

Line Bondø Hellesø

Nyhetsverdier i et digitalt landskap

En kvalitativ studie av lokale redaktører og journalisters opplevelser av digitaliseringas påvirkning på nyhetsverdiene

Masteroppgave i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi
Veileder: Banafsheh Ranji

Juni 2023

Line Bondø Hellesø

Nyhetsverdier i et digitalt landskap

En kvalitativ studie av lokale redaktører og journalisters opplevelser av digitaliseringas påvirkning på nyhetsverdiene

Masteroppgave i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi
Veileder: Banafsheh Ranji
Juni 2023

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap
Institutt for sosiologi og statsvitenskap



Kunnskap for en bedre verden

Sammendrag

I Norge utgjør lokaljournalistikken en stor del av medielandskapet. I forskningssammenheng derimot, får lokaljournalistikk lite akademisk oppmerksomhet, sammenlignet med andre deler av journalistikken. I løpet av de siste 20 årene har aviser gått igjennom store forandringer med framkomsten av nye digitale verktøy. En sentral del av journalistikken, er nyhetsverdiene. De bidrar til å velge og forme nyhetene. Jeg ønsker dermed å koble sammen digitalisering og nyhetsverdier i lokaljournalistikk i Norge. Det blir undersøkt ved å gjøre kvalitative intervjuer med lokale redaktører og journalister fordelt utover hele Norge.

Analysen består av ett kapittel, som er delt opp i fem deler. Hver del belyser hver sin nyhetsverdi og hvordan digitaliseringa påvirker de: vesentlighet, identifikasjon, konflikt, sensasjon og aktualitet. Et overordna nøkkeltema er måleverktøy. Vesentligheten styres i større grad av lesernes preferanser. Det har bidratt til at identifikasjon står sterkere i nyhetene, og at casejournalistikk har fått en økt viktighet. Leserpreferansene medvirker til at temaer som leses mer, velges. For lokalavisene betyr det mer trivielle nyheter, fordi kritiske nyheter ikke blir lest i like stor grad. Videre får hendelsesnyheter mer plass enn tidligere, fordi det er både er godt lest og enkelt å produsere for journalistene. Overordna sett, har lokalaviser fått en annen måte å aktualisere på. Avisene har fått et annet tidsperspektiv, og som gjør det lettere å være til stede i sanntid.

Oppsummert, har digitaliseringa gjort leserpreferansene mer framtreddende, og det påvirker også nyhetsverdiene. Det kan dermed stilles spørsmål til hva det gjør med lokalavisers samfunnsoppdrag og rolle som identitetsskaper.

Abstract

In Norway, local journalism is a big part of the media landscape. While in the overall research context, local journalism receives little academic attention, especially compared to other parts of the journalism. In the last 20 years, newspapers have gone through substantial changes, because of new digital tools. News values can be seen as a central part of journalism because they are a part of determining and shaping the news. Therefore, I want to explore the connection between digitalization and news values. It will be done by qualitative interviews with local journalists and editors in local newspapers throughout Norway.

The analysis consists of one chapter divided into five parts. They each focus on a specific news value and how digitalization influences them: significance, identification, conflict, sensation, and timeliness. A key theme throughout the study is the use of measurement tools to track the readers news preferences. Significance is more influenced by the readers preferences, which have created a bigger importance of news consisted of identification for the readers and case journalism. The reader preferences also impact which news the journalists chose to focus on. Therefore, they focus more on trivial news because critical news is not read as much. On the other hand, sensational news has gained more popularity than before because it creates high readership. At the same time, it is easy to produce for the journalists. When it comes to timeliness, local newspapers have adopted a different approach, because digitalization has given them the opportunity for real-time coverage.

In summary, the digitalization has made the readers preference more influential, which are influencing the news values too. Therefore, it raises questions about how it can impact the local newspapers role as a watchdog in the society and in shaping identity.

Forord

Livet som student på NTNU er på veis ende, og denne masteroppgaven setter punktum etter fem år. Det er både godt, rart og vemodig på samme tid.

Jeg ønsker først og fremst takke til mine informanter. Jeg setter stor pris på at dere ville dele deres opplevelser og erfaringer med meg. Uten dere hadde det ikke blitt noe oppgave.

Videre, ønsker å rette en takk til veilederen min, Banafsheh Ranji, for god hjelp, råd og tilbakemeldinger det siste halvåret. Det har bidratt til å løfte oppgaven, og fått den i riktig retning.

Kristine, Hanna, Mathea, Sunniva, Malin og Hilde: Takk for at dere tok dere tid til å lese gjennom oppgaven min! Det setter jeg stor på alle tilbakemeldingene deres.

Sist, men ikke minst: Takk til medstudentene mine og gjengen på lesesal 9453. Masterskrivinga hadde ikke vært det samme uten dere, og våre altfor lange pauser.

Innhold

1 Innledning	1
1.1 Oppgavens problemstilling	2
1.2 Lokaljournalistikk i Norge	3
1.3 Oppgavens struktur	4
2 Teoretisk rammeverk	6
2.1 Nyhetsverdier	8
2.2 Nyhetsverdier i et digitalt landskap	13
2.3 Hva vil min oppgave bidra med.....	15
3 Metode	16
3.1 Kvalitativ forskningsdesign	16
3.2 Datainnsamling	16
3.2.1 Semistrukturerte dybdeintervjuer.....	16
3.2.2 Intervjuguiden	18
3.2.3 Rekruttering av journalister og redaktører	19
3.2.4 Utvalget av informanter	21
3.3 Dataanalyse	22
3.3.1 Transkribering	22
3.3.2 Koding av data	23
3.4 Oppgavens kvalitet.....	24
4 Nyhetsverdier under påvirkning av måleverktøy	26
4.1 Mer stress i en digital arbeidshverdag.....	26
4.2 Vesentlighet	27
4.3 Identifikasjon	32
4.3.1 Mindre refererende journalistikk	33
4.3.2 Geografisk nærhet	34
4.4 Konflikt.....	36
4.5 Sensasjon.....	39
4.5.1 Nærhet i sensasjonelle nyheter.....	40
4.5.2 Hendelsesnyheter er vesentlige.....	41
4.6 Aktualitet.....	42
5 Diskusjon og konklusjon	47
5.1 Identifikasjon i vesentligheten	47

5.2 Sensasjon og aktualitet.....	48
5.3 Kvalitet og økonomi	49
5.4 Nyhetsverdiene fortsatt sentrale.....	51
5.5 Oppgavens begrensninger og videre forskning.....	52
Referanseliste.....	54
Vedlegg.....	62
Vedlegg 1: Intervjuguide	62

1 Innledning

I oktober 2015 offentliggjorde Mediebedriftenes Landsforening (MBL) årets opplagstall for norske mediehus. Trenden var klar; papiravisa var i fritt fall, og lesing av nyheter på nett fortsatte å øke. Førsteamanuensis ved Høyskolen Kristiania, Jens Barland, sa i den forbindelse til Dagbladet at Medie-Norge står midt i et digitalt skifte (Jonassen, 2016). Bare fem år senere hadde 93 prosent av aviskjøperne tilgang til en nettvariant (Høst, 2021). Digitaliseringa skjer i alle aspekter av samfunnet, og den fysiske papiravisa er på vei bort (Høst, 2021).

I 1995 kom lokalavisa Brønnøysunds Avis Dagbladet i forkjøpet, og ble Norges første nettavis med en margin på to dager (Rønning et al., 2020). Siden den gang har rammebetingelsene for den norske journalistikken endret seg – også for den lokale. Digitaliseringa har bidratt til at det er nødvendig å praktisere og utforme journalistikken annerledes enn hva den har vært (Sjøvaag, 2020). Redaksjonene i norske aviser har stått ovenfor et veivalg som i framtida kan få stor betydning for både deres virke og samfunnsoppdraget journalistikken tjener (Mathisen et al., 2019; Sjøvaag, 2020). Digitaliseringa har medvirket til en endring i hvordan forbrukere konsumerer nyheter på. Internett har åpnet for nye måter å finne nyheter, som bidrar til at journalistikken ikke har monopol lenger (Mathisen et al., 2019).

Aviser i Norge har samtidig økonomiske interesser å forholde seg til, og de er nødt til å tjene både samfunnsoppdraget og penger. Derfor består nyhetsprofilen av en blanding av opplysende journalistikk, og innhold som appellerer som underholdning (Sjøvaag, 2020). Samtidig med nettavisas framkomst, fungerer ikke den 160 år gamle tradisjonelle forretningsmodellen (Omdal, 2012). Annonseinntektene er ikke lenger like sterke som de en gang var (Mathisen og Morlandstø, 2018). Det fører til oppsigelser og nedskjæringer blant redaksjonene, som resulterer i økt bekymring for kvaliteten på den lokale journalistikken (Dahlstrøm og Hognestad, 2016). Det er derfor en redsel for at det foregår en deprofesjonalisering. Konkurransen fra andre informasjonsplattformer, og endrede økonomiske vilkår kan bidra til en svakere profesjon (Witschge og Nygren, 2009).

Det er argumentert for at norske medier har et mål om å skape en opplyst sfære, og at det er en arena hvor den offentlige samtalen blir tatt (Allern, 2002). Allern (2002) og Sjøvaag (2020) argumenterer at mediene besitter makten til å bestemme over samfunnets dagsorden, og de kan påvirke den politiske sfæren. Mediene velger hvilke institusjoner eller personer som skal være

synlig eller ikke (Allern, 2002; Sjøvaag, 2020). Dahlstrøm og Hognestad (2016) argumenterer for at digitaliseringa bidrar til at kritiske og krevende saker blir nedprioritert. Spesielt på grunn av økonomiske forandringer har norske journalister sett seg nødt å nedprioritere grundig kildearbeid (Dahlstrøm og Hognestad, 2016).

Imidlertid er ikke lokalaviser i Norge passive. De tar i bruk ny teknologi, nye måter å presentere nyhetene på blir prøvd ut, og sosiale medier brukes mer aktivt for å skape en relasjon til publikumsbrukere (Mathisen og Morlandstø, 2018). I dag er det mange redaksjoner som jobber mot allestedsnærværende nyhetspubliseringer på ulike mediekanaler (Westlund, 2013). Av den grunn oppleves også endringene på rammevilkårene som nye muligheter (Eide, 2016, referert i Mathisen et al., 2019, s. 31). Det skaper større tro på økt autonomi for journalistikken som profesjon (Mathisen et al., 2019). Tilgangen til flere muligheter for arbeidsprosessen, bedre tilgang til informasjon og kilder, og bedre presentasjon av nyhetene underbygger dette (Witschge og Nygren, 2009).

1.1 Oppgavens problemstilling

Digitaliseringa berører dermed teknologiske, økonomiske og samfunnsmessige faktorer hos avisene. På grunn av oppgavens omfang, er det ikke oppnåelig å belyse alt. Jeg skal dermed i denne studien se nærmere på hvordan digitaliseringa påvirker nyhetsverdier i lokalaviser i Norge. Nyhetsverdiene er en del av journalisters virke, og gir en viss forståelse for hva journalister er nødt til å produsere (Harcup og O'Neill, 2017). De kan beskrives som en slags informant for hva mediene velger å presentere til publikum (Harcup og O'Neill, 2017). Nyhetsverdiene er derfor et sentralt element i journalistikken.

Det leder meg til problemstillinga:

På hvilken måte påvirker digitaliseringa nyhetsverdiene i norsk lokaljournalistikk?

Det kan gi svar på hvordan redaksjonene forholder seg til samfunnsoppdraget, ny teknologi og de økonomiske perspektivene i nyhetsselekteringen. Videre kan det gi en innsikt i hvorvidt verdiene blir oppfattet og brukt annerledes etter framkomsten av nettaviser, enn i den tida papiravisa var den primære formidlingsformen. Det vil si at oppgaven vil gi et innblikk i hvordan de nye utfordringene og mulighetene er med å endre den delen av den lokale nyhetsjournalistikken.

Medie-Norge er mangfoldig og stort. Jeg har derfor valgt å belyse kun lokaljournalistikk. Funnene baserer seg på ni intervjuer med redaktører og journalister fra Øst-, Sør-, Vest-, Midt-, og Nord-Norge. Alle informantene har erfaring fra enten 1980- eller 90-tallet, og intervjuene vektlegger nyhetsverdiene vesentlighet, identifikasjon, sensasjon, konflikt og aktualitet.

1.2 Lokaljournalistikk i Norge

I Norge finnes det et nivådelt avissystem. Høst (2005, referert i Mathisen og Morlandstø, 2018, s. 15) beskriver dette som paraplymodellen. Det er opprinnelig et amerikansk hjelpemiddel for å studere konkurransen mellom aviser som er på ulike geografiske nivåer. Modellen har også fått stor gjennomslagskraft i Europa (Høst, 2005, referert i Mathisen og Morlandstø, 2018, s. 15). Paraplymodellen skiller mellom fire nivåer. Hvert nivå inneholder en avistype hver, delt opp i egenskaper og geografisk omfang: Riksavisene, storby- og distriktsaviser, lokale dagsaviser, og lokale fådagersaviser og ukeaviser (Høst, 2005, referert i Mathisen og Morlandstø, 2018, s. 15).

Tall og innhold i norsk journalistikk

Hva er det egentlig norsk lokaljournalistikk består av? Morlandstø og Mathisen (2022) skriver at sport, som omfavner 24 prosent av nyhetsinnholdet, er den største kategorien. Den store sportsdekninga er noe alle norske medier har til felles (Sjøvaag, 2020). Videre følger politikk, med 12 prosent av dekninga. Morlandstø og Mathisen (2022) opplyser om at det er et stabilt nivå, og at mediene prioriterer både lokale og regionale politiske spørsmål. Nummer tre på lista er nyheter relatert til hendelser som oppstår, og består av cirka 11 prosent av det avisene skriver om. Handel og industri, og kultur har dekning henholdsvis på åtte og seks prosent hver. (Mathisen og Morlandstø, 2022). Nyhetene som blir dekket varierer fra såkalte «harde nyheter» til «myke nyheter». Politikk, handel og industri havner i den første kategorien, mens kultur og hverdagslige aktiviteter i den sistnevnte. Myke nyheter forklares ved at de inneholder lite betydningsfull informasjon (Morlandstø og Mathisen, 2022). Gjennom dekninga av sport og samfunn, forsterker og støtter mediene befolkningens identitet og tilhørighet. Dette bidrar til det patriotiske aspektet av lokaljournalistikk (Morlandstø og Mathisen, 2022).

I boka *Nyhetsverdier* fra 2002, har også Sigurd Allern kommet fram til at sport er den største kategorien. Den gangen var dekninga på 21 prosent. Sammenlignet med Morlandstø og Mathisen (2022), har Allern (2002) et annet utvalg aviser. Det er aviser med større redaksjoner og dekningsområde. Likevel med 20 års forskjell og forskjellig utvalg, er den største kategorien den

samme. Videre i hans funn, er det økonomi og næringsliv; helse, utdanning og miljø, og kunst og kultur som tar andre-, tredje- og fjerdeplassen med henholdsvis 18, 14, og 12 prosent. Politikk og offentlig forvaltning består av åtte prosent av innholdet, og inntar femteplassen. Trafikk og ulykker, sammen med kriminalitet og rettsvesen, havner på en sjetteplass, og består av sju prosent hver av nyhetene i avisene (Allern, 2002). Morlandstø og Mathisen (2022) påpeker imidlertid at det er enkelte temaer som nesten ikke blir dekket i de lokale og regionale avisene. Det inkluderer arbeidsliv, religion, immigrasjon, forsvar, klima, medier og olje- og energinæringene. Dette blir ansett som tematiske blindsoner (Morlandstø og Mathisen, 2022).

Det er bekymringer for innholdet i lokaljournalistikken (Morlandstø og Mathisen, 2022; Nielsen, 2015). Nielsen (2015) skriver at det har blitt rettet kritikk mot lokalaviser. Det er på grunn av manglende kritiske rapporteringer på komplekse problemer, som rammer store deler av den lokale befolkninga. Lokalavisene klarer ikke alltid å være vaktbikkja mediene skal være (Nielsen, 2015). Dette støttes opp av Morlandstø og Mathisen (2022). I doktorgradsavhandlinga si, skriver Mathisen (2013) at i små lokalsamfunn må journalister være både venn og kritiker, noe som kan bidra til å vanskeliggjøre den kritiske journalistikken.

I lokale medier i Norge er profesjonsverdiene under press, og det er en tendens mot en mer kommersiell tankegang blant journalistene (Olsen, 2018). Målbarheten av lesere og et økende arbeidstempo, har bidratt til en ekstra spenning mellom samfunnsoppdraget og formidling av nyhetsinnhold (Olsen, 2018). Digitaliseringa i form av endrede leserpraksiser og globalisering er to av grunnene til at Olsen (2021) argumenterer for at lokaljournalistikkens rolle er presset. Lokaljournalistikk har en viktig rolle i å formidle gode og dårlige nyheter fra lokalsamfunnet (Olsen, 2021). Samtidig gjør digitaliseringa det vanskeligere å være stedbundet journalistikk (Olsen, 2018, 2021). Lokalkunnskap og fysisk nærvær har lite til felles med en kommunikasjon som er tid- og stedløs, samtidig er lokalforståelsen synkende (Olsen, 2021). Det kan bidra til å utfordre lokalavisers rolle som identitetsskaper, felleskaps- og minneforvalter (Olsen, 2021).

1.3 Oppgavens struktur

Kapittel 1 er dette kapittelet. Det gir en aktualisering og inngang til temaet i oppgaven. Jeg har presentert ulike implikasjoner digitaliseringa har på den journalistiske praksisen, og at oppgaven videre vil ta for seg hvordan digitaliseringa påvirker nyhetsverdiene. Kapitlet gir også et innblikk i hva norsk journalistikk består av, både nå og på starten av 2000-tallet.

I **kapittel 2** blir det teoretiske rammeverket presentert, og dette legger grunnlaget for gjennomførelsen av analysen. Rammeverket har som hensikt å belyse problemstillinga jeg formulerte i kapittel 1.1. Det blir presentert både teori og tidligere forskning, men jeg kommer ikke til å skille dem aktivt. Det er på grunnlag av jeg ikke har tydelige teorier jeg benytter meg av. Jeg presenterer først forskning om hvordan digitaliseringa påvirker arbeidet til journalistene. Deretter kommer jeg til å presentere nyhetsverdiene i kapittel 2.1. Kapittel 2.2 tar hovedsakelig for seg tidligere forskning om hvordan nyhetsverdiene blir påvirket av digitaliseringa.

Kapittel 3 introduserer de metodiske valgene som har blitt gjort i prosessen. Jeg har valgt et kvalitativt forskningsdesign med dybdeintervjuer som innsamlingsmetode. Det kan gi et innblikk i hvordan journalister har opplevd at digitaliseringa har påvirket nyhetsverdiene. Jeg kommer derfor til å beskrive hvordan den gjennomføringa har vært. Det vil si jeg kommer til å gjøre rede for hvordan rekrutteringa og utvalget ble til, arbeidet med intervjuprosessen når det kommer til intervjuguiden, intervjuene, transkribering og tilhørende kodearbeid etterpå. Til slutt vil jeg diskutere forskningens kvalitet med hjelp av kvalitetskriteriene pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet.

Kapittel 4 er selve analysen. Jeg har valgt å dele opp analysen i fem deler, og vektlegger en nyhetsverdi i hver av disse: vesentlighet, identifikasjon, sensasjon, konflikt og aktualitet. Jeg vil derfor gå systematisk gjennom informantenes opplevelser. Sentrale temaer er måleverktøy, lesepreferanser, immediacy, kvalitet og økonomi. Jeg kommer til å drøfte funnene opp mot nyhetsverdiene og relevant forskning som blir presentert i kapittel 2.

Kapittel 5 består av diskusjon og konklusjon. Her vil funnene fra kapittel 4 bli oppsummert, og koblet mer opp mot tidligere forskning. Det vil derfor gi et svar på problemstillinga som er formulert i kapittel 1.1. Samtidig vil diskusjonsdelen bidra til å sette informantenes opplevelser opp mot et større samfunnsmessig perspektiv. Jeg avslutter med forslag til videre forskning og oppgavens begrensninger.

2 Teoretisk rammeverk

Jeg skal i dette kapitlet presentere det teoretiske rammeverket som ligger til grunn for å svare på problemstillinga. Jeg har valgt å ikke skille mellom teori og tidligere forskning. Det er på grunn av jeg ikke tar utgangspunkt i spesifikke eller tradisjonelle teorier. Hva jeg bruker som teori, og hva som er tidligere forskning, er dermed ikke helt adskilt.

Jeg kommer først til å presentere forskning om hvordan digitaliseringa har påvirket journalisters arbeidshverdag. I kapittel 2.1 introduserer jeg fem nyhetsverdier og de tilhørende definisjonene. Nyhetsverdiene blir brukt som et utgangspunkt for analysen i kapittel 4. I kapittel 2.2 blir nyhetsverdiene knyttet opp mot tidligere forskning. Det er forskning som hovedsakelig handler om hvordan journalister opplever at nyhetsverdiene utformer seg annerledes nå, sammenlignet med hvordan de var før nettavisas framkomst. I analysen vil nyhetsverdiene, sammen med innholdet i lokaljournalistikk som ble presentert i kapittel 1.3, være mest framtreddende. Imidlertid vil nyhetsverdiene og den tidligere forskninga gå litt inn i hverandre, både i analysen og diskusjonen.

Digitaliseringa bidrar til en raskere arbeidsprosess

En endring som har kommet med digitaliseringa, er hvordan det journalistiske arbeidet blir utført. Journalistikk på internett blir ofte kjennetegnet med at det er økende fokus på å få lesernes oppmerksomhet med klikkagn og sensasjonelt innhold (Sjøvaag, 2020). Forskjellene har bidratt til konflikter og hierarki mellom tradisjonell journalistikk og internettjournalistikk (Erdal, 2008 referert i Puijk et al., 2021). Journalister som arbeider med sistnevnte er forventet å produsere på flere flater, skrive artikler, ta bilder, og ta opp og redigere videoer (Puijk et al., 2021). Internett har bidratt til at journalister kan publisere nyheter umiddelbart, uansett når på dagen, og fortløpende oppdatere sakene videre. Tidsavgrensninger og leveringsfrister finnes ikke på samme måte som før (Puijk et al., 2021). Det har blitt en vanlig del av journalistisk arbeid, og har på ett vis bidratt til en mer fleksibel hverdag (Saltzis, 2012). Et høyt tempo er ikke et nytt fenomen for journalister, da de har vært vant til å jobbe under press for å nå leveringsfrister (Klinenberg, 2005). Likevel har digitaliseringa bidratt til at tempoet i produksjonen har økt (Gunter, 2003). Det har blitt et økende press på å produsere flere saker på kortere tid, som også gjør at det er færre journalister som faktisk er ute i felten og oppsamler informasjon (Gunter, 2003; Olsen, 2018). Samtidig blir de heller

oppmuntret til å publisere og oppdatere nyhetsartikler før den tidligere, vanlige kontrollen av journalistisk integritet blir gjort (Gunter, 2003).

Flere studier har sett på hvordan journalistenes hverdag har endret seg med framkomsten av digitale verktøy. Andre informasjonskanaler på internett bidrar til å utfordre nyhetsproduksjonen, som gjør at journalister må finne nye måter å beholde kredibiliteten sin på blant forbrukerne (Hayes et al., 2007; Saltzis og Dickinson, 2008). Det har blitt vanskeligere å bli gjenkjent av sitt ferdige produkt, da mange andre aktører kan gjøre den samme kommunikasjonen (Broersma og Peters, 2013; Singer, 2007). På en annen side har digitaliseringa gitt større rom til kreativitet, og mer makt over eget innhold. Samtidig medvirker det økende presset på å publisere flere saker daglig, til en opplevelse av at det er overveldende mye å gjøre på samme tid (Lamark og Morlandstø, 2014; Nygren, 2014; Paulussen, 2012). Det økonomiske aspektet spiller også inn, det har blitt færre medarbeidere, men mer å gjøre. Derfor selv om journalister aldri har hatt så mange verktøy til hjelp i dag, har det likevel blitt vanskeligere å opprettholde standarder som nøyaktighet og verifiserbarhet (Paulussen, 2012; Tandoc Jr. og Thomas, 2015).

Forskning viser til at den nye hverdagen strider mot journalisters egne profesjonelle verdier. Det er en opplevelse av å ikke strekke til, fordi det blir krevd at de lager mer innhold, enn tidligere (Cohen, 2019; Hayes et al., 2007; Saltzis og Dickinson, 2008). Saltzis og Dickinson (2008) argumenterer for at en komplett konvergens er vanskelig å skape på grunn av journalisters motstand til det digitale. Internett er ønskelig hvis det passer inn i egne profesjonelle konvensjoner, men ikke når det skaper radikale endringer i nyhetsarbeidet (O'Sullivan og Heinonen, 2008). Blant annet har det kommet analytiske verktøy som analyserer lesernes engasjement, og som det har blitt knyttet bekymring til for hva det kan gjøre med journalistikken (Lamot og Paulussen, 2020). De argumenterer likevel for at journalister heller velger å minimere de negative assosiasjonene som analytiske verktøy har fått, og ser på det som en berikelse til arbeidet deres (Lamot og Paulussen, 2020).

Redaksjonene skal også tjene penger, og mediehus har lenge levd av inntekter fra reklamer og annonser i papiravisene (Allern, 2002). Nedgang i opplagstall fører til nedgang i økonomien (Sjøvaag, 2020). På den måten tilfredsstilles produksjonen med lave kostander, mindre tidkrevende oppgaver, og uviktige og trivielle nyheter til en rastløs leserskare. Det er til forskjell fra dyre produksjoner og tidkrevende oppgaver som kan slite med å tiltrekke seg nok lesere

(Tandoc Jr. og Thomas, 2015). Videre har det kommersielt blitt viktig å produsere nyheter som *ikke* engasjerer alle leserne. Det har heller blitt mer normalt å lage innhold for spesifikke grupper i samfunnet (Tandoc Jr. og Thomas, 2015). Der har måleverktøy vist seg å være nyttige, fordi de kan avdekke hva som blir mest lest (Harcup, 2015). Imidlertid argumenterer Lamot og Paulussen (2020) at det alltid har vært nødvendig å finne balansen mellom kommersielle og redaksjonelle interesser.

Med nettaviser som kontinuerlig kan bli oppdatert gjennom dagen, gir det også muligheten for journalister til å være påkoblet hele tiden. Domingo (2008) kaller dette fenomenet for immediacy, og det har vært et nøkkelpoeng i diskusjonene når internettnyheter har blitt sammenlignet med tradisjonelle medier. Immediacy beskriver når mediet forsvinner, og brukere «glemmer» at mediet er der. Det vil si når brukerne blir i ett sammen med det som foregår på skjermen (Bolter og Grusin, 1999). Når det kommer til nyheter og immediacy, er ofte TV den første assosiasjonen. 24-timers nyhetssendinger og ekstraordinære hendelser der publikum får være med mens hendelser pågår (Lewis og Cushion, 2009). På denne måten kommer tidligere gjemte journalistiske prosesser fram i lyset, og at det er mindre kontroll i nyhetsformidlinga (Karlsson, 2011).

Immediacy kan derfor bidra til mindre kredibilitet, spesielt hvis det som blir rapportert ikke har blitt bekreftet. Det kan skape en risiko for at avisene sprer misinformasjon (Karlsson, 2011). Videre kan det føre til forvirring blant leserne hvis det er flere versjoner av samme nyhet på kort tid. Dette kan medføre til at det finnes en svakhet i journalisters arbeid på internett, og at journalistikken ikke har samme autoritet som tidligere (Karlsson, 2011). Det er også bekymringer rundt hvorvidt immediacy bidrar til ødeleggelse av den demokratiske sfæren, fordi enkle nyheter blir valgt over de mer avanserte (Lewis og Cushion, 2009). I Lewis og Cushion (2009) blir det beskrevet at 24-timers nyhetsrapportering oppleves som informasjonsrikt, men at det likevel ikke gir tilstrekkelig nok informasjon om virkeligheten: «It may make us feel informed, but it is a lousy way of telling us what is going on in the world» (Lewis og Cushion, 2009, s. 317).

2.1 Nyhetsverdier

Nyhetsverdier kan bli forklart som pressens nyhetsjakt- og vurderinger (Allern, 2002). Det er dette som ligger til grunn for at hendelser blir til store nyhetsbegivenheter, eller ikke (Allern, 2002). Allern (2002) skriver at nyhetsproduksjonen ikke kan ses på som en passiv aktivitet som speiler virkeligheten. Allerede i 1922 prøvde Walter Lippmann å beskrive denne nyhetsselekteringen. I

boka hans *Public Opinion* diskuterte han naturen til nyheter (Paulussen og Van Aelst, 2021). Hans antagelser var at journalistikk ikke er en refleksjon av virkeligheten. Det er heller en kraft av valg og begrunnelser bak, som former den (Harcup, 2015). Allern (2002) og Schultz (2007) argumenterer også for at det blir gjort flere vurderinger når det gjelder verdier og kriterier, før en nyhet blir skrevet om og publisert (Allern, 2002; Schultz, 2007).

Det vil si at mediene alltid dekker et utvalg av det som skjer, men ikke alt (Allern, 2002). I journalistmiljøer blir det ofte nevnt at disse kriteriene finnes naturlig i hver journalist, og at det «sitter i veggene» hos redaksjonene (Allern, 2002). Schultz (2007) argumenterer for at mange journalister har en egen magefølelse på hvilke saker som har en nyhetsverdi. Hva som er en god sak, faller ofte naturlig for dem. Likevel tyder det på at denne magefølelsen stammer fra etablerte verdier (Schultz, 2007).

Harcup og O'Neill har prøvd å formulere nyhetsverdiene (Sjøvaag, 2020). Flere ganger har de testet ut de norske samfunnsforskerne Johan Galtung og Marie Holmbo Ruge sin analyse fra 1965 (Harcup og O'Neill, 2017; Sjøvaag, 2020). Galtung og Ruge var interessert i nyhetsselekteringen av internasjonale nyheter siden de opplevde at ikke alle hendelsene fikk plass i avisene (Paulussen og Van Aelst, 2021; Sjøvaag, 2020). Gjennom den studien kom Galtung og Ruge fram til tolv faktorer som Harcup og O'Neill har tatt inspirasjon av (Sjøvaag, 2020).

Harcup og O'Neills nyeste studie ble publisert i 2017. Sammenlignet med de tidligere undersøkelsene sine, forteller de at nyhetsverdiene nå har endret seg med digitaliseringa (Harcup og O'Neill, 2017). De har dermed formulert nyhetsverdier som inkluderer digitale flater: Saker som passer inn de enkeltes avisers agenda, negativitet, positivitet, eksklusivitet, overraskelse, drama, maktelite, kjendisstoff, underholdning, og delbarhet på sosiale medier (Harcup og O'Neill, 2017). Det norske bidraget fra Østlyngen og Øvrebø (1998) er ikke langt unna de samme nyhetsverdiene som Harcup og O'Neill (2017). Dog er disse verdiene noe eldre, men Østlyngen og Øvrebø (1998) definerer fem verdier. Det er de samme som Schultz (2007) skriver er sterkt forankret i dansk nyhetsjournalistikk. Schultz (2007) viser dermed til at disse nyhetsverdiene er gjennomgående i flere nærliggende land til Norge. Samtidig er hennes artikkel nyere, noe som bidrar med nye perspektiv på de samme verdiene. I analysen kommer jeg til å gå systematisk igjennom disse fem nyhetsverdiene:

- Vesentlighet: *Nyhetene skal en relevans*

- Identifikasjon: *Å kjenne seg igjen i nyhetene*
- Sensasjon: *Mer spektakulært, større nyhetsverdi*
- Konflikt: *Nyhetsinnhold av kontroverser og splid*
- Aktualitet: *Nærhet i tid*

Vesentlighet

Vesentlighet tar høyde for at nyhetene skal ha en samfunnsmessig verdi, altså relevans. Det er likevel slik at vesentlighet er individuelt for hver enkelt leser, fordi de har forskjellige preferanser for hva som er ønskelig å lese om (Østlyngen og Øvrebø, 1998). Nyheter kan derfor enten være moderat vesentlig for mange, eller veldig vesentlig for få (Schultz, 2007). Verdier og holdninger er med å bestemme hvilke nyheter som er vesentlige nok, og det oppleves derfor som vanskelig å se på vesentlighet som et objektivt nyhetskrav (Schultz, 2007; Østlyngen og Øvrebø, 1998). Det er likevel et mønster at trivialiserte nyheter omgår mange lesere. Det gjelder spesielt hverdagslige forhold, fordi det er noe alle er kjent med. For noen oppleves dette som trivialisering av selve nyhetsbegrepet, og det er dermed individuelt om hverdagen oppfattes som vesentlig nok (Østlyngen og Øvrebø, 1998). Imidlertid kan det også anses som arrogant ovenfor leserne å ikke skulle skrive om hverdagsproblemer (Østlyngen og Øvrebø, 1998). I den sammenheng må det påpekes at lokale medier har som oppgave å være både limet og lupen i et samfunn (Mathisen og Morlandstø, 2018; Morlandstø og Mathisen, 2022). Som nevnt, sørger de for patriotisme og tilhørighet, men de skal også følge makta i lokalsamfunnet (Mathisen og Morlandstø, 2019; Morlandstø og Mathisen, 2022). Sjøvaag (2020) skriver at det som skiller vesentlighet i norske lokale og riksdekkende aviser, er nettopp den geografiske aksene, og derfor handler innhold i lokalaviser ofte om lokal infrastruktur. Større aviser fokuserer mer på nasjonale anliggender (Sjøvaag, 2020).

Identifikasjon

Østlyngen og Øvrebø (1998) beskriver identifikasjon i nyhetene, der det foreligger en kulturell eller geografisk nærhet. En annen måte identifikasjon kan omtales på, er derfor «nærhet» (O'Neill og Harcup, 2009). O'Neill og Harcup (2009) skiller også mellom kulturell og geografisk nærhet. Den førstnevnte er at leserne kjenner seg igjen i nyheten, altså at det er familiært. Det geografiske handler om at det er større sjanse for at hendelsen blir rapportert om hvis den er geografisk nærme,

eller det er en tilknytning til stedet der hendelsen skjer (O'Neill og Harcup, 2009). Som regel får leserne ofte en umiddelbar identifikasjon, når nyhetene handler om mennesker. Likevel er mønsteret slik at en hendelse som oppfattes som nært leserne geografisk eller kulturelt, har større nyhetsverdi, og tar forrang foran andre nyheter. Denne nærheten kan også være sosial (Schultz, 2007). Et eksempel er hvis landsmenn blir rammet av uforutsette hendelser på andre siden av jorda, blir også det skrevet om i nyhetene (Schultz, 2007). Det er derimot mindre sjanse for at en hendelse får stor oppmerksomhet, hvis det ikke er like stor sosial nærhet til stede (Schultz, 2007). Identifikasjon ligner også på et annet begrep hos Harcup og O'Neills (2017): relevans. De beskriver det som nyheter om ulike grupper eller land, som blir tolket som kulturelt eller historisk kjent for publikum (Harcup og O'Neill, 2017).

Konflikt

Selv om Østlyngen og Øvrebø (1998) skriver at konflikt er en nyhetsverdi, har de ikke gått mer i detalj på det. Harcup og O'Neills (2017) er mer utfyllende, og beskriver konfliktrelaterte nyheter som hendelser som inneholder kontroverser, argumenter, splid, streik og krigføring. Videre har de en kategori som heter «dårlige nyheter». Dette er hendelser med en negativ tone som omhandler død, skade og tap. Det er det motsatte av deres nyhetsverdi «gode nyheter», som har positive undertoner rundt bedring, feiring, gjennombrudd og seier. Schultz (2007) skriver at konflikt ofte brukes for å konstruere nyhetsverdi. Det betyr å velge ut hendelser og perspektiver som framhever interessekonflikter mellom folk og organisasjoner. Spesielt er det vanlig at politiske nyheter blir bygget opp slik (Schultz, 2007).

Sensasjon

Sensasjonsnyheter er noe som bryter med det vante (Østlyngen og Øvrebø, 1998). Schultz (2007) beskriver det som ekstraordinære og spektakulære hendelser. Nyhetsverdien øker også ut ifra hvor spektakulært det er (Schultz, 2007). Samtidig er denne nyhetsverdien bred i innholdet, og det kan variere fra sensasjonelle fotballseiere til finvær der det egentlig er mest vanlig med regn (Østlyngen og Øvrebø, 1998). Det kan også handle om sensasjonelle harde nyheter om politikk, og de mer tradisjonelle sensasjonelle kategoriene som krim, livsstil og samfunn (Brown et al., 2016). Dette er det samme som Harcup og O'Neills (2017) har listet opp i kategorien «overraskelse». Samtidig har Harcup og O'Neill (2017) en annen kategori som kan gå under sensasjon, nemlig «drama».

Det er nyheter som omhandler dramatiske episoder som utfolder seg. Det kan være ulykker, leteaksjoner, ransakinger, flukt og rettsaker.

Ofte blir sensasjonalisme ansett som en del av tabloidisme, og som en faktor som kan bidra med å true kvaliteten på journalistikk, som igjen kan ha konsekvenser for journalistikkens oppdrag for demokratiet og offentlig debatt (Currah, 2009; Baum, 2003; Macdonald, 1998 referert i Skovsgaard, 2014, s. 201). Andre mener at den tabloide stilen gjør nyheter mindre abstrakt, og mer tilgjengelig for flere (Currah, 2009; Baum, 2003; Macdonald, 1998 referert i Skovsgaard, 2014, s. 201).

Aktualitet

Aktualitet er nærhet i tid. Det betyr at en sak får en kraft ved å bli fortalt på et spesifikt tidspunkt (Østlyngen og Øvrebø, 1998). Et eksempel på det kan være en hendelse som nylig har skjedd (Østlyngen og Øvrebø, 1998). Det kan derfor være aktuelle saker, som ny informasjon (Schultz, 2007). Det er likevel ikke nødvendig at hendelsen har skjedd på forhånd. Østlyngen og Øvrebø (1998) skriver at aktualitet også kan gjelde spådom. Schultz (2007) utdyper det poenget videre med at mediene skaper aktualitet hvis det blir redegjort for framtidige konsekvenser av forskjellige endringer. Det er også et kriterium som endrer seg om det er tradisjonelle eller nyere medier (Schultz, 2007). I nyere tid er det TV-reportasjer som er det beste eksemplet, ettersom reportasjene ofte blir sendt underveis eller etter en hendelse (Fenton, 2010; Schultz, 2007). Tidsspennet har blitt kortere mellom hendelsene og nyhetsrapporteringene (Fenton, 2010). Med digitaliseringa har også nettavisene fått mye av de samme egenskapene som gjør det mulig å publisere hendelser raskt etter at de har skjedd (Fenton, 2010).

Nyhetsverdiene er ikke statisk, og de kan dermed være forskjellig mellom redaksjonene, og endres over tid (Allern, 2002). Noen aviser kan også ha egne prinsipper de følger for å velge ut nyheter, og nyhetsverdiene er derfor en gjenstand som hele tida er opp for vurdering (Østlyngen og Øvrebø, 1998). Nyhetsverdiene kan heller ikke sies å være konstante i størrelse. Østlyngen og Øvrebø (1998) argumenterer for at hva som havner på forsiden, er avhengig av hva annet som har skjedd i samme tidsrom. Blant annet er det nytteløst å publisere store avsløringer hvis det har skjedd ei alvorlig ulykke. Da er det ulykka som får all oppmerksomhet (Østlyngen og Øvrebø, 1998).

2.2 Nyhetsverdier i et digitalt landskap

Hvem som velger nyhetene for hvem, og på hvilket medium, er likeså viktig som nyhetsverdiene som kan være iboende i en potensiell nyhetssak (Brighton og Foy, 2007; Harcup og O'Neill, 2017). Digitale medier bidrar til at tradisjonelle nyhetsverdier er et tema som blir forhandlet på nytt, og at det kanskje til og med kreves en nytolkning av nyhetsverdiene som dem står nå (Lewis og Cushion, 2009). Å vite hva leserne vil lese, er ikke et nytt tematisk område innenfor journalistikken. Dette har alltid vært en viktig oppgave for journalistene. Før ble det gjennomført undersøkelser av et utvalg lesere, og dette ble brukt som forutsetning for hva avisa skulle skrive om (Tandoc Jr. og Thomas, 2015).

Digitaliseringa har bidratt til at analytiske verktøy og leserpreferanser har blitt en større del av hverdagen (Anderson, 2011; Tandoc Jr. og Thomas, 2015). Å ignorere lesernes tilbakemeldinger har blitt vanskeligere, og journalister trenger ikke lenger å gjette seg til hva leserne vil ha (Tandoc Jr. og Thomas, 2015). Sammen med det, og økonomiske utfordringer i redaksjonene, leder det til en tydelig nyhetsselektering som speiler publikumspreferansene (Anderson, 2011; Lee et al., 2014). På den andre siden er lesertallene komplekse. De trenger ikke å reflektere publikums preferanser, men at det heller er nysgjerrighet som gjør at folk klikker seg inn, enn selve nyhetsverdien av saken (Meijer, 2020).

Å alltid vite hva som blir godt lest og ikke, kan påvirke journalisters naturlige magesfølelse. Kulturen rundt klikk bidrar til å undergrave tradisjonelle normer, verdier og profesjonell dømmekraft (Anderson, 2011; MacGregor, 2007; Welbers et al., 2016). Lesertallene har blitt viktigere i nyhetsutvelgelsen blant journalister, fordi høye lesertall skaper økonomiske fordeler (Cohen, 2019; Karlsson og Clerwall, 2013; Vu, 2014). Høye lesertall bidrar også til at det blir jobbet videre med saken for å holde nyheten i live (Karlsson og Clerwall, 2013; Kristensen, 2021; Morrison, 2020). Puijk et al. (2021) skriver at fokuset har forflyttet seg fra antall klikk til lesetid. Det er på grunnlag av det gir flere økonomiske gevinster enn klikk. Derfor velges nyheter som engasjerer, og er godt lest ovenfor noe mindre engasjerende (Puijk et al., 2021). Det kan bidra til at viktig informasjon og nyheter ikke blir dekket, fordi det er mindre populært (Welbers et al., 2016).

Det er ulike meninger om hva måleverktøyene gjør med kvaliteten på journalistikken. Noen journalister mener at det bidrar til en negativ effektiv på nyhetskvaliteten (Fürst, 2020). Andre er

ikke like pessimistiske, og tror heller det skaper et nærere bånd mellom journalister og lesernes interesser og bekymringer (Lamot og Paulussen, 2020). Samtidig gir også måleverktøyene svar. Boczowski (2010) skriver at framkomsten av internett har bidratt til at digitale nyhetslesere interesse tenderer mot innhold som vær, sport, krim, sladder og underholdning. Nyhetshendelser med flest nyhetsverdier til stede, har større sjanse for å bli trykket på av leserne, men det er mer sannsynlig at leserne trykker på nyheter som omhandler nyhetsverdiene nærhet og konflikt (Schaudt og Carpenter, 2009). I følge Schaudt og Carpenter (2009) er aktualitet og kjendisstoff de nyhetsverdiene som leserne er minst interesserte i. Videre kan bilder være med på å formidle og vektlegge flere nyhetsfaktorer som negative, dramatiske eller overraskende nyheter. Nyheter som har potensiale for gode visuelle bilder, kan derfor være en grunn til at en nyhet velges (Caple og Bednarek, 2015). Harcup og O'Neill (2017) argumenterer også for at sosiale medier framover kommer til å bli vektlagt mer i nyhetsutvelgelsen. Videre viser de til at de mest populære nyhetene i sosiale medier er underholdning, og at nyhetene sjelden belyser samfunnsmessige eller demokratiske idealer (Harcup og O'Neill, 2017). Karlssons (2016) studie viser til at det er prosentnedgang i dekninga av politikk, forretning og samfunnsmessige problemer fra 2007 til 2012 på svenske og britiske nettaviser. Karlsson (2016) argumenterer for at årsaken er økende tabloidisme. På den andre siden viser studien også at det har blitt mindre dekning av hendelser, krim, og delvis underholdning. Karlsson (2016) tror at grunnen kan være at det er vanskeligere å tjene penger på raske nyheter.

Presset av å publisere fortene og målingene fra måleverktøyene, har bidratt til at det tenkes mindre på kvalitetsjournalistikk (Usher, 2014). Til forskjell fra Karlsson (2016), argumenterer Lewis og Cushion, 2009; Usher, 2014, 2018) at det medvirker til økende fokus og oppdateringer på sensasjonell krim og tragedier, fordi det gjør det bra på trafikktallene. Hartley (2013) opplevde i sin observasjonsstudie at det ble en euforisk stemning blant nettjournalister når det dukket opp en hendelsessak. Likevel er det en tvetydighet blant journalistenes oppfatning av dette arbeidet. Ikke alle er helt enige i nødvendigheten av å dekke alt (Usher, 2018). Usher (2018) argumenterer for at journalistene opplever det som nedgang i kvaliteten på eget journalistisk arbeid, samtidig som de ser at god, undersøkende og gjennomarbeidet journalistikk ikke får like høye lesertall. Det finnes også antagelser blant journalister der de mener at papiravisa har større ambisjon om kvalitet, og at det er bedre journalistikk (Burggraaf og Trilling, 2020; Hartley, 2013)

Det er en økende bekymring for hva raske publiseringer kan gjøre med kvaliteten av nyhetsinnholdet, og at det oppleves som en rask løsning blant journalistene (Lamark og Morlandstø, 2014; Lewis og Cushion, 2009; Nygren, 2014; Quandt og Singer, 2009). I Usher (2018) sin studie er det oppfatninger om at samfunnsviktige nyheter er mindre interessante: «It's disheartening to see there is nothing you can do to make Afghanistan interesting» (Usher, 2018, s. 29). På den andre siden er det en forståelse av at hendelsesnyheter bør prioriteres, slik at avisene ikke blir irrelevante (Usher, 2018). Framveksten av digital teknologi har også bidratt til at det er en økende betydning av å være det første mediehuset som publiserer en nyhet (Hartley, 2013; Ittefaq, 2018). Det kan bidra til at mediehuset klarer å få oppmerksomheten til leserne først. Det forårsaker til at det handler om å få tak i informasjonen, og at det tenkes mindre på den faktiske kvaliteten av informasjonen (Ittefaq, 2018). På den andre siden, mener andre at immediacy-effekten ikke er et problem for kvaliteten på journalistikken, og at det å være mer tilgjengelig og relevant hos publikum, er en positiv utvikling (Zeller og Hermida, 2015).

Oppsummert har digitaliseringa bidratt til nye måter å gjøre journalistisk arbeid på. Det har blitt nye flater og ny teknologi. Det er bekymringer for hva det kan gjøre med de profesjonelle verdiene og normene til journalister, og selve journalistikken. Noen tror det kan bidra til å undergrave dem, mens andre mener at mediene alltid har vært avhengige av å kombinere redaksjonelle og kommersielle ønsker. Definisjonene av nyhetsverdiene med inspirasjon ifra norske, danske og britiske nyhetsmedier holder seg relativt konstant.

2.3 Hva vil min oppgave bidra med

Det er generelt lite forskning på lokaljournalistikk (Mathisen og Morlandstø, 2018). Det betyr også at det er få som har belyst hvordan nyhetsverdiene blir påvirket av digitaliseringa i lokaljournalistikk. Enda mindre der nyhetsverdiene blir brukt som en del av det teoretiske rammeverket. Det er mer forskning på digitaliseringas innvirkning på nyhetsverdiene i utenlandsk journalistikk. Jeg mener derfor at min oppgave kan bidra til å sette den samme konteksten på lokaljournalistikk i Norge, samtidig som oppgaven setter søkelys på endrede nyhetspraksiser i lokalaviser. Det vil gi en pekepinn på hvordan lokaljournalister i Norge opplever digitaliseringa, og hvordan det påvirker deres forhold til nyhetsverdiene og arbeidet som gjøres.

3 Metode

Jeg skal i dette kapittelet presentere, forklare og diskutere de metodiske valgene jeg har gjort underveis, mens jeg har jobbet med masteroppgaven. Denne oppgaven er basert på et kvalitativt forskningsdesign. Det har ledet meg til et datagrunnlag med utgangspunkt i intervjuer som jeg presenterer i dette kapittelet. Det vil si at jeg forklarer rekruttering og utvalg, men også går grundigere inn på hvordan intervjuprosessen var, hvordan jeg har brukt analysemetoden «Applied Thematic Analysis», som har lagt grunnlaget for hvordan transkriberinga foregikk, og hvordan kodinga ble utformet. Informantenes anonymisering er viktig, og jeg vil vise hvilke grep jeg har gjort for å sikre den. Avslutningsvis demonstrerer jeg hvordan oppgaven forholder seg til forskningas kvalitet, i lys av kriteriene pålitelighet, gyldighet og generalisering.

3.1 Kvalitativ forskningsdesign

Som sagt, har denne oppgaven et kvalitativt forskningsdesign med intervjuer. Det ble et naturlig valg å velge kvalitativ over kvantitativ, fordi jeg er interessert i journalisters synspunkter og opplevelse av hvordan digitaliseringa i norske lokalaviser har foregått. Spesielt i sammenheng med nyhetsverdiene, men også hvilke endringer det har bidratt til i deres eget arbeid. Kvalitativ forskningsmetode brukes til å utforske virkelighetsforståelsen til det som det forskes på. I forhold til kvantitativ forskningsmetode, er det i større grad muligheter til få utdypet hva som ligger til grunn for informantenes forståelse, selv om både kvalitativ og kvantitativ samfunnsforskning er ute etter folks forståelser (Tjora, 2021). Kvalitativ forskning har ofte en induktiv tilnærming. Det vil si at den er eksplorerende, og drevet av empiri (Tjora, 2021). Samtidig skriver Tjora (2021) at det ofte i forskning er en kombinasjon mellom teori og empiri. Jeg har brukt nyhetsverdiene som inspirasjon, spesielt i utarbeidelsen av intervjuguiden, som viser til den kombinasjonen. Jeg går nærmere inn på intervjuguiden i kapittel 3.2.2.

3.2 Datainnsamling

3.2.1 Semistrukturerte dybdeintervjuer

Gjennomføringen av intervjuene var semistrukturerte dybdeintervjuer. Det vil si at jeg hadde en intervjuguide som veiledet meg, men jeg fulgte den ikke nøyaktig. Målet ved et semistrukturert intervju, er å skape en fri samtale rundt et tema som forskeren har bestemt på forhånd (Thagaard, 2018; Tjora, 2021). Det er ønskelig at intervjuet varer rundt en time (Thagaard, 2018; Tjora, 2021). Fordelen med dybdeintervju er at de gir innsikt i erfaringer og nyanseringer i opplevelsene til informantene (Tjora, 2021). I min forskningsinteresse og -situasjon, kan intervjuer dermed anses

som fruktbare for å innhente informasjon. Samtidig er det viktig å understreke at dybdeintervjuer kun gir informasjon om informantens subjektivitet. Det vil si deres egne tanker om endringer som har skjedd, og hvordan de selv har opplevd det. Det kan likevel gi en større forståelse for sammenhenger i et samfunnsmessig perspektiv (Tjora, 2021). En annen fordel med semistrukturerte intervjuer, er at det gir en mulighet for oppfølgingsspørsmål, og at det lar informanten komme inn på andre tema (Tjora, 2021). Dette gir grunnlag for svar på faktorer jeg som forsker ikke nødvendigvis har tenkt på, da intervjuguiden ble til. I mange dybdeintervjuer er det ofte følsomme og vanskelige temaer som blir tatt opp (Tjora, 2021). For meg gjelder ikke det i særlig stor grad. Det overordnede temaet i oppgaven kan ikke sies å være sensitivt. Det er på grunnlag av at de personlige opplevelsene jeg er ute etter, omhandler ikke følsomme eller traumatiske hendelser.

I forkant av intervjuet sendte jeg ut et samtykkeskjema som informantene signerte. På dette sto rettighetene deres angående anonymisering, og at de kunne trekke seg både før, underveis, og etter at intervjuet var slutt. Alle intervjuene ble gjennomført via kommunikasjonsplattformen Microsoft Teams, foruten ett. Det oppsto problemer med Teams, og det ble dermed gjennomført over telefon. På grunn av oppgavens tema, anser jeg det ikke som et problem at intervjuene ble gjort digitalt istedenfor fysisk. Jeg begrunner mitt valg av digitale intervju først og fremst på grunn av geografiske avstander. Det hadde ikke vært overkommelig å reise til ni forskjellige steder i Norge. Tjora (2021) skriver at dybdeintervjuer over telefon egentlig bør unngås. Blant annet fordi kroppsspråket ikke er tilgjengelig for verken forsker eller informant (Tjora, 2021). Likevel snakket jeg med en engasjert informant som hadde gode svar. I et digitalt intervju over Teams med kamera blir også deler av kroppsspråk borte. Derfor, både over telefon og Teams, byttet jeg ut nikk og den tydelige øyekontakten, med å svare bekræftende på det som blir sagt. Jeg var også bevisst på å prøve og unngå ladede svar. Av den grunn sa jeg ofte «ja» der det ville vært naturlig for meg å nikke i en fysisk situasjon. Jeg tror likevel at kroppsspråket hadde betydd mer hvis temaet hadde vært mer sensitivt.

Intervjuene ble tatt opp, som det er flere fordeler med. På den måten mister ikke forskere verdifulle data, som kan skje hvis det enten blir tatt håndskrevne notater, eller at analysen baserer seg på minnet (Guest et al., 2012). Det gir også mulighet til å følge med på informanten, istedenfor å

konsentrere seg om datainnsamlinga. Det er viktig at informantene er klare over opptaket (Tjora, 2021). Alle informantene ble informert om at intervjuet ville bli tatt opp, noe alle aksepterte.

Som forsker er det viktig å være bevisst på sin rolle i intervjuet. Som jeg allerede har nevnt, er ikke temaet mitt sensitivt. Det betyr at fortroligheten mellom meg som forsker, og informanten, opparbeides raskere, og at det ikke blir lagt like stor vekt på (Thagaard, 2018). Samtidig er det fortsatt viktig at maktbalansen mellom oss er lik, slik at det ikke skal være en påvirkende faktor for dataen (Thagaard, 2018). I mitt tilfelle føler jeg at det ble unngått naturlig. Informantene har selv gode erfaringer med intervjuer, og langt mer erfaring på dette feltet enn meg. Det gjorde at balansen mellom oss ble god. Alle intervjuene varte mellom 50 minutter, og litt over en time. Foruten to, som varte i henholdsvis 35 og 40 minutter. En utfordring for mitt tema kan være retrospektiv. Det handler om at informantene må huske på hvordan ting var for lenge siden, og at det kan være vanskelig å huske korrekt. Under ett av de korte intervjuene, var det eventuelt det retrospektive som kom til syne. Jeg opplevde at det var få refleksjoner på spørsmålene jeg stilte.

3.2.2 Intervjuguiden

Nyhetsverdiene til Østlyngen og Øvrebø (1998) og Harcup og O'Neill (2017), ble brukt som inspirasjon når intervjuguiden skulle utarbeides. Spørsmålene tar derfor utgangspunkt i disse, men likevel på et langt mer trivielt nivå. Det er for å få fram nyanseringene rundt aspektene som ligger i hver nyhetsverdi. «Om nyhetsverdiene har endret seg», kan i seg selv være en egen problemstilling. Samtidig tilpasset jeg dem i en lokal kontekst, og slo derfor sammen enkelte. Hovedspørsmålene er derfor delt inn i fire deler: Aktualitet; positive, negative og kritiske saker; sensasjon, og identifikasjon. Som sagt, kvalitativ forskning kan ofte være drevet av en kombinasjon mellom teori og empiri (Tjora, 2021). Jeg brukte nyhetsverdiens definisjon som inspirasjon, men jeg hadde ikke i forkant oppsøkt tidligere forskning om dem.

Nyhetsverdiene bidro til at intervjuene fikk noen rammer (Tjora, 2021). De fire temaene opererer som individuelle tema. Thagaard (2018) skriver at en slik utforming passer godt når det på forhånd er bestemt hvilket tema intervjuet skal handle om. Jeg opplevde det som hensiktsmessig for meg, fordi jeg hadde kontroll på hva jeg skulle spørre om for å få den informasjonen jeg ønsket. På grunn av at det ble kort tid mellom ferdigstillinga av intervjuguiden og det første intervjuet, fikk jeg ikke mulighet til å ta et testintervju. Samtidig har jeg gjennomført forskerintervjuer før, og føler jeg har fått med meg noen erfaringer fra disse. Det første intervjuet kan likevel anses som en

gjennomkjøring, og dette bidro til at jeg kunne justere intervjuguiden til videre intervjuer. I intervjuene i ettertid, brukte jeg konsekvent begrepet kritisk istedenfor negativ, angående hvordan nyheter blir ladet. Dette på grunnlag av at jeg opplevde at den første informanten ikke omtalte nyheter som negative, men heller som kritiske.

I utarbeidelsen av intervjuguiden hadde jeg også fokus på atmosfæren i intervjuet. Det var viktig for meg å skape en avslappet stemning mellom meg og informantene. I oppvarmingsdelen inkluderte jeg derfor spørsmål om informantene, og deres bakgrunn og arbeid i dag. I avslutningsdelen, la jeg til et spørsmål om journalistikkens framtid, samt påminning om rettighetene man har som informant. Intervjuguiden er lagt ved som vedlegg 1.

3.2.3 Rekruttering av journalister og redaktører

Før jeg begynte arbeidet med masteroppgaven, sendte jeg inn en søknad til Sikt - Kunnskapssektorens tjenesteleverandør (Tidligere Norsk senter for forskningsdata (NSD)). Jeg søkte på grunnlag av at jeg skulle samle inn og behandle personopplysninger. Alle som skal samle inn opplysninger om personer, er pliktige til å melde ifra om det (Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, u.å.). Sikts jobb er å sørge for at data og personopplysninger som skal samles inn, blir behandlet lovlig og lagret trygt. I søknaden forsikret jeg om at jeg kun lagrer innsamlet data på NTNU sin lagringsplattform. Jeg oppga også hvilke personopplysninger jeg skulle samle inn, samt at etter levering av masteroppgaven vil all innhentet data bli slettet. Søknaden min ble godkjent 22. desember 2022.

Som nevnt, ønsket jeg å få innsyn i et spesifikk aspekt av den norske lokaljournalistikken. En begrensning for oppgaven, er tidsaspektet og oppgavens omfang, det var ikke mulig for meg å inkludere flere teknologiske, økonomiske og samfunnsmessige perspektiver enn nyhetsverdiene. Det betyr at jeg heller ikke hadde mulighet til å inkludere flere aktører innenfor mediene eller publikum, selv om det kunne gitt flere synspunkter. Derfor har jeg rekruttert lokaljournalister.

Det er mange aviser som er lokalaviser. Noen er store, mens andre er mindre. Jeg rekrutterte bevisst ikke de store. Det vil si lokalaviser fra Norges største byer, eller aviser med høye abonnementsstall. Bakgrunnen for valget handler om at mange av de store avisene har større kapasitet for satsing og ressurser, og jeg oppfattet at de ofte konkurrerer med de store landsdekkende avisene. Jeg var mer interessert i opplevelsene til journalister på mindre steder, og de som kanskje ikke har like gode ressurser som de største. Den viktigste forutsetninga for oppgaven var erfaring. Det mest

avgjørende kriteriet var derfor at informantene skulle ha lang fartstid i bransjen, og helst så tidlig som 1990-tallet. Jeg tenkte i startfasen at hvilke aviser informantene kommer fra, ikke betydde så mye så lenge avisa ikke var for stor. Likevel, utover rekrutteringsfasen innså jeg at det var hensiktsmessig å velge informanter fra aviser med tydelig satsing digitalt. Dette var på grunnlag av at jeg ønsket så gode data som mulig. Utvalget kan dermed sies å være strategisk, men det må påpekes at de aller fleste norske aviser er sterkt preget av det digitale, og det er fåtallet som ikke har satset digitalt.

Jeg rekrutterte informanter via e-post ved at jeg tok kontakt med redaktører i lokalaviser. Jeg utarbeidet en tekst med kort informasjon om oppgavens tema, og redaktørene henviste meg til aktuelle journaliser i avisa. Selv om jeg hadde klare kriterier, baserte det seg dermed på tilgjengelighet. I en strategisk utvelgelse blir framgangsmåten ofte slik at informantene blir valgt ut, fordi de er tilgjengelig for forskeren (Thagaard, 2018). Av den grunn kan tilnærminga også anses å være snøballmetoden, fordi jeg henvendte meg til redaktører som jeg ønsket at skulle sette meg i kontakt med sine aktuelle ansatte (Thagaard, 2018). Det bidro til at informantene var så tilfeldige som mulig.

Selv om jeg sendte e-posten flere ganger, opplevde jeg at flere redaktører ikke svarte på e-posten. Det var heller ikke alltid jeg fikk svar av journalistene jeg ble henvist til. Derfor resulterte det med at jeg kontaktet 29 ulike redaktører. Det er verdt å nevne at noen ikke kunne bidra, fordi redaksjonen ikke hadde ansatte med tilstrekkelig nok erfaring, selv om de ønsket å bidra. Likevel endte jeg med ni informanter fra ulike lokalaviser rundt omkring i Norge, og intervjuene ble gjennomført i februar og mars 2023. Jeg mener at utvalget er stort nok, da jeg opplevde et metningspunkt når det nærmet seg de siste intervjuene (Thagaard, 2018). På grunn av metninga var planen å avslutte intervjufasen på intervju åtte, men to av de siste intervjuene ble litt korte. Jeg følte heller ikke at jeg kunne være sikker på at metninga faktisk var der, og dermed bestemte jeg meg for å rekruttere en informant til et niende intervju. Vedkommende bekreftet metninga.

Jeg er spesielt fornøyd med at jeg har representanter fra alle landsdelene i Norge. I et helhetlig bilde trodde jeg likevel at prosessen med å rekruttere kom til å bli noe enklere. Samtidig innser jeg også at jeg er heldig som hadde mange aviser å velge mellom, selv om jeg hadde noen tydelige kriterier.

3.2.4 Utvalget av informanter

Av de ni informantene er fire journalister, mens resterende fem er redaktører. Jeg opplevde at mange av dem som hadde nok erfaring i avisene var redaktører, men som tidligere selv har vært journalister. Redaktørene var oppdaterte på hvordan avisa håndterer digitaliseringa, og de hadde gode refleksjoner rundt hvordan det var den gangen de var journalister. Tre av informantene er kvinner, mens resterende er menn. Med tanke på tida disse journalistene begynte sin arbeidskarriere, er det ikke unaturlig at flere erfarne journalister er menn. I 2021 var 47 prosent av ansatte i redaksjonelle medier i Norge kvinner (Mediebedriftenes Landsforening, 2021). Det omtales som en stigende utvikling (Mediebedriftenes Landsforening, 2021).

Redaktørene beskrev at de har en varierende hverdag, som inneholder både administrativt og journalistisk arbeid. De jobber bevisst mot å gjøre journalistene bedre, og sørger for at avisene følger sine egne strategier, samt klarer å gjennomføre målsettingene som er satt. Flertallet av journalistene har spesifikke temaer som sine fokusområder. Nyheter om politikk og helse går spesielt igjen. Samtidig ble det nevnt at alle bidrar der det trengs, og på andre nyheter som kommer opp.

Informant	Alder	Stilling i avisa	Antall år erfaring	Abonnementer i avisa
Ørjan	46	Redaktør	28 år	Ca. 8000
Nina	57	Journalist	39 år	Ca. 4000
Stein	47	Journalist	27 år	Ca. 6000
Natalie	62	Journalist	36 år	Ca. 8900
Nils	56	Redaktør	39 år	Ca. 5000
Vegard	54	Redaktør	36 år	Ca. 6700
Øyvor	66	Journalist	Ca. 49 år	Ca. 12 000
Øystein	55	Redaktør	35 år	Ca. 6700
Martin	44	Redaktør	25 år	Ca. 8600

Tabell 1

I analysen har jeg gitt alle fiktive navn. Forbokstaven stammer fra hvor avisene er lokalisert: Øst-, Sør-, Vest-, Midt-, eller Nord-Norge. Selv om det er mulig å si et nøyaktig tall om hvor mange abonnenter avisene hadde i andre halvdel i 2022, har jeg her kun valgt et anslag for å beskytte

anonymiteten til informantene (Se tabell 1). Disse tallene er hentet fra Mediebedriftenes Landsforenings opplagstall (u.å).

Flere av informantene var relativt unge da de begynte som journalister. Noen tok deretter utdanning, mens andre har vært i jobb siden de startet. I tabell 1 blir erfaringa regnet fra første gang de jobbet i en avis. Øyvor fortalte at hun fikk sin første jobb i lokalavisa mens hun gikk på gymnasiet (videregående skole). Jeg har dermed antatt at hun var 17 år da hun begynte, og derfor valgt å skrive ca. 49 års erfaring.

3.3 Dataanalyse

Denne oppgaven bruker «Applied Thematic Analysis» (ATA) som analysemetode, noe som er en tematisk analyse. Tematiske analyser krever mye involvering og tolkning av forskeren. ATA er egentlig «litt av alt», med innhold både fra grounded theory, positivisme, hermeneutikk og fenomenologi (Guest et al., 2012). Til forskjell fra andre tematiske analyser, er ikke hovedmålet med ATA å bygge teori. Sammenlignet med fenomenologi, tillater ATA også å tolke samfunnsmessige og kulturelle fenomener, ikke bare subjektive menneskelige opplevelser (Guest et al., 2012).

3.3.1 Transkribering

Alle intervjuene ble fullstendig transkribert, noe som Tjora (2021) anbefaler at blir gjort. Spesielt i tematiske analyser er normen ordrette transkriberinger (Guest et. al, 2012). Når det kommer til selve transkriberinga, skriver Tjora (2021) at det er viktig å være så detaljert som mulig. Det kan særlig gi informasjon om informantene er usikre. Jeg har derfor inkludert alle halve setninger og tenkepausene til informantene. Alle informantene har fått tilgang til transkriberinga av deres intervju, hvis det var ønskelig.

I kvalitativ forskning, er det å anonymisere et etisk aspekt å ta hensyn til. Når det gjelder transkribering knyttes det til hvordan dataen blir presentert (Tjora, 2021). Jeg har derfor transkribert på bokmål, og alle dialektord og typiske kjennetegn er fjernet, i tillegg er alle stedsnavn anonymisert. Tjora (2021) vektlegger at informantene ikke skal komme til skade på noen slags vis. Ved å fjerne dialekter, deres ekte navn og konkrete geografiske tilknytninger, mener jeg det er vanskelig å vite hvem den enkelte er, fordi det er mange lokaljournalister og -aviser i Norge. På grunn av anonymiseringen er det flere historier om hvordan redaksjonene har håndtert hendelser som jeg har valgt å ikke bruke. Det er på grunnlag av at hendelsene er såpass dramatiske

og kjente, at det kunne bidratt til gjenkjennelse av avisene og informantene. En begrensning i dataanalysen, er derfor at jeg ikke får anvendt faktiske historier som informantene har fortalt. Samtidig er det viktig å beholde anonymiteten til informantene, selv om de historiene kunne gitt et enda rikere innblikk i forskjellene på hvordan redaksjonene jobbet operativt før og nå. Det vi si et mer konkret bilde på hvordan hendelser som skjedde før, hadde blitt løst i dag.

3.3.2 Koding av data

ATA kan brukes med flere analytiske teknikker, og er designet for å identifisere og utforske nøkkeltemaer fra data på en måte som er både transparent og troverdig. Det er opptil forskeren selv å bestemme hvordan kodinga skal foregå (Guest et al., 2012). Det er en av styrkene til ATA, og bidrar til at den analytiske jobben skjer på en rask, transparent og etisk måte. Disse kodene blir organisert i kategorier som gjør at nyanseringer og nøyaktige representasjoner fra intervjuene blir synlig (Guest et al., 2012). Det er likevel viktig å sette visse grenser for å gjøre funnene mer nøyaktig. Kodeboka er dermed en kritisk komponent av ATA, fordi dataen blir systematisk sortert. På denne måten dannes det et bilde av hvilke meninger som dataen faktisk inneholder, og bidrar til at dataen blir redusert og mer fokusert (Guest et al., 2012). Som ellers i en induktiv tematisk analyse, er det også slik i ATA at kategoriene ikke er forhåndsbestemt. De blir til mens forskerne koder (Saldaña, 2013). Dette bidrar til å oppdage sentrale temaer underveis, men også temaer som egentlig ikke er relevante (Guest et al., 2012).

Jeg valgte å bruke analyseverktøyet Nvivo for å kode, og lage kodebok. Verktøyet har vært til stor hjelp i å holde orden på mye data, og det har på en lettvinnt måte hjulpet meg med å finne de mest sentrale temaene fra intervjuene. Det ble under kodeprosessen veldig tydelig hvilke temaer informantene hadde mest tanker om. Under den første kodinga ble det mange kategorier, men etter flere runder med redusering, ble det til fem overordnede temaer med noen kategorier hver. Fordi nyhetsverdiene er gjennomgående i oppgaven, ble det naturlig at disse ble valgt ut som det. Kategoriene er dermed; vesentlighet, identifikasjon, konflikt, sensasjon og aktualitet. Som vist i tabell 2, har jeg gitt noen av kategoriene underkategorier som går nærmere innpå hvordan nyhetsverdiene påvirker egenskapene til nyhetsverdiene.

Vesentlighet	
Identifikasjon	Mindre refererende journalistikk Geografisk nærhet
Konflikt	
Sensasjon	Nærhet i sensasjonelle nyheter Hendelsesnyheter er vesentlig
Aktualitet	Problemer med aktualitet i hendelsesjournalistikken

Tabell 2

3.4 Oppgavens kvalitet

Jeg skal i dette kapittelet se på kvalitetskriteriene pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet. Det gir en indikator på kvaliteten i selve forskninga (Tjora, 2021). I all forskning vektlegges det å skape troverdige resultater (Tjora, 2021). Jeg skal derfor redegjøre for kvaliteten i denne oppgaven.

Pålitelighet, gyldighet og generalisering

Pålitelighet baserer seg hovedsakelig på at det skal være en intern logikk i forskninga, og at det er en sammenheng i hele prosjektet. Det gir derfor en formening om hvor pålitelig dataen er (Tjora, 2021). Ved en intern logikk, kan en annen forsker som hadde gjort den samme oppgaven med de samme metodene, få samme resultat som denne oppgaven (Thagaard, 2018). Det er derfor viktig å være åpen om forkunnskap som kan påvirke resultatet (Tjora, 2021). Gyldighet baserer seg på at funnene i forskninga faktisk er svar på problemstillinga som er stilt. Det skal dermed være en logisk sammenheng (Tjora, 2021). Åpenhet om oppgaven bidrar også til at det er mulig at andre kan si noe om oppgavens presisjon (Tjora, 2021). Det blir styrket ved å vise hvordan forskninga blir praktisert basert på spørsmålene som blir stilt, og det teoretiske ståstedet i oppgaven (Tjora, 2021; Thagaard, 2018).

Med tanke på forhåndskunnskap, har jeg selv journalistisk erfaring, og mest sannsynlig hadde jeg bevisste og ubevisste antagelser på forhånd. Jeg sørget derfor alltid for at jeg ikke stilte ledende spørsmål til informantene. På den andre siden hadde jeg lite kunnskap om forskninga på feltet. Jeg la også opp til at informantene fikk snakke fritt. Samtidig sørget jeg for at alle spørsmålene i intervjuguiden ble besvart av alle informantene.

Jeg har vært åpen om alle de metodiske valgene som er tatt, som bidrar til transparens i oppgaven (Tjora, 2021). Gjennom hele forskningsprosessen har nyhetsverdiene vært til inspirasjon for hvordan forskningsdesignet har blitt valgt ut. Problemstilling, intervjuguide og analyse har også blitt bygd opp av nyhetsverdiene. Det skaper derfor en rød tråd mellom de ulike delene. Mellom intervjuene og analysen har det blitt gjort en del fortolkningsarbeid. Jeg har derfor beskrevet hvordan intervjuene ble utført, transkribert og kodet. ATA har et ganske åpent forhold til selve datagenereringen, og hvor kodinga behandles. Der har Nvivo vært nyttig, og bidratt til innsikt om sentrale temaer i hvordan digitaliseringa har påvirket nyhetsverdiene. Pålitelighet i kvalitativ forskning oppleves derfor som problematisk, fordi det er vanskelig å forholde seg statisk gjennom hele forskningsprosessen (Tjora, 2021). Derfor baserer tidligere forskning seg på digitalisering av journalistikkens praksis og nyhetsverdier som styrker intervjuene som kun kan fortelle noe om informantenes opplevelser.

Det leder videre til en generell begrensning med kvalitativ metode. Nemlig at funnene ikke trenger å være gyldige for noen andre enn informantene i denne oppgaven. Generaliserbarhet handler hovedsakelig om hvorvidt funnene i forskninga kan overføres til andre grupper eller resten av befolkninga, og noe som er et mål i samfunnsforskninga. Målet er å komme fram til funn som kan være relevant i andre sammenhenger (Tjora, 2021; Thagaard, 2018). Jeg har snakket med ni journalister eller redaktører rundt omkring i Norge. Det finnes over 200 aviser i Norge, og enda flere journalister. Utvalget mitt kan derfor anses som lite i forhold til antallet journalister som egentlig finnes. Det betyr at en generalisering ikke er gjeldende i min oppgave. Likevel kan det gi et innblikk i hvordan lokaljournalister opplever endringene i det journalistiske arbeidet, med utgangspunkt i digitaliseringa og nyhetsverdiene. Det kan brukes som et bidrag til videre forskning på samme forskningsområde, samtidig som det kan belyse nyanser som andre undersøkelser ikke har klart å fange opp.

4 Nyhetsverdier under påvirkning av måleverktøy

Dette kapittelet består av analysen av dataen som har blitt samlet inn. Som nevnt, på grunn av omfanget av oppgaven, kommer jeg ikke til å ta for meg alle forhold. Oppgaven vil derfor fokusere på hvordan informantene har opplevd at digitaliseringa har påvirket nyhetsverdiene. Analysen er delt opp i fem kategorier som baserer seg på nyhetsverdiene som ble introdusert i det teoretiske rammeverket; vesentlighet, identifikasjon, konflikt, sensasjon og aktualitet.

Likevel før nyhetsverdiene blir systematisk gått igjennom, vil jeg i kapittel 4.1 gi et grunnleggende innblikk i hvordan digitaliseringa påvirker arbeidshverdagen til journalistene. I 4.2 og 4.3 begynner analysen av nyhetsverdiene, og kapitlene omhandler nyhetsverdiene «vesentlighet» og «identifikasjon». De vil ta for seg hvordan journalistene opplever at lesernes preferanser i mer betydelig grad styrer nyhetene, og hva dette betyr for det faktiske innholdet i avisene. Kapittel 4.4 gir en innsikt i nyhetsverdien «konflikt», og hvordan digitaliseringa har endret forholdet mellom positive og kritiske nyheter. Videre i kapittel 4.5 går jeg inn på nyhetsverdien «sensasjon». Det vil gi et bilde på en mer nøyaktig nyhetsdekning; hendelsesnyheter. Til slutt, i kapittel 4.6 ser jeg på nyhetsverdien «aktualitet». Det handler om hvordan digitaliseringa muliggjør at nettavisene kan skape en annen aktualitet. Samtidig som det blir vist hvordan det skaper utfordringer for journalistikken.

Jeg kommer underveis i analysen til å knytte funnene mine opp mot definisjonene på nyhetsverdiene, og deler av det teoretiske rammeverket som ble presentert i kapittel 2. Det gir en grundigere forståelse av hvordan digitaliseringa har påvirket nyhetsverdiene.

4.1 Mer stress i en digital arbeidshverdag

Funnene fra denne studien viser at digitalisering påvirker flere aspekter av journalistikken. Ett av dem er strukturen på arbeidet, som har blitt påvirket av at leveringsfristene har forsvunnet. Informantene forteller at leveringsfrister i sin tid var stressende å forholde seg til. Klinenberg (2005) argumenterer også for at journalistene har vært vant til å arbeide under press som følge av leveringsfristene. Selv om den delen av arbeidet har forsvunnet, forteller informantene at dagene ikke av den grunn har blitt roligere. Det handler i større grad om å være mer koblet på enn tidligere. Før tok alle steg i prosessen mye lengre tid, og med digitaliseringa har det blitt en effektivisering som betyr at det blir tid til flere arbeidsoppgaver. Det er i tråd med Gunters (2003) argument om at digitaliseringa bidrar til økende press på å produsere mer på mindre tid.

Svein har 27 års erfaring, og jobber som frontjournalist. Han dekker derfor hovedsakelig hendelsesnyheter eller enkle nyheter, fordi det er enklest å kombinere med stillinga. Han tror økt produksjonsmengde gjør journalister mindre effektive: «Selv er jeg sånn laget at jeg jobber best når det koker litt, men du prøver jo å holde tunga rett i munnen når det koker sånn at det ikke skal gå utover ting, men det gjør nok det». At det har blitt mer å gjøre på samme tid, demonstrerer også Pujik et al. (2021). De skriver at journalister er forventet å jobbe med flere saker, men samtidig produsere og redigere bilder og videoer (Pujik et al., 2021). Natalie begynte som journalist i 1987, og beskriver tida før nettavisa som en roligere hverdag. Nå dekker hun hovedsakelig nyheter som oppstår dag til dag, og helserelaterte nyheter.

Det var et stress den gangen å rekke deadline, og ting som skulle være med i papiravisa, men alt trengte ikke å være med i papiravisa. Det var et roligere liv på en måte [...] Sånn at det er mange ting som har gjort at vi fått tid til overs, og derfor kan vi nå gjøre andre ting. – *Natalie*.

4.2 Vesentlighet

Allern (2002) og Schultz (2007) argumenter for at hvilke nyheter som får plass i avisene, sjelden er en passiv beslutning. Ofte er det slik at avisene har etablerte verdier som følges (Schultz, 2007). Vesentlighetsprinsippet i nyhetsverdiene tar opp at folk har forskjellige preferanser for hvilke nyheter som er ønsket (Schultz, 2007; Østlyngen og Øvrebø, 1998). Informantene forteller at vesentligheten har endret seg med digitaliseringa og framkomsten av nettavisene. De forteller at de tidlig ble kjent med nettavisa. Noen av redaksjonene begynte allerede på 1990-tallet å ta i bruk en digital versjon av avisa, mens de fleste startet tidlig på 2000-tallet. Da nettavisa meldte sin ankomst hos lokalavisa, var Natalie vaksjef. Når det gjaldt nettavisa, besto jobben hennes av å legge inn nyhetsinnhold som allerede hadde vært i papiravisa, eller sørge for at det automatisk ble lagt inn noen saker. Nils, som begynte som redaktør i 2001 etter å ha vært journalist i samme avis siden 1984, fikk det øverste ansvaret i den tida da nettavisa ble etablert. Han beskriver at det var en redsel for at nettavisa skulle bli for populær. Det kunne ødelegge for papiravisa, fordi det var der pengene ble tjent inn.

Når jeg overtok i 2001, papir i 2001, hadde vi egentlig lagt et løp for nett. Også var det åtte-ni saker et par år, ikke sant. Du var jo livredd å ramme din egen avis, ikke sant. Også

var vi fullskala nettavis i løpet av noen få år. I 2005 så kom jo smarttelefon, og da var det fullt kjørt. Ja, vi er egentlig vært veldig på, tidlig på, sånn stort sett. – *Nils*.

I dag beskriver informantene en hverdag hvor produksjon av nettavisa er hovedoppgaven, og papiravisa er et tilleggsmateriale. Det har blitt en nedgang av frekvensen til papiravisene, fordi leserne har blitt med over til det digitale. Å få en full oppdatering i papiravisa er ikke lenger mulig. Natalie forteller: «Så nå er det motsatt. Hvis du vil ha en full oppdatering på hva som skjer, må du følge med på nettavisa».

Det kommer fram blant flere av informantene at redaksjonene jobber mot å nå yngre lesere og flere kilder. Informantene forteller at det handler om å sikre avisenes framtid ved at flere yngre leser den, og dermed legges det opp til en større variasjon av kilder. Dette støttes også opp av Harcup (2015), som argumenterer for at det å lage innhold for spesifikke grupper er av kommersielle interesse. Endringa kommer imidlertid ikke uten konsekvenser. Den største andelen av avisleserne består av eldre lesere, men informantene forteller at de ikke er like fornøyde lenger. De er misfornøyde både med at avisene har forflyttet seg til nett, og med nyhetsproduktet som blir laget. I lys av informantene, kan det virke som de eldre ikke opplever lokalavisa si som vesentlig i like stor grad lenger. Ørjan, som er redaktør og holder styr på det administrative til avisa, forteller at de bruker å ha en telefonundersøkelse årlig. Der kommer det fram at eldre lesere ikke er opprømte over nåtidens avisprodukt.

Vi ringer 400-500 hvert år, og det er kun eldre som svarer. Og de er stort sett misfornøyde med produktet vi lager nå, fordi at vi har beveget oss i et nytt landskap og lager et helt annet produkt enn hva vi gjorde for mange år siden. – *Ørjan*.

En viktig endring fra papir til digital avis, er at journalister i dag kan måle hvilke nyheter leserne er mest engasjerte i. Informantene forteller at utvelgelsen av nyheter har blitt mer analytisk, og det har blitt viktigere å velge de nyhetene som skaper best lesertall. Ørjan opplever det som en fordel: «Bransjen har blitt mye mer analytisk, og har fått mye mer kjennskap til hva flest mulig vil ha, så det er vel den fordelene med å flytte fra papir til digitalt at man får mer riktige svar». På den andre siden har det bidratt til at journalistene selv blir mer målt. Vegard har siden 2007 vært redaktør i flere aviser, og hans første erfaring som journalist var etter overstått skolegang på videregående skole. Han beskriver en hverdag, som til forskjell fra da han selv startet, som er preget av at journalistene er avhengige av å få publisert nok, og skape gode lesertall. Derfor opplever han at

nyhetsinnholdet har blitt enklere, både for å rekke over flere nyheter og tiltrekke seg flere og yngre lesere.

Videre forteller informantene at det tidligere var journalistene selv som bestemte hva de skulle skrive om. Det ble dermed gjetting blant journalistene om hva de trodde leserne syntes var vesentlig. Informantene påpeker derfor at omfanget nyhetene skal ha, har endret seg med hjelp av måleverktøy. Før digitaliseringa var det større nyheter som ble prioritert. Det betydde at trivielle hendelser i lokalmiljøet ikke fikk like stor plass i avisene. Det har det blitt ei endring på nå. Natalie mener at journalister tidligere var mer overlegne med å ta tak i hverdagsproblemer. Hennes opplevelse av vesentlighet er i tråd med det Østlyngen og Øvrebø (1998) skriver, nemlig at å unngå og skrive om hverdagsproblemer kan oppleves som arroganse for leserne.

Det er kanskje litt å banne i kirka, men jeg tenkte i alle fall når jeg begynte i journalistikken for alle de år siden at vi journalister kanskje var litt arrogante i det utvalget vi tok av saker. Vi var kanskje litt, ikke så flinke til å sette oss ned i leseren da, eller folks sitt nivå. –
Natalie.

I dag er det en oppfatning blant informantene om at de mest leste nyhetene, er det som antas som mest vesentlig for leserne. Det bidrar til at redaksjonene blir mer kyniske i nyhetsutvelgelsen. Spesielt på travle dager, er det enklere å produsere nyheter som de vet gjør det bra på nettavisa. Natalie beskriver det slik: «Men vi er mer kyniske som de dagene der det sitter få folk rundt bordet på grunn av ferie, sykdom og sånn her. Da vet vi at det er sakene som går best vi må gripe fatt i».

Informantene forteller at lesertallene har bidratt til at det er noen temaer som blir dekket mindre enn de ble tidligere. To av disse er kultur og sport. Til motsetning, når det kommer til sport, er det ingenting i tidligere forskning som tyder på det. Både Allern (2002) og Morlandstø og Mathisen (2022) konkluderer med at sport fortsatt er den største kategorien med god margin. Morlandstø og Mathisen (2022) skriver at kultur består av seks prosent av nyhetsinnholdet, mens Allern (2002) kom fram til 12 prosent, som viser en nedgang. Når det gjelder informantenes oppfatninger av disse to kategoriene, samt politikk, er det spesielt den refererende journalistikken som ikke lenger blir like godt lest hos avisene. Det har bakgrunn i at det menneskelige blir vektlagt av leserne. Informantene beskriver refererende journalistikk der det brukes informasjon som det blir rapportert om fra andre kilder. Det kan gjelde resultater i sport eller i politiske vedtak. Det menneskelige bidrar dermed til at det blir fokus på å lage egenprodusert innhold, og spesielt bør sakene inneholde

case med personlige vinklinger. Casejournalistikk blir videre utdypet i kapittel 4.3.1. Ørjan forteller at en av forklaringa til denne endringa, kommer av at leserne allerede vet resultatet før det kommer i avisa.

Som for eksempel sport da, som man alltid fløy rundt og dekket resultatvinklinger, og kanskje kom avisa ut et par dager etter fotballkampen var spilt, såne saker er jo helt ute nå. Det vil ikke folk ha, det blir ikke lest. Det blir sett på TV-en, folk har lest det ti andre steder før det kommer i lokalavisa. Så det er mye mer personlig preg, kanskje mer hva som skjer utenfor banen eller kultursalen. – *Ørjan*.

Det bekymrer Nils at det oppleves som at sport og kultur har blitt mindre interessant. Han mener det er journalistenes oppgave å gjøre kultur og sport spennende. Han forteller at hans redaksjon også har gått ned på antall sportsjournalister, men de har likevel ei satsing på sport og kultur. En av årsakene for satsinga kommer av at han ofte opplever sport og kultur som vesentlig for yngre lesere.

Vi er også veldig opptatt av å beholde en del ting som mange har forlatt. Da tenker jeg på kultur, som er kjempeviktig for oss. Også har du sport, og kanskje da spesielt aldersbestemt sport som da mange har forlatt. [...] Kultur har blitt løftet opp, og anmelderi og dekning av konserter. Den såne typer ting. – *Nils*.

Hos avisa der Svein jobber, blir ikke sportsjournalistikk prioritert ettersom at det har dårlige lesertall. Det er dermed varierende blant informantene hvor vesentlig sportsjournalistikk oppleves, og hvordan lesertallene tolkes. At det fortsatt i 2022 var den største nyhetskategorien, er interessant med tanke på at enkelte informanter opplever det som en kategori journalister har forlatt, mens andre ikke dekker det på grunn av dårlig engasjement fra leserne. Svein forteller at de har blitt mer selektive:

Og sportsdekninga er vi også litt mer sånn selektive hva vi skriver om, det er jo noe med hva vi bruker ressurser på, ikke sant. Hvis de ikke leser det, er det på en måte ikke noe vits å bruke så mye tid på det. Det er jo mye saker om femte divisjon håndball ikke sant. Det er jo ikke viktige ting. – *Svein*.

Informantene har også en opplevelse av at det var større aksept for å skrive om tyngre nyheter før. Martin har minst erfaring blant informantene, men har vært redaktør i ett år. Han hevder at politikk

er et av temaene som det i mindre grad blir jobbet med, fordi det er lesetid og lesertall som er viktigst, og der når ikke politikk helt opp. Martins opplevelse kan støttes opp av Karlsson (2016), som påpeker at det nettopp har blitt mindre politikk i avisene.

Vegard er redaktør med 36 års erfaring, og opplever at journalistikken har blitt mindre høytidelig som konsekvens av digitaliseringa. Han argumenterer for at lettbeinte nyheter kan ødelegge for samfunnsoppdraget, og er kritisk til tankegangen om at klikk bestemmer nyhetsinnholdet. Han ønsker ikke å lage fordummende innhold, som han synes mange aviser gjør i dag. Det er allerede nevnt at det har blitt viktigere med trivielle hverdagsnyheter. Lewis og Cushion (2009) argumenterer for at hvis enkelt nyhetsinnhold blir valgt istedenfor mer avansert nyhetsinnhold, kan det skade den demokratiske sfæren. Selv om leserne føler seg informerte, er de ikke informerte om de mest kritiske nyhetshendelsene (Lewis og Cushion, 2009). Vegards redaksjon velger heller å legge ut færre saker, som til gjengjeld har mer tyngde. Av informantene, er redaksjonen til Vegard den eneste som spesifikt går inn for å gjøre dette. På ett vis kan det sies at han til dels lever etter tankegangen om at det er journalistene som bestemmer vesentligheten på nyhetsinnholdet. Anderson (2011), MacGregor (2007) og Welbers et al. (2016) argumenterer for at måleverktøyene kan påvirke journalisters valg av nyheter. Det er lite som tyder på at det gjelder i Vegards tilfelle, som i større grad følger sine egne eller redaksjonens profesjonelle verdier.

Det er til forskjell fra flertallet av informantene at lesertall blir brukt som en pekepinn på hva de skal skrive om. Ørjan argumenterer likevel for at bransjen er klart bedre i dag. Dette begrunner han med at digitale verktøy har gitt journalistene flere muligheter, men også at journalistikken faktisk har blitt bedre – blant annet gjennom hvordan sakene blir presentert på nettsida. Han tror det kommer av at det stilles større krav til journalistene i dag, enn det ble gjort tidligere.

Bransjen er jo vesentlig bedre nå enn for 20-30 år siden, med det digitale produktet, med de mulighetene man har. Ser jo bare mer avanserte saker med rollefortellinger, masse mer fakta inni sakene, og så videre. Rett og slett masse bedre journalistikk også. Så bransjen har gått framover. – *Ørjan.*

Det er derfor forskjellige oppfatninger om hva som skjer med kvaliteten til journalistikken. Flere er enige med Ørjan. Natalie tror at presset journalister har i dag, gjør dem bedre. Øyvor er den informanten med mest erfaring, og hun mener at den eneste forskjellen er hvilket medium innholdet publiseres på. Selv dekker hun mest nyheter som skjer, og nyheter om politikk.

I dette kapitlet har jeg sett på hvordan digitaliseringa har bidratt til flere endringer i vesentligheten. Den mest markante endringa er at informantene i dag bruker måleverktøy som bidrar til at interesse og engasjement kan måles. Det har spilt en rolle i nyhetsselekteringen, og det er en opplevelse av at det er mer trivielle nyheter i nettavisa enn når papiravisa hovedsakelig sto for nyhetsformidlinga. Det er også en antagelse om at det har blitt mindre nyheter om politikk, kultur og sport. Det er varierte meninger om hvordan dette påvirker kvaliteten, og noen mener økning av myke nyheter kan bidra til nedgang i kvaliteten. Samtidig er det flere muligheter som kan styrke det journalistiske arbeidet.

4.3 Identifikasjon

I forrige kapittel ble det undersøkt hvordan journalistene har opplevd at vesentligheten har blitt forandret i takt med digitaliseringa, og det har allerede blitt påpekt at dekninga av det trivielle har blitt mer framtreddende i avisene. Mye handler om å sette seg inn i hva leseren ønsker, istedenfor hva journalistene tror de vil ha. For informantene er det mange av nyhetene som engasjerer leserne, som var uventet. Øystein er redaktør, og har 25 års erfaring som journalist. Han beskriver at det ble oppdaget at leserne ville ha jordnære nyheter. Spesielt har nyheter som omhandler næringsliv, bolig, bildeserier og menneskemøter blitt populært. Ørjan forteller at dette innholdet vektlegges fordi det blir godt lest: «Vi skriver mindre om disse fagfelt som ikke blir lest, og vi skriver mer saker som blir lest av mange, og en del andre ting og tang som vi ikke skrev så mye om før».

Selv om Allern (2002) viser til at økonomi og næringsliv sto for 18 prosent av dekninga i avisene for 20 år siden, oppfatter likevel informantene at næringsliv er et tema som har fått større vesentlighet i avisene gjennom digitaliseringa. Ifølge informantene går næringslivssaker bedre nå enn før, spesielt de som omhandler lokale nyetableringer og konkurser. Lokalaviser har som formål å skape patriotisme, tilhørighet og identitet i lokalsamfunn (Mathisen og Morlandstø, 2019). Det kan tyde på at optimistisk næringslivsjournalistikk er en måte å skape patriotisme på fordi det framhever oppløftende hendelser i lokalsamfunnet. Hovedsakelig er informantene positive til næringslivssaker, men Øyvor har en annen holdning. Hun opplever det som en registrering.

Det blir litt sånn der, jeg pleier å fleipe noen ganger liksom «er det en frisør som har flyttet ti meter» skal vi liksom ha en liten sak på det, selv om det er ikke journalistikk. Det er bare en registrering. – Øyvor.

Øystein og Natalie forteller at informasjonen fra måleverktøyene viser at leserne heller vil lese om lokale nyheter. «Det er renteøkning i Norges Bank, men hvis det er noen som har åpnet nytt gatekjøkken eller at det er noe sånt, eller en lokal person som har starta interiørblogg, så trumfer det altså» (- Øystein). Av den grunn kan det sies at det handler om identifikasjon, og tanken om at det er større sjanse for at leserne identifiserer seg med nyheter som har en geografisk nærhet til stedet (O'Neill og Harcup, 2009; Schultz, 2007; Østlyngen og Øvrebø, 1998). Basert på informantenes formening, er det ikke nødvendig å skrive om store nasjonale eller internasjonale nyheter i lokalavisene. Det er viktigere å få svar på anliggender som skjer i nærområdet. Øystein tror det handler om at nasjonale eller internasjonale nyheter blir for abstrakt.

Mennesker liker å kunne være delaktig i ting de forstår noe av og kan ha en mening om. Eller ikke forstå da, altså at de forstår liksom «jeg forstår ikke at kommunen ikke får ordnet det gatelyset». Mens derimot viktige ting som at gasseksporten til Tyskland for eksempel, det blir liksom så stort da. – Øystein.

Informantene utpeker nyhetsinnholdet «bildeserier» som et nytt nyhetsinnhold, som har sitt utspring i nye digitale verktøy. Det er et nyhetsinnhold som det oppleves misnøye med, blant annet fordi selve journalistikken forsvinner. Øyvor beskriver det som en registrering, men at det tilgjengelig er populært. Det tyder på at avisleserne synes det er relevant. Samtidig kan det sies at nærhet spiller en rolle. Ifølge informantene blir bildeseriene ofte tatt på arrangementer i lokalsamfunnet. Det kan derfor være en forventning om at noen av personene på bildene kan være kjentfolk, eller at en selv har vært der. Informantene forteller at bildeserier er populært hos leserne under 40 år, og Ørjan beskriver at dette er en av kategoriene som eldre leserne irriterer seg over, fordi de ikke opplever det som godt nok innhold. Når det kommer til selve utførelsen av arbeidet med bildeserier, forteller informantene at det som regel er de yngre, mindre erfarne journalistene som tar seg av det. At det er en misnøye ovenfor bildeserier blant informantene, kan tyde på at de egentlig er enige med eldre lesere om at bildeserier egentlig ikke er vesentlig nyhetsinnhold eller relevant for journalistisk arbeid.

4.3.1 Mindre refererende journalistikk

Måleverktøyene har gitt innsikt i hvilket innhold leserne vil ha, men informantene forteller at det også gir informasjon om hvilket innhold som ikke fungerer. Som nevnt, har det blitt viktigere med det menneskelige møtet. Nyhetsverdien identifikasjon handler også om at nyhetene skal ha en form

for kulturell nærhet. Leserne skal kunne kjenne seg igjen (Østlyngen og Øvrebø, 1998). At informantene opplever en tydelig vesentlighet for det jordnære, kan tyde på at identifikasjon har blitt en mer framtrædende nyhetsverdi i lokalaviser. Som nevnt i kapittel 4.2, den oppfattede interessen for jordnære nyheter har også vist viktigheten av case- og konsekvensjournalistikk. Det er ikke tilstrekkelig med referering. Informantene forteller at de må møte folk, for å fortelle om de faktiske konsekvensene fra lokalpersoners perspektiv. Det er i strid mot Gunters (2003) argument om at digitaliseringa bidrar til at det er færre journalister ute i felten. Det virker heller som om det har blitt en viktigere del av arbeidshverdagen. Blant annet må politiske vedtekter som skjer i kommunene, vinkles mot hvilke konsekvenser det har for lokalbefolkninga. Natalie beskriver at det handler om å gjøre saken mer fengende: «Vi er blitt mye mer oppmerksomme på at vi må ha caser for å belyse sakene våre, så det er mye mindre kjedelig».

Informantene opplever at det var mindre av casejournalistikk i avisa før digitaliseringa. Deres formening om hvorfor det har blitt sånn, er at digitaliseringa har gjort dokumenter og møter på internett tilgjengelig for alle. Natalie påpeker derfor at det før var nødvendig med mer refererende journalistikk. Lokalavisa var den eneste måten å bli informert hva som skjedde på møter, uten å måtte stille personlig opp. «Det var et viktig oppdrag den gangen, eller så måtte du selv oppsøke rådhuset og bla i de dokumentene, eller be om de få de tilsendt» (- Natalie).

Imidlertid har Nina en annen tilnærming, og tror at har blitt mindre tid til å gjennomføre menneskemøtene. Hun har vært journalist i 39 år, og hun jobber mest med politikk. Hun synes fortsatt at det er for mye referatjournalistikk i avisene. Hun mener at det kommer av at avisene er nødt til å publisere kontinuerlig, noe som gjør at det blir mindre tid på hver sak. Videre forteller hun at det er for få journalister i hennes redaksjonen til å rekke over alt. Det er i tråd med Gunters (2003) antagelser om at digitaliseringa har bidratt til journalister er mindre blant folk. Samtidig opplever hun det som positivt at nettavisa gjør det enklere å koble sammen referat og konsekvens med hyperkobling. Det gjør at det derfor er enklere å likevel skape en sammenheng, selv om konsekvensjournalistikken ikke blir publisert samtidig som referatet.

4.3.2 Geografisk nærhet

Informantene er tydelige på at det leserne helst vil lese, er lokale nyheter. Det er et element som ikke har endret seg i digitaliseringa, og ingen av informantene forteller at dekningsområdene deres har blitt større. Redaksjonene til informantene er alle en del av et konsern, og det gir dem mulighet

til å bruke andre aviser i samme konsern, sitt innhold. Hvordan denne bruken er, og blir tatt imot, er varierende. Å ta innhold fra andre aviser i Norge gjøres med stor bevissthet. Slik forklares noe av avisers bruk av nyheter fra andre steder: Det må helst ha en forbindelse med, eller omhandle, eget lokalsamfunn. Det stemmer med argumentet til Schultz (2007), om at nyhetsrapporteringer fra andre steder betyr at det ligger til grunn en sosial nærhet til stedet eller nyheten. Det viser enda en gang hvor viktig identifikasjon er, selv i et digitalt landskap.

Et eksempel som informantene bruker, er hvis en person opprinnelig er fra dekningsområdet, men har gjort seg bemerket andre steder i landet som derfor har fått avisoppslag der. Det gjør det aktuelt å bruke den nyheten. Nina forteller at hennes avis i en periode prøvde å bruke nyheter fra andre deler av fylket, som ikke hadde noen betydning for avisas dekningsområde. Det ble ikke tatt godt imot av leserne, noe som også gir en pekepinn at identifikasjon fortsatt handler om at nyhetene i lokalavisa må være gjenkjennelig for dem som bor der.

Det var en periode i vår nettavis vi prøvde liksom å hente inn, altså vi tenkte at distriktet vårt ville vite mer som hva som skjer i regionen rundt oss også [...] Men det er ikke noe som folk her har lyst til å lese noe om. – *Nina*.

Derimot forteller Ørjan, Øystein og Øyvor at leserne i avisa er interessert hendelser i nabokommunene. De jobber i aviser som har tilhørighet i pendlekommuner, og beskriver at leserne er interesserte i deler av det som foregår i nabokommunene. Pendlerkommuner ligger også nærme hverandre, som også støtter opp Østlyngen og Øvrebøs (1998) forutsetning om at geografisk nærhet bidrar til at det er større sjanse for at nyheter blir rapportert om. De tre informantene forteller blant annet at hvis det skjer noe trafikalt, er det ofte interessant for pendlere. Natalie forteller også at avisa kan ta saker fra nærliggende områder som har en annen lokalavis, fordi det er mange fra hennes dekningsområde som har hytter der.

Likevel på et helhetlig plan, tyder det på at det er viktig å være påpasselig med hvilket innhold fra andre aviser redaksjonene bruker. Ørjan argumenterer for at slikt innhold hjelper hans redaksjon, spesielt fra et økonomisk perspektiv, fordi det skaper lesertall til avisa. Samtidig mener han at det bidrar til mer kvalitetsjournalistikk. Også informantene som deler dekningsområde med aviser fra samme konsern, opplever flere fordeler med å kunne dele nyhetsinnhold med hverandre. Likevel er det en bekymring for å bruke for mye innhold fra andre aviser, og at det kan føre til at leserne ikke opplever avisene som lokale nok. Svein og Vegard er dermed overrasket over at det ikke har

vært noen reaksjoner på at andre avisers innhold blir brukt, men tror at en av grunnene kan være at avisene ikke bruker det så ofte. Vegard forteller at det er viktig å framstå som lokal.

Det er fortsatt sånn at vi er en lokalavis hvor 99 prosent av innholdet skal være lokalt, ikke sant. Sånn at du skal ikke ha disse «Norge rundt»- sakene, vi har ikke en til dagen en gang. Det har vi ikke. Så vi er egentlig veldig bevisste på at vi skal framstå som lokale i omtrent alt vi holder på med. – *Vegard*.

Til forskjell fra Vegard, forteller Øyvør og Øystein at de ofte bruker gode historier fra andre områder i landet, og tror at det er med å løfte deres avis. De er likevel påpasselige med hvilke saker det er. For dem betyr det at de fleste sakene fra andre aviser ofte er forbrukersaker eller menneskehistorier, og disse blir som regel godt lest. Forbrukersaker er ofte relevante for alle. Det gjør at selv om det ikke direkte fyller opp kravene til identifikasjon i et lokalsamfunn, kan det være relevant for enkeltpersoner. Til tross for at det har blitt flere måter å fylle opp nettavisa på, gjøres det ikke i så stor grad. Øystein tror det handler om at folk abonnerer på lokalavisa for å lese om lokale nyheter.

Altså hovedgrunnen til at man holder, betaler dette lokalavis-abonnementet er jo det lokale, men samtidig så er det også sånn at det finnes veldig mange gode lesesaker, så det blir kanskje litt mer at man velger kanskje noe av det mest mer kuriøse. – *Øystein*.

Dette kapittelet viser hvordan identifikasjon og nærhet har blitt mer framtrødende. Nettavisa har bidratt til at det har oppstått nytt nyhetsinnhold. Næringsliv på et lokalt plan har blitt viktigere, mens bildeserier har ikke vært teknologisk mulig tidligere. Informantene forteller også at det har blitt mindre referatjournalistikk. Casejournalistikk har fått en økende betydning, fordi det sterkere tydeliggjør konsekvensene av politiske vedtekter eller gir et mer personlig preg til nyheter som tidligere var preget av referat. Det er fortsatt viktig med lokal tilhørighet i nyhetene, og det tyder på at nærheten til lokalsamfunnet står sterkt selv om det er på digitale flater informasjonsformidlinga foregår.

4.4 Konflikt

Alle informantene deler oppfatninga om at avisene klarer å opprettholde en blanding av positive og kritiske nyhetssaker i avisene. På et generelt grunnlag, har det blitt rettet kritikk mot lokalaviser og deres manglende rapporteringer på komplekse problemer (Nielsen, 2015). Øystein forteller at

hans redaksjon er påpasselige med hvilke kritiske nyhetssaker de rapporterer om. «Hovedpoenget mitt er vel at som lokalaviser har man noen hensyn man må ta, som kanskje liksom de store slipper da. De kommer kanskje inn og legger et lokalsamfunn i ruiner, og så forsvinner de igjen». Det kan støtte Mathisens (2013) påstand om at det kan være vanskelig å skille rollen som venn og kritiker i en lokal sammenheng. Overordnet, påpeker informantene likevel at de er kritiske hvis det er nødvendig. De forteller at det handler spesielt om å være kritiske til dem som styrer kommunene og politikken.

Når det kommer til digitaliseringa, er det likevel en antagelse blant informantene om at det var mer kritisk innhold før nettavisa kom. I avisa til Natalie ble antagelsen bekreftet, da de gjennomførte en undersøkelse på det. Der ble det oppdaget at innholdet i avisa besto av mer positive nyheter enn kritiske. Det er ikke rollen som venn eller kritiker som oppleves som grunnen til antagelsen om at det er mer positive nyheter enn kritiske. Vegard tror at overvekta av positive nyheter stammer fra at journalistene for 15 år siden var eldre og mindre redd, men som konsekvens av digitaliseringa tror han journalistikkutdanninga i dag vektlegger at produksjonen av innhold skal være stor. Det tror han fører til at journalistikkstudentene er opplært til å være lettvinne. Øyvor opplever at sosiale medier har fått større innpass i journalistikkutdanninga, og at det derfor fokuseres mer på positivt innhold blant de nyutdannede journalistene. Det kan stemme overens med Harcup og O'Neill (2017) som viser til at de mest populære nyhetene på sosiale medier er underholdning.

Videre argumenterer Øyvor for at tidsressursene er en av forklaringene til at konflikthylte nyheter blir dekket i mindre grad nå enn før. Selv om digitaliseringa har tilgjengeliggjort mulighetene til å få tak i dokumenter og brev enklere, opplever hun at det er for få ressurser til at gravejournalistikk på kritiske temaer kan bli gjennomført i like stor grad som det er ønskelig. Mye av arbeidet handler om å produsere og publisere mye. Det samsvarer med Gunter (2003), som argumenterer for at journalister blir oppmuntret til å produsere flere nyhetssaker fordi tempoet har økt. Det kan resultere i en ekstra spenning mellom nyhetsinnholdet og samfunnsoppdraget til lokalavisene (Olsen, 2018). Øyvor forteller at hun og kollegaene prøver å være grundigere, men at tiden ikke strekker til.

På nettet i dag skal man jo på en måte, man må tenke mye mer innhold. Det er ikke så mye graving, men på hvert morgenmøte snakker vi jo om at vi skal gå grundigere inn i saker. Så kollegaene mine er jo bevisste på det, men vi rekker på en måte ikke. – Øyvor.

For Vegard er gravejournalistikk selve kjernen til samfunnsoppdraget. Som den eneste av informantene, forteller han at det alltid er et pågående graveprosjekt i redaksjonen. De andre informantene uttrykker at det er ønskelig med mer av det, fordi det skaper interesse. Blir noe i lokalsamfunnet avslørt, vekker det engasjement hos lokalbefolkninga. Gravejournalistikk kan dermed gå under nyhetsverdien konflikt, på bakgrunn av at det ofte handler om kontroverser, argumenter og splid (Harcup og O'Neill, 2017). Informantene opplever at det var mer konfliktrelatert innhold i papiravisa, enn i dagens digitale landskap. Likevel er bruken av caser mer framtrepende i dag enn før, og journalistikk om hvordan endringer får konsekvenser for lokalbefolkninga, er vektlagt. Er det en negativ konsekvens, kan det det anses som en konfliktrelatert nyhet. Spesielt hvis det er vedtak som lokalbefolkninga er uenige i, og som kan bidra til flere synspunkt. Det kan ses på som kritisk journalistikk, og at bruken av caser forsterker det. For Nina er det viktig å belyse konsekvensene.

Så det har vært viktig for meg, altså når jeg har vært i de møtene, har jeg tatt sakene videre, og belyst det i lokalsamfunnet. Når de beslutter at barnehageprisene skal opp eller ned, så har jeg gått i barnehagen og spurt foreldrene; «hva betyr det for lommeboka di?». – *Nina*.

At positivt innhold har gode lesertall, forteller informantene også er en av årsakene til at det skrives mer om positive nyheter. Likevel tror Nils at effekten positive nyheter har, er undervurdert: «Jeg tror nok vi undervurderer på en måte sprengkraften på populære, altså hyggelige saker». På en annen side, mer positive nyheter kan bidra til å skade den demokratiske sfæren (Lewis og Cushion, 2009) Det kan bety at det skaper ei dreining i nyhetsutvelgelsen; at det kuriøse blir antatt som viktigere enn demokratiske nyheter (Lewis og Cushion, 2009). Vegard, som spesielt er opptatt av gravejournalistikk, påpeker at det er viktig å ikke avvise kuriøse nyheter helt.

Av type «fant dametruse i postkassestativ», som noen faktisk har laget. Det er klart at når du lager en sånn en sak med en sånn en tittel, så vet du at denne ble jo kjempegodt lest, men du ble jo ikke akkurat smartere av å lese saken. Men du får gjerne ekstra smil med deg på veien, og det skal du ikke kimse av heller altså. – *Vegard*.

Dette kapittelet viser at det er ei oppfatning om at avisene klarer å opprettholde en blanding mellom positivt og kritisk nyhetsinnhold. Det er likevel en antagelse om at det tenderer mer mot positive nyheter. Det blir påpekt at det er for lite ressurser til å drive gravejournalistikk, sosiale medier har

blitt viktigere, og positivt innhold blir godt lest. På den andre siden har det blitt en økning av casejournalistikk, som kan bidra til mer kritisk journalistikk.

4.5 Sensasjon

Med overgangen fra papiravis til nettavis, forteller informantene at en av de mest markante endringene i nyhetsjournalistikken, er hendelsesnyhetene. Informantene påpeker at det alltid har vært hendelsesnyheter. De forteller likevel at det som kjennetegner hendelsesnyheter i dag, startet med utviklinga av nettavisene. Måten det blir utført på har endret seg drastisk de siste 12 årene. Øystein forteller at det terrorangrepet 22. juli ble en øyeåpner.

Jeg tror nesten at vi kan si at det var kanskje, jeg vet ikke om det var den første, men det var i hvert fall i forbindelse med 22. juli, Utøya og Regjeringskvartalet. Da tok vi virkelig i bruk alle, hele verktøykassa i det digitale universet [...] Det hadde vært tidligere, men det var vel da vi kanskje liksom så den enorme kraften i nett på en måte. – *Øystein*.

Informantene forteller at hendelsesnyheter gradvis har fått høyere status i nettavisene. Martin uttrykker at flere av hendelsesnyhetene i dag, tidligere hadde lavere status: «At det som hadde litt sånn i papiravis-tida litt sånn lavstatus type trafikkhendelser, det har fått mye høyere status nå, det tror jeg nok er riktig å si». Slike nyheter går under nyhetskategorien «sensasjon», fordi det bryter med det vanlige. På en annen side, selv om en ulykke ikke er forutsett, vet alle at det kommer til å skje en eller annen gang. Likevel oppleves det som dramatisk når det skjer. Det støttes også opp av Harcup og O’Neills (2017) nyhetsverdi, «drama». Den baserer seg på når dramatiske hendelser utfolder seg, blant annet ulykker. Informantene forteller at når en dramatisk hendelse oppstår, har det blitt såpass viktig at alt annet blir skjøvet til side. Det handler om å få dekket hendelsen bra nok. Ørjan tror hendelsesnyheter kommer til å bli viktigere i tida framover: «Jeg tror jo vi beveger oss bare mer og mer mot den der løpe mot klokka og hendelsesnyheter».

Temposkiftet kan bidra til at nyhetsartikler ikke går igjennom kontrollen på journalistisk integritet (Gunter, 2003). Det har Øystein opplevd, spesielt hvis varselet opplyser om feil sted, og avisa allerede har publisert nyheten. Hadde nyheten blitt publisert i papiravis, hadde det vært større sjanse for at det ble rettet på, fordi det journalistiske arbeidet tok lengre tid. Likevel er den overordnede oppfattelsen blant informantene, at det er en styrke, enn en kvalitetsbrist at nettavisene kan oppdateres fortløpende. Mulighetene for å faktisk dekke hendelsessaker har blitt enklere. Digital teknologi har bidratt til bedre verktøy, og gjør det mulig å dekke hendelsene mer

løpende. Det muliggjør direkte rapportering fra hendelsen med mobilen, som å ta bilder og videoer. Samtidig er det enklere for tipsere å sende inn bilder. Fordi kommunikasjonen har blitt bedre, opplever Vegard at dekninga av hendelser har blitt mer komplett.

I likhet med det nye innholdet «bildeserier», er det heller ikke journalistene med mest erfaring som hovedsakelig arbeider med hendelsesnyheter. Svein forteller at han ofte må rapportere om ulykker, som regel fra kontoret som frontjournalist. Selv om selve nyhetene kan forklares under nyhetsverdien sensasjon, har han et annet forhold til det. Som en fersk journalist var det en opplevelse av sensasjon og adrenalin, men med mer erfaring har han fått en mer avslappet tilnærming til det. Med utgangspunkt i Svein sine opplevelser og erfaringer, kan det ses i lys av at nyheter som blir rapportert som sensasjonelle, ikke alltid oppleves som sensasjonelle for journalister.

4.5.1 Nærhet i sensasjonelle nyheter

Selv om den «vanlige» journalistikken har gått fra refererende journalistikk, til å vektlegge caser, virker det ikke som om det er tilfellet når det kommer til hendelsesnyheter. Informantene beskriver det som at journalister blir referenter når de skal rapportere om pågående hendelser. Ørjan forteller at det kommer av at oppdateringene kommer fortløpende etter hverandre.

Du blir jo en slags referent, du har kanskje bare en liten Twitter-melding å legge ut. Det blir liksom en kronologisk rekkefølge. Fem minutter senere var politiet på plass, og ti minutter senere så har de startet slukking av brannen, og 20 minutter etterpå så er alle beboere gjort rede for. – *Ørjan.*

Svein opplever at disse sakene ofte blir rotete å lese, fordi de hele tiden blir oppdatert, og informasjonen ofte endres. Samtidig stemmer informantenes beretninger overens med Domingo (2008) sin beskrivelse av immediacy; tanken om at mediet forsvinner. Dette er som følge av at oppdateringene kommer kontinuerlig, og bidrar til at leserne får være med mens det skjer. Etter hvert som det roer seg, forteller informantene at de prøver avslutte sakene, slik at de passer inn i papiravisa. Blant informantene er det likevel en oppfatning at papiravisa har fått en annen rolle med nettavisas framkomst. Mens nyheter i sanntid kan knyttes til nærhet i tid, forteller Nils at papiravisa i større grad fungerer som et sted for ettertanke.

Så papir er kanskje mer en arena for ettertanke og samle informasjon fra det som har skjedd, og prøve å få alle elementene inn der, sånn at det ikke blir hengende i løse luften, det er sånn eventuelt må du da peke inn mot nettet igjen, ikke sant. – *Nils*.

En bekymring rundt immediacy er kvaliteten på journalistikken, og tanken om at det er mindre kontroll på selve historiefortellinga (Karlsson, 2011; Usher, 2014). Selv om informantene, ikke opplever at kvaliteten på hendelsesnyheter er dårlig, forteller Nils at papiravisa fortsatt blir brukt til å samle opp hele essensen av det som har skjedd, og at journalistene der selv får prøve å oppsummere alt som har skjedd på sin egen måte. Det kan bety at papiravisa fortsatt kan bli ansett som mer nøyaktig enn nettavisa, fordi der oppdateres det fort. Dette kan opprettholde tanken om at papiravisa fortsatt står høyere i hierarkiet enn nettavisa (Sjøvaag, 2016). At Nils beskriver papiravisa som et sted for ettertanke, kan også bidra til tanken om at papiravisa bidrar til nærhet når dramatiske hendelser har skjedd. Ettertanke kan resultere i et mer menneskelig perspektiv på hendelser, sammenlignet med nettavisa,

4.5.2 Hendelsesnyheter er vesentlige

Et annet moment med hendelsesnyheter, er at informantene opplyser om at de blir godt lest. Det er ikke alle hendelsene som verken er spektakulære eller har et alvorlig forløp, men Vegard påpeker at kuriøse hendelsessaker likevel gjør det bra på nettavisa. «Nå kan du jo omtrent få en toppsak på nett som i hvert fall kan ligge en time om «rådyr påkjørt på *vei*», sant» (- *Vegard*). Informantene beskriver en hverdag der terskelen for å publisere ulike typer hendelsessaker har blitt lavere. Er hendelsen alvorlig, brukes gjerne resten av dagen på å oppdatere om nyheten. Et påkjørt dyr uten dramatiske følger kan ikke sies å være en sensasjon. Schultz (2007) argumenterer for at hendelsesnyheter ofte forbindes med sensasjon, og at nyhetsverdien øker med bakgrunn i hvor spektakulært det er. Informantenes opplevelser er derfor en motsigelse til den påstanden, og det tyder på at hendelsesnyheter kan få gode lesertall, selv om hendelsen i seg selv ikke er spektakulær. At avisene lager sak av alle typer hendelser, fordi de blir godt lest, viser igjen tilbake til at måleverktøyene bidrar til påvirke nyhetsverdiene (Anderson, 2011). Videre viser Brighton og Foy (2007) og Harcup og O'Neill (2017) begge til at det ikke alltid er nyhetsverdien i hendelsene, men hvilket medium det publiseres på. Det kan stemme i dette tilfellet.

Derimot påpeker Nils at det ikke nødvendigvis er en hendelsessak som blir mest lest. Er det noe annet som oppleves som mer relevant for leserne, trenger ikke hendelser å ta lesertoppen. Det

motsier Østlyngen og Øvrebø (1998), som skriver at på forsida av papiravisa tok alvorlige ulykker forrang ovenfor andre nyheter. På en annen side er det enklere å vite hva som faktisk er vesentlig i dag, samtidig som redaksjonene får informasjon om hvilke saker som blir mest lest. Nils tror at det viser tilbake til de lokale særpregene som finnes i Norge.

Så det er klart at hendelsesnyheter går veldig bra, men plutselig kan det være noe annet, som er karakteristisk for lokalsamfunnet. Og det er sånne særpreg rundt omkring i landet, og det dumme jeg tror de gjør de forskjellige konsernene er å begynne og underminere på en måte det som er karakteristisk for lokalsamfunn. – *Nils*.

Et annet argument er at det kan tenkes at en nyhet om et påkjørt rådyr, egentlig ikke er hva leserne helst vil lese om. Det kan handle om at nysgjerrigheten er for stor for til å ikke klikke seg inn på saken. Det kommer også fram blant informantene at de raskt fokuserer på andre nyheter, hvis hendelsen ikke har et alvorlig forløp. Det er heller ikke en hendelse som får spesielt fokus i papiravisa dagen etter, noe som kan lede tilbake til Meijer (2019). Hun argumenterer for at det kan handle mer om nysgjerrighet enn at det faktisk forteller noe om nyhetsverdiene til leserne (Meijer, 2019).

Kapittelet viser at det alltid har blitt rapportert om hendelsesnyheter i avisene, men med nettavisa kan det gjøres på en annen måte. Det har blitt en økende betydning av nyhetsjournalistikken, og som gjør at hendelser får større oppmerksomhet. Det som blir rapportert om, trenger ikke å være sensasjonelt. Informantene opplever at små hendelser også får gode lesertall. Til forskjell fra annet innhold, blir hendelsesnyhetene ofte referatjournalistikk. Det er på grunn av at det foregår direkte, og artikkelen oppdateres kontinuerlig. Det er likevel ikke en antagelse om at det gjør journalistikken dårligere fordi det styrker avisene, men at papiravisa i mer betydelig grad kan anses som et sted for ettertanke.

4.6 Aktualitet

Østlyngen og Øvrebø (1998) beskriver aktualitet som en nyhetsverdi der en nyhet får en spesifikk kraft når den blir fortalt på et spesifikt tidspunkt. Å kombinere nettavis og papiravis påvirker også aktualiteten, spesielt i nyhetspubliseringen. Det er ikke alle nyheter på nettavisa som får plass i papiravisa ettersom det oppleves at nyhetene har blitt for gamle. Informantene beskriver at det kommer av frekvensnedgangen i når papiravisa kommer ut. Likevel blir det meste av hverdagslig journalistikk inkludert. Svein forteller at de prøver å publisere hovedoppslaget i papiravisa,

kvelden før på nettet. Det gjør de i den hensikt at leserne ikke ønsker å lese samme sak to ganger. Derimot er det sånn at små hendelsesnyheter som kun er aktuell en spesifikk dag, ikke nødvendigvis blir tatt med i papiravisa. Martin forteller: «Særlig mindre trafikkhendelser som påvirker kø, andre mindre hendelser som er veldig sånn på stedet, som enten blir redusert til en notis eller ikke blir tatt med i det hele tatt». For Nils sin redaksjon sin del, har de satt ei maksimumsgrense på to dager. En nyhet publisert på nettavisa for to dager siden, havner ikke i neste papiravis som kommer ut. Det underbygger Østlyngen og Øvrebø (1998) beskrivelse av aktualitet, samtidig som det viser hvordan nærheten i tid har kommet enda nærmere.

Vektleggingen på konsekvensjournalistikk i form av caser, viser også hvordan aktualitet fortsatt er gjeldende. Aktualisering trenger ikke å være noe som har skjedd, det kan være en spådom for framtida (Østlyngen og Øvrebø, 1998). Derfor når journalistene er ute blant lokalpersonene for å rapportere hvordan de har blitt påvirket av ulike endringer, viser det til hvordan journalistene klarer å aktualisere. Det at informantene forteller at det er en økning av den type nyhetsinnhold, kan tyde på at de i enda større grad klarer å aktualisere nyheter i lokalsamfunnet. En renteheving i bankene er mest sannsynlig vesentlig for alle leserne, men det trenger ikke å bli aktualisert før avisene viser hvilke konsekvenser det har.

Aktualitet kan også ses på en annen måte, nemlig interessen for hendelsesnyheter. Nina tror at det er vesentlig, fordi lokalavisene gir en trygghet for innbyggere. Det oppleves som en forventning fra leserne at de raskt får vite om hendelser som har skjedd. Det samsvarer også med hva som faktisk er lokalavisers funksjon; Å holde lokalsamfunnet oppdatert på hva som skjer i nærområdet (Mathisen og Morlandstø, 2018). For Svein føles arbeidet med hendelsessaker naturlig, fordi det hele tiden er oppdateringer som må publiseres. Aktualiteten har derfor endret seg med digitaliseringa, spesielt når det kommer til hendelser som skjer i sanntid. Informantene forteller at forskjellen er tidsaspektet. Nils forteller at når arbeidshverdagen kun besto av å produsere papiravis, var det ikke nødvendig at informasjonsarbeidet rundt uforutsette hendelser skulle gå så fort: «Forskjellen var jo bare at du kunne være hjemme, og spise og sove to døgn, og så gjør deg klar til å skrive sak». Informantene forteller også at det å samle inn store mengder informasjon før selve skrivinga, var en viktig del av arbeidet den gangen, men slik er det ikke lenger.

Problemer med aktualitet i hendelsesjournalistikken

Likevel endring i aktualitet har også bidratt til andre utfordringer. Informantene forteller at det i startfasen av nettavisene var en konkurranse om å rapportere om hendelser før andre aviser. Det underbygger Hartley (2013) og Ittefaq (2018) sine argumenter om at for mange aviser handler det om å være først med en nyhet. Denne konkurransen beskriver Ittefaq (2018) handler om å vinne leserne. Det bidro til at flere av informantene opplevde at det ble gjort flere dårlige etiske valg blant redaksjonene, fordi trangen om å være først ble for stor. Redaksjonene har derfor med årene blitt mer påpasselige og bevisste på hva som publiseres. Dette er på grunn av at det fortsatt er de samme retningslinjene, selv om det journalistiske arbeidet går fortere i dag enn det gjorde tidligere. Martin tror det bidrar til de etiske vurderingene har blitt mer krevende. Natalie foreller også at avgjørelsene må skje fortere nå: «Ting skjer mye kjappere nå, det betyr at de avveiningene og avgjørelsene vi skal ta, må også gjøres kjappere». Martin tror også at dårlige etiske vurderinger har bidratt til at kvaliteten på journalistikken har fått et dårligere rykte.

Omstillingen fra papiravis til nettavis bidro spesielt til disse utfordringene. Ettersom at det tok lengre tid mellom hendelsen og trykk av avisa, var det vanlig å komme med flere detaljer. Vegard beskriver at det handler om å skulle rapportere i sanntid, samtidig som det er viktig å holde hodet kaldt. Han mener det er viktig å skjerme leserne fra enkelte detaljer, som det ikke ble tatt hensyn til i startfasen av nettavisa. Blant annet har det blitt et annet bildebruk enn det var tidligere. Bilder kan ofte bidra til å forsterke nyhetsfaktoren (Cagle og Bednarek, 2015). I papiravisa var det vanlig med nærbilder av hendelser. Praksisen ble brakt med videre til nettavisa, og det endte med flere uheldige situasjoner. Denne strategien måtte derfor endres med nettavisa, og at de nå tenker seg mer om før de trykker publiser. Vegard opplever at det har blitt naturlig å legge ut hendelsesnyheter litt senere, og derav få gjort de riktige avgjørelsene, enn å publisere for fort. Det motsier Hartley (2013) og Ittefaqs (2018) påstand om at det er viktig å være først, og at det kan tyde på at det har skjedd ei endring.

Fordi det var jo ikke alltid at det som kom først var så veldig gjennomtenkt alltid, sant. Vi kunne gjerne få inn bilder fra ulykker før pårørende var varslet, ikke sant, men likevel sto det bilde på nettet hos oss. Og det er klart, det gjør vi ikke lenger. Så det har heldigvis blitt bedre. Her var det nok mye ukritisk for noen år siden, men det er ikke så mange år siden egentlig [...]. – *Vegard*.

På tross av at informantene forteller at de har blitt mer forsiktede med identifiserende informasjon, er det viktig å få publisert selve nyheten raskt, som støtter Hartley (2013) og Ittefaq (2018). Alle informantene forteller at det er Twitter som hovedsakelig brukes for å få en oppdatering på hva som skjer hos nødetatene.

Men plutselig var de altså på Twitter, så de siste årene har de altså oppdatert via Twitter. Så når jeg har vakt nå, har man jo Twitter åpen kan du si, og følger med der. Det er jo politiet, 110-sentralen, altså brann, og det er operasjonssentralen, alle værmeldinger. Altså alle disse som er av betydning for folks liv og helse, de er faktisk på Twitter. – *Nina*.

Blant informantene er det varierende opplevelser av politiets arbeid på Twitter. Noen er fornøyde, mens andre er misfornøyde. Selv om informasjonen egentlig skal være lettere tilgjengelig nå, er det ikke alle som opplever det. Noen av informantene erfarer politiet som sløve til å informere om alle hendelser som skjer. Vegard forteller at det bidrar til at det blir vanskeligere å være god på hendelsessaker. Han opplever at politiet vektlegger byene i fylket. Som nevnt, har aktualitet fått en annen betydning. At journalistene ikke kan bruke det til sin styrke, oppleves derfor som problematisk for informantene.

Vi har en avtale at vi ringer politiet mandag morgen så får vi det som har skjedd lokalt, og da kan det jo faktisk være noen som har fått skambank på byen fredag kveld, ikke sant, uten at vi har fått beskjed om det fordi politiet har ikke meldt det på Twitter. Så politiet sin måte å informere på har blitt mye dårligere, og ja den er egentlig elendig etter at de begynte å la alt gå på Twitter. Så den er egentlig ikke til hjelp i det hele tatt. – *Vegard*.

Øystein opplever at Twitter-meldingene ofte er mangelfulle, eller at politiet skriver feil sted. At det er for lite informasjon, tror Øystein at fungerer mot sin hensikt: «Det er bedre å ha for mye informasjon enn for lite informasjon for det er faktisk lettere, og da unngår man kanskje egentlig spekulasjoner». Informantene mener det er viktig at pressen får tilstrekkelig informasjon om hendelser som skjer. Sosiale medier blir oppgitt som en av faktorene De opplever at det er mye ukritisk innhold som blir delt på internett, fordi vanlige folk også har tilgang til bedre kommunikasjon og kamera. Det bekrefter også at nyhetsredaksjoner har konkurranse i nyhetsformidlinga fra andre kommunikasjonsplattformer (Broersma og Peters, 2013; Singer, 2007). Øystein tenker spesielt på de etiske retningslinjene som redaksjonene har, men som privatpersoner ikke tenker på. «På sosiale medier vet du, de har jo ingen, de som driver og opererer

der som sin egen redaktør [...] De har ikke Vær Varsom-plakaten veldig langt fram i panna, altså.»
(- Øystein).

Kapittelet framlegger hvordan aktualiseringen har endret seg fra overgangen fra papir til nett. Det er derfor ikke alt som blir publisert i nettavisene, som får plass i papiravisene. Det er som konsekvens av at nyhetene blir fortere gamle. Aktualitet gjør seg også gjeldende i casejournalistikken, fordi det aktualiserer endringer eller politiske vedtak. At hendelsesnyheter har blitt så populært, er også som følge av at nettavisa får en ny kraft ved at det er mulig å rapportere i sanntid. Det har likevel oppstått problemer, spesielt blant etiske vurderinger som må skje fortere nå enn før. Et annet problem, er at politiet oppleves som mindre tilgjengelig. Det har bidratt til at det ikke alltid er like enkelt å utnytte de mulighetene som finnes i dagens aktualitet, samtidig som det er økende bruk av sosiale medier for å dele informasjon og bilder uten å tenke på etiske retningslinjer.

5 Diskusjon og konklusjon

Jeg skal i dette kapittelet svare på problemstillinga som ble formulert i innledningskapittelet:

På hvilken måte påvirker digitaliseringa nyhetsverdiene i norsk lokaljournalistikk?

Alt i alt har digitaliseringa påvirket nyhetsverdiene i lokaljournalistikk i Norge. Nye muligheter som analytiske verktøy har i større grad motivert til måling av lesertall. Det har bidratt til at vesentlige nyheter har endret seg, fordi lesernes preferanser er mer framtreddende i nyhetsutvelgelsen. Videre har det blitt enda viktigere med identifikasjon i nyhetene. Spesielt gjennomgående i oppgaven er den økende bruken av casejournalistikk som gjør journalistikken mer personlig. Det tyder fortsatt på at lokalforståelsen er til stede, og at det er lokale nyheter som er viktigst. Samtidig på bakgrunn av manglende ressurser av tid og folk, oppleves det som om det at de enkle nyhetene velges, fordi det tilfredsstiller lesertallene. Det skaper også en tendens til at det er mer positive nyheter enn kritiske. Med endret aktualitet har avisene fått større muligheter til å rapportere i sanntid. En av de største endringene i avisa er hendelsesnyheter. Selv om de ofte blir beskrevet som sensasjonelle i teorien, er ikke det alltid tilfellet i lokalaviser. Nettavisa skaper større muligheter til å dekke både store og små hendelsesnyheter som skjer i lokalsamfunnet. Derimot er det ikke alltid journalistene får bruke den nye aktualiteten til sin styrke fordi politiet har blitt mindre tilgjengelig.

Jeg skal videre utdype disse funnene tydeligere, og de vil bli koblet opp mot tidligere forskning. Det er vanskelig å skille nyhetsverdiene helt fra hverandre, og jeg vil derfor i kapittel 5.1 ta for meg vesentlighet og identifikasjon, mens i 5.2 vil jeg se nærmere på sensasjon og aktualitet. Derimot i kapittel 5.3 blir nyhetsverdien konflikt knyttet sammen med hva endringene i nyhetsverdiene kan bety i et større, samfunnsmessig perspektiv. Kapittel 5.4 samler opp essensen av nyhetsverdiene som en helhet i et lokalt og digitalt landskap. Jeg avslutter med kapittel 5.5, der jeg ser på oppgavens begrensninger, og hva aktuell videre forskning kan være.

5.1 Identifikasjon i vesentligheten

Alt tyder på at norske lokalaviser er på vei mot et heldigitalt medium. I analysen blir det vist et nytt aspekt rundt den nye teknologien som kan analysere lesernes bevegelser. Det har gitt svar på hva leserne faktisk ønsker å lese, og det har bidratt til en økende trend hvor nyhetsselekteringen speiler disse preferansene. Det er i samsvar med tidligere forskning (Anderson, 2011; Lee et al., 2014). I analysen blir det oppdaget at journalister selv bestemte nyhetene før, og at de nå til tider

fortsatt har en annen formening om hva som er vesentlig. Leserpreferansene har bidratt til at nyhetene har blitt mer trivialiserte, fordi lesertallene viser til at det er mest interesse for nyheter som har rot i hverdagen. Det er i tråd med det som blir argumentert for i tidligere forskning (f.eks. Cohen, 2019; Hayes et al., 2007; Saltzis og Dickinson, 2008), om at en digital hverdag strider mot journalistenes egne profesjonelle verdier. Det endrer likevel ikke på at lesepreferansene har fått en større betydning for hvilke nyheter som har en nyhetsverdi, og velges. Det kan også tidligere observasjoner bekrefte (Anderson, 2011; MacGregor, 2007; Welbers et al., 2016).

I analysen kommer det fram at måleverktøyene har bidratt til mer identifikasjon i nyhetene, og at det står sterkere enn det gjorde før digitaliseringa. Ytterligere kan det knyttes til den økende bruken av casejournalistikk som bidrar til å få fram personlige vinklinger i nyhetene. Det kan støtte opp tidligere forskning om at nærhet i nyhetene i større grad blir lest (Shaudt og Carpenter, 2009). Analysen viser at den geografiske nærheten er tilnærmet uforandret, og det er fortsatt lokalsamfunnet som er viktigst. Selv om det i dag er muligheter til å bruke andres avisers innhold, gjøres det med stor bevissthet. Ifølge tidligere forskning er det større sjanse for at en nyhet blir rapportert om, hvis den skjer geografisk nærme (O'Neill og Harcup, 2009; Schultz, 2007; Østlyngen og Øvrebø, 1998). Med utgangspunkt i funnene fra min studie, tyder det på at det er gjeldende enda.

5.2 Sensasjon og aktualitet

Analysen peker på at aktualiteten foregår over et kortere tidsspenn enn tidligere, og at immediacy har blitt en større del av hverdagen. Det har blitt en stor endring på hendelsesnyhetene, fordi det er mulig å publisere fortløpende mens en hendelse skjer. Det samsvarer også med tidligere forskning (f.eks. Fenton, 2010). Endringa og økninga av hendelsesnyheter kommer av at nettavisene er mer fleksibel sammenlignet med papiravisene, noe som tidligere forskning bekrefter (Domingo, 2008). Det blir i analysen signalisert til at hendelsesnyhetene i lokalaviser ikke trenger å være store eller dramatiske hendelser, og at de fleste hendelsene blir dekket. Det er til forskjell fra teorien om at det spektakulære øker nyhetsverdien (Shultz, 2007), og motsier Karlsson (2016), som i sin studie kom fram til at det rapporteres mindre om hendelser. Uansett hvilke hendelser det er snakk om, er det en opplevelse av at det er naturlig å rapportere om dem. Det kan kobles til tidligere forskning som beskriver at hendelsesnyheter gjør avisene mer tilgjengelig for leserne (Zeller og Hermida, 2015). I studien oppdages det ikke et press å dekke alle hendelser, men heller en forventning fra leserne. Det er en plikt å informere lokalsamfunnet, som støtter opp Olsens

(2021) argument om at lokalavisene har en viktig rolle i å formidle nyheter hos lokalbefolkninga. På en annen side stemmer det ikke overens tidligere forskning om at nyhetsdekningene skjer av hensyn til bekymringa for å bli irrelevant (f.eks. Lewis og Cushion, 2009; Usher, 2014, 2018). Forskjellene kan komme av utvalget. Min oppgave baserer seg på lokaljournalister som har få konkurrenter, mens de andre studiene har sett på utvalg som jobber i en betydelig større konkurransesituasjon. Det kan også ses i lys av at det kanskje skjer færre spektakulære hendelser i lokalsamfunn, som gjør at det er enklere å håndtere alle hendelsene.

Denne studien kommer ikke fram til at det er en opplevelse av at kvaliteten svekkes i tilstrekkelig grad av raskere informasjonsformidling. Det er i motsetning til tidligere forskning som argumenterer for at det er økende bekymring for hva raskere publiseringer kan gjøre med kvaliteten (Lamark og Morlandstø, 2014; Lewis og Cushion, 2009; Nygren, 2014; Quandt og Singer, 2009). Det blir likevel oppdaget at det kan oppstå misforståelser hvis det blir opplyst om feil sted i nyhetsartiklene. Det er forenlig med tidligere forskning om at slike tilfeller kan skape forvirring (Karlsson, 2011). Derimot kan raskere aktualitet knyttes opp mot kredibilitet. Analysen trekker fram at etiske vurderinger til tider har vært et problematisk aspekt. Det kan støtte argumentet til Karlsson (2011) om at journalistiske valg har blitt mer synlig med digitaliseringa. Karlsson (2011) argumenterer også for at det misinformasjon i selve nyhetsinnholdet bidra til å gjøre journalistiske svakheter synlig. Med utgangspunkt i det, kan det i analysen tyde på at raske og dårlige etiske vurderinger, også kan resultere til at svakhetene blir mer synlig.

5.3 Kvalitet og økonomi

Som nevnt, har rammebetingelsene til den norske journalistikken endret seg (Mathisen et al., 2019; Sjøvaag, 2020). I analysen er det forskjellige oppfatninger om hva som skjer med kvaliteten i overgangen fra papir til nett, og økninga av mer trivielle nyheter. Analysen viser at dette har bidratt til opplevelsen av at det er flere positive nyheter i avisa enn kritiske. Det handler om leserpreferansene, og hva som blir mest lest. Kvalitet på nyhetene er også et sentralt aspekt i tidligere forskning, og der kommer det fram at journalistikk på nett ikke har samme ambisjon om kvalitet, som på papir (Bruggraff og Trilling, 2020; Usher, 2014). Innledningsvis blir det nevnt at ei utfordring med digitaliseringa er hvordan den tradisjonelle forretningsmodellen ikke fungerer lenger (Mathisen og Morlandstø, 2018; Omdal, 2012). Funnene i analysen, peker på at det til tider er et økonomisk perspektiv bak nyhetsutvelgelsen, spesielt med tanke på leserpreferansene. Det er også enklere og billigere å ta raske nyheter, istedenfor å grave seg ned i et tyngre tema som er mer

avansert. Det er vektlagt stor innholdsproduksjon for å tilfredsstille behovene på nettavisene. Det argumenterer også tidligere forskning for (f.eks. Gunter, 2013; Olsen, 2018). Trivielle nyheter kan bidra til å opprettholde de økonomiske interessene til redaksjonene. Det samsvarer med tidligere forskning (f.eks. Cohen, 2019; Karlsson og Clerwall, 2013; Tandoc Jr. og Thomas, 2015, Vu, 2014). Tendensen at leserne leser mindre tyngre nyheter gjelder ikke bare denne analysen. Digitale nyhetslesere leser i økt grad innhold som tilhører myke nyheter (Boczowski, 2010).

Videre avslører funnene fra analysen at det vektlegges mer immediacy og hendelsesnyheter, fordi det skaper høye lesertall. Det er i tråd med tidligere forskning som argumenterer for det samme (Lewis og Cushion, 2009; Usher, 2014, 2018). Samtidig muliggjør det å produsere nyheter som krever lite ressurser, og forsvare det økonomiske (Puijk et al., 2021; Usher, 2014, 2018). Basert på funnene i analysen, kan lokalavisene anse seg om heldige. Leserpreferansene viser interesse for hverdagsnyheter, og at hendelsesnyheter blir godt lest. Det kunne blitt vanskeligere å både opprettholde de økonomiske interessene, og et ønske om tyngre nyheter uten at redaksjonene hadde hatt tilstrekkelig nok ressurser.

Imidlertid brukes casejournalistikk i større grad for å få fram konsekvenser av endringer i samfunnet, men det oppleves likevel som om nyhetene ikke har like stor tyngde som før. Selv om det er et ønske om mer gravejournalistikk, blir ikke det prioritert på grunn av tidsbegrensninger og ressurser. Denne studien viser at det til dels skaper bekymring. I tidligere forskning har også lokalaviser blitt kritisert å legge mer vekt på patriotrollen istedenfor vaktbikkje, fordi det er vanskelig å skille mellom rollen som venn og «fiende» (Mathisen, 2019; Morlandstø og Mathisen, 2022; Nielsen, 2015). Derfor kan det spørres om lesernes preferanser også er med å undergrave rollen som vaktbikkje ytterlige. På en annen side, kommer det i analysen fram en fornemmelse av at det er økning på kvaliteten av det journalistiske arbeidet, som blir begrunnet med bedre journalistikk og flere digitale muligheter. Likevel med større vektlegging av måleverktøyene kan det sies at det kanskje er en større tendens til at det er de kommersielle interessene som velges ovenfor de redaksjonelle. I den sammenhengen, er det verdt å nevne at i tidligere forskning har det blitt argumentert for at mediene alltid har vært nødt til å skape en balanse mellom interessene til redaksjonen og det kommersielle (Lamot og Paulussen, 2020).

Et annet sentralt aspekt blir derfor den overordnede kvaliteten på innholdet i lokalaviser når det kommer til et større samfunnsmessig perspektiv. Spørsmålet er hva som skjer når det er leserens

preferanser som brukes til å sette dagsorden, og hvordan det påvirker samfunnsoppdraget? Allern (2002) argumenterer for at den norske journalistikken har som mål å skape en opplyst sfære. Videre skriver han at det er media som besitter makten til å bestemme dagsorden, og være en arena der den offentlige samtalen blir tatt (Allern, 2002). Klarer lokalmediene det når det skrives om åpninger av frisørsalonger istedenfor avsløringer i kommunen? Blir det tatt for gitt at mediene kan velge de institusjonene og personene som er synlige?

Witschge og Nygren (2009) skriver at digitaliseringa er med å hviske ut linjene mellom journalistikken og omverden, fordi det taper terreng til andre informasjonskanaler. Det kan bidra til en svakere profesjon (Witschge og Nygren, 2009). Basert på denne oppgaven kan det virke som om innholdet også bidrar til dette, fordi det tenderer mer mot trivielle nyheter. Det kan føre til en svakere profesjon, fordi de profesjonelle verdiene ikke lenger er like framtreddende. Det samsvarer med det tidligere forskning argumenterer for (f.eks. Anderson, 2011; MacGregor, 2007; Welbers et al., 2016). En opplyst offentlighet er viktig i det norske demokratiet, og mediene bidrar i stor grad til det (Allern, 2002). Det er derfor vesentlig at den ikke skades, og det er fortsatt viktig at norske medier skriver om samfunnsaktuelle interesser – både på nasjonalt, regionalt, og lokalt plan. På en annen side, forteller måleverktøyene hvilke nyheter som blir mest lest og engasjerende. Derfor kan det å bruke leserpreferansene forsvares ved at avisene skriver om det leserne selv synes er samfunnsaktuelt. Med et slikt perspektiv, kan det tenkes at fagfolk og publikum har forskjellige oppfatninger om hva som er viktige nyheter.

5.4 Nyhetsverdiene fortsatt sentrale

Med utgangspunkt i analysen, består nyhetsverdiene. Selv om det har skjedd endringer, kan fortsatt nyhetsverdiene brukes til å beskrive hvordan nyhetsselekteringen foregår. I min studie kommer det fram at noen elementer av nyhetsverdiene har endret seg med digitaliseringa. Spesielt hvordan de opereres. Gjennomgående i analysen er at nyhetsverdiene i større grad styres av lesernes preferanser. Funnene kan derfor ses i tråd med tidligere forskning som har kommet fram til at nyhetsverdiene kan trenge å bli forhandlet på nytt (Lewis og Cushion, 2009). Spesielt med større vektlegging av leserpreferanser Med utgangspunkt i analysen, kan det sies at måleverktøy bidrar til å påvirke profesjonelle verdier, normer og dømmekraft hos journalistene. Samtidig bruken av casejournalistikk, bidrar til å skape mer vesentlighet, identifikasjon og aktualitet i nyhetene. Det er i motsetning til tidligere forskning, som mener at klikk medvirker til å undergrave tradisjonelle verdier (f.eks. Anderson, 2011). Resultatet i analysen er i en viss grad i tråd med forskning om at

endrede leserpraksiser og globalisering gjør lokalavisene presset i sin rolle som identitetsskaper (Olsen, 2021). Det kommer av at det ikke er journalistene selv i like stor grad som bestemmer innholdet lenger. På den andre siden viser denne studien til at det oppleves som om leserne vil ha nære nyheter fra lokalsamfunnet som bidrar til at nyhetene likevel blir mer personlige, og har større rot i det lokale.

5.5 Oppgavens begrensninger og videre forskning

I kapittel 3.7 beskriver jeg hvordan det er vanskelig å generalisere oppgaven videre. Det i seg selv er en begrensning. Utvalget på ni informanter kan anses som en svakhet fordi i Norge finnes det over 200 aviser, og det blir da et lite utvalg. Studien kan også kun si noe om hva informantene opplever. Når det kommer til en internasjonal kontekst, mangler oppgaven en kontekstuell forståelse for å kunne generalisere det til andre land enn Norge. Likevel for videre bruk kan oppgaven bidra til å belyse nyanser i forståelsen av forholdet mellom journalister og nyhetsverdier.

Denne oppgaven gir ikke et svar på hva det faktiske innholdet i lokalaviser er. Derfor kan det være hensiktsmessig å sammenligne funnene i denne oppgaven med en innholdsanalyse av det faktiske innholdet i lokalaviser i dag, og se om informantenes antagelser stemmer. En longitudinell studie av nyhetsinnholdet i lokalavisene kunne vært interessant for å se hvordan nyhetsverdiene utvikler seg videre, for å se om de er i tråd med mine informanters oppfatninger. Spesielt i lys av samfunnsoppdraget, kan det være nyttig. I denne oppgaven kommer det fram at menneskemøter har blitt viktig, derfor kan det være interessant å sammenligne nytt og gammelt innhold, for å undersøke om det har blitt mer menneskemøter, og mindre refererende journalistikk.

En annen begrensning er at oppgaven vektlegger kun nyhetsverdier. Jeg kan miste andre perspektiver som kan være relevante for funnene i oppgaven, spesielt når det kommer til teknologi, økonomi og samfunnsmessige endringer. Selv om disse blir nevnt i sammenheng med nyhetsverdiene, er de ikke vektlagt som egne fokusområder med teorier som kunne gitt et mer helhetlig bilde av endringene i journalistikken. Oppgaven kan blant annet ikke si noe om hvilke økonomiske fordeler eller gevinster høye lesertall gir redaksjonene, eller hvordan høye lesertall skaper økonomisk generering.

Det er også mange andre aktører både i og utenfor mediehusene. De kan ha andre oppfatninger enn de forståelsene som har kommet fram i denne studien. En studie med flere aktører kunne dermed gitt en rikere forståelse i samspillet mellom digitaliseringa og aviser, og hvorvidt det

stemmer overens med journalisters opplevelser. Ellers kunne det vært interessant å se mer på lesernes opplevelse av nyhetsinnholdet i dag, og om det stemmer overens med funnene i denne oppgaven. Med tanke på denne studien viser at det blir vektlagt yngre lesere, kan spesielt den målgruppa være interessant å utforske. Mye av antagelsene i denne oppgaven er basert på hvordan journalister opplever leserne, og dermed kunne et slikt perspektiv vært passende. Annen videre forskning kunne ha vektlagt hvordan nyutdannede journalister forholder seg til nyhetsverdiene, og hvorvidt de stemmer overens med journalister med mer erfaring.

Referanseliste

- Allern, S. (2002). *Nyhetsverdier: Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. IJ-forlaget.
- Anderson, C. (2011). Between creative and quantified audiences: Web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms. *Journalism*, 12(5), 550-566.
<https://doi.org/10.1177/1464884911402451>
- Boczkowski, P. J. (2010). The divergent online news preferences of journalists and readers. *Commun. ACM*, 53(11), 24–25. <https://doi.org/10.1145/1839676.1839685>
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (1999). Immediacy, Hypermediacy, and Remediation. I J. D. Bolter & R. Grusin (Red.), *Remediation: Understanding New Media* (s. 20-50). MIT Press.
- Brighton, P. & Foy, D. (2007). *News Values*. Sage Publications.
- Broersma, M. & Peters, C. (2013). Introduction: Rethinking journalism: the structural transformation of a public good. I C. Peters & M. Broersma (Red.), *Rethinking Journalism: Trust and Participation in a Transformed News Landscape* (s. 1-12). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203102688>
- Brown, D. K., Harlow, S., García-Perdomo, V. & Salaverría, R. (2018). A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications. *Journalism*, 19(11), 1497-1516.
<https://doi.org/10.1177/146488491668354>
- Burggraaff, C. & Trilling, D. (2020). Through a different gate: An automated content analysis of how online news and print news differ. *Journalism*, 21(1), 112-129.
<https://doi.org/10.1177/1464884917716699>
- Caple, H. & Bednarek, M. (2016). Rethinking news values: What a discursive approach can tell us about the construction of news discourse and news photography. *Journalism*, 17(4), 435-455. <https://doi.org/10.1177/1464884914568078>
- Cohen, N. S. (2019). At Work in the Digital Newsroom. *Digital Journalism*, 7(5), 571-591.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1419821>

- Dahlstrøm, H. K. & Hognestad, L. I. (2016). Nedbemanning som utfordring for journalistikken. *Norsk medietidsskrift*, 23(2), 2-19. <https://doi.org/10.18261/issn.0805-9535-2016-02-02>
- Domingo, D. (2008). When Immediacy Rules: online journalism models in four Catalan online newsrooms. I C. Paterson & D. Domingo (Red.), *Making Online News: The Ethnography of New Media Production* (s. 113-126). Peter Lang.
- Fenton, N. (2010). Drowning or Waving? New media, Journalism and Democracy. I N. Fenton (Red.), *New Media, Old News: Journalism & Democracy in the Digital Age* (s. 3-16). SAGE Publications.
- Fürst, S. (2020). In the Service of Good Journalism and Audience Interests? How Audience Metrics Affect News Quality. *Media and Communication*, 8(3), 270-280. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3228>
- Guest, G., MacQueen, K. & Namey, E. (2012). *Applied Thematic Analysis*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781483384436>
- Gunter, B. (2003). *News and the Net* (1.utg.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Harcup, T. (2015). *Journalism: Principles and Practice* (3.utg.). Sage Publications.
- Harcup, T. & O'Neill, D. (2017). What is News? *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Hartley, J. M. (2013). THE ONLINE JOURNALIST BETWEEN IDEALS AND AUDIENCES. *Journalism Practice*, 7(5), 572-587. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.755386>
- Hayes, A., Singer, J. & Ceppos, J. (2007). Shifting Roles, Enduring Values: The Credible Journalist in a Digital Age. *Journal of Mass Media Ethics*, 22, 262-279. <https://doi.org/10.1080/08900520701583545>
- Høst, S. (2021). *Avisåret 2020* (Rapport - nr. 108/2021). Høgskulen i Volda. <https://bravo.hivolda.no/hivolda-xmlui/handle/11250/2738370>
- Ittefaq, M. (2019). Revisiting news value theory in the age of globalization. *Journal of Media Studies*, 33(2).

<https://www.researchgate.net/publication/331154905> Revisiting news value theory in the age of globalization

Jonassen, T. H. (11. oktober 2016). - Vi er inne i et digitalt skifte. *Dagbladet*.

<https://www.dagbladet.no/kultur/vi-er-inne-i-et-digitalt-skifte/60516284>

Karlsson, M. (2011). The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. *Journalism*, 12(3), 279-295.

<https://doi.org/10.1177/1464884910388223>

Karlsson, M. (2016). Goodbye politics, hello lifestyle: Changing news topics in tabloid, quality and local newspaper websites in the U.K. and Sweden from 2002 to 2012. *OBS - Observatorio*, 10(4), 150-165.

<http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kau:diva-47618>

Karlsson, M. & Clerwall, C. (2013). Negotiating Professional News Judgment and “Clicks”.

Nordicom Review, 34(2), 65-76. <https://doi.org/doi:10.2478/nor-2013-0054>

Klinenberg, E. (2005). Convergence: News Production in a Digital Age. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597, 48-64.

<http://www.jstor.org/stable/25046061>

Kristensen, L. M. (2021). Audience Metrics: Operationalizing News Value for the Digital

Newsroom. *Journalism Practice*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1954058>

Lamark, H. & Morlandstø, L. (2014). Mulighetens tyranni. I L. Morlandstø & A. H. Krumsvik (Red.), *Innovasjon og verdiskapning i lokale medier* (s. 231-254). Cappelen Damm/IJ-forlaget.

Lamot, K. & Paulussen, S. (2020). Six Uses of Analytics: Digital Editors’ Perceptions of Audience Analytics in the Newsroom. *Journalism Practice*, 14(3), 358-373.

<https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1617043>

Lee, A. M., Lewis, S. C. & Powers, M. (2014). Audience Clicks and News Placement: A Study of Time-Lagged Influence in Online Journalism. *Communication Research*, 41(4), 505-

530. <https://doi.org/10.1177/0093650212467031>

- Lewis, J. & Cushion, S. (2009). THE THIRST TO BE FIRST. *Journalism Practice*, 3(3), 304-318. <https://doi.org/10.1080/17512780902798737>
- MacGregor, P. (2007). TRACKING THE ONLINE AUDIENCE. *Journalism Studies*, 8(2), 280-298. <https://doi.org/10.1080/14616700601148879>
- Mathisen, B. R. (2013). *Gladsaker og suksesshistorier: En sosiologisk analyse av lokal næringslivsjournalistikk i spenning mellom lokalpatriotisme og granskningsoppdrag*. [Doktorgradsavhandling, Universitetet i Nordland]. Nord Open Research Archive. <https://nordopen.nord.no/nord-xmlui/handle/11250/139942?show=full>
- Mathisen, B. R. & Morlandstø, L. (2018). Stabilitet og endring - offentlighet, demokrati og samfunnsrolle i et lokalt perspektiv. I B. R. Mathisen & L. Morlandstø (Red.), *Lokale medier: Samfunnsrolle, offentlighet og opinionsdanning* (s. 11-38). Cappelen Damm Akademisk.
- Mathisen, B., R., Bjerke, P. & Fonn, B. K. (2019). Introduksjon til journalistikk, profesjon og endring. I P. Bjerke, B. K. Fonn & B. R. Mathisen (Red.), *Journalistikk, profesjon og endring* (s. 13-42). Orkana Akademisk.
- Meijer, I. C. (2020). Journalism, Audiences, and News Experience. I K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The Handbook of Journalism Studies* (2.utg., s. 389-405). Routledge.
- Morlandstø, L. & Mathisen, B. R. (2022). Blind spots and diversity in a local media landscape. *Journalism*, 1-18. <https://doi.org/10.1177/14648849221119603>
- Morrison, J. (2020). From community to commerce? Analytics, audience 'engagement' and how local newspapers are renegotiating news values in the age of pageview-driven journalism. I A. Gulyas & D. Baines (Red.), *The Routledge Companion to Local Media and Journalism* (1. utg., s. 312-320). Routledge.
- Mediebedriftenes Landsforening. (u.å). *Opplagstall*. Mediebedriftene. <https://www.mediebedriftene.no/tall-og-fakta/opplagstall/>
- Mediebedriftenes Landsforening. (2021, 22. juni). *MBLs mangfoldsundersøkelse 2021: Nærmere målet om kjønnsbalanse - flerkulturelt mangfold settes på agendaen*. Mediebedriftene.

<https://www.mediebedriftene.no/artikler/2021/mbls-mangfoldsundersokelse-2021--narmere-malet-om-kjonnbalanse---flerkulturelt-mangfold-settes-pa-agendaen/>

- Nielsen, R. K. (2015). *Local Journalism: The Decline of newspapers and the Rise of Digital Media*. Bloomsbury Publishing.
- Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet. U.å. *Behandle personopplysninger i student- og forskningsprosjekt*. NTNU. <https://i.ntnu.no/wiki/-/wiki/Norsk/Behandle+personopplysninger+i+student+og+forskningsprosjekt>
- Nygren, G. (2014). Multiskilling in the newsroom—de-skilling or re-skilling of journalistic work? *The Journal of Media Innovations*, 1(2), 75-96. <https://doi.org/10.5617/jmi.v1i2.876>
- Olsen, K. S. (2018). *Tradisjonsforankrede og digitaldreide lokaljournalister. En hverdags sosiologisk studie av norsk lokaljournalistikk i en brytningstid* [Doktorgradsavhandling, Nord Universitet]. Nord Open Research Archive. <https://nordopen.nord.no/nord-xmlui/handle/11250/2597161>
- Olsen, K. S. (2021). Lokaljournalistikken i en grenseløs tid. *Norsk medietidsskrift*, 28(1), 1-15. <https://doi.org/10.18261/ISSN.0805-9535-2021-01-02>
- Omdal, S. E. (2012). På ryggen av en svart svane. I M. Eide, L. O. Larsen & H. Sjøvaag (Red.), *Nytt på nett og brett – Journalistikk i forandring* (s. 23-36). Universitetsforlaget.
- O'Neill, D. & Harcup, T. (2009). News Values and Selectivity. I K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The Handbook of Journalism Studies* (s. 161-174). Routledge.
- O'Sullivan, J. & Heinonen, A. (2008). OLD VALUES, NEW MEDIA. *Journalism Practice*, 2(3), 357-371. <https://doi.org/10.1080/17512780802281081>
- Paulussen, S. (2012). Technology and the Transformation of News Work: Are Labor Conditions in (Online) Journalism Changing? I E. Siaperas & A. Veglis (Red.), *The Handbook of Global Online Journalism* (s. 192-208). <https://doi.org/10.1002/9781118313978.ch11>
- Paulussen, S. & Van Aelst, P. (2021). News Values in Audience-Oriented Journalism: Criteria, Angles, and Cues of Newsworthiness in the (Digital) Media Context. I M. Temmerman &

- J. Mast (Red.), *News Values from an Audience Perspective* (s. 37-56). Palgrave Macmillan.
- Puijk, R., Hestnes, E. B., Holm, S., Jakobsen, A. & Myrdal, M. (2021). Local Newspapers' Transition to Online Publishing and Video Use: Experiences from Norway. *Journalism Studies*, 22(9), 1123-1141. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1922303>
- Quandt, T. & Singer, J. B. (2009). Convergence and Cross-Platform Content Production. I K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The Handbook of Journalism Studies* (s. 130-143). Routledge.
- Rønning, O., Johnsen, N. A. & Budalen, A. (2020, 6. mars). Brønnøysunds Avis slo Dagbladet på målstreken i 1995 – feirer 25 år som nettavis. NRK. <https://www.nrk.no/nordland/bronnoysunds-avis-slo-dagbladet-i-1995--ble-norges-forste-nettavis-1.14931843>
- Saldaña, J. (2013). *The Coding Manual for Qualitative Researchers* (2. utg.). Sage Publications
- Saltzis, K. (2012). BREAKING NEWS ONLINE. *Journalism Practice*, 6(5-6), 702-710. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667274>
- Saltzis, K. & Dickinson, R. (2008). Inside the changing newsroom: journalists' responses to media convergence. *Aslib Proceedings*, 60(3), 216-228. <https://doi.org/10.1108/00012530810879097>
- Schaudt, S. & Carpenter, S. (2009). The News That's Fit to Click: An Analysis of Online News Values and Preferences Present in the Most-viewed Stories on azcentral.com. *Southwestern Mass Communication Journal*, 24(2). https://www.researchgate.net/publication/266391890_7_Analysis_of_Online_News_Values_and_Preferences_Present_in_the_Most-viewed_Stories
- Schultz, I. (2007). THE JOURNALISTIC GUT FEELING. *Journalism Practice*, 1(2), 190-207. <https://doi.org/10.1080/17512780701275507>
- Singer, J. B. (2007). CONTESTED AUTONOMY. *Journalism Studies*, 8(1), 79-95. <https://doi.org/10.1080/14616700601056866>

- Sjøvaag, H. (2020). *Journalistikkens problem: Demokrati, økonomi og teknologi*. Universitetsforlaget.
- Skovsgaard, M. (2014). A tabloid mind? Professional values and organizational pressures as explanations of tabloid journalism. *Media, Culture & Society*, 36(2), 200-218. <https://doi.org/10.1177/0163443713515740>
- Tandoc Jr., E. C. & Thomas, R. J. (2015). The Ethics of Web Analytics. *Digital Journalism*, 3(2), 243-258. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.909122>
- Thagaard, T. (2018). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode* (5. utg.). Fagbokforlaget.
- Tjora, A. (2021). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (4. utg.). Gyldendal.
- Usher, N. (2014). *Making news at the New York Times*. University of Michigan Press.
- Usher, N. (2018). Breaking news production processes in US metropolitan newspapers: Immediacy and journalistic authority. *Journalism*, 19(1), 21-36. <https://doi.org/10.1177/1464884916689151>
- Vu, H. T. (2014). The online audience as gatekeeper: The influence of reader metrics on news editorial selection. *Journalism*, 15(8), 1094-1110. <https://doi.org/10.1177/1464884913504259>
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., Ruigrok, N. & Schaper, J. (2016). News selection criteria in the digital age: Professional norms versus online audience metrics. *Journalism*, 17(8), 1037-1053. <https://doi.org/10.1177/1464884915595474>
- Westlund, O. (2013). MOBILE NEWS. *Digital Journalism*, 1(1), 6-26. <https://doi.org/10.1080/21670811.2012.740273>
- Witschge, T. & Nygren, G. (2009). Journalistic Work: A Profession Under Pressure? *Journal of media business studies*, 6(1), 37-59. <https://doi.org/10.1080/16522354.2009.11073478>
- Zeller, F. & Hermida, A. (2015). When tradition meets immediacy and interaction. The integration of social media in journalists' everyday practices. *Sur Le Journalisme, About*

Journalism, Sobre Jornalismo, 4(1), 106-119.

<https://revue.surlejournalisme.com/slj/article/view/202>

Østlyngen, T. & Øvrebø, T. (1998). *Journalistikk: Metode og fag*. Ad Notam Gyldendal.

Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide

Oppvarmingsspørsmål

- Alder?
- Utdanning?
- Hvor lenge du jobbet i bransjen?
- Hvilken stilling har du i nåværende avis, og hvor lenge har du jobbet i avisa?
- Har du jobbet noen andre nyhetsorganisasjoner tidligere?
- Hvordan ser en vanlig arbeidsdag ut for deg?
- Hvilke temaer er det du dekker? (E.g. politikk, helse, sport osv.)
- Hvor lenge har du vært involvert i produksjon av hendelsesnyheter?

Nyhetsverdier

- Aktualitet
 - Hva er dine kriterier for noe generelt kan bli en sak? Har det endret seg siden du begynte?
 - Er det noen temaer som du skrev mye om før, men som i mindre grad gjør nå? Hva er det du og redaksjonen dekker mest?
 - Skriver du i dag mer om hendelser som kommer brått på?
 - Hvordan opplever du å balansere det med «vanlig» journalistikk?
 - Skrev du saker som ville momentant fått plass på nettavisa, men ikke nødvendigvis i papiravisa dagen etter på 1990-tallet?
 - Hvis ja, hvilke saker dreier det seg om?
- Gode nyheter, kritiske nyheter og konflikter
 - Føler du at du skriver flest gode eller kritiske nyheter? Har dette endret seg med digitaliseringa?
 - Har du opplevd at det er en endring i måten saker skal fremstilles på, hva er det som vektlegges nå?
 - Hva er det du føler at leserne i størst grad vil ha?
- Sensasjon
 - Hva regner du som en nyhet som kommer overraskende på?

- Hvordan fikk du vite overraskende hendelser før, og hvordan får du vite det i dag?
Har videre arbeid og informasjonsinnhenting endret seg?
- Har du noen eksempel på hva som på 1990-tallet ikke var en sensasjonell nyhet, men som er det i dag?
 - Hvorfor har denne endringa skjedd?
- Hvordan ville du håndtert en bilulykke på 90-tallet, kontra i dag?
- Har det hendt du har valgt bort andre saker fordi sensasjonelle hendelser veier mer?
 - Hvis ja, hvordan oppleves det?
- Føler du at kvaliteten på arbeidet ditt har endret seg med fokuset på kjappe nyheter?
- Har det blitt en økende viktighet å kontinuerlig oppdatere mens en hendelse skjer?
- Identifikasjon
 - Føler du at det har blitt noen endringer i hva som regnes som nære nyheter i forhold til før digitaliseringa?
 - Føler du digitaliseringa har bidratt til at blålyshetene har kommet nærmere deg og publikum?
 - Har det for deg blitt større fokus på de kjappe oppdateringene, og mindre tidsbasert journalistikk?
 - Føler du på et press på å publisere fortene enn før?

Avslutning

- Takke for intervjuet
- Opplyse om rettighetene som informant

