

## Forord

Da var denne oppgaven endelig ferdig skrevet. I min prokrastinerende ånd markerer det ikke slutten på studietiden, men denne oppgaven kan likevel ses på som en slags formell slutt på studietiden.

Studietiden vil huskes som tiden jeg gikk fra ungdom til voksen. Det har vært en tid som har bydd på de tøffeste periodene jeg har opplevd i livet, men det har også gitt meg erfaringer som vil hjelpe meg fremover og stake ut retning for resten av livet. Fra jeg flyttet til Trondheim i 2011 har veien gått gjennom fire kollektiv før anskaffelsen av egen leilighet. Studietiden vil blant annet huskes for stressende eksamensperioder, gode kvelder i kollektiv, konserter, øl og nye kompiser. Jeg mannet meg til slutt opp til å søke studentavisa Under Dusken, som har gitt meg første erfaring innen journalistikk og tilgang til det evige hybelliv.

I masterperioden må jeg også takke Flomlys-gjengen for mange gode ispauser og ekstra unødvendig kilo.

En spesiell takk går selvfølgelig ut til mamma, pappa og søster. Dere er de som betyr mest for meg. En samtale med mor og far gjorde også at jeg raskt kom meg opp fra en grufull knekk jeg fikk halvannen uke før masteren skulle leveres inn. En takk går også ut til personen som guidet meg gjennom den tøffeste perioden i livet mitt. Og sist, men ikke minst en klapp på egen skulder. Godt jobbet. Fy flate.

## Sammendrag

Tema for denne oppgaven er lesing av papiravis. Det blir stadig færre som leser papiravis en gjennomsnittsdag. Man finner i stor grad de samme nyhetene på en nettavis som man gjør i en papiravis. Hva er det som gjør at noen velger å holde fast ved den analoge versjonen? Fokuset i denne oppgaven er å se på bruk av og forholdet til papir- og nettavis gjennom øynene til de som leser papiravis daglig eller ukentlig. Oppgavens utvalg er basert i Trondheim, hvor regionsavisen *Adressa* dominerer. Gjennom deres øyne skal oppgavens problemstilling undersøkes:

*«Hvorfor leser man papiravis når man kan få innholdet på nettavis?»*

Oppgaven baserer seg på dybdeintervju av syv informanter. For å belyse tendensene i informantenes refleksjoner, brukes tidligere forskning om bruk av papir- og nettavis og implikasjoner det digitale kan ha. Informantenes syn på pressens rolle i samfunnet og hvilken betydning vaner har, er blitt satt i kontekst av Habermas' teori om det demokratiske maktkretsløp og Garfinkels teori om implisitte verdier i hverdagsrutiner. Informantene i oppgaven ga inntrykk å ha et sterkt forhold til papiravisen. Tidligere forskning har vist at bruken av papir- og nettavis er ulik. Mens papiravis er noe man investerer tid og penger i, fungerer nettavis som et mer overfladisk påfyll. Informantene i denne oppgaven bekreftet denne tidligere forskningen. Samtidig har bruken av digitale enheter implikasjoner for bruken av nettavis, gjennom at det bryter et skille mellom to ulike hverdagslige kontekster. Det dynamiske designet til nettavis virker også å innvirke på hvordan man bruker de to ulike formatene.

## Abstract

The theme for this assignment is reading of newspapers paper edition. Still fewer people are reading the paper edition on an average day. You can find the same news in the online edition of the newspaper as you do in the paper edition. Why do some people choose to stick with the analogue version? The focus in this assignment is to look at the use of and relationship to the paper edition and online edition of the newspaper through the eyes of those who read the paper edition daily or weekly. The assignment's selection is based in Trondheim (Norway), where the regional newspaper *Adressa* dominates. The following approach to the problem will be investigated through the eyes of the informants:

*"Why do people read the paper edition of newspapers when you can get content in the online edition?"*

The assignment is based on in-depth interview of seven informants. Previous research on the use of paper- and online edition of newspapers and implications digital media may have, has been used to illustrate the trends in the informants' reflections. The informants' views on the role of the press in society and the importance of habits have been put in context of Habermas' theory of the democratic power cycle and Garfinkel's theory of implicit values in everyday routines. The informants in the assignment gave an impression of having a strong relationship with the paper edition. Earlier research has shown that the use of paper and online newspapers differs. While people invest time and money in the paper edition, the role of the online edition is more of a superficial refill. The informants in this task confirmed this earlier research. Furthermore the use of digital devices has implications for the use of the online edition, by breaking a distinction between two different everyday contexts. The dynamic design of the online edition also seems to affect the use of the two different formats.

# Innholdsfortegnelse

|  |    |
|--|----|
| 1. Innledning.....                                     | 1  |
| 1.1 Prosjektets relevans .....                         | 2  |
| 1.2 Oppgavens problemstilling.....                     | 3  |
| 1.3 Oppgavens oppbygning .....                         | 4  |
| 2. Teori og tidligere forskning.....                   | 5  |
| 2.1 Prinsipper i journalistikk .....                   | 5  |
| 2.2 Papiravisens rolle.....                            | 7  |
| 2.3 Ulik bruk av papir- og nettavis .....              | 8  |
| 2.4 Digitale medier .....                              | 10 |
| 2.5 Avisas rolle i demokratiet og for individet.....   | 11 |
| 3. Metode.....   | 14 |
| 3.1 Forskningsdesign .....                             | 14 |
| 3.2 Dybdeintervju .....                                | 14 |
| 3.3 Utvalget .....                                     | 16 |
| 3.4 Forskningsetiske overveielser.....                 | 18 |
| 3.5 Stegvis deduktiv-induktiv metode .....             | 18 |
| 3.6 Pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet ..... | 20 |
| 4. Analyse.....  | 23 |
| 4.1 Journalistikk.....                                 | 23 |
| 4.1.1 God journalistikk.....                           | 23 |
| 4.1.2 Klikksaker og overskrifter.....                  | 26 |
| 4.1.3 Oppsummering .....                               | 28 |
| 4.2 Papiravisa.....                                    | 29 |
| 4.2.1 Prioriteringer papiravis.....                    | 29 |
| 4.2.2 Bruk av papiravis .....                          | 31 |
| 4.2.3 Følelser for papiravis.....                      | 32 |
| 4.2.4 Oppsummering .....                               | 34 |
| 4.3 Nettavis .....                                     | 35 |
| 4.3.1 Funksjon nettavis.....                           | 35 |
| 4.3.2 Innholdsønsker nettavis.....                     | 38 |
| 4.3.3 Oppsummering .....                               | 39 |
| 4.4 Digitale medier .....                              | 40 |
| 4.4.1 Digital støy .....                               | 40 |
| 4.4.2 Skjermbruk .....                                 | 42 |

|       |                                |    |
|-------|--------------------------------|----|
| 4.4.3 | Algoritmer .....               | 43 |
| 4.4.4 | Oppsummering .....             | 44 |
| 4.5   | Reklame .....                  | 45 |
| 5.    | Konklusjon .....               | 47 |
| 5.1   | Oppgavens funn .....           | 47 |
| 5.2   | Implikasjoner av oppgaven..... | 49 |
| 5.2   | Videre forskning .....         | 50 |
|       | Litteraturliste .....          | 51 |
|       | Appendix A: Intervjuguide..... | 54 |
|       | Appendix B: Rekruttering ..... | 56 |

# 1. Innledning

Mediene har sammen med samfunnet for øvrig gått, gjennom en voldsomt teknologisk utvikling de siste tjue årene. Det analoge har i stor grad blitt erstattet av en digital infrastruktur som har stor betydning for hvordan mennesker kommuniserer med og forholder seg til hverandre.

Denne studien tar for seg noen av ringvirkningene digitaliseringen har for avislesere. Avishusene var noen av de første til å benytte seg av mulighetene internett ga. Den økte tilgjengelig internett gir, forandret i stor grad hvordan man konsumerer nyheter. Fra å lese papiravis én gang og se én nyhetssending i døgnet, gjør internett og den digitale utviklingen at nyhetene nå kun er et tastetrykk unna til alle døgnetstider. Samtidig skjer det ikke nødvendig mer til alle døgnetstider enn hva det gjorde før den digitale utviklingen.

Målet med denne oppgaven er å se hvordan avisleserne påvirkes av denne utviklingen, nærmere bestemt undersøke hvorfor noen fremdeles velger å lese avis i papirformatet. Gjennom sosiologisk teori og tidligere forskning på blant annet bruk av papir- og nettavis, vil oppgaven ta for seg forholdet avislesere har til papiravisen og til nettavisen. Hvilke meninger legger man i å lese papiravis og hvordan påvirkes leseropplevelsen av nettavisens digitale natur?

## 1.1 Prosjektets relevans

Statistikk fra medienorge (2018A) viser at prosentandelen av den norske befolkningen som leser papiravisen en gjennomsnittsdag sank med 53% fra 1994 til 2017. Fra 2010 til 2017 alene sank andelen med 32%.

Lesing av papiravis og nettavis en gjennomsnittsdag 2001 - 2017, fordelt på alle (prosent)

| Type                 | Alle           | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|----------------------|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Papiravis            | Alle (9-79 år) | -    | 78   | 77   | 77   | 75   | 74   | 74   | 72   | 68   | 65   |
| Avisenes nettutgaver | Alle (9-79 år) | -    | 10   | 12   | 17   | 19   | 27   | 31   | 34   | 35   | 40   |
| Totalt papir/nett    | Alle (9-79 år) | -    | 79   | 79   | 80   | 79   | 81   | 82   | 81   | 77   | 78   |

| Type                 | Alle           | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Papiravis            | Alle (9-79 år) | 64   | 63   | 55   | 51   | 49   | 42   | 39   | 32   |
| Avisenes nettutgaver | Alle (9-79 år) | 43   | 48   | 49   | 52   | 54   | 51   | 56   | 52   |
| Totalt papir/nett    | Alle (9-79 år) | 80   | 79   | 77   | 76   | 75   | 72   | 73   | 68   |

Statistikken viser også at andelen som er innom en nettavis daglig har økt jevnt de siste 17 årene, men at den totale andelen som enten leser papir- eller nettavis en gjennomsnittsdag har sunket med 11% i løpet av samme tidsrom. Leservanene endres altså betydelig.

Fra et mediefaglig ståsted vil det alltid være interessant å studere hva som er de bakenforliggende årsakene til endringer i mediekonsum. Hvilke fordeler besitter nettavisen? Med tanke på at prosentandelen som fremdeles leser papiravis stadig synker, kan man tenke seg at de som holder fast ved den har ganske sterke føringer på hvorfor de gjør akkurat det. Mennesker har gjennom lang tid tilegnet seg kunnskap gjennom bøker og andre papirbaserte kunnskapskilder. Kanskje ligger det noe i at mennesker dypest sett er vanedyr og er tilvendt mønstre som er opparbeidet gjennom hundrevis av år? Den digitale revolusjonen har endret infrastrukturene samfunnet er konstruert etter, men har hastigheten i denne endringen gått fortere enn hva som føles riktig for mennesker?

Personlig er jeg engasjert i mediens virke og utvikling. Mediene er sett på som en fjerde statsmakt, men underlagt markedsmekanismer de andre statsmaktene ikke forholder seg til. Den teknologiske utviklingen og globalisering har ført til endrede medievaner. Det har også ført til at forretningsmodellen mediehusene tidligere baserte seg på, er under press. Der

majoriteten av annonseinntektene før holdt seg innenlands, dominerer nå Facebook og Google annonsemarkedet. Det gjør at mediehusene må utvikle nye inntektskilder.

Å ta for seg et komplekst problem som medienes forretningsmodell i en masteroppgave, vil selvsagt bli for stort. Et alternativ er derfor å undersøke lesevanene til aviskonsumenter, som har mye å si for hvor avishusene kan hente sine inntekter fra.

## 1.2 Oppgavens problemstilling

Hvor folk leser papiravis, er et spørsmål med mange mulige svar. Det er derfor viktig å avgrense oppgavens tematikk. Studien har utgangspunkt i papiravislesere, og funnene er derfor resultat av som fremdeles holder fast ved den analoge versjonen av avisen. Utvalget i oppgaven er basert i Trondheim, hvor regionsavisen *Adressa* dominerer. Oppgaven vil derfor i liten grad ta for seg forhold ved eksempelvis en lokalavis. Oppgaven er konstruert etter en hovedproblemstilling med noen underliggende forskningsspørsmål.

Oppgavens problemstilling blir dermed:

*«Hvorfor leser man papiravis når man kan få innholdet på nettavis?»*

De underliggende forskningsspørsmålene er:

- Hvilket forhold har folk til journalistikk?
- Hvilket forhold har folk til papiravisen?
- Hvilke forskjeller finnes i bruken av papir- og nettavis?
- Hvilken innvirkning har de digitale mediene på bruken av nettavis?



### 1.3 Oppgavens oppbygning

Nå som oppgavens tematikk og relevans er presentert i oppgavens innledende fase, vil jeg i neste del presentere konteksten oppgavens funn vil analyseres i. Neste del vil derfor ta for seg teori og tidligere forskning. Den tidligere forskningen vil ta for seg hvilke prinsipper journalistikken orienteres etter, bruk av papir- og nettavis og hvordan digitale medier påvirker bruk av nettavis. Denne delen avsluttes med teorier om pressens rolle i et demokrati og hvordan mennesker ofte ubevisst legger verdi i rutiner.

Videre vil jeg redegjøre for og diskutere metodiske valg jeg har gjort i arbeidet med denne oppgaven. Her vil positive og negative sider av oppgavens rekrutteringsprosess, intervjumetode, kodingen av data og oppgavens pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet drøftes. Videre vil oppgavens funn presenteres, settes i kontekst og diskuteres i fem delkapitler i analysen. Oppgavens avsluttes med en konklusjon der jeg svarer på oppgavens problemstilling og ser på implikasjoner denne oppgaven kan ha. Avslutningsvis vil jeg tenke høyt om hvordan dette tema kan belyses videre i senere forskning.

## 2. Teori og tidligere forskning

I denne delen av oppgaven vil teori og tidligere forskning på publikums forhold til journalistikk, papiravis og nettavis bli presentert. Målet med denne delen er å gi en teoretisk kontekst og empirisk substans til resultatene i denne oppgaven. Det vil også gi et utgangspunkt for diskusjon av denne oppgavens funn.

### 2.1 Prinsipper i journalistikk

I *The Elements of Journalism* (2001) forteller Bill Kovach og Tom Rosenstiel at de mener borgeres evne til å styre eget liv, avhenger av journalistikkens evne til å produsere uavhengig informasjon. Kovach & Rosentiel (2001) har gjennom grundig arbeid kommet frem til ni prinsipper journalistikk bør innrette seg etter. Prinsippene er utarbeidet på bakgrunn av den lengste, mest systematiske og omfattende undersøkelsen gjort av journalister om nyhetsproduksjon og ansvaret som følger. Arbeidet innebar akademiske og ikke-akademiske intervjuer og studier av journalister, i tillegg til offentlig fora hvor 3000 personer deltok. Prinsippene de kom frem til var (Kovach&Rosentiel, 2001, s. 12-13):

- 1) Journalistikkens første forpliktelse er sannheten
- 2) Journalistikken skal først og fremst være lojale til borgere
- 3) Essensen i journalistikk er en disiplin til å få bekreftet informasjon
- 4) Journalister må opprettholde en uavhengighet fra dem de dekker
- 5) Den må fungere som en uavhengig overvåking av makt
- 6) Den må være et forum for offentlig kritikk og kompromiss
- 7) Den må streve etter å gjøre det signifikante interessant og relevant
- 8) Den må holde nyhetene omfattende og proporsjonal.
- 9) Journalister har en plikt ovenfor sin personlige samvittighet: Siden det ikke finnes noe lov eller lisensiering av journalistikk, må hver journalist ha personlig etikk- og ansvarsfølelse ovenfor seg selv og de som leser er publikum for nyhetene (Kovach&Rosentiel, 2001, s. 180-181).

de Zúñiga & Hinsley (2012) har ved bruk av kvantitative spørreundersøkelser i USA kartlagt blant annet hvilke karakteristika som brukes om god journalistikk av publikum og journalistene selv. Undersøkelsen handler om avis.

Å fungere som en vaktbikkje for allmennheten, gi analyser og tolke komplekse problemer, bekrefte fakta, å dekke historier som bør bli dekket og å være objektiv ble av publikum ansett som de viktigste egenskapene ved god journalistikk (de Zúñiga & Hinsley, 2012). Undersøkelsen viste at det var sterk konsensus blant publikum om disse egenskapene ved god journalistikk.

Ved hjelp av telefonundersøkelser har Tsfti (et al., 2006) undersøkt hva Israelsk publikum og journalister anser som er kjernen i journalistiske verdier, mål og praksis. De fire faktorene som var viktigst for publikum var å få bekreftet fakta, at journalistikken var nøytral, å få begge sider av historien og å ikke publisere rykter. For journalistene var de fire viktigste å få bekreftet fakta, ikke publisere rykter, få begge sider av historien og å gi publikum en tolkning av nyhetene.

I Nederland har van der Wurff & Schoenbach (2014) har blant annet undersøkt hva innbyggerne anser som viktige journalistiske verdier og hva slags stoff de ønsker å se i avisen. 3203 personer som var 18 år eller eldre svarte på den 20 minutter lange nettbaserte spørreundersøkelsen. Svarende til respondentene delte formålet med journalistikken inn i to grupper; en med fokus på journalisten som profesjonell, kritisk og fortolkende, og gruppe to som hadde mer fokus på publikum selv ønsker å få ut av sine medier – altså mulighet til selv å delta i debatter. En mulig tolkning er at den første gruppen anser journalistikk i objektsøyne, mens gruppe to anser seg selv mer som subjekter med mulighet for selv å delta. Begge måtene å betrakte journalistikk blir ansett som viktig, men den profesjonelle blir av de nederlandske respondentene ansett å spille en mer avgjørende rolle.

For den første gruppen viste det seg som viktige faktorer 1) å få nyhetene raskt ut til publikum 2) journalistene skal følge kritisk med på statlige institusjoner 3) journalistikk skal forklare sosiale spørsmål 4) gjøre publikum i stand til å utvikle egne meninger og 5) kritisk følge store

bedrifter. Noen av de viktige svarene hva gjelder journalistiske verdier var å være uavhengig, svare på publikums klager, føre et strengt skille mellom fakta og meninger og å rapportere om ulike syn i samfunnet så fullstendig som mulig. Her vil det være interessant å undersøke om prinsippene for hva som vurderes som god journalistikk også gjelder for denne oppgavens informanter. Videre vil det være interessant å se hvilken innvirkning synet på hva som er god og dårlig journalistikk har innvirkning på bruk av papir- og nettavis.

## 2.2 Papiravisens rolle

Tall fra medienorge (2018B) viser opplagstallene for norske aviser i 2017.

Opplagstall for norske aviser 2017 (papiroplag)

| Avis                | 2017    |
|---------------------|---------|
| Aftenposten morgen  | 140 655 |
| VG                  | 78 289  |
| Adresseavisen       | 50 438  |
| Bergens Tidende     | 45 539  |
| Stavanger Aftenblad | 40 879  |
| Dagbladet           | 39 362  |
| Aftenposten Junior  | 29 529  |
| Morgenbladet        | 26 174  |
| Fædrelandsvennen    | 24 777  |
| Klassekampen        | 23 559  |

Tabellen viser at det i tillegg til de to store nasjonale avisene, VG og Dagbladet, er de regionale avisene som har størst opplag. Morgenbladet og Klassekampen er også blant de ti avisene i landet med størst opplag. Tall fra TNS Gallup (2018) viser at Morgenbladet og Klassekampen, i tillegg til Nationen, er de eneste papiravisene som får flere lesere.

The Data Page (2011) sin statistikk viser hvilke deler av papiravisen som blir lest. I tillegg til forsiden av avisen, blir seksjonene for lokale nyheter, internasjonale og nasjonale nyheter, seksjonen for meninger og sportsseksjonen de mest leste. De undersøkte var 65 år eller eldre. En studie av indiske studenters avisvaner (Kumar, et al., 2011) viste at lederartikler, sport og politikk er de seksjonene som blir mest lest.

### 2.3 Ulik bruk av papir- og nettavis

Tewksbury & Althaus (2000) mener at pressens rolle som portvakt muligens forandret seg da nettavisen ble introdusert. Selv om innholdet på nettavisen ofte er mye av det samme som i den tradisjonelle papiravisen, gjør nettets dynamikk presentasjonen av innholdet annerledes. På nettavisen gir avishusene ofte lik plass til flere saker, og publikum har i større grad påvirkningskraft over hva som blir nyheter.

Forsiden i papiravisen, som er redigert etter hva avisredaksjonen anser å være de viktigste nyhetene, forsvinner til fordel for nettavisens menybaserte forside og muligheten individet selv har til å velge informasjon man finner interessant. Uten plassbegrensningene i papiravisen, gir nettavisen mulighet til et mye større utvalg saker for ethvert tema (Tewksbury & Althaus, 2000). Mulighetene i nettavisene til hyberkobling av relaterte saker, gir redaktører mindre kontroll over hvilken informasjon publikum tilegner seg om hendelser i den offentlige sfære. Denne manglende retningen publikum får i å bli veiledet i hva som er viktige nyheter, muliggjør at lesere av nettaviser kan være dårligere informert om de viktige sakene som påvirker det offentlige liv. Tewksbury & Althaus (2000) kaller dette for *issue publics*: Individuer sprer seg i små grupper som spesialiserer seg i en bestemt type saker i den offentlige sfære. Innen demokratisk teori kan dette kategoriseres under generalister; grupper vet om hendelser i den offentlige sfære, men har liten dybde i sin forståelse av disse hendelsene.

Tewksbury & Althaus (2000) gjorde et forsøk på lesere av papirversjonen og nettversjonen av *New York Times*. To av deres teser var at 1) lesere av nettversjonen vil huske færre historier om *public affairs* 2) lesere av nettversjonen vil huske færre detaljer fra sakene om *public affairs*. Kategorien *public affairs* bestod av nasjonale nyheter, internasjonale nyheter og politikk. Studien viste at lesere av nettversjonen var mindre sannsynlig å begynne lesingen med internasjonale, nasjonale og politiske nyheter. De brukte også mindre tid av sin totale lesetid på disse nyhetene. Som en konsekvens var leserne av nettavisen mindre sannsynlig å huske å ha lest nasjonale og internasjonale nyheter – og hadde derfor dårligere oversikt over *public affairs* i testperioden. Selv om denne studien er noen år gammel, er ulikheten i den lineære og digitale dynamikken spennende å ta videre i denne oppgavens norske kontekst. Eksempelvis vil det være interessant å se om de ulike dynamikkene har endret seg eller om bruken av papir- og nettavis fremdeles gir utslag i hva som oppsøkes i de ulike versjonene.

Althaus & Tewksbury (2002) har undersøkt lesere av *New York Times* sin opplevelse av hva som er viktige nyheter i lesing av papir- og nettavis. De forskjellige formatene til papir- og nettavis har utslag i at man som leser av nettavis i høy grad blir selektiv i konsumeringen av nyheter. I papirformat bestemmer redaksjonen hvilke saker som er viktige i et hierarki. Det lineære formatet gjør at leserne må bla side for side etter saker de finner interessante. Dette gjør at man i større grad leser saker man kanskje ikke aktivt søker etter (Althaus & Tewksbury, 2002). Studien delte inn i to grupper, papiravislesere og nettavislesere, for å undersøke en rekke hypoteser om hvilke saker som ble lest. Tre av hypotesene studien undersøkte var 1) Gruppen som leste papiravis vil huske og gjenkjenne flere historier om nasjonal og internasjonal politikk enn nettavisgruppen. 2) Leserne av papiravis vil gi et mer presist bilde av agendaen til *New York Times* og 7) Papiravisleserne vil i større grad nevne internasjonale problemer når de blir spurt om hvilke problem som landet står ovenfor.

Studien viste at gruppen med papiravislesere både husker flere og kunne fortelle mer om internasjonale og nasjonale saker enn nettavislesere. Papiravisgruppen var mer bekymret for internasjonale problemer. De har også en et annet syn enn nettavisleserne på hva som er de viktigste problemene landet står ovenfor. Det siste punktet er essensielt fordi flere studier av ny teknologi gir et bilde av at massemedias rolle som stabiliserende medium. Media gir befolkningen de viktigste nyhetene, og en fragmentert nyhetshverdag med manglende kollektiv opplevelse av hva som er av viktighet for samfunnet kan føre til en destabilisering (Althaus & Tewksbury, 2002). Vil denne fragmenteringen av nyhetshverdagen fremdeles gjelde og være et moment i hvorfor man leser papiravis? Hvis det gjelder, kan det hende at deler av grunnen til å holde på papiravisen, er en følelse av et tryggere medium som gir en oversikt over de viktigste sakene i verden – noe å orientere seg etter.

Thurman & Myllylahti (2009) har studert den finske dagsavisen *Taloussanommat* sin overgang til kun å være nettavis. Forskerne går inn på forskjell i bruk av papir- og nettavisen: Ved kjøp av den fysiske utgaven gjør man en liten finansiell investering. Folk har liten tid til rådighet for å lese nyheter. I 2006 brukte en papiravisleser i gjennomsnitt 36 minutter på avisen daglig. Det gjør at man er lite sannsynlig å kjøpe mer enn én avis per dag.

Folks atferd i bruk av nettavis viser seg å være annerledes enn ved papiravis. Grunnet mye større tilgjengelighet av flere informasjonskilder, bruker man mindre tid per kilde. For *Taloussanommat* sin nettside viste det at besøkende bruker gjennomsnittlig 3.5 minutter per besøk og besøker i gjennomsnitt kun 2.6 saker (Thurman & Myllylahti, 2009). Å studere dette i norsk kontekst om lag ti år etter vil være svært interessant. I løpet av de ti årene har papiravisopplaget gått betydelig ned, og satsingen på den digitale versjonen er enda sterkere. Fører dette til at bruken av nettavis har endret seg? Vil papiravisen fremdeles ha en rolle som noe man investerer og bruker tid på?

Studien viser også at økt kontroll over data, blant annet hvilke saker leserne klikker seg inn på, har en tydelig effekt på hvilke saker som blir laget. På nettavis er det populariteten til enkeltsaker, og ikke avisen som helhet som har betydning. Det er grunnlaget inntektene i form av reklamepenger kommer fra. *Taloussanommat* fikk en retning mot mer populistiske saker (Thurman & Myllylahti, 2009). For denne oppgaven vil det være interessant å se om tendensen til mer populistiske saker har moderert seg, og hvordan informantene oppfatter hvilke typer saker som blir produsert til nettavis og papiravis.

## 2.4 Digitale medier

Levine (et al., 2007) har undersøkt sammenhengen mellom tid brukt på øyeblikkelige meldinger og evnen til konsentrasjon for akademisk lesing. Øyeblikkelige meldinger er definert som kommunikasjonsverktøy som gjør at man kan konversere med flere personer samtidig på nett. Øyeblikkelige meldinger er i studien satt som representant for multitasking, mens akademiske lesing er satt som motsetning grunnet det den fokuserte oppmerksomheten det krever. Utgangspunktet til studien er at det blir mindre av aktiviteter som krever intens, fokusert oppmerksomhet og mer av aktiviteter som krever oppdeling av oppmerksomhet blant unge mennesker. Ifølge Levine (et al., 2007) har tidligere forskning vist at evnene soldatene i marinen har til å kontrollere missiler, blir påvirket negativt av at forskere som er tilstede for å vurdere deres prestasjon bruker øyeblikkelige meldinger. Fremskritt i teknologi har gjort at man kan gjøre flere ting samtidig, men menneskers kognitive evner er de samme som før.

Studien viser til påvirkning og ikke kausalitet i sine funn. Resultatene av studien viste at hvor mye tid man brukte på øyeblikkelige meldinger, hadde signifikant påvirkning på hvor distraheret man blir under akademisk lesing. Tid brukt på å lese bøker hadde negativ påvirkning på hvor lett man ble distraheret under akademisk lesing (Levine, et al., 2007).

Studien viser videre til tre måter øyeblikkelige meldinger kan påvirke akademisk lesing. 1) Ved å erstatte tid som kan bli brukt til akademisk lesing, 2) Direkte forstyrrelser under lesing og 3) Utvikling av en kognitiv stil for kort og skiftende oppmerksomhet. Resultatene av studien viste at alle de tre mulighetene var gjeldende for den undersøkte gruppen (Levine, et al., 2007).

Et element ved bruk av digitale medier er at man leser på skjerm i stedet for eksempelvis papir. Geske & Bellur (2008) har undersøkt forskjeller i oppmerksomhetsvaner ved å lese på skjerm og papir. Ved hjelp av elektroencefalografi, en metode for å registrering av hjernens elektriske aktivitet, undersøker de om man kan spore ulikheter i oppmerksomhet ved bruk av ulike medier. Funn i studien indikerer at hjernen må jobbe hardere kognitivt med å lese fra CRT-skjermer. CRT, eller katodestrålerør, er den komponenten i en skjerm som viser bilder. Studien tyder også på at CRT-skjermer har en negativ innvirkning for de delene av hjernen som styrer oppmerksomheten til øynene (Geske & Bellur, 2008).

## 2.5 Avisas rolle i demokratiet og for individet

Idealet til mediene, herunder avishusene, i et fungerende demokrati er en funksjon som kritisk samfunnsrøst - ofte omtalt som den fjerde statsmakt. Dette er også sentralt i mediens selvforståelse. Pressens Vær Varsom-plakat skriver blant annet i femte punkt at «Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.» (Presse.no). Dette er også forankret i sosiologisk tenkning gjennom Jürgen Habermas. Aakvaag (2005) beskriver Habermas demokratiske maktkretsløp slik:

«Det er nemlig i den "borgerlige" offentligheten likestilte samfunnsmedlemmer kommer sammen for å samtale om felles anliggender og problemer. Offentligheten er i sin tur institusjonelt forankret i sosiale bevegelser, frivillige organisasjoner og



aksjonistnettverk i det sivile samfunn. I egenskap av samfunnets "varsellampe" forer det sivile samfunn offentligheten med temaer og løsningsforslag. Virkelighetsbilder, situasjonsforståelser og løsningsforslag som gjennom herredømmefri debatt vinner oppslutning i offentligheten utkrystalliseres over tid til samfunnets «offentlige mening». Denne fanges så opp av politiske partier som «sluser» den inn i det formelle politiske system med dets representative og beslutningsdyktige organer. Her fattes det i sin tur bindende politiske vedtak etter formelle regler for saksbehandling og votering. Politiske vedtak sirkuleres deretter ut i samfunnet igjen, som et uttrykk for den refleksive organisering av det felles samkvem. På den ene siden i form av lover og regler som sanksjoneres av staten gjennom dens voldsmonopol. På den annen side gjennom et svært omfattende statlig forvaltningsapparat som på en effektiv måte kan følge opp og implementere den parlamentarisk lutrede offentlige mening.»

Medienes rolle i samfunnet kan altså forstås som et talerør for borgeres "felles mening" og som et objekt som avdekker forhold i samfunnet som er dysfunksjonelle i forhold til demokratiets ideal. Ut fra denne avdekkende funksjonen vil det dannes en felles folkelig mening om rettmessig sanksjon, som igjen vil tas opp i offentlige institusjoner som formaliserer denne "felles mening" gjennom for eksempel lovverk. For mediene, i denne oppgavens kontekst avishusene, er altså evnen til å innta rollen som kritisk, gravende talerør for "folkets mening" en essensiell del av Habermas' idealtypiske demokrati.

Pressen har ikke bare en rolle som et objekt i samfunnets økosystem, men en konkret betydning i enkeltindividers liv. Den amerikanske sosiologen Harold Garfinkel har drevet empirisk arbeid og utforskning om hverdagerfaring og hverdagsliv og gitt opphav til feltet *etnometodologi* (Aakvaag, 2008). Feltet handler om teknikker og prosedyrer man orienterer seg etter i hverdagen.

Et av poengene til Garfinkel er at aktører i hverdagslivet mening til og skaper orden i en sosial verden gjennom rutiner og kontekster. Garfinkel kaller dette kontekstuelle fenomenet for *indeksikalitet* (Aakvaag, 2008, s. 86). Selv om man ikke vet hva en annen person egentlig spør etter med et spørsmål som "Hvordan går det? ", tolkes spørsmålet implisitt i konteksten det kommer i. En papiravisleser tar det som en slik selvfølgelig rutine å lese avisen, å fysisk ta på

avisen og å bla er så at man ikke tenker over det. Hverdagens metoder er så implisitte og rutinemessige, at det først er når de brytes vi merker hvor unaturlig og uordnet andre metoder kjennes. Mennesker som har lest papiravis siden barne- og ungdomstiden vil med andre ord ta det som en selvfølge å lese på papir. Om man er vant med å lese den om morgenen, kan det skape et vagt ubehag om den ikke er å finne utenfor døra om morgenen. Når vanen brytes, forsvinner rutinen og de implisitte verdiene papiravisen har. Det føles fremmed å gjøre det på en annen måte.

Etter å nå ha gitt et tematisk grunnlag for oppgaven gjennom teori og tidligere forskning, kommer nå oppgavens metodiske del. Her vil jeg fortelle om rekrutteringsprosessen, diskutere valg av intervjumetode og gå stegvis gjennom oppgavens bruk av Tjoras stegvise-deduktiv induktive metode. Jeg vil også reflektere rundt oppgaven pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet.

## 3. Metode

### 3.1 Forskningsdesign

Denne oppgavens mål er å undersøke hvorfor man fremdeles leser papiravis og ikke benytter seg av nettavisen til samme formål. For å undersøke dette har denne oppgaven tatt sikte på å undersøke papiravisleseres forhold til den fysiske avisen og til den digitale versjonen. Oppgaven baserer seg på empirisk datagrunnlag samlet inn gjennom kvalitative dybdeintervjuer. Kvalitative metode blir ofte brukt når man fokuserer på brukerens opplevelse og meningsdannelse, og hvilke konsekvenser disse meningsdannelsene har (Tjora, 2017, s. 24). For oppgavens formål var det derfor viktig å gå i dybden på informantene, og heller begrense antall informanter. Utvalget, metodevalg og metodebruk blir redegjort for og diskutert i dette kapittelet.

### 3.2 Dybdeintervju

Ifølge Tjora (2017) brukes dybdeintervju når man vil studere informantens meninger, holdninger og erfaringer. Selv om man kun studerer informantens livsverden, brukes intervjuene til å forstå sammenhenger utenfor informantene som individ. Oppgaven ønsker å undersøke hvorfor man fremdeles leser papiravis. Alternativet til papiravis er nettavis. Derfor var det viktig å undersøke informantens forhold til både papir- og nettavis. Informantens forhold til ulike medier kan preges av alt fra svært nære til mer overfladiske preferanser. Dybdeintervju brukes som metode når man ønsker å studere livsverden til informanten. Åpne spørsmål gjør at informanten kan gå i dybden der de ønsker. Dette kan være digresjoner som ikke virker relevante for hva forskeren hadde tenkt ut på forhånd, men som kan gi utenkt innsikt og dybde i undersøkelsen (Tjora, 2017). Ved fysisk dybdeintervju kommer mellommenneskelige elementer som kroppsspråk og mimikk å spille en stor rolle. Man kan se om intervjuobjektet venter ut neste svar, eller om det er i egne tanker og man kan la det være stille i påvente av flere utspill fra informanten. Dybdeintervju kan dermed virke som en god metode til oppgavens formål.

Dybdeintervju ble delvis valgt som metode fordi det er praktisk å kunne tilpasse seg en informants hverdag. I tillegg vil sannsynligvis informanter lettere fortelle om mer personlige aspekter i sitt forhold til papir- og nettavis. Alternativt kunne en metode som fokusgruppeintervju vært brukt. Det ville krevd mer fleksibilitet av informantene. Styrken

kunne ligget i at de ulike informantene fortalte om aspekter ved sitt forhold til papir- og nettavis, som andre informanter ikke hadde tenkt på. Dette kunne ført til at informantene bygget på hverandres erfaringer og sammen kom frem til likheter og individuelle forskjeller. Denne gruppedynamikken vil man ikke få i én-til-én-intervjuer. Dette setter dog stor lit til informantenes personlighet og at alle føler det greit å utlevere potensielt personlige aspekter. Et begrensende moment ved fokusgruppe som er altså det asymmetriske forholdet som kan oppstå mellom informantene.

Det ligger dermed en styrke i at informantene kan føle en større frihet og mulighet til å ta plass ved bruk dybdeintervju. Selv om momenter i forholdet til papir- og nettavis kanskje kan synes naturlige og overfladiske for en utenforstående, vil dette kunne være aspekter som føles svært personlig for informanten. Ved dybdeintervju vil man dermed kunne få samme type data hos flere informanter, men også mer spesielle tanker hos enkeltindivider som igjen kan føre til at man ender med data som kan gi lettere kan gi grunnlag for kreativ analyse.

Intervjuguiden (se appendix) ble laget med utgangspunkt i oppgavens problemstilling og var delt inn i underkapitler og delspørsmål i underkapitlene. I og med at intervjutema var satt på forhånd, kunne jeg operere med en rimelig låst intervjuguide. Det er likevel viktig å skape en stemning hvor informanten føler det er greit å snakke åpent, hvor det er lov å tenke høyt og at digresjoner er tillat (Tjora, 2017, s. 167). Hvert kapittel ble derfor startet med et åpent spørsmål, gjerne i retning «*Hvis vi går litt over til \*tema\* ... kan du fortelle litt om ditt forhold til \*tema\*?*». For å tidlig bygge et forhold der informantene oppfattet meg som interessert i deres tanker, var jeg også bevisst på å stille oppfølgingsspørsmål allerede i første del av intervjuet. Dette er en del av intervjuguiden som for denne oppgaven ikke har mye verdi for datagenerering, men som kan gi bedre data i senere i intervjuet. Etter første intervju ble intervjuguiden utvidet med et punkt om *reklame*. Dette var et aspekt jeg ikke hadde tenkt over kunne være relevant i informantenes bruk og opplevelse, men som jeg etter første intervjuet justerte intervjuguiden etter.

Det var stor variasjon i hvor mye refleksjoner informantene hadde gjort seg rundt de ulike spørsmålene. I noen intervjuer reflekterte informanten rundt alle delspørsmålene etter å ha fått

et åpnings spørsmål, mens det var noen tilfeller der intervjuguiden ble gått igjennom nærmest punkt for punkt.

Etter erfaring fra både intervjusituasjoner i den lokale studentavisa og tidligere forskningsprosjekt, følte jeg en viss kontroll over hva som kan dukke opp i denne type intervju. Etter å ha hørt gjennom lydopptak for transkribering, viste det seg også at jeg nærmest ubevisst har lagt til meg 'mhm'-lyder med mål om få informanten til å føle seg forstått. Et annet triks jeg ble bevisst på gjennom NRK-podcasten 'Hos Peder' var å bekrefte informantens svar gjennom assosierende metaforer, med den hensikt å få informanten til å utdype sitt forrige utsagn i enda tydeligere grad og gi samtalen flyt.

### 3.3 Utvalget

Informantene i denne oppgaven ble valgt etter kriterieutvalg. Ved kriterieutvalg inviterer man informanter etter spesielle kriterier (Tjora, 2017, s. 41). Kriteriet for denne oppgaven var at informanten leser papiravis daglig eller ukentlig. Målet ved bruk av kriterievalg er å optimalisere deltakernes bidrag til å kunne svare på problemstillingen. På den måten søker man et best mulig forhold mellom relevant og ikke-relevant data (Tjora, 2017, s. 41).

Utvalget ble forsøkt rekruttert gjennom en invitasjon (se appendix) som ble lagt ut på Facebook-grupper av en viss størrelse. Av praktiske og økonomiske årsaker valgte jeg å konsentrere meg om Trondheims-regionen ved rekruttering av informanter. Facebook-gruppen som ble valgt var «*Du vet du er fra Trondheim når ...*», som har drøyt 33 000 medlemmer.

Ved en oppgave av større format, hadde det kanskje vært mer relevant å rekruttere informanter fra andre deler av landet. Eksempelvis kan grunnene til å holde fast ved papiravisen være annerledes i områder der en lokalavis står sterkere, i forhold til Trondheim hvor regionsavisen *Adressa* dominerer. Målet med denne oppgaven var å gå i dypet på informantens tanker og refleksjoner. Med datamateriale dette generer virket det fornuftig å avgrense antall informanter. Jeg ønsket på dette stadiet å rekruttere 8-10 informanter.

Gjennom Facebook-innlegget gjorde jeg det klart hva oppgavens problemstilling var, at det var en oppgave på masternivå og hvor de skulle melde interesse for å bli informant.

Tidsrammen på intervjuet ble satt til 40-60 minutter. Jeg gjorde det også klart hvilke krav som ble stilt til informantene med tanke på lesing av papiravis, og at jeg var interessert i deres personlige tanker og refleksjoner rundt tema. Av høflighet overfor Facebook-gruppens retningslinjer avsluttet jeg med å beklage om innlegget brøt retningslinjene og informerte om at innlegget ville bli slettet innen en ukes tid.

Facebook-innlegget ble lagt ut sent ettermiddagstid for å treffe et tidspunkt mange er på Facebook. Det viste seg at mange var mer interessert i å kommentere innlegget enn å melde seg som informanter. Innen et døgn var dog fire informanter rekruttert. Noen døgn senere kom en femte til. En av informantene som meldte seg, måtte utsette intervjuet av jobbhensyn tre ganger. Da det ble forsøkt arrangert på nytt etter tredje utsettelse, svarte ikke lenger informanten og jeg anså den som tapt. Informantene ga respons både på personlig melding og ved å melde seg på mail, som skrevet i innlegget. Flere av informantene forklarte at de ville være med på grunn av oppgavens spennende problemstilling.

Intervjuene med de resterende fire ble gjennomført i påvente av at flere informanter skulle melde seg. Det viste seg at det ikke kom flere til. Av høflighet ovenfor den aktuelle Facebook-gruppens retningslinjer, ønsket jeg ikke å legge inn samme innlegget på nytt. Det ble videre forsøkt å rekruttere fra grupper som «*Kjøp/salg-Trondheim*». Innleggene i disse gruppene viste seg å bli forhåndsmoderert, noe som førte til at innlegget mitt ikke kom igjennom i tre grupper. Jeg måtte derfor endre rekrutteringsmetode. Etter samtale med veileder viste det seg at den opprinnelige tanken om 8-10 informanter ikke var veldig rigid, og at eksempelvis 7 informanter ville holde. Jeg fikk rekruttert to informanter gjennom en venn i tillegg til at veileder rekrutterte én.

Ved avtale om intervjusted ble informantene oppfordret til å velge sted, for å øke sjansen for at informanten skulle føle seg trygg (Tjora, 2017, s. 119). Én informant ga inntrykk av at jeg som intervjuer burde ha et sted klart. I dette tilfellet ble informanten bedt hjem til

undertegnede. Dette gjorde at intervjuet ble gjort i rolige omgivelser, samtidig som informanten ble tilbudt kaffe og kjeks. De resterende seks informantene ble enten intervjuet hjemme hos seg selv eller på arbeidsplassen deres. Intervjuene varte mellom 25 og 75 minutter.

### 3.4 Forskningsetiske overveielser

Før hvert intervju ble informantene spurt om det var greit med lydopptak. Ifølge Tjora (2017) gir lydopptak fordel i at man kan konsentrere seg mer om det informantene sier, og på den måten sørge for god flyt, samt å be om utdypning og konkretisering der det trengs. Det ble presisert at intervjuene ville bli transkribert, anonymisert og slettet etter prosjektets slutt. Informantene ble også opplyst om at de hadde min kontaktinformasjon om de for eksempel ønsket å gjøre presiseringer etter intervjuet. I tillegg til å skape en viss formel setting rundt intervjuet, var det viktig for meg å vise en viss integritet i rollen som forsker, med mål om å skape en trygghet for informantene.

Etter en relativt lang prat kan slik informasjon likevel forsvinne fra informantens hukommelse. Etter å ha takket for at informanten stilte opp, var jeg derfor påpasselig med å gjenta at intervjuet kom til å bli transkribert, anonymisert og slettet etter prosjektets slutt, og at jeg var tilgjengelig på samme kanal de hadde nådd meg på da de viste interesse.

### 3.5 Stegvis deduktiv-induktiv metode

Intervjuene ble transkribert og anonymisert. Alder, bosted og kjønn er irrelevante opplysninger for denne oppgaven, så det jeg trengte for å skille informantene var kun et tall. Intervjuet som ble transkribert først har dermed fått navn *Informant 1* og intervjuet som ble transkribert sist har fått navn *Informant 7*. I analysen henviser jeg derfor til *Informant\*nummer\** eller bruker det kjønnsnøytrale pronomen *hen*.

Selve intervjuguiden var også drevet av egen nysgjerrighet og et resultat av hva jeg selv anså som relevante aspekter å komme inn på for å undersøke oppgavens problemstilling. I tillegg til oppvarmingsspørsmål av selvbiografisk art og generelle medievaner, anså jeg det som

relevant å kartlegge hva slags forhold informantene har til papiravisen. Alternativet til papiravis er nettavis, og det var derfor logisk å la informanten fortelle om sitt forhold til den digitale versjonen. Intervjuguidens hoveddel ble avsluttet med å la informantene få oppsummere og konkretisere hva de føler de får av papiravis som de ikke får med nettavis og omvendt. Etter å ha drevet tidligere forskningsprosjekter og egne oppgaver, var en hensiktsmessig struktur på intervjuguiden rimelig innarbeidet. Man kan altså si at intervjuguidens struktur var drevet frem av tidligere forskning, mens tematikk og underspørsmål var drevet frem induktivt av forskningsmessig nysgjerrighet heller enn teori eller tidligere forskning.

Datanalysen ble gjennomført i Nvivo. Programmet brukes til å bistå i systematiseringsarbeidet og muliggjør ryddig og oversiktlig analyse av store datamengder (Tjora, 2017, s. 227). Nvivo blir kategorisert som et computer-assisted qualitative data analysis software (Tjora, 2017). Kodingen ble gjort i henhold til Tjoras stegvis induktive-deduktive metoder og foregikk i flere omganger. Et vesentlig premiss for denne modellen er en gjennomgående induktivt drevet nysgjerrighet, hvor man jobber med empirien som definerende utgangspunkt for hva som er interessante temaer, spørsmål og konsepter (Tjora, 2017, s 17-18).

Det var viktig å jobbe empirinært i første kodingssteg. Målet med koding 1) ekstrahere essensen i det empiriske materiale 2) redusere materialets volum 3) legge til rette for idégenerering på basis av detaljer i empirien (Tjora, 2017, s. 197). Kodene er derfor forkortede beskrivelser av informantens poeng. Første steg endte med rundt 260 empirinære koder. På dette stadiet gjorde empirisk-analytiske referansepunkter seg gjeldende. «Det vil si at man som forsker (...) leser elementer i empirisk data som trigger analytiske ideer» (Tjora, 2017, s.206). Disse referansepunktene skiller seg fra premature konklusjoner ved at de ikke styrer den videre analysen, men heller fungerer som empiriske innsikter man kan komme tilbake til. Det at intervjuguidens tematikk var drevet av induktiv nysgjerrighet heller enn teori og tidligere forskning, gjør også at de empirinære kodene ikke er et resultat av deduktive strukturer, men nettopp det induktive prinsippet om forskerens nysgjerrighet. Kodene dannet et kodesett som var direkte koblet til informantens originale utsagn. Denne koblingen gjør Nvivo til et egnet dataprogram for store datamengder og er spesielt hendig for relativt en relativt uerfaren forsker.



Kodesettet ble så på induktivt vis gruppert inn i kodegrupper. Etter Tjoras (2017) modell for kodetesting ble koder som inneholdt samme tema satt i grupper, mens det ble laget nye grupper for koder som ikke passet inn i eksisterende grupper. «Målet er å generere et antall kodegrupper, hvor hver kodegruppe har en indre konsistens og samtidig skiller seg tematisk fra de andre gruppene» (Tjora, 2017, s. 209). Etter første gruppering endte jeg opp med 11 grupper: Algoritmer, bruk papiravis, digital støy, funksjon nettavis, følelser til papiravis, god journalistikk, innholdsønsker nettavis, klikk og overskrifter, prioriteringer papiravis, påtrengende reklame og lese på skjerm. I tillegg ble det dannet en restgruppe med utsagn jeg anså som unyttig for videre arbeid. Også denne kodingen ble gjort i Nvivo. Ifølge Tjora (2017, s.210) kan det være hensiktsmessig å gjøre et nytt nivå kodegruppering om man opplever å få mange grupper. Et sted mellom 3-5 kodegrupper kan være et fint utgangspunkt for inndeling av delkapitler i en masteroppgave. Disse 11 kodene ble derfor i neste del delt inn i 5 hovedkonsepter som er utgangspunktet for inndelingen av analysen: Digitalt, journalistikk, nettavis, papiravis og reklame.

### 3.6 Pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet

Denne oppgaven er et masterprosjekt, og det er derfor viktig å vurdere kvaliteten av resultatet i dette prosjektet. Alt av akademiske prosjekter som blir offentliggjort, bør ha gjennomgått en kvalitetsvurdering.

Fire av informantene ble rekruttert gjennom et innlegg på en Facebook-gruppe med drøyt 33 000 medlemmer. Ifølge Ispos (2018) hadde over 86% av nordmenn over 18 år en Facebook-profil i fjerde kvartal 2017. Rundt 85% av nordmenn med Facebook-profil på nettstedet daglig i fjerde kvartal 2017. Facebook-grupper kan derfor synes som en effektiv kanal for nå ut til flest mulige potensielle informanter.

Selv om innlegget ble kommentert av flere, var det ikke mer enn fire informanter som meldte sin interesse for å delta i prosjektet. Det ble eksplisitt presist i innlegget at det ikke settes noen krav til kunnskap om papiravis og/eller nettavis. Det kan likevel tenkes at folk sitter inne med en terskel for å delta i slike prosjekter, og at utvalget derfor er skjevt med tanke på

nyhetsinteresse i forhold til den gemene avisleser. At flere informanter som meldte sin interesse kommenterte oppgavens problemstilling som spennende, indikerer at det er mennesker som har tenkt igjennom lignende spørsmål selv og har et forhold til papiravisa.

Ifølge Norsk Mediebarometer (2018) var det 32% av befolkningen som leste papiravis en gjennomsnittsdag i 2017. Det var syv prosent færre enn ett år tidligere. I Facebook-innlegget ble det fremsatt et krav om at informantene måtte lese papiravis daglig eller ukentlig. Ut fra tallene kan man tenke seg at det er et frafall i avislesere og mangel på rekruttering av nye. Det kan derfor tenkes at informantene har et sterkt forhold til papiravisen, og at deres tanker og refleksjoner har utgangspunkt i det.

Det må også nevnes at man som informant kanskje legger visse verdier i en papiravis, som man føler er mer fraværende på nettavis. Informantene kan eksempelvis ønske å assosiere seg med en viss type saker og ikke åpent innrømme at man leser andre type saker. Hva informantene sier de leser, kan dermed gi en skjevhet i forhold til hvordan deres praktiske avis- og nettavisdag faktisk ser ut.

Utvalget var også sentrert i Trondheim. Trondheim er en by hvor regionalavisen *Adressa* er den dominerende avisen med et opplag på drøye 50 000 i 2017 (Medienorge, 2018). Årsakene til at utvalget velger å holde fast ved papiravisa kan dermed preges av momenter ved en regionalavis, sett i forhold til et utvalg som har utgangspunkt i nærere forhold til en lokal avis.

Denne studien kan med dette generaliseres innenfor det Tjora (2017) kaller *moderat generalisering*. For at denne type generalisering skal forekomme, må forskeren selv beskrive hvilke situasjoner resultatene kan være gyldige. Det er i denne oppgaven forklart hvilket utgangspunkt utvalget har. Dette er et utvalg som leser papiravis daglig eller ukentlig, i en tid hvor stadig færre leser papiravis en gjennomsnittsdag. Det er også en studie med lokasjon som tilsier at en regionavis er sterkere. Funnene vil kunne reflektere dette og ikke avisleseres som har et sterkere forhold til eksempelvis en lokalavis.

Til slutt vil jeg reflektere noe rundt egen posisjon i denne oppgaven. Som forsker er jeg relativt uerfaren, men gjennom systematisk forskning har jeg forsøkt å komme frem til pålitelige funn. Som mediestudent kan jeg vanskelig påberope meg full objektivitet i forskning på medievaner, men en induktivt dreven analyseprosess kan likevel være med på å unngå premature konklusjoner (Tjora, 2017, s. 246). Sitatbruk i analysen vil gi lesere et empirinært forhold til informantenes synspunkter (Tjora, 2017, s. 237). Funnene og sitatene er valgt ut etter gjennomgående tendenser hos informantene, i tillegg til noen særegne enkeltsitater som kan illustrere individuelle og interessante tanker.

Opgavens metode tar ofte utgangspunkt i et ønske om generering av teori eller konseptuell generalisering. Den stegvis-deduktiv induktive metoden er i denne oppgaven kun brukt for å oppnå systematisk og pålitelig datagenerering. Data er videre brukt til å svare på oppgaven problemstilling «*Hvorfor leser man papiravis når man kan få innholdet på nettavis?*»

De neste fem kapitlene danner oppgavens analysedel. Her vil funnene i oppgaven bli analysert og satt i kontekst med teori og tidligere forskning. For å skape oversikt er denne delt inn etter de fem hovedtemaene som kom frem etter steg to av kodegruppering. Den første delen vil handle om hva informantene oppfatter som god og dårlig journalistikk. Den andre vil ta for seg informantenes forhold til papiravisen, mens den tredje vil ta for seg deres forhold til nettavisen. De to siste delene vil ta for seg informantenes forhold til det digitale og reklamens plass.

## 4. Analyse

I dette kapittelet vil jeg presentere resultatet av intervjuene som belyser undersøkelsens problemstilling «*Hvorfor leser man papiravis når man kan få innholdet på nettavis?*».

Kapittelet er strukturert etter temaene som kom frem under den stegvis-deduktive induktive metoden. Kapittel 4.1 handler om hva informantene anser som god og dårlig journalistikk. I kapittel 4.2 analyseres informantenes forhold til papiravisen. Informantenes forhold til nettavisen legges frem i punkt 4.3, før forholdet til implikasjonene av digitale medier legges frem i kapittel 4.4. Analysen avsluttes med kapittel 4.5 om informantenes forhold til reklame.

### 4.1 Journalistikk

Et viktig moment i informantenes prioriteringer av aviser og hva de anser som viktig å lese, er hva de anser som god og dårlig journalistikk. Journalistikk anses i stor grad blant informantene å ha en bestemt rolle i samfunnet. Om de fyller eller ikke fyller denne rollen virker å være sentralt for hva som anses som god journalistikk.

#### 4.1.1 God journalistikk

Den gode journalistikken anses av informantene å fylle en viktig rolle i samfunnet. Dagens Næringsliv, Morgenbladet og Klassekampen trekkes frem som eksempler på gode aviser. Hva informantene anser som en god avis er ofte gjennomgående:

*-Og så leser jeg Dagens Næringsliv på jobb. Ikke hver dag, men har den på jobb. Jeg blar meg som regel igjennom den. Jeg synes det er en veldig god avis.*

***Hva er det du synes er bra med den?***

*- Jeg synes det er gode journalister, de har gode kommentarer. De er grundige, etterrettelige. Også skriver de om en del saker og tema som ikke andre aviser har om. Det er en næringsavis først og fremst.  
(Informant 1)*

Adjektiver som grundige og etterrettelige går igjen i beskrivelsen av hva en god avis og god journalistikk er. Dette kan ses i sammenheng med karaktrestikkene undersøkelsene i Israel, Nederland og USA (Tsfati et al., 2006; van der Wurff & Schoenbach 2014; de Zúñiga &

Hinsley 2012) kom frem til i hva som anses som god journalistikk og hva som er viktige journalistiske verdier.

Papiravisene opplagstall i Norge synker med noen få unntak. Informant 1 setter videre disse ønskede journalistiske verdiene i kontekst med hvilke papiraviser som gir folk den journalistikken de ønsker og verdsetter.

***Jeg har snakket litt med et par journalister om det her (...) og de er enige i at det blir mer og mer lett, men de mener også at det er mer av det tyngre (...) Har du noe forhold til det?***

*- Det som er interessant er jo å se hvilke aviser som faktisk står seg. Hvilke som vokser i opplag.. og det er jo for eksempel Klassekampen, som ikke er en lett avis (...) Jeg har veldig tro på at god journalistikk er noe folk egentlig vil ha. (...) Hvis vi ikke har pressen som tar den rollen i et samfunn og være en sånn vaktbikkje ... man river unna et helt avgjørende element i demokratiet. I tillegg at vi må være såpass opplyst alle at vi kan gjøre oss en kvalifisert mening om hvilket parti man vil stemme for (...) (Informant 1)*

Informantens påstand om hvilke aviser som øker sitt papiroplag stemmer overens med statistikken til TNS Gallup (2018). Den gode journalistikken anses ikke bare som viktig for å opplyse folk hva som skjer i samfunnet, men også for å grave og motvirke det som ikke skal skje for å opprettholde den ønskede samfunnsstrukturen. Dette kan ses i lys av Habermas' bilde av idealdemokratiet (Aakvaag, 2005) hvor en institusjon som mediene skal virke både å avdekke samfunnsforhold som bryter med idealet til demokratiet og være et medium for folkets felles mening. Uten denne type institusjon i Habermas' idealdemokrati, vil man mangle elementet i det demokratiske maktkretsløpet som bringer borgerne og offentligheten sammen. Kovach & Rosentiel (2001) viser også til dette i noen av sine journalistiske prinsipper der de mener journalistikken skal være en uavhengig overvåking av makt og et offentlig forum for kritikk og kompromiss.

Man er avhengig av gode aviser å forstå samfunnsstrukturer, for igjen å kunne fungere som en opplyst borger som tar kvalifiserte valg for et fellesskap. God journalistikk forbindes med mer substans og pålitelighet, og settes også i motsetning til det tabloide av informant 5. Et bilde av media som selgende og kommersielle står altså i motsetning til hva som anses som god journalistikk:

**Hvis du tenker deg Adressa.no, VG.no, NRK.no, Dagbladet.no. Er det innhold du vil se mer eller mindre av enn det du gjør i dag?**

- Jeg skulle ønske det var mer og bedre kritisk journalistikk, for å demme opp mot krefter vi har i dag. Men det går ikke an å si ... den (journalistikken) er veldig tendensiøs, kommersiell. Også de såkalt seriøse, for de må jo også selge. Og det er veldig skummel tendens nå, alt skal selge. (...) Det preger jo bildet at de skal ha fart og spenning i TV-studio. (Informant 5)

- Ja, hva jeg vurderer som en god avis er viktig for meg (...) Det er en vel uredd avis, og det har jeg sansen for. Alt som ligner på knebling og sånt ... journalistikken må være fri (...). (Informant 1)

Informantene ytrer også frustrasjon om hvilke saker som får oppmerksomhet og mener det har blitt mer av denne manglende proporsjonaliteten:

- (...) For eksempel, hvorfor er vi ikke mer opptatt av de som skjer i arbeidslivet. Med sosial dumping.. vi vet hva som skjer på byggearbeidsplassen. Alt dette vi har bygd opp siden begynnelsen av 1900-tallet som gjelder rettigheter og få et arbeidsliv som er gjennomskiktig. Vi har jo kvittet oss med det med utbytting, men så er vi i ferd med å gjeninnføre det med det som skjer med arbeidsinnvandring.. det som er regulert, det er jo regulert gjennom lover, men det brytes jo hver dag all mass (...) Hvorfor blir vi ikke mer opprørt over det? Det er en pilar i samfunnet vårt som vi har brukt tiår på å bygge opp, og nå bare trekker vi på skuldra. (...) Overnasjonal styring, bygger ned grenser, globalisering.. hvorfor blir vi ikke mer opprørt av en del ting der? Vi mister makt, de store tingene som skjer, som gradvis endrer samfunnet vårt totalt. Det er sånne ting som krever en grunnleggende forståelse av hvordan samfunnet fungerer (...) (Informant 1)

**Nettavisen er kanskje litt annerledes i sin presentasjon av stoffet enn hva papiravisen er. Kan du si litt om hvordan du ønsker å få presentert stoffet (...)?**

- Nettavisen var jo ... da internett kom ... de var jo ganske kjappe med å etablere seg som nettavis. Da synes jeg de var ganske ... på den tiden var de ganske bra. De har etterhvert blitt litt for kommersiell.

**Hva er det du synes de gjorde bra før?**

- De var litt mer etterrettelig og seriøse. Nå synes jeg dem ... ja, mer sånt klikkhysteri og kjendiseri, sensasjoner og sånne ting. Dem ser jeg sjeldent på nyheter på.

**Går det på hva slags saker det er, eller hvordan nettavisen ser ut rent visuelt når du går inn på den?**

- Det er mye på måten de presenterer sakene de har. Det blir litt Se&Hør (...). Kjendiseri og sånne ting. (Informant 6)

Flere av informantene mener dette er noe det har blitt mer av over tid. Dette kan man også se i lys av noen av prinsippene til Kovach & Rosentiel (2001) der journalistikken må jobbe for å

gjøre det signifikante interessant og relevant, i tillegg nyheten må holdes proporsjonale med deres signifikans. Et syn på at nettavis som sensasjonelle og klikk-orienterte. sammenfaller med Thurman & Myllylahti (2009) sin studie av den finske avisen *Taloussanommat* sin overgang til kun å være nettavis. Der var tilfellet at journalistikken fikk tok en mer populistisk retning.

#### 4.1.2 Klikksaker og overskrifter

Det motsatte av god journalistikk betegnes av mange informanter som den lette journalistikken. Lett journalistikk forbindes gjerne med sladder, personsaker og overskrifter som lurer leseren inn.

##### *Noen tema du lett styrer unna i avisa?*

*- Ja, type kjendiseri og kjendisstoff. (Informant 4)*

##### *Du klarer å unngå å klikke?*

*- Ja, det er klart nyhetssaker ... som typisk havner i avisa, der står det jo det samme i overskrift på nett som i avisa ... men det er mye sånne nyheter som du ikke har behov for å lese egentlig, som de legger inn for å få klikk, selge reklameplass. Så sånn som han som har væransvaret i Adressa, Torstein Hanssen heter han, 'skremmeren' i byen her.. Det kan stå 'Snøkaos i helga', så leser du det og det står at det skal komme kanskje ti centimeter snø. (...). Da føler folk seg lurt. (Informant 6)*

Overskrifter som er lagd for at man skal klikke forbindes med lureri og noe som gjøres for å selge. Informant 6 mener dette er saker man egentlig ikke har behov for å lese, og at det derfor må tilbys folk på en annen måte enn saker som havner i avisa. Dette stemmer overens med den populistiske tendensen Thurman & Myllylahti (2009) fant i den finske nettavisen *Taloussanommat*.

Inntektskildene til mediene har endret seg og det fører til lettere journalistikk. Et par av informantene fortalte at de kunne klikke seg inn på mer overfladiske saker, men dette ble gjerne sagt i en negativ tone. At man heller leste enkel journalistikk fordi det appellerer til det rett og slett er enkelt, men at dette ga en bismak i at det ikke gir noen informasjonsverdi. Tiden man bruker på dårlig journalistikk går altså på bekostning av tiden man kunne brukt for å bli opplyst. Én informant fortalte at hen hadde gått fra å kjøpe løssalgaviser hver dag, til å

stoppe helt opp. Å bli assosiert med overskriftene, som etter informants utsagn var parodiske, virket å gi en skamfølelse som ført til at hen ikke hadde kjøpt løssalgaviser på 15 år.

Avsmaken mot å lese dårlig journalistikk kommer når man får følelsen av at det gjør oss dummere. Det er en tankegang om at man er en del av større samfunnsmessige strukturer som beveger seg bort fra det opplyste og sunne til et dekadent samfunn hvor behovet for inntekt gjør oss dummere. Dette kan til dels ses i lys av Tewksbury & Althaus (2000) sitt begrep *issue publics* i sin studie av påvirkningen til den dynamiske nettavisen. Det generelle kunnskapsnivået om hendelser i den offentlig sfære er lite dyptgående, selv om man registrer saker.

***Føler du at det er mer på nettavis enn papiravis?***

*- Jaja, på nett har dem jo kontroll på hvor mange som er inne og leser. De prøver jo å styre mest mulig inn der. Spesielt når de legger ut filmsnutter på nyhetsaker. Da må man også gjennom et par reklamesnutter for å komme dit. (Informant 6)*

Kontrollen på mediehusene har på nett fører ifølge Informant 6 til en selvforsterkende effekt. Mediehusene ser hva i innsalget av den lette journalistikken som gir god respons blant leserne, og dette fører til mer av samme type innsalg. Thurman & Myllylahti (2009) sin studie av den finske nettavisen *Taloussanommat* støtter denne påstanden. Den dynamiske naturen i nettavisen gjør at man ikke selger reklameplass for et helt avisopplag, men for enkelte saker. Økt kontroll over data gir utslag i hva slags saker som lages, fordi det er populariteten til enkeltsaker som bestemmer reklameinntektene.

Et interessant poeng er dog at dette ikke kun gjelder for avisene. Flere informanter påpekte at dette var noe som preget både radio- og TV-sendinger. Én av informantene irriterte seg over magasinprogram på radio som hele sendingen solgte inn hva som skulle komme senere i sendingen. Når sendingen var slutt, satt informanten igjen med en tom følelse av at hen ikke hadde fått det hen hadde blitt lovet:

***Du liker litt struktur?***

*- Ja, jeg blir litt irritert på alle disse magasinprogrammene. Du aner ikke når ting kommer, så du må ha radioen på. Og det handler ofte om teasere hvor de sier at de skal snakke om det og det og det, og så plutselig over og jeg skjønner ... var det alt? Jeg opplever det som litt overfladisk. (Informant 2)*



*-For eksempel fryktelig mye skuffa over NRK også i politiske sammenhenger, diskusjoner og sånn. Det preger jo bildet at de skal ha fart og spenning i TV-studio. Da Carl I. Hagen kom, var jo han der hver gang bare for å skape diskusjon ... polariserte hele.. (Informant 5)*

Det skjer en strukturell forandring der man i større grad må selge inn journalistikken til publikum. Behovet for å skulle engasjere publikum, virker dermed å stå sterkere enn tanken om at publikum selv vil oppsøke journalistikken for å dekke eget informasjonsbehov. Dette gjør dog at noen informanter føler seg lurt inn i noe som i innsalget gir inntrykk av å komme med mer enn man faktisk får.

Betalingsmur for saker på nettavis har dukket opp som et alternativ som i større grad ligner at publikum kjøper avis. Det virker å være en viss ambivalens for denne løsningen.

*- (...) Egentlig kunne jeg ønske at en del saker ikke lå bak betalingsmur, men jeg aksepterer det. Jeg tenker at det ikke bare er antall klikk som bestemmer hva vi får servert. (Informant 2)*

Informanten virker å være glad i at journalistikk er gratis på nett, men at betalingsmur gir en fordel i at det ikke bare er klikkene som bestemmer. Betalingsmur virker altså å fremstå som et effektivt middel for å få bort med det som virker å gi de sterkeste negative assosiasjonene til avishusene; lett journalistikk og overskrifter.

#### 4.1.3 Oppsummering

Skillet mellom hva som anses som god og dårlig journalistikk virker å være ganske klart blant flere av informantene. Den virker å forbindes med en idealistisk tanke om den fjerde statsmakts rolle som opplysende, grundig, etterrettelig og som en viktig grunnpilar i et velfungerende demokratisk samfunn. Dette er også sentralt i pressens selvforståelse, som Vær Varsom-plakaten viste. Dette er i tillegg en holdning som ikke bare står sterk blant informantene i denne oppgaven, men også hva som forventes av og anses som god journalistikk i flere andre land. Interessant er det også at funnene i de ulike tidligere studiene samt prinsippene til Kovach & Rosentiel (2001) virker å bestå over tid. Denne forståelsen av pressens ideelle rolle virker med det å være sterkt innarbeidet, noe som også var noe av grunnlaget for Habermas' idealtypiske demokrati og herunder det demokratiske maktkretsløpet.

Journalistikken er dog betinget av markedskrefter som har gjort at journalistikk nå i større grad må selges til folket. Ifølge Kovach & Rosentiel (2001) forandres måten vi får nyheter på hver gang det skjer en signifikant sosial, økonomisk og teknologisk forandring. Forfatterne nevner ankomsten til telegrafene fra 1830-tallet, 1880-tallet da prisen på papir gikk ned og 1920-tallet da radio, fremveksten av det tabloide og rykter/kjendis-kulturen vokste frem.

Det virker som denne forandringen i hvordan man får presentert journalistikk er en del av hva som fører til negative assosiasjoner - det som gjerne betegnes underholdende og lettvt journalistikk. Det virker også å være skambelagt å assosiere seg med, og noe informantene ikke føler de får tilfredsstilt behovet for å bli opplyst. Dette anses også som selvforsterkende i at mediehusene har kontroll på hva som fenger leseren, noe vi fikk bekreftet gjennom tilfellet *Taloussanommat* (Thurman & Myllylahti, 2009).

Mange av informantene mener likevel at journalistikken folk egentlig vil ha, og har behov for som aktiv samfunnsborger, er den gode journalistikken. Samtidig virker noen av informantene å være litt vant med at journalistikken er gratis og kommersiell. Betalingsmur er ikke noe som ønskes velkommen med den største glede, men heller et middel for å unngå overskriftene som preger den dårlige journalistikken.

## 4.2 Papiravisa

For å forstå hvorfor folk leser papiravis, var det viktig å kartlegge hvilket forhold informantene har til den fysiske utgaven. Forholdet til papiravisa gikk inn i tre kategorier: Prioriteringer som ligger til grunn for hvilke(n) avis(er) informantene kjøper og hvilken funksjon papiravisa fyller i informantenes liv. I tillegg viste det seg at informantene har en del emosjonelle assosiasjoner til papiravisa, som er med på å forklare hvorfor de holder fast ved den.

### 4.2.1 Prioriteringer papiravis

I prioriteringer av aviser var det tydelig én faktor som gjorde stort utslag i hva man velger å betale for. Det viktigste for de fleste informantene er å holde seg oppdatert på hva som skjer i

lokalt. Med forbehold om skjevheten i at denne studien har undersøkt et område hvor en regionsavis står sterkt, stemmer det godt overens med medienorge (2018) sin statistikk som viser at de regionale avisene er de som, sammen med VG og Dagbladet, er de som har størst opplag.

***Hva er det da som gjør at det er Adressa som er den faste?***

- For den har vi hatt lenge og vi har tenkt at vi trenger å være oppdatert på nærstedet vårt. Område som vi bor i. (Informant 7)

***Hva gjør at du ikke har abonnementsløsning på andre nettaviser som VG, Aftenposten osv?***

- Man må passe på hva man bruker penger på (...).

***Det har med prisnivået å gjøre?***

- Nei, noe må den få betalt. (...). Det handler mest om prioriteringer, man må prioritere den lokale avisen først. (Informant 4)

Det var også et par av informantene som leste aviser av jobbhensyn. Én fordi hen drev med forskning på landbruk og én fordi det var viktig å holde seg oppdatert når hen skal undervise. I tillegg til nærheten til hvor man bor, virker også identitet i hvor man kommer fra å øke betalingsvilje. Informanten snakker om nettavis, men det viser hvilke prioriteringer som ligger til grunn.

***Abonnerer du på noen pluss-løsning selv?***

- Nei.

***Hva er grunnen til det?***

- Føler ikke behov for det.

***Du føler ikke at du ville fått noe ekstra ut av det?***

- Nei. Eneste er at jeg er fra Nordmøre, så der er det noen aviser jeg kanskje kunne tenkt meg å ha nettløsning på. (Informant 6)

Det kom likevel tydelig frem hos informantene at de ikke abonnerer på mange papiraviser. Penger og tid setter stopper for flere abonnement. Dette stemmer godt overens med refleksjonene rundt den ulike bruken av nettavis og papiravis i studien til Thurman

& Myllylahti (2009). Ved kjøp av papiravis gjør man en liten finansiell og tidsmessig investering. En gjennomsnittlig papiravisleser brukt i 2006 36 minutter på å lese nyheter. Det betyr at man ikke har tid til mer enn én avis. Emosjonelt rettede faktorer som nærhet og identitet virker dermed å ha en betydelig betydning for hva informantene i denne oppgaven velger å investere i.

#### 4.2.2 Bruk av papiravis

I tillegg til hvilke aviser som får prioritet, er det relevant å se på hvilke tema i papiravisen informantene oppsøker. Flere av informantene bruker papiravisa for å skaffe seg et nyhetsbilde – å holde seg allment orientert. I tillegg var debattstoffet og leserinnlegg noe som interesserte informantene. Dette stemmer godt overens med studier av hva folk leser i papiravisen. The Data Page (2011) viste at 65 år eller eldre mennesker i USA prioriterte lokale, nasjonale, internasjonale nyheter i tillegg til seksjonen for meninger. Kumar (et al., 2011) viste at politikk og lederartikler var blant de mest leste seksjonene for indiske studenter.

***Tema i aviser du er opptatt av? Du har vært innom kultur og musikk, er det noe annet du liker?***

*- Det er rett og slett nyhetsbilde. Få med meg det som skjer. Skumme over. Sporten. Men det er gjerne det politiske bilde. Saksbehandling. Aktuelle saker. (Informant 5)*

***Kan du fortelle litt om hvilke tema spesielle saker du oppsøker i avisa?***

*- Ja, som sagt lokale nyheter. Det gjenspeiler seg i debatt, meninger, Ordet Fritt, hva folk mener om forskjellige ting. Det er jeg interessert i. (Informant 3)*

Dette stemmer godt overens med Tewksbury & Althaus (2000) sine funn om at man i papiravisen ofte leser om *public affairs* – politikk, nasjonale- og internasjonale nyheter. Dette kan kanskje komme av det Tewksbury & Althaus (2000) påpekte er en hierarkisk struktur i papiravisa, som gjør at man leser om disse temaene litt på automatikk, fordi strukturen i papiravisa legger opp til at man får med seg de temaene.

Et interessant funn ambivalensen leserne har ved bruk av papiravisen. På den ene siden pekes det på fordelene med å få nyheter ferdig redigert. Det gjør at man slipper å filtrere hvilken informasjon som er relevant, riktig og viktig selv, men kan stole på redaktørene sitt arbeid. Papiravisa kommer dog gjerne ikke ut oftere enn én gang i døgnet, noe som gjør at nyheter

man leser der, ofte har vært på nettavisen først. Én informant mente at avishusene sagde på greina de selv sitter på, fordi man ønsker en viss eksklusivitet når man investerer i papiravisa og det er fremdeles en vesentlig inntektskilde for avishusene. Denne manglende eksklusiviteten hadde også utslag i at én informant kastet en én dag gammel avis, med den innrømmelsen at hen fikk med seg nyhetene andre steder.

#### 4.2.3 Følelser for papiravis

Et siste aspekt i forholdet til papiravisen, er informantenes emosjonelle tilknytning og assosiasjoner til den. Flere pekte mot vanen i det å lese papiravisen.

***Ja, du har snakket litt om papiravisa nå ... kan du fortelle litt helt generelt om ditt forhold til papiravis?***

*- Jeg har vokst opp med det, og at det var noe man leste daglig. En vane fra da jeg var liten. (...) Og avisa var der man fikk informasjon fra.. (Informant 1)*

***Ja, det er noen fysiske greier med papir som gjør det magisk?***

*- Ja, det er jo sikkert det. Og vanen da, gammel vane. (Informant 6)*

***Det er en del av den daglige rutinen din, som føles naturlig?***

*- Ja, jeg er vant til i alle år at man leser avisen om morgenen. Det er da den kommer. (Informant 4)*

***Hvis vi går over til papiravis. Kan du fortelle om ditt forhold til papiravis?***

*- Ja, jeg har Adressa. Det er det eneste jeg har. Når man bor alene, og ikke spiser sammen med andre mennesker. Da blir man litt hekta på avisa, den er ganske viktig. (...) Det har med livskvalitet å gjøre. Koser meg med papiravisa, mens jeg drikker te. (Informant 3)*

Hos den siste informanten virker denne vanen å ha en vesentlig betydning for selvfølelsen. Informanten mener hen nærmest er avhengig av avisen, og man kan tolke det som at den fungerer som en erstatning for menneskelig samvær. Mer overordnet om rutiner kan man trekke inn Harold Gerfinkels (Aakvaag, 2008) studier om hverdagslivet. Rutinene man har opparbeidet seg, er så innarbeidet at de føles som en naturlig del av hverdagen. Informant 4 forteller dette gjennom at hen leser papiravisa om morgenen, fordi det er da den kommer. Hvis papiravisa ikke er på dørstokken om morgenen, brytes rutinen og man føle et vagt ubehag. Det er en prosedyre man orienterer seg i hverdagen.

Flere av informantene påpekte også mot det mentale aspektet ved at man tar seg tid til papiravisa og det er noe som gir en ro, og en mulighet til å reflektere over hva som står. Det å ta seg tid til papiravisa ga for en informant utslag i at man i større grad fanger opp essensen i sakene man leser.

*-Så hvis jeg skal bruke tid så må det være for å sitte med en kopp kaffe og lese litt i ro og mak. Stoppe opp, reflektere litt over ting. (Informant 2)*

*-Avisa ... selvfølgelig kikker jeg litt på mobilen på avisa, men stort sett like jeg best å sette meg ned med en kopp kaffe og bla og lese. Jeg får en helt annen ro når jeg leser avis på papir, enn å sitte på mobilen og dra. Det blir liksom for lite for meg. (Informant 4)*

Her ser man også noen implisitte verdier papiravisen bringer med seg. Formatet den kommer i, er hva som føles naturlig. Å lese på skjerm, og det å scrolle, bryter med rutinen Gerfinkel (Aakvaag, 2008). Sitatene er også direkte overførbare til Thurman & Myllylahti (2009) sin mening om at papiravisa er noe man investerer tid i – det er en egen aktivitet.

Noen informanter pekte også mot en analog frihet papiravisa byr på. Selv om nettavisen kanskje kan oppfattes som mer fleksibel i sin tilgjengelighet – den kan oppsøkes overalt man har internett og en digital enhet –, pekte informanter mot den analoge fleksibiliteten papiravis byr på. Å ikke ha behov for strøm, være avhengig av et fungerende internett og at det er en aktivitet du kan gjøre helt for deg selv uten å tenke at andre "ser deg", ble sett på som fordeler. Et par informanter dro likevel frem noen ulemper med papiravisa:

*-Senest i dag består Adressa av en kilo reklame. Den er tykkere enn avisa, avisa blir bare tynnere og tynnere. Bare i forhold til papirbruk, ressursbruk, så er det et argument for å droppe det. (Informant 5)*

Miljøhensyn er noe som taler mot bruk av papiravis. Når mengden informasjon man får fra avisa blir mindre i antall papirsider, enn reklamen som er der for å finansiere avisen, virket det for denne informanten å nærme seg en grense. Én informant forklarte det også som et argument at hen får informasjonen fra avisen andre steder. Informanten forklarte sitt

manglende ønske om å gå over til å lese .pdf-versjonen med at hen måtte etablere en ny rutine, men innså likevel at det ikke lenger er nødvendig å lese avisa i papirformat for å med seg nyheter.

#### 4.2.4 Oppsummering

Informantene virker å ha nært forhold til papiravisa. Det er noe man har som vane å investere tid og penger i, og som gir en avslappende ro og et selskap. At det er en vane, gjør at informantene legger mye implisitt verdi i hva papiravisen gir dem. Noen verdier forklarer dem eksplisitt, som at den gir en ro, er et selskap og at følelsen av å bla gir dem noe, mens andre kan være ubevisste og vanskelige å formulere. At papiravisen settes opp mot nettavisen, kan gjøre at informantene selv i noen grad har analysert hva papiravisa gir dem. Disse rutinene og vanene kan virke som enkle sekvenser av en hverdag, men virker å ha en sterk verdi – dette er tross mennesker som holder fast ved papiravisa. Dette forklarte Harold Gerfinkel (Aakvaag, 2008) i at hverdagslivets rutiner er så innarbeidet at det er først når de brytes – som å scrolle på skjerm og å lese på skjerm – at man merker hvor unaturlig "det andre" kjennes.

Flere av informantene mener roen man får med papiravisen, gjør at man leser ting man kanskje ikke var interessert i. Samtidig som det kan være sant, kan det også hende informantene setter for stor lit til verdien av emosjonelle faktorer de knytter til papiravisen. Ifølge Tewksbury & Althaus (2000), er det det lineære formatet til papiravisen som gjør at man i større grad blir "tvunget" til å bla gjennom papiravisa side for side.

Det som står i avisen har en informasjonsverdi og det er viktig stoff som er ferdig redigert fra avishusene. Papiravisen gir en oversikt over nyhetsbilde. Tewksbury & Althaus (2000) og Althaus & Tewksbury (2002) viste at lesere av papiravisen både har større forutsetninger, gjennom det hierarkiske lineære formatet, og ofte husker mer av saker med tema som politikk og nasjonale- og internasjonale nyheter. I tillegg til de store nyhetene man bruker for å holde seg allment orientert, er debatter og kommentarer informantene opplyser man søker til papiravisa for. Nevnte innhold er også det de føler man får eksklusivt i papiravisa.

Som en slags kontrast er det interessant at det ofte er det lokale og nære og ikke nasjonale eller internasjonale som legger føringer for hvilke papiraviser informantene går til innkjøp av. Statistikken til medienorge (2018B) viser at det i tillegg til Dagbladet og VG, er regionsavisene som dominerer. Dette kan både tyde mot at folk flest bor i by eller omegn i Norge, men også at regionsavisene har en særstilling i at de har et spekter fra det lokale og nære til internasjonal politikk.

Det er en viss ambivalens i at det meste er å finne på nettavis. Samtidig som det av miljøhensyn kan være viktig, forsvinner den nærmest nostalgiske analoge vanen av å fysisk kunne bla, kunne skrive på papiret og vissheten om at det man leser er av informasjonsverdi. Dette er rutiner man legger mye implisitt verdi i, som Gafinkel har vist (Aakvaag, 2008).

### 4.3 Nettavis

Det er også viktig å kartlegge hvilken funksjon nettavisen har for informantene. Bruker informantene nettavisen på en annen måte enn papiravisen? Hvilke positive og negative assosiasjoner gjøres til det nettbaserte avisformatet? Oppsøker man annet innhold på nettavis enn i papirutgaven? Informantenes svar delte seg i to kategorier. Kapittel 4.3.1 tar for seg hvilken funksjon nettavisen har i informantenes liv og hvilket de forhold til den. Videre viste det seg interessant å se hva slags innhold informantene ønsker å se på nettavisen, noe som vises i kapittel 4.3.2.

#### 4.3.1 Funksjon nettavis

Nettavisen virker å fylle samme rolle hos flere informanter, men hos noen var de negative assosiasjonene sterke enn hos andre.

*Hvordan ser en vanlig dag ut med nettavis for deg?*

*- Det er litt sånn spredt over hele dagen.*

*Er det noe spesielt som utløser det?*

*- Det er hvis man har ledig tid da. Det blir jo en uvane, rett og slett. (Informant 6)*



***Hvis vi tar for oss denne litt nye tiden, kan du fortelle litt om ditt forhold til nettavis?***

*- Det er et daglig forhold, på automatikk. Står det noe annet der enn det gjorde forrige gang. Tidstyv, irritasjon. (Informant 1)*

***Kan du fortelle litt om din dag med nettavis?***

*- Før jeg kommer på jobb har jeg vanligvis vært innom VG, Dagbladet, Adressa. (...) Her underviser jeg (på kontoret), og det er klart jeg er innom i pausetid. Hvis jeg tar lunsj på kontoret, så er jeg jo innom nettavis. (Informant 2)*

Et interessant funn ved nettavisen, er at den har en mer overfladisk funksjon hos informantene. Dette kan settes i kontekst av Tewksbury & Althaus (2000) sin studie som viste at lesere av *New York Times* sin nettavis kunne nevne færre og husket mindre av saker om politikk og nasjonale- og internasjonale nyheter enn leserne av papiravisen.

Den benyttes ofte for å holde seg oppdatert på hva som skjer, men ofte kun gjennom overskrifter og de første sakene. Dette er likt med den finske nettavisen *Taloussanommat* (Thurman & Myllylahti, 2009) sine statistikker som viste at besøkende i gjennomsnitt besøker nettavisen i 3.5 minutter og gjennomsnittlig er innom 2.6 saker. Dette er ikke noe informantene setter pris på. Nettavisen blir sett på som en tidstyv, uvane og noe som bringer med seg irritasjon. Videre nevnte de fleste informantene nettavisens dynamiske natur:

*- Nei, nettavisen er jo dynamisk. Skjer det noe så vil det komme som førstesak. Det er jo på en måte greit. Så har de forsåvidt kategorier, så hvis jeg klikker på Kultur så kommer det Kultur og så videre. (...) I en papiravis har man litt faste plasser, noen seksjoner. (Informant 2)*

***Vi snakket litt om hva slags innhold du oppsøker på papiravis i sted. Hva slags innhold er det du søker opp når du er på nettavis?***

*- Mye det som står på førstesiden ... toppsaker.*

***Mer tilfeldig enn det er bevisst?***

*- Ja ... det er jo dynamisk nettavis, så det som er nyest kommer øverst. Det er fort gjort å få oversikt om det har skjedd noe nytt ... det er veldig greit. (Informant 4)*

***Hvis vi da går over til nettavis. Vi har forsåvidt snakket litt om det nå, men kan du snakke litt om ditt forhold til nettavis?***

*- Det er hyppig og overfladisk. (...) Det er ikke der man får gått i dybden vanligvis, men det gir meg litt sånn oversikt. (Informant 2)*

Hva man leser på nettavisen, virker å være et resultat av dens dynamiske natur. Noen av informantene mente dette var en fin funksjon for å holde seg oppdatert på det viktigste som skjer. Ifølge Tewksbury & Althaus (2000) gjør nettavisens dynamikk at man ikke lenger har noe begrensning i hvor mye som kan få plass på en nettavis. Det fører til at forsiden stadig blir oppdatert, og hva som er de viktigste sakene hele tiden oppdateres. Dette virker å ha en til dels nyttig funksjon i informantenes liv. Det kom også frem hos et par informanter nettavisens nyttige funksjon i å utfylle andre medier:

***Hvilke medier vil du si du bruker på daglig basis?***

*- (...) Jeg har radio i bilen, men det er ikke alltid man får med seg alle nyhetssendingene. Hvis det er nyhetssending klokken elleve kan jeg godt være ute av bilen da og inne igjen når den er ferdig. Så hvis jeg får tida kan jeg ta opp mobilen og sjekke om det har skjedd noe ... (...) Så det er jo veldig kjapt å gjøre for å holde seg informert gjennom dagen. (Informant 6)*

*- Hvis man ikke får med seg nyhetssending, er det greit å slå opp på VG, Aftenposten, Dagbladet, for å se hva som har skjedd da. Det blir sånne korte nyhetsglimt jeg bruker det til. (Informant 6)*

***Hvis vi går over til nettavis, kan du fortelle litt om ditt forhold til nettavis?***

*- (...) Oppdaterer meg hvis jeg hører noe på radio, slår opp på nettavisen og ser om de skriver noe mer enn det som sies på radio. Hvis det er noen alvorlige nyheter, så sier de ikke så forferdelig mye på radio. (Informant 4)*

Selv om nettavisens dynamikk i seg selv virket å fylle en nyttig funksjon i informantenes liv, var dette noe som ikke alltid ble satt pris på satt opp mot papiravisens format. Det at den hierarkiske strukturen endres fra å være satt til en mer dynamisk karakter (Tewksbury & Althaus, 2000), virker å gå på bekostning av strukturer man setter pris på i papiravisa. Flere informanter mener det er mer unyttig nyheter på nettavis. Alt kan ikke være like viktig, og prinsippet om proporsjonalitet fra Kovach & Rosentiel (2001) forsvinner i større grad. At underholdningssaker blir slått stort opp, virker å være noe som plager informantene. Selv om dataene nettavisene får viser hvilke saker som er godt klikket, og at det fører til en mer populistisk retning (Thurman & Myllylahti, 2009), står informantene i likhet med studier i

andre land (Tsfati et al., 2006; van der Wurff & Schoenbach 2014; de Zúñiga & Hinsley 2012), fremdeles støtt på hva man vil ha av journalistikk.

*-Jeg tror det kommer mer uviktig stoff og underholdning. Og den forestillingen om at alt må være underholdning for at det skal fenge ... som jeg ikke er helt sikker på om er riktig. (Informant 1)*

Flere informanter påpekte tilgjengeligheten nettavisen gir som noe positivt. Én informant mente også at pushvarsel var en fin funksjon. Det fyller nettavisens funksjon om å gi deg det viktigste som skjer nå, men du kan selv velge om du vil lese saken eller ikke.

#### 4.3.2 Innholdsønsker nettavis

Videre viste deg seg interessant å se hva slags innhold informantene savnet på nettavisen. Flere pekte mot at de vil se det samme stoffet på nettavis som de ønsker å se i papirutgaven.

***Innhold på nettavis, er det noe spesielt du oppsøker?***

*- Det er i utgangspunktet det samme som avisene. (Informant 5)*

***Hva slags innhold vil du se på en nettavis?***

*- (...) Jeg vil ikke se gravejournalistikk som er sånn tullegravejournalistikk som graver opp uvesentligheter som overskygger det som er viktig, som jeg også synes det begynner å bli en del av.*

***Det høres litt ut som du vil ha det samme på nett som du leser i papiravis?***

*- Ja, det vil jeg. (Informant 1)*

Informantene lener seg altså mot de samme idealene for hva journalistikk bør være på nettavisen som i papiravis. En mulig forklaring på dette ønsket er Tewksbury & Althaus (2000) og Althaus & Tewksbury (2002) sine studier som viser at lesere av nettavis husker færre, kan gjengi færre detaljer og bruker mindre av sin totale nyhetskonsumeringstid på det som informantene anser som god journalistikk – og at dette har sitt utgangspunkt i et ulikt hierarki enn papiravisen byr på.

Én informant ønsket også en tydelig veiledning i hvor man kan finne de grundigere artiklene. Dette er interessant fordi designet til nettavisen i utgangspunktet innbyr til at man er mer kan

være mer selektiv i hva slags stoff man oppsøker Tewksbury & Althaus (2000). At denne informanten individuelt og utvalget generelt etterlyser mer god journalistikk, kan tyde mot at nettavisene har en jobb med å opplyse om og tilegne dedikert plass til grundigere og lengre saker.

### 4.3.3 Oppsummering

Nettavisen virker å være et hyppig og overfladisk brukt medium hos informantene. Den lager og fyller pauser gjennom dagen og arbeidstiden. Automatikken i at man sjekker nettavisen virker å være noe man ikke tar som noe positivt, men heller et forstyrrende element som er tilvendt gjennom et behov for å holde seg oppdatert. Med andre ord er tendensen studien til Thurman & Myllylahti (2009) vedvarende, der man oppholdt seg på studiens aktuelle nettavis gjennomsnittlig 3.5 minutt og besøkte 2.6 sider på et besøk.

Å holde seg oppdatert på det viktigste som skjer er også hva de fleste bruker nettavisen til, og dens dynamiske funksjon trekkes frem blant flere informanter. For flere supplerer den også andre medier, som radio og nyhetssendinger man gikk glipp av – og den fyller behovet for informasjon hvis skjer noe i nærheten. Nettavisen virker med dette å ha en spesifikk funksjon i informantenes liv, men denne funksjonen skiller seg noe hvordan papiravisen brukes. Tilgjengeligheten virker altså å være både et gode og et onde. Et poeng er også at informantene virker å være innom et utvalg nettaviser for å utvide horisonten.

Den overfladiske bruken og dynamiske strukturen står i kontrast til hva flere av informantene ønsker seg av innhold på nettavis. Grundigere og reflektert journalistikk er noe flere etterlyser mer av. Informantene mener også at det er for mye underholdning og lett journalistikk på nettavisene. Dette kan ha sitt utgangspunkt i det Tewksbury & Althaus (2000) og Althaus & Tewksbury (2002) viste gjennom sine studier: Nettavisens dynamikk gjør at man bruker mindre tid på, leser færre og husker mindre av saker om politikk og nasjonale- og internasjonale nyheter. Én informant trakk også frem at det er vanskelig å finne frem til grundig journalistikk på nettavisen. Selv om bruken av nettavis skiller seg fra bruken av papiravisen, ønsker mange altså samme innhold.

## 4.4 Digitale medier

Et interessant poeng i funnene er hvordan flere informanter i forlengelsen av nettavis snakket om bruk og konsekvenser ved bruk av PC, mobil og varsler fra enheter. Dette kapittelet er delt inn i tre mindre punkter som går inn på de tre aspektene man skiller mellom: Digital støy, skjermbruk og algoritmer.

### 4.4.1 Digital støy

Flere av informantene gjorde et poeng ut av at man for å komme inn på nettavis, er avhengig av digitale enheter og at disse enhetene på forskjellige vis kan fungere som et forstyrende element.

*-(...) hvis noen sender så forventer dem å få svar med en gang. Jeg tenker ikke bare på meg, men andre forventer også å få svar med en gang.*

***Så du tenker at når man er inne på en digital enhet så er det vanskelig å bare sjekke mail, ikke gå videre inn på noe annet?***

*- Ja, og Facebook også. Når jeg går inn der i arbeidstiden. Det gjør jeg ofte. 'Oi, der var noe interessant', så klikker man seg inn og så har man brutt opp arbeidstiden. Det er tidstyv. Også er det ikke bare mailer lengre. Det er SMS, Facebook, Snapchat. Det er overalt. (lager meldingslyder, teller enheter hun får meldingslyd fra). Da må man gå inn og sjekke med jevne mellomrom. Jeg har skrudd av varslings, så jeg må inn og sjekke.*

*(...)*

*- (...) Jeg tror nett og alt har gjort meg litt sånn rastløs. Jeg har ikke tid til å sette meg ned med avisa sånn som jeg gjorde før ... (Informant 1)*

***Det er enklere nå?***

*- Ja, det er lettere tilgjengelig. Men det var sånn, ikke sånt. Det var ingen som tenkte, vent til internett kommer, da blir det bra.*

***Hva synes du om den utviklingen?***

*- Alt skal jo skje så fort. Det virker som hele verden haster av gårde. Folk blir jo stressa av det (...) Men du har ikke noe valg da, du må være med på det. (Informant 6)*

Informantene viser her til en normalisert forventning om at man alltid bør være tilgjengelig. Dette er noe som i stor grad er vanskelig å komme unna, fordi mye av infrastrukturen i samfunnet nå er strukturert etter prinsippet om tilgjengelighet. Som Levine (et al., 2007) viste gir de øyeblikkelige meldingene man gjerne får på digitale flater, en påvirkning der man i større grad sliter med å fokusere oppmerksomheten. Informant 1 forteller at sosiale medier blir brukt i arbeidstiden. Her kan de tre hypotesene til Levine (et al., 2007) overføres, gjennom at øyeblikkelige meldinger 1) Tar tid man kunne brukt på jobben sin, 2) Forstyrrer under jobbing og 3) Utvikler en kognitiv stil for kort og skiftende oppmerksomhet. Disse tre tesene kan også ses som en sirkel der tid man bruker på øyeblikkelige meldinger fører til en kognitiv utvikling i retning kort og skiftende oppmerksomhet, som igjen forsterker tendensen om at man blir forstyrret under arbeid. Én informant mente også at mobilbruk har gått på bekostning av å lese bøker. Skiftende oppmerksomhet går altså på bekostning av å fokusere konsentrasjonen over tid.

En annen informant påpekte at roen hen fikk med papiravisen, ikke gjelder ved bruk av digitale enheter. Digitale enheter forbindes i større grad med jobb. Her ser vi Garfinkels implisitte verdier vi legger i ulike rutiner som gir hverdagen mening (Aakvaag, 2008). I informantens tilfelle virker det å bli rot i rutinene når den implisitte mening fra en kontekst skal overføres til en annen i hverdagen:

***Det at man bruker nettavisen på samme medium som man bruker til jobb, gjør at det kobler seg til to tilsvarende situasjoner?***

*- Ja, for meg så er det sånn ... Jeg kan jo til og med ta med billag av avis på senga, der jeg egentlig leser bok. (...) jeg ligger aldri med noe maskin eller noe på senga..*

***Det blir en mangel på ro, hvis man har med den mobilen ...?***

*- Ja, det er ikke sånn at jeg ... mangel på ro, ja. Det var et fint ... slapper ikke nødvendigvis helt av. Jeg har jo den her (mobilen), og jeg bruker den jo daglig. Men jeg kunne gjerne tenkte meg at den lå litt (...) (Informant 7)*

Et par av informantene påpekte også at vi som samfunn kan ha godt av struktur og noen felles referansepunkter, og at den konstante tilgjengeligheten og valgfriheten kan gå på bekostning av det. Informantene mente at det å ha felles kollektive opplevelser, som nyhetssendinger på TV, har en verdi i at man som fellesskap har samme referanser. Althaus & Tewksbury (2002)

påpekte dette og mente mediene, gjennom disse kollektive opplevelsene, har en stabiliserende rolle i samfunnet. En mer fragmentert nyhetshverdag kan dermed gi utslag i manglende felles referanser for hva som er essensielt og på den måten føre til en destabilisering av samfunnet.

#### 4.4.2 Skjermbruk

Flere poengterte utfordringer ved å lese på skjerm. Skjermens størrelse hadde betydning for hvilke digitale enheter informantene foretrekker å bruke.

***Hvilke digitale enheter leser du nettavis på?***

*- Jeg foretrekker PC rett og slett fordi jeg begynner å bli en gammel dame og synet er ikke så godt som det en gang var. Det har med størrelsen å gjøre. (...) Jeg kan lese avisa på telefon også, men jeg synes det er litt smått (...). (Informant 2)*

*-Også er jeg veldig avhengig av briller ... man blir litt sliten av å se på. Og så er det så nært ...*

***Føler du det er vanskeligere å lese på skjerm enn på avis?***

*- Ja, det føler jeg. (Informant 7)*

Bruken av farger var også et element blant noen av informantene. Mye bruk av farger og skiftende forhold mellom bakgrunnsfarge og tekst førte til en mer anstrengende leseropplevelse. Dette kan ses i lys av to teorier: For det første kan det ligge en implisitt verdi (Aakvaag, 2008), som for informantene er vanskelig å artikulere, i at man er tilvendt å lese på det formatet en papiravis tilbyr. Å lese på en mobil, som er fysisk mindre enn en papiravis, og å lese med bakgrunnslys, som i papirformat er fraværende, kan gi et brudd med en rutine og dermed by på ubehag. En annen teori er en videreføring av Geske & Bellur (2008) sin empiri som sier man må jobbe kognitivt hardere for å holde oppmerksomheten på en skjerm. Det kan innvendes at empirien er om lag ti år gammel og at teknologisk utvikling har gjort skjermer vesentlig mindre anstrengende å lese på nå. Den teknologiske utviklingen betyr likevel ikke at informantene er forutinntatt når de mener å ha ulik opplevelse av å lese på papir og skjerm. En slik konklusjon ville gitt tyngde til et argument i retning Garfinkel (Aakvaag, 2008), nemlig at det å lese på skjerm i stor grad føles ubehagelig av det faktum at det ikke er en innarbeidet rutine. Én informant påpeker nemlig forskjellen i hvilken skriftstørrelse- og type som er best for øyet på skjerm og papir.

*-Det med at skrifttype- og størrelse. Lys, alt det her er viktig.*

*(...)*

*- (...) Nå er det forskjell på papir og skjerm. På papir er det fonter med seriffer som er best når man skal lese store tekstmengder - det er det forsket på. Men det samme gjelder ikke for skjerm, sånn jeg har forstått det. (...). (Informant 2)*

At noen av informantene mener det er mer anstrengende å lese på skjerm, kan dermed tolkes som at man ikke ennå har funnet ut hvordan man optimalt kan gjenskape opplevelse man får av å lese på papir i et skjermformat. Dette kan derfor støtte et argument om at det tekniske i skjermer, som lyset man får ut av en skjerm, gjør at hjernen reagerer annerledes enn når man leser på papir. Det vil derfor kunne bety at ubehaget informantene føler, kan være et utslag av at det kreves mer kognitivt å lese på skjerm.

#### 4.4.3 Algoritmer

En mer dagsaktuell problematikk er personlig tilpassede nyheter. Særlig én informant var opptatt av viktigheten av bredde i hva man får opp av nyhetssaker.

*- Det blir veldig snevert å lese noe som jeg er ikke er enig i. I politikk og sånn, det er jo heldig å få bygd opp under det du selv mener og å få gode argument. Men jeg vet jo at jeg har godt av å lese gode fremstillinger også. (...) . Jeg vil at mine valg mine valg skal være tatt av meg. Jeg synes det er en ganske uredelig form for kontroll. Mens PST ikke har lov til det og det, så har jo Google full kontroll. (Informant 2)*

I tillegg til å gjelde hvilke nyheter man får opp på sosiale medier, er dette en problematikk som angikk flere områder av informantens liv – som hvilke klesreklamer som kommer opp. Det mer generelle poenget er dog følelsen informanten får av å bli overvåket når hen bruker digitale enheter. Den analoge friheten hen får ved å betale med kontanter, og vissheten om at hen leser papiravis uten å være lagret noe sted, virker å by på en følelse av kontroll over sitt eget liv som fremstår essensielt for informanten.



#### 4.4.4 Oppsummering

En forlengelse av å lese på nettavis er å bruke digitale enheter. Informantene virker i stor grad å sammenkoble det å lese på nettavis og å bruke en digital enhet – dette fremstår nærmest som én sfære.

En interessant kobling er empirien til Levine (et al., 2007), som viser at øyeblikkelige meldinger påvirker evnen til å fokusere oppmerksomheten. Sammen med bruken av nettavis, der man i gjennomsnitt kun bruker 3.5 minutt og er innom 2.6 saker i løpet av ett besøk (Thurman & Myllylahti, 2009), kan det tyde mot at hvordan man bruker nettavis påvirkes av infrastrukturen de digitale enhetene er designet etter. Digitale enheter, som gjør en tilgjengelige, og sosiale medier som er designet for å ta vår oppmerksomhet, gjør at forutsetningene for å konsentrere seg dypt om stoffet på en nettavis ikke er tilstede. Det kan alltid komme et varsel om en Facebook-melding mens man leser nettavis.

Videre kan man også koble på empirien til Tewksbury & Althaus (2000). Muligheten til hyperkobling på nettavis, gjør at oppmerksomheten flykter fordi man alltid bare er et tastetrykk etter noe som er mer spennende. Dette gjør at man husker færre og mindre av saker på nettaviser.

Tewksbury & Althaus (2000) kan også ses i lys av bekymringen noen av informantene hadde om at den fragmenterte mediehverdagen gjør at man mister noe av det som holder samfunnet sammen og gir retning. Mediene kan sies å fungere som et stabiliserende medium i samfunnet gjennom at alle får med seg det viktige sakene gjennom de samme informasjonskildene. Når man ikke lenger har denne kollektive opplevelsen av hva som skjer av viktige hendelser i samfunnet, kan det føre til en destabilisering. De fleste informantene i denne oppgaven brukte nettavisen kontinuerlig gjennom dagen for å oppdatere seg. Det kan derfor argumenteres for at den fragmenterte nyhetshverdagen gir publikum kollektive opplevelser, men at omfanget av viktige nyheter har blitt større. Fra å begrense hva som er viktige saker til en halvtimes nyhetssending, blir altså de opplevelsen hva som er viktig mer omfangsrikt. Det er heller ingen kausalitet at man som publikum må oppleve nyheter samtidig for at det skal gi en kollektiv opplevelse.

Flere informanter mente at det å lese på skjerm var ubehagelig og anstrengende. Dette kan ses i lys av Garfinkels (Aakvaag, 2008) teori om at man legger implisitt verdi i rutiner man opparbeider seg i hverdagen. Å lese på nyheter på skjerm kan dermed oppleves ubehagelig fordi man er vant til den fysiske størrelsen papiravisa har og leseopplevelsen på skjerm er annerledes enn papir. Her kan videre Geske & Bellur (2008) sin empiri om at det oppleves kognitivt mer anstrengende å lese på skjerm gjøres aktuell. Å gjenskape opplevelsen av å lese på papir når man leser på skjerm, er altså krevende fordi det ligger andre forutsetninger til grunn for hva som oppleves normalt for hjernen på papir og på skjerm. Det kan også kobles til at man er vant til å bruke digitale enheter i jobbsammenheng, og overføringen av rutiner fra én hverdagskontekst til en annen er noe som skaper ubehag.

Til slutt kan det være viktig å påpeke at følelsen av å være overvåket kan sette ganske store begrensninger på følelsen av å bruke digitale enheter og lese nettavis. Algoritmer kan gi en frustrasjon i at man ikke får utvidet sitt syn på verden gjennom ulike nyheter. Det oppleves også som en større grad av frihet å kunne gjøre aktiviteter analogt, som å betale kontant og lese papiravis. Denne friheten virker å ha innvirkning på en følelse av å være uavhengig av andres påvirkning.

## 4.5 Reklame

Reklame i papiravis og nettavis har naturlig nok ulikt uttrykk. Nettavisens infrastruktur gjør at man plasserer reklamer der de får naturlig oppmerksomhet, i motsetning til den analoge papiravisen der man i stor grad selv velger om man vil bruke tid på det eller ikke.

### *Det blir mer påtrengende på nettet?*

*- Ja, for i avisa kan du bare bla forbi, så er du ferdig med den. På nett så sitter du der i 10 sekunder, og så er neste 20 sekunder for å komme til den saken du skal lese ... Da ramler jeg av før jeg har kommet til saken. (Informant 6)*

På nettavisen virker reklame å assosieres med overvåking. Informantene innså i stor grad at reklame var nødvendig – også på nettavis –, men å gjøre den mer aktuell for informantene gjennom relevant reklame ga negative assosiasjoner.

***Hadde reklamen vært mindre irriterende om den var mer relevant?***

*- Ja, det er klart. Men det er en skummel vei å gå hvor man må gi fra seg personopplysninger.*

*(Informant 4)*

Der reklamen i papiravisa blir sett på som en ufarlig unødvendighet som lett kan ignoreres, gir nettavisen andre forutsetninger. Reklamens art ga hos én informant en følelse av at noen ukjente visste mer om informanten enn hen selv visste.

## 5. Konklusjon

Denne oppgaven ønsket å undersøke hvorfor man fremdeles leser papiravis når alt er tilgjengelig på nettavis. Dette er undersøkt gjennom dybdeintervju av syv papiravislesere om deres forhold til papiravis og nettavis. Funne er satt i kontekst av teori om medienes rolle i et demokratisk samfunn og de implisitte verdiene man legger i hverdagens rutiner. Tidligere forskning har vært med på å forklare hva som skiller informantenes bruk av papiravis og nettavis, samt hvilke implikasjoner digitale enheter har for bruken av nettavis.

Oppgavens problemstilling var:

*«Hvorfor leser man papiravis når man kan få innholdet på nettavis?»*

### 5.1 Oppgavens funn

Svarene på oppgavens problemstilling viste seg å være komplekse og må besvares gjennom oppgavens forskningsspørsmål:

#### - **Hvilket forhold har folk til journalistikk?**

Informantene i denne studien har et ganske sterkt forhold til journalistikk. De er klare på hva de anser som god journalistikk og hva de anser som dårlig journalistikk. Dette har sterk innvirkning på tema de mener å oppsøke i sin avislesing. God journalistikk anses å være etterrettelig, grundig, opplysende og forbindes med substans. Tidligere forskning viser at kriteriene for hva som anses som god journalistikk er gjennomgående i flere land.

Journalistikken anses også å ha en konkret rolle i samfunnet. Dette kan ses i lys av Habermas' teori om det demokratiske maktkretsløp i idealdemokratiet. Informantenes syn på hva som er god journalistikk vurderes gjerne etter om de fyller denne rollen. Flere av informantene mener også at det er denne type journalistikk folk egentlig vil ha. Det informantene anså som dårlig journalistikk bar preg av en motsetning til god journalistikk. Informantene anså dårlig journalistikk å være lett i sin stil og at den lurer folk inn gjennom fristende overskrifter, og et resultat av markedskreftene journalistikken er betinget.

- **Hvilket forhold har folk til papiravisen?**

Funnene i denne oppgaven tyder på at informantene har et nært forhold til papiravisa. Man prioriterer ofte én avis og det er den som gir oppdateringer på hva som skjer i nærmiljøet så vel som de store verdensnyhetene. Papiravisa er noe man investerer tid og penger i, og informantene forbindes den med ro og noe som gir informasjonsverdi. Informantene har ofte faste rutiner forbundet med papiravisen. Nettopp disse rutinene viser Garfinkel (Aakvaag, 2008) at man kanskje legger mer verdi i enn informantene selv klarer å formulere.

- **Hvilke forskjeller finnes i bruken av papir- og nettavis?**

Et av oppgavens mest interessante funn er den ulike bruken informantene har av papir- og nettavis. Selv om informantene ønsker den samme journalistikken på nettavisen som de får i papirformat, bruker nettavisen i større grad overfladisk for å kjapt skaffe seg en oversikt over nyhetsbilde. Dette støttes av tidligere forskning som viser at man bruker ti ganger så lang tid på en papiravis som et gjennomsnittlig besøk hos en nettavis.

De ulike formatene til papir- og nettavis kan være med på å forklare denne ulike bruken. Papiravisen har et lineært format der sakene er lagt opp i en hierarkisk struktur som gjør at man i større grad blir tvunget til å konsentrere seg om én og én sak. Den dynamiske infrastrukturen til nettavisen gjør at man i større grad alltid vil være på utkikk etter en mer interessant sak.

Tidligere forskning viser også at den ulike dynamikken har påvirkning på hva slags tema man leser om. Lesere av papiravis leser oftere saker om politikk, nasjonale- og internasjonale nyheter. De husker også mer av denne type saker. Dette kan være med på å forklare hvorfor papiravisen forbindes med mer substans enn nettavisen. Nettavisen tilgjengelighet gjør at den fyller en funksjon i informantenes liv, men dette er ikke den samme som papiravisen. Nettavisen brukes til å holde seg oppdatert og til å utfylle andre medier som radio og TV.

## - **Hvilken innvirkning har de digitale mediene på bruken av nettavis?**

Funnene i denne oppgaven tyder på at digitale medier har stor innvirkning på informantenes bruk av nettavis. Tidligere forskning tyder på at sosiale medier har en påvirkning i retning kort og skiftende oppmerksomhet. Dette kan være med på å forklare den mer overfladiske bruken av nettavis blant informantene. Den dynamiske strukturen med mulighet for hyperkobling kan også ha en innvirkning i retning at man alltid er på utkikk etter noe mer spennende, og derfor ikke husker mye av sakene man har lest.

Det digitale bragte også frem noen bekymringer hos informantene. For det første gir den digitale infrastrukturen utslag i at nyheter er tilgjengelig hele tiden. Det gjør at man ikke har samme kollektive opplevelse av viktige nyheter. Den strenge redigeringen av den daglige papiravisa og en halvtimes nyhetssending på kveldstid, er erstattet av kontinuerlig tilgang på nyheter. Det kan dog argumenteres for at den kollektive opplevelsen ikke forsvinner, men heller endrer form i at man har større omfang av hva som gir kollektive opplevelser.

Bruken av skjerm har også påvirkning på informantenes opplevelse av nettavis. Dette kan både komme av en endring i rutine da informantene er vant med å lese i det fysiske formatet papiravisa representerer. Det kan også komme av at det å lese på skjerm gir øynene og videre hjernen en annerledes opplevelse enn å se på papir. Problematikken i å gjenskape det visuelle uttrykket til papiravisen på nettavis er svært interessant.

## 5.2 Implikasjoner av oppgaven

Funnene i denne oppgaven viser at idealene for journalistikkens samfunnsoppdrag er vedvarende i en tid med store samfunnsmessige omveltninger. Det betyr at prinsippene for journalistikk Kovach & Rosentiel (2001) kom frem til fremdeles må etterstrebes. Om disse prinsippene følges, virker i stor grad å bestemme hva slags journalistikk man investerer tid og penger i. Oppgaven støtter også funn i tidligere studier om bruk av papir- og nettavis. De to formatene fyller to ulike roller i informantenes liv. Jeg håper resultatene i denne oppgaven kan gi grunnlag for videre utvikling av nettavisens format.

To av oppgavens funn kan gi grunnlag for den videre utviklingen av nettavis. For det første virker den tekniske oppgaven med å gjenspeile hjernens opplevelse av å lese på papir ved bruk av skjerm svært interessant. Dette kan gi en utvikling ikke bare for nettavisen, men også digitale leseropplevelser av eksempelvis bøker. For det andre kan designet på nettavisen i større grad bringes nærmere det lineære hierarkiet. Funnene i oppgaven støtter funn gjort for rundt ti år siden i hvordan man bruker nettavisen. Nettavisens dynamiske design virker med det å ha vedvarende implikasjoner for hvordan den brukes. Design i retning et mer lineært hierarki kan påvirke bruken av nettavis i en retning som ligger nærmere noe man investere tid og penger i. Det virker også svært viktig for å invitere leseren til å lese mer av det store og grunnleggende om politikk, nasjonale- og internasjonale nyheter.

## 5.2 Videre forskning

Studiens funn er svært interessante fordi de bygger videre på og bekrefter tendenser man så for om lag ti år siden. Videre vil det være interessant å se dette gjennom andres øyne enn de som holder fast ved papiravisen. Bruken den store prosentandelen som ikke leser papiravis daglig nettavisen på andre måter?

Ytterligere studier av nyhetskonsumenter er essensielt fordi det gir implikasjoner i hvordan mediehusene bør designe sitt valg av kanaler de bruker i spredning av informasjon. Behovet for spredning av god journalistikk er essensielt for at man skal orientere seg i samfunnet man lever i.

Studier av nyhetskonsumenter kan også gi implikasjoner av mediehusenes forretningsmodeller som i dag er under press. Journalistikken fyller en essensiell rolle i samfunnet og er avhengig av å finne løsninger som gir inntekt, men ikke på kostnad av tilliten til mediene og investeringer i tidkrevende og grundig journalistikk. Mange av konkurrentene til mediehusene, som Facebook og Google, er bygd opp på grunnleggende menneskelige behov og instinkter. Kanskje må det noe enkelt til for å løse det komplekse problemet mediehusene står overfor?

## Litteraturliste

Aakvaag, G. C. (2008). *Moderne Sosiologisk Teori*. Trondheim: Abstrakt forlag.

Althaus, S., & Tewksbury, D. (2002). Agenda Setting and the “New” News. *Communication Research*, Vol 29, Utgave 2, s.180-207.

Geske, J., & Bellur, S. (2008). Differences in brain information processing between print and computer screens. *International Journal Of Advertising*, Vol 27, Utgave 3, s. 399-423.

Gil de Zúñiga, H. & Hinsley, A. (2012) The Press Versus the Public, *Journalism Studies*, 14:6,926-942, DOI: [10.1080/1461670X.2012.744551](https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.744551)

Ipsos 2017 (2018). Ipsos SoMe-tracker Q4'17. Hentet fra: <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q417>

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The elements of journalism : What newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown.

Kumar, D., Singh, R., & Siddiqui, J. A. (2011). Newspaper reading habits of university students: A case study of chaudhary charan singh university, india. *Library Philosophy and Practice*, , 1-8. Hentet fra: <https://search.proquest.com/docview/870326842?accountid=12870>

Levine, L. E., Waite, B. M., & Bowman, L. L. (2007). Electronic Media Use, Reading, and Academic Distractibility in College Youth. *Cyberpsychology & Behavior*, Vol 10, Utgave 4, s. 560-566. doi:10.1089/cpb.2007.9990



Medienorge (2018A): Lesing av papiravis og nettavis en gjennomsnittsdag 2001 - 2017, fordelt på alle (prosent). Hentet fra: <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/aspekt/tilgang-og-bruk/360>

Medienorge (2018B): Opplagstall Norske aviser. Hentet fra: <http://medienorge.uib.no/?cat=statistikk&page=avis&queryID=190>

Norsk Mediebarometer 2017 (2018). Statistisk sentralbyrå. Hentet fra: <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/statistikker/medie/aar>

Presse.no. Vær Varsom-plakaten. Hentet fra: <http://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>

Tewksbury, D. & Althaus, S. (2000). Differences in Knowledge Acquisition among Readers of the Paper and Online Versions of a National Newspaper. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol 77, Utgave 3, s. 457 – 479.

The Data Page. (2011). *Editor & Publisher*, Vol 144, Utgave 6, s. 18.

Thurman, N. & Myllylahti, M. (2009) Taking the paper out of news., *Journalism Studies*, Vol 10, Utgave 5, s. 691-708 [10.1080/14616700902812959](https://doi.org/10.1080/14616700902812959)

Tjora, A. (2017) *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

TNS Gallup (2018). Avislesing 2017. Hentet fra: [http://www.tns-gallup.no/globalassets/medier/avis/avis\\_18\\_1/avislesing-2017--18-1-futsaeter.pdf](http://www.tns-gallup.no/globalassets/medier/avis/avis_18_1/avislesing-2017--18-1-futsaeter.pdf)

Tsfati, T., Meyers, O., and Peri, T. (2006). What is good journalism? Comparing Israeli public and journalists' perspectives. *Journalism* Vol 7, Utgave 2, s. 152 – 173

<https://doi.org/10.1177/1464884906062603>

van der Wurff, R. and Schoenbach, R. (2014). Civic and Citizen Demands of News Media and Journalists: *What Does the Audience Expect from Good Journalism?* *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol 91, Utgave 3, s. 433 – 451.

## Appendix A: Intervjuguide

### Innledning

#### **Fortell om deg selv**

- Alder
- Sivil status
- Jobb
- Fritidshobby

### Medievaner

#### **- Kan du fortelle oss litt om dine medievaner?**

(radio, TV, avis, nettet, apple-tv/chromecast, nettbrett, mobil)

- Hvilke medier medier bruker du på daglig basis?
  - Hvordan hvordan ser en typisk mediedag ut? Når hva? Jobbsammenheng?
- Hvordan varierer den gjennom uka?
- Hvilke medier bruker du hyppigst?
- Kan du si litt om hvorfor du gjør det på den måten?
- Kan du fortelle om programmer eller temaer er du spesielt opptatt av, og søker gjennom mediebruken din? /Nyheter, sport kultur, underholdning, historie

### Forhold til papiravis

#### **Kan du fortelle om ditt forhold til papiravis?**

##### **Kan du fortelle litt om hvordan din uke med papiravis ser ut?**

- Hvor ofte leser du avis? Dager i uken
- **Hvilke aviser leser du?**
- **--Kan du si litt om hvorfor du gjør det på den måten?**
- Når på døgnet leser du avis?
- -Kan du si litt om hvorfor du gjør det på den måten?
- **Kan du fortelle litt om hvilke tema er du mest opptatt av når du leser avis?**
- - Nyheter, sport kultur, underholdning

### Forhold til nettavis

#### **Kan du fortelle litt om ditt forhold til nettavis?**

- **Hvilke digitale enheter leser du nettavis på? Pc, mobil, ipad**
- **Hvordan finner du frem til nyhetssakene? Facebook, twitter, dirkete til nettavis**
  
- **Kan du fortelle litt om ditt døgn og uke med nettavis?**
- Hvor ofte leser du nettavis?
- Når du på døgnet leser du nettavis?
- Kan du si litt om hvorfor du gjør det på den måten?
- Hva slags innhold oppsøker du på nettavis?

- Hva slags innhold vil du se på nettavis?
- Hvordan vil du ønsker du å få innholdet presentert på nettavis?

#### Motsetninger avis/nettavis?

- Om jeg har forstått deg riktig betrakter du da papiravis/nettavis som din primære kilde i forholdet papiravis/nettavis.
- Hva er utslagsgivende for at du leser nettavis/papiravis i tillegg?
- Pris?
- **Reklame**

#### Avslutning

- Er det noe vi ikke har snakket om du vil si?

## Appendix B: Rekruttering

Hei! Jeg regner med at det finnes en del som leser papiravis her. Hvorfor velger man å lese papiravis når alt er tilgjengelig på nett? Handler det om ens rutiner, hvordan innholdet blir presentert, hvilket innhold som prioriteres eller annet? Dette er tema for masteroppgaven jeg skriver denne våren og jeg ønsker i den forbindelse informanter. Det er ingen krav til kunnskap om avis/nett, kjønn eller alder. Du bør dog lese papiravis på daglig eller ukentlig basis. Jeg søker den enkeltes tanker/refleksjoner rundt dette. For å få gjennomført oppgaven trenger jeg å komme i kontakt med flere av dere for et dybdeintervju (40-60 minutter), og ber derfor om tilbakemelding på innboksen her eller mail ---. PS: Beklager om dette innlegget bryter med gruppens retningslinjer. Det vil bli slettet innen en ukes tid.

Arve Hjelseth  
Dragvoll  
7491 TRONDHEIM

Vår dato: 26.04.2018

Vår ref: 60427 / 4 / HJT

Deres dato:

Deres ref:

## Vurdering fra NSD Personvernombudet for forskning § 31

Personvernombudet for forskning viser til meldeskjema mottatt 19.04.2018 for prosjektet:

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| <i>60427</i>                | <i>Hvorfor leser man papiravis når alt finnes på nett?</i> |
| <i>Behandlingsansvarlig</i> | <i>NTNU, ved institusjonens øverste leder</i>              |
| <i>Daglig ansvarlig</i>     | <i>Arve Hjelseth</i>                                       |
| <i>Student</i>              | <i>Andreas Overvik Alstad</i>                              |

### Vurdering

Etter gjennomgang av opplysningene i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon finner vi at prosjektet er meldepliktig og at personopplysningene som blir samlet inn i dette prosjektet er regulert av personopplysningsloven § 31. På den neste siden er vår vurdering av prosjektopplegget slik det er meldt til oss. Du kan nå gå i gang med å behandle personopplysninger.

### Vilkår for vår anbefaling

Vår anbefaling forutsetter at du gjennomfører prosjektet i tråd med:

- opplysningene gitt i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon
- vår prosjektvurdering, se side 2
- eventuell korrespondanse med oss

Vi forutsetter at du ikke innhenter sensitive personopplysninger.

### Meld fra hvis du gjør vesentlige endringer i prosjektet

Dersom prosjektet endrer seg, kan det være nødvendig å sende inn endringsmelding. På våre nettsider finner du svar på hvilke [endringer](#) du må melde, samt endringskjema.

### Opplysninger om prosjektet blir lagt ut på våre nettsider og i Meldingsarkivet

Vi har lagt ut opplysninger om prosjektet på nettsidene våre. Alle våre institusjoner har også tilgang til egne prosjekter i [Meldingsarkivet](#).

### Vi tar kontakt om status for behandling av personopplysninger ved prosjektslutt

Ved prosjektslutt 06.06.2018 vil vi ta kontakt for å avklare status for behandlingen av

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

personopplysninger.

Se våre nettsider eller ta kontakt dersom du har spørsmål. Vi ønsker lykke til med prosjektet!

Marianne Høgetveit Myhren

Håkon Jørgen Tranvåg

Kontaktperson: Håkon Jørgen Tranvåg tlf: 55 58 20 43 / [Hakon.Tranvag@nsd.no](mailto:Hakon.Tranvag@nsd.no)

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Andreas Overvik Alstad, [andreaoa@stud.ntnu.no](mailto:andreaoa@stud.ntnu.no)



## Prosjektvurdering - Kommentar

---

Prosjektnr: 60427

Du har opplyst i meldeskjema at utvalget vil motta muntlig informasjon om prosjektet, og samtykke muntlig til å delta. Vi gjør oppmerksom på at for å innhente et gyldig samtykke må utvalget minst motta følgende informasjon:

- hva som er formålet med prosjektet og hva opplysningene vil bli brukt til
- hvilke opplysninger som samles inn og hvordan opplysningene samles inn
- at deltakelse i prosjektet er frivillig, og at man kan trekke seg uten begrunnelse
- hvem som vil få tilgang til opplysningene
- når prosjektet vil bli avsluttet og hva som vil skje med opplysningene ved prosjektslutt; opplysningene anonymiseres, slettes eller lagres/arkiveres
- navn og kontaktopplysninger til behandlingsansvarlig institusjon
- navn og kontaktopplysninger til den daglig ansvarlige for prosjektet, samt til studenten ved studentprosjekt

Personvernombudet forutsetter at du behandler alle data i tråd med NTNU sine retningslinjer for datahåndtering og informasjonssikkerhet. Vi legger til grunn at bruk av mobil lagringsenhet og Google drive er i samsvar med institusjonens retningslinjer.

Prosjektslutt er oppgitt til 06.06.2018. Det fremgår av meldeskjema at du vil anonymisere datamaterialet ved prosjektslutt.

Anonymisering innebærer vanligvis å:

- slette direkte identifiserbare opplysninger som navn, fødselsnummer, koblingsnøkkel
- slette eller omskrive/gruppere indirekte identifiserbare opplysninger som bosted/arbeidssted, alder, kjønn

For en utdypende beskrivelse av anonymisering av personopplysninger, se Datatilsynets veileder:

<https://www.datatilsynet.no/globalassets/global/regelverk-skjema/veiledere/anonymisering-veileder-041115.pdf>