mer du vil legge til?



## Vedlegg 2: Prosjektvurdering fra NSD.

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS  
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Arve Hjelseth  
Institutt for sosiologi og statsvitenskap NTNU  
Dragvoll  
7491 TRONDHEIM

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

Vår dato: 24.09.2013      Vår ref: 35396 / 2 / HIT      Deres dato:      Deres ref:

### TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 07.09.2013. Meldingen gjelder prosjektet:

<i>35396</i>	<i>Kvalitativ undersøkelse i Adresseavisen AS</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>NTNU, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Arve Hjelseth</i>
<i>Student</i>	<i>Petter Hanssen</i>

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

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

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

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

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 15.11.2013, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Vigdis Namtvedt Kvalheim

Hildur Thorarensen

Kontaktperson: Hildur Thorarensen tlf: 55 58 26 54

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Petter Hanssen Sandgata 26 A 7012 TRONDHEIM

*Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.*

*Avdelingskontorer / District Offices*

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



## Personvernombudet for forskning



### Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 35396

Ifølge prosjektmeldingen skal det innhentes muntlig samtykke basert på muntlig informasjon om prosjektet og behandling av personopplysninger. Personvernombudet forutsetter at det gis muntlig informasjon om følgende for at samtykket skal være gyldig i henhold til personopplysningsloven:

- formålet med prosjektet
- hvilke metoder som vil bli benyttet
- hvilke opplysninger som samles inn
- hva opplysningene skal brukes til
- hvem som vil ha tilgang på opplysningene
- at opplysningene vil bli behandlet konfidensielt
- at det er frivillig å delta
- at man kan trekke seg når som helst uten å måtte begrunne det
- dato for prosjektslutt og at alle innsamlede opplysninger anonymiseres ved prosjektslutt og i den ferdige oppgaven
- kontaktopplysninger til veileder og student.

Det tas høyde for at identifiserende opplysninger vil kunne fremkomme på lydopptak (stemme i kombinasjon med arbeidsplass). Det som står i innledningen i intervjuguiden om at undersøkelsen er anonym må dermed fjernes.

Innsamlede opplysninger registreres på privat pc. Personvernombudet legger til grunn at veileder og student setter seg inn i og etterfølger NTNU sine interne rutiner for datasikkerhet, spesielt med tanke på bruk av privat pc til oppbevaring av personidentifiserende data.

Prosjektet skal avsluttes 15.11.2013 og innsamlede opplysninger skal da anonymiseres og lydopptak slettes. Anonymisering innebærer at direkte personidentifiserende opplysninger som navn/koblingsnøkkel slettes, og at indirekte personidentifiserende opplysninger (sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. yrke, alder, kjønn) fjernes eller grovkategoriseres slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes i materialet.

