

Borgerjournalistikk i digitale omgivelser

- En casestudie av de mest aktive brukerne av borgertjenesten til nettvisen *ABC Nyheter*

Karoline Kvernland



Masteroppgave i medievitenskap
Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO
HØST 2010

Sammendrag

Denne masteroppgaven er basert på et kvalitativt brukerstudie. Oppgaven har som formål å undersøke i hvilken grad idealene om borgerjournalistikk gjenspeiler seg i virksomheten/borgertjenesten til *ABC Nyheter*. Det er lagt vekt på hva som kjennetegner brukerne av borgertjenesten og deres bidrag, og hvordan de opplever sin rolle som bidragsytere. For å plassere den kvalitative brukerstudien i et større perspektiv, har jeg foretatt en kvantitativ foranalyse, i tillegg til å benytte forskningsmateriale fra egen semesteroppgave som belyser institusjonelle aspekter ved virksomheten i *ABC Nyheter*. Analysen viser at redaksjonen og brukerne har ulike ønsker med borgertjenesten. Redaksjonen på sin side vil ha mer journalistisk håndverk. Brukerne på den andre siden er opptatt av å fremme meninger, skape debatt og endringer. Deres forskjellige ønsker illustrerer at partene har ulike forventninger til borgertjenesten, og tydelig også har forskjellige behov for borgerjournalistikken. Sett under ett, er det mulig å si at det er hos brukerne at idealene er mest fremtredende. I den grad *ABC Nyheter* ikke begrenser brukernes muligheter til å publisere borgermeninger, vil borgertjenesten i nokså stor grad være i tråd med idealene til borgerjournalistikken.

ABC Nyheter er en norsk nettavis som ble lansert i februar 2007. I tillegg til å drive en redaksjon basert på profesjonell journalistikk, har *ABC Nyheter* tilrettelagt for at vanlige folk kan bidra med egenproduserte artikler av samfunnsmessig betydning. *ABC Nyheter* kaller selv dette for borgerjournalistikk. Borgerne som skriver har sin egen side på nettstedet til redaksjonen hvor de selv kan publisere sine borgerartikler. Både denne borgertjenesten og borgerartiklene fremstår som profesjonelle sider og artikler. I løpet av forskningsperioden har jeg ikke funnet noen andre etablerte riksdekkende medieaktører i Norge som tilbyr en tilsvarende borgertjeneste som *ABC Nyheter*. Derfor er det rimelig å si at *ABC Nyheter* er den eneste riksdekkende aktøren i det norske medielandskapet som tilbyr en slik borgertjeneste innenfor min forskningsperiode.

Summary

ABC Nyheter is a Norwegian online newspaper launched in February 2007. In addition to running an editorial based on professional journalism, *ABC Nyheter* has made it possible for ordinary people to contribute with self-produced articles that are of social significance.

ABC Nyheter calls this citizen journalism. Citizens who write have their own page at *ABC Nyheter's* website where they can publish their articles. Both the citizen service and the articles appear as professional sites and articles. During the research period, I have not found any other established national media companies in Norway that offer a similar citizen service. Therefore, it is fair to say that *ABC Nyheter* is the only nationwide actor in the Norwegian media market that offers such a citizen service within my research period.

This master thesis is based on a qualitative user study. The purpose of this thesis is to examine to what extent the ideals of citizen journalism is reflected in the business/citizen service of *ABC Nyheter*. The emphasis is on the characteristics of the users of the citizen service and their contributions, and how they perceive their role as contributors. To place the qualitative user study in a larger perspective, I have conducted a quantitative pre-analysis, in addition to using research materials from my own term paper that highlights the institutional aspects of the business in *ABC Nyheter*. The analysis shows that the editorial and the users have different wishes when it comes to the citizen service. The editorial wants a more journalistic craft, while the users are interested in promoting meanings, creating debate and creating changes. Their different wishes illustrate that the parties have different expectations towards the citizen service, and that they also have different needs for the citizen journalism. Taking all this into consideration, it is possible to say that the ideals are most prominent with the users. To the extent that *ABC Nyheter* is not limiting the users possibilities to publish citizen meanings, the citizen service will be in line with the ideals of citizen journalism to a fairly large extent.

Forord

Masteroppgaveprosessen har vært spennende og utfordrende. Det er flere personer som fortjener en takk for deres bidrag i løpet av denne perioden.

Jeg vil først takke min veileder, Gunn Enli (H-09/V-10), for konstruktive tilbakemeldinger, støtte og oppmuntrende ord. Hennes gode humør har bidratt til at jeg har klart å holde hodet oppe i tunge tider. Jeg vil også rette en takk til IMK for deres bidrag til oppgaven.

En spesiell takk vil jeg gi til mine informanter som har vært veldig imøtekommende og positive fra første stund. Uten dere ville jeg ikke kunne gjennomført denne masteroppgaven.

Borgerredaktør hos *ABC Nyheter*, Heidi Nordby Lunde, fortjener også en stor takk for hennes bidrag til oppgaven. Jeg vil også gi en takk til salgssjef hos *ABC Nyheter*, Ingar Jensen.

Takk til familie og venner for gode ord, sosiale avbrekk og lån av bil. En særlig takk til min mor og storesøster for gode samtaler og min far for at han tok på seg den tidkrevende oppgaven som korrekturleser. Sist men ikke minst vil jeg takke kjæresten min for god støtte og for at han har holdt ut med meg og mitt stadige masteroppgavesnakk.

Oslo, 21.09.2010

Karoline Kvernland

Innholdsfortegnelse

1. Introduksjon	1
1.1 Bakgrunn for valg av oppgave	1
1.2 ABC Nyheter - et kollektivt samarbeid	2
1.3 Begrepsavklaringer	3
1.4 Problemstillinger	3
1.5 Oppgavens videre struktur	4
2. Teoretiske perspektiver	5
2.1 Borgerjournalistikk	5
2.1.1 Moderne borgerjournalistikk	7
2.1.2 Kritikken mot borgerjournalistikken	8
2.2 Den profesjonelle journalistikken	10
2.2.1 Journalistikk som profesjon	12
2.2.2 Objektivitetsidealet	14
2.2.3 Presseetiske retningslinjer	14
2.3 Digital deltakelse	18
2.3.1 Kjønn og deltakelse i digital form	20
2.3.2 Fra borgerjournalistikk til brukergenerert innhold	22
2.3.3 Profesjonell journalistikk i en digital tidsalder	25
3. Metodisk tilnærming	27
3.1 Casestudier	27
3.2 Kvantitativ foranalyse	28
3.3 Utvalget av informanter	29
3.4 Kvalitative intervjuer	30
3.5 Utarbeidelse av intervjuguide	31
3.6 Pilotintervjuer	32
3.7 Intervjuprosessen og reliabilitet/validitet	33
3.7.1 Ansikt-til-ansikt intervju	33
3.7.2 E-postintervju	35
4. Redaksjonell virksomhet i ABC Nyheter	37
4.1 Borgersidens struktur	38
4.2 Borgere og journalister under samme tak	41
4.3 Fordeler og utfordringer	43
4.4 Journalistenes syn på brukerdeltakelse	45
4.5 Borgerjournalistenes 10 bud	46
4.6 Den redaksjonelle kontrollen	46

5. Hovedtendenser og de mest aktive brukerne	48
5.1 Brukernes publiserte borgerartikler	48
5.1.1 Hvilke artikkeltyper bidrar brukerne med?	51
5.1.2 Hovedsaker på borgersiden	51
5.2 De seks mest aktive	54
5.3 Brukernes ”mini-CV”	56
5.4 Fra profesjonell journalist til borgerjournalist	58
5.5 Engasjerte og aktive sjeler	59
5.6 Oppsummerende karakteristikkk	60
5.6.1 Eliten eller ordinære mennesker?	61
6. Brukernes motiver og holdninger	63
6.1 ”Jeg har aldri vært drevet av penger”	63
6.1.1 Kilder til informasjon	65
6.2 Ulik bruk av borgertjenesten	66
6.3 Saken i sentrum	68
6.4 Et ønske om forandring	70
6.5 Hovedsaker – varierende viktighet	73
6.6 Etisk bevissthet	75
6.7 Positiv holdning til redaksjonell kontroll	76
6.8 Oppsummering.....	78
7. Konklusjon	80
7.1 ABC Nyheter – idealistiske tendenser	81
7.1.1 Fellestrekk med idealene	81
7.1.2 Idealenes begrensninger i redaksjonen	82
7.2 Brukerne som borgerjournalister	83
7.3 De borgerjournalistiske idealene i ABC Nyheter	85
Referanseliste	87
Vedlegg	93

1. Introduksjon

Publikumsdeltakelse i mediene er ikke et nytt fenomen. Ser man tilbake i tid har folk bidratt med leserbrev, i TV-konkurranser, som kilder og innringere i blant annet radioprogrammer (Bastiansen og Dahl 2008). Det var imidlertid på slutten av 1990-tallet at medieforskere fikk øynene opp for publikumsdeltakelse som et strategisk utviklingsområde. I Norge har for eksempel Maasø, Schanke Sundet og Syvertsen (2007) utført et forskningsprosjekt hvor de identifiserer ulike grunner til at norske medier satser på publikumsdeltakelse. Dagens medieplattformer og mediebedriftenes økende interesse for publikumsdeltakelse har gjort det mulig for publikum å ikke bare delta, men også aktivt bidra med eget innhold. Men hvem er egentlig disse menneskene som deltar?

1.1 Bakgrunn for valg av oppgave

Inspirasjonen til denne oppgave fikk jeg etter at jeg hadde skrevet en semesteroppgave med fokus på den redaksjonelle siden av *ABC Nyheter*. Semesteroppgaven har tittelen *ABC Nyheter: Nettavis produsert av journalister og borgere*. Før jeg startet forskningsprosessen på brukerne av borgertjenesten til *ABC Nyheter*, hadde jeg allerede tilegnet meg kunnskap om brukerdeltakelsen fra redaksjonens perspektiv. Forkunnskapene gjorde at jeg hadde god innsikt i hvordan brukerdeltakelsen fungerte før forskningsprosessen ble satt i gang.

Mye av forskningen som er blitt gjort på temaet publikumsdeltakelse har belyst bransjens motiver, mens det er gjort lite forskning på brukerne og deres motiver. En av få brukerstudier innen digitale former for deltagelse, er en masteroppgave fra 2007 som tar for seg brukerne av det interaktive tv-programmet *Mess TV* (Bjørnbæk 2007). Å forske på brukere kan være en utfordring ettersom forskeren er avhengig av at en bestemt gruppe mennesker ønsker å bidra til prosjektet. Hvis disse menneskene ikke ønsker å stille opp, vil ikke forskeren ha mulighet til å vinkle prosjektet fra brukernes perspektiv. Utfordringer med å få bestemte informanter til å stille opp, kan også dukke opp hos forskere som søker informasjon fra eliten og eksempelvis medieledere. Men til forskjell fra eliten og medieledere, er brukerne ikke forpliktet til å stille opp slik som eliten og medieledere ofte indirekte er. Brukerne har heller ikke en tittel eller rolle de

snakker ut i fra, slik som medieledere, men er vanlige mennesker i et samfunn som tar av sin tid for å snakke om deres privatliv.

I denne oppgaven vil jeg angripe de overnevnte utfordringene knyttet til brukerstudier ved å belyse et utvalg av de mest aktive brukerne av publikumstjenesten, også kalt borgertjenesten, til nettavisen *ABC Nyheter*. Til forskjell fra brukerstudiet om Mess TV, vil denne oppgaven rette seg mot nettet¹ som innehar nye og mer omfangsrike muligheter for deltakelse. Maasø m.fl. (2007) peker i sitt forskningsprosjekt på at den økende satsningen på publikumsdeltakelse i stor grad er knyttet til deltakelse innenfor den sosiale, kommunikative og underholdende delen av samfunnslivet. I motsetning til denne utviklingen, vil jeg fokusere på nyhetssjangeren, og dermed belyse mer klassiske samfunnsmessige aspekter ved deltakelse. At deltakelse i valg og demokratiske prosesser på mange måter er på vikende front, gjør *ABC Nyheter* til et interessant forskningscase.

For å plassere den kvalitative brukerstudien i et større perspektiv, har jeg foretatt en kvantitativ foranalyse, i tillegg til å benytte forskningsmateriale fra egen semesteroppgave som belyser institusjonelle aspekter ved virksomheten i *ABC Nyheter*.

1.2 ABC Nyheter – et kollektivt samarbeid

ABC Nyheter ble lansert i februar 2007 og er en riksdekkende nettavis med fokus på allmenne nyheter. Redaksjonen skriver på sitt nettsted at *ABC Nyheter* ”skal tilby leserne leseverdige stoff som er seriøst, men som også vil romme skjeve blikk og annerledes vinklinger, gjerne med provoserende innhold” (Redaksjonen 2009). På nettstedet står det også skrevet at den typiske brukeren av denne nettavisen er ”engasjert og aktiv med sterke meninger som føler det er verdt å tilbringe tid på nyhetsavisen vår” (ABC Nyheter 2010).

Det som gir *ABC Nyheter* sitt særpreg er nettstedets store satsning på å kombinere redaksjonelt stoff med brukergenerert innhold. *ABC Nyheter* tilbyr en borgertjeneste hvor leserne selv kan

¹ Nettet blir i denne oppgaven brukt som en samlebetegnelse på internett og the World Wide Web.

publisere egenproduserte artikler. Den daglige produksjonen av nyheter og innhold blir produsert av en redaksjon på rundt 25 mennesker, frilansere, andre bidragsyttere og ikke minst leserne. Brukerne av borgertjenesten har en egen borgerside på nettstedet til *ABC Nyheter* hvor deres artikler, gjerne kalt borgerartikler, blir publisert. Borgersiden er utformet som en vanlig redaksjonell side og borgerartiklene fremstår som profesjonelle journalistiske artikler. I løpet av forskningsperioden har jeg ikke funnet noen andre etablerte riksdekkende medieaktører i Norge som tilbyr en tilsvarende borgertjeneste som *ABC Nyheter*. Derfor er det rimelig å si at *ABC Nyheter* er den eneste riksdekkende aktøren i det norske medielandskap som tilbyr en slik borgertjeneste innenfor min forskningsperiode. Lokalt har *Drammens Tidene* en lignende borgertjeneste kalt *Mitt DT*. Andre borgertjenester som tilrettelegger for brukergenerert innhold, er eksempelvis VG sin tjeneste, *VG-blogg*. Innholdet som produseres av brukerne av *VG-blogg* publiseres som et innlegg på en personlig blogg. Bloggen og innleggene kan, til forskjell fra borgertjenesten til *ABC Nyheter* hvor det bevisst tilrettelegges for at leserne skal delta med egenproduserte saker som er av samfunnsmessig betydning, være av privat karakter.

1.3 Begrepsavklaringer

I gjennom oppgaven bruker jeg ordet borger(e). Til forskjell fra en kunde (consumer) som kjøper varer og tjenester, er en borger (citizen) en politisk ansvarlig innbygger i et samfunn.

ABC Nyheter er som nevnt en nettavis. En nettavis er et nettsted som publiserer nyheter.

Imidlertid har mange nettaviser valgt å utvide til nye stoffområder som eksempelvis slankeklubber, sjekkesteder, diskusjonsfora og nettsamfunn for å trekke lesere. Nettaviser ligner papiraviser, men er til forskjell fra tradisjonelle trykte aviser dynamiske og kan oppdateres og forandres kontinuerlig (Fagerjord 2008).

1.4 Problemstillinger

Denne oppgaven vil besvare følgende problemstillinger:

Overordnet problemstilling

Jeg vil undersøke i hvilken grad idealene om borgerjournalistikk gjenspeiler seg i virksomheten/borgertjenesten til den norske nettavisen *ABC Nyheter*, med vekt på hva som kjennetegner brukerne og deres bidrag, og hvordan de opplever sin rolle som bidragsyttere.

Delproblemstillinger

- Hva kjennetegner de mest aktive brukerne og hva er deres hovedmotiver for å delta?
- I hvilken grad definerer brukerne seg som journalister?
- Hvordan forholder brukerne seg til presseetikk og redaksjonell kontroll?

1.5 Oppgavens videre struktur

Kapittel 2 tar for seg tre sentrale teoretiske perspektiver som skal belyse analysen. Den metodiske tilnærmingen og valgene jeg har tatt for å besvare problemstillingene, vil bli gjennomgått i kapittel 3. Kapittel 4 redegjør for brukerdeltakelsen fra *ABC Nyheter*'s perspektiv. Første del av kapittel 5 vil legge frem funn som viser hovedtendensene i den totale deltakelsen som føres hos *ABC Nyheter*: antall publiserte borgerartikler og hovedsaker på borgersiden, kjønnsfordeling og artikkeltyper. Den siste delen av kapittel vil belyse hvem brukerne er. Brukernes hovedmotiver for å delta og deres holdninger til presseetikk og redaksjonell kontroll vil bli redegjort for i kapittel 6.

2. Teoretiske perspektiver

Dette kapittelet vil ta for seg de mest sentrale teoretiske perspektivene som vil belyse funnene i analysen. Jeg vil hente teoretiske innsikter og perspektiver fra forskningsfeltene jeg har valgt å definere som *borgerjournalistikk*, *profesjonell journalistikk* og *digital deltakelse*. Kapittelet vil først ta for seg hva som kjennetegner på den ene siden den borgerjournalistiske tradisjonen med vekt på Brooklyn College professor og borgerjournalistikkforsker Tanni Haas, og på den andre siden den profesjonelle journalistikken, for deretter å se nærmere på den konvergerende og digitaliserende utviklingen som gir store muligheter for deltakelse. Den siste delen av kapittelet vil knytte disse tradisjonene sammen, ved drøfte nye utviklingstrekk i retning av konvergens, digitalisering og deltakelse, med vekt på hvordan nettets muligheter for deltakelse har innvirkning på både borgerjournalistikken og den profesjonelle journalistikken.

2.1 Borgerjournalistikk

Begrepet *borgerjournalistikk* kommer av ”public journalism” eller ”citizen journalism”. Det essensielle i en slik form for journalistikk er at journalistene må ta ansvar for å stimulere vanlige folk til økt ansvar og deltakelse i demokratiske prosesser (Haas 2007:3). For å få dette til må journalistene endre arbeidsmåte og inkludere vanlige folks stemmer i journalistikken.

Borgerjournalistikken er inspirert av Habermas sin offentlighetsteori som går ut på at det må finnes et offentlig rom eller en public sphere som alle borgere har tilgang til, hvor folket kan ta opp temaer som opptar dem og diskutere og kritisere disse i fellesskap (Habermas 1971).

Borgerjournalistikken har lange historiske røtter, og debatten mellom journalisten Walter Lippmann og filosofen John Dewey i 1920 årene er sentral i forhold til journalistenes rolle om å engasjere borgerne i demokratiske prosesser. I *Public Opinion* (1922) og *The Phantom Public* (1925) argumenterte Lippmann for at de politiske problemene i det moderne samfunnet er for komplekse, noe som gjør at det er umulig for borgerne å delta aktivt i prosessen. Lippmann argumenterte også for at den viktigste oppgaven til journalistikken er å omforme det politiske språket mot et mer borgervennlig språk (Haas 2007:7). I *The Public and Its Problems* (1927) tok Dewey til orde mot Lippmann og introduserte et mer deltakende perspektiv ved å gjøre

journalistikken mer aktiv. Dewey argumenterte for at de moderne massemediene, spesielt avisene, har en enestående egenskap og mulighet til å undervise folket om politiske problemer. Dewey konkluderte med at "modern means of mass communication offer the possibility of creating a "great community" where the public can both learn about and actively participate in democratic governance" (Haas 2007:7).

Debatten mellom Lippmann og Dewey har inspirert noen av de mest profilerte forskerne innenfor borgerjournalistikken. Professor Jay Rosen (1999a) fra New York University gikk så langt og sa at verdens korteste definisjon av borgerjournalistikk inneholder tre ord: "hva Dewey mente". Deweys syn fikk også en mer direkte innflytelse på journalistikken gjennom rapporten *A Free and Responsible Press* utarbeidet av *Hutchins Commission on Freedom of the Press*. Denne rapporten konkluderte med at journalistikken skulle være preget av sannhet, være omfattende og intelligent i en kontekst som gir mening, være et forum for kommentarer og kritikk, presentere et representativt utvalg av ulike folk i samfunnet, være ansvarlige for å representere og gjøre klart hva samfunnets mål og verdier er, og å sørge for full tilgang dagens intelligens, nemlig hva som skjer og opptar folk til en hver tid (Haas 2007:8).

Borgerjournalistikken legger også vekt på å inspirere til mer aktiv deltakelse hos borgerne i de enkelte lokalsamfunn. I *Citizens and Politics*, fant grunnlegger og president av The Harwood Institute for Public Innovation, Richard Harwood (1991), ut at den inntil da rådende oppfatning om at folk ikke var interessert i politikk og deltakelse i det offentlige rom ikke var holdbar. Ved hjelp av fokusgrupper bestående av borgere fra ulike byer i USA, kom Harwood frem til at det lukkede politiske systemet førte til at borgerne følte seg ekskludert fra alle politiske arenaer i det offentlige rom. Det var vanskelig for vanlige folk å forestille seg selv i en meningsfylt politisk rolle. Til tross for denne ekskluderingen fant Harwood ut at borgere er aktive når det kommer til deres rolle i lokalsamfunnet, men bare hvis de har troen på at deres engasjement kan bidra til store forandringer. Harwood (1991) konkluderte med at journalister må rette fokuset mot problemer som vanlige borgere er opptatt av, og i tillegg opprette ulike rom hvor borgerne selv kan diskutere og løse problemer.

2.1.1 Moderne Borgerjournalistikk

Det var imidlertid først på 1980-tallet at borgerjournalistikken oppstod i sin moderne form. Etter presidentvalget i 1988 hvor valgdeltakelsen var dårlig, mente flere akademikere, journalister og redaktører at en ny debatt om mediernes samfunnsrolle og relasjon til demokratiet var på sin plass. Det sentrale som dukket opp i diskusjonen var at vanlige folks synspunkter ble utelatt av journalister, og det ble derfor et viktig mål at journalister mer aktivt enn før måtte ta kontakt med ordinære mennesker og inkludere deres engasjement og meninger i journalistikken. Dette ble også sett på som viktig for å styrke forholdet mellom politikere/myndigheter og borgere, og for at journalistene skulle få et nærere forhold til sine lesere (Ihlebak 2009).

Den borgerjournalistiske praksisen kan sees som en serie av eksperimenter som fant sted i USA sent på 1980-tallet og tidlig på 1990-tallet. De borgerjournalistiske eksperimentene bestod av å rette journalistikken i valgkamper mot problemer som folket bryr seg om, ulike reportasjeprosjekter og å integrere borgerjournalistikken som en rutine i blant annet innhenting av informasjon og utforming av reportasjer (Haas 2007:11). Ett av de første initiativene til moderne borgerjournalistikk ble utført i byen Columbus av avisen Georgia, *Ledger-Enquirer* i 1988. Undersøkelsen var basert på en telefonundersøkelse blant lokale borgere og dybdeintervjuer med lokale embetsmenn og akademikere. Temaer som ble tatt opp var ulike utfordringer i samfunnet, et fallende skolesystem, transportproblemer og lave lønninger (Rosen 1999b:28). Sviktende respons rundt denne undersøkelsen førte til at avisens redaktør valgte å ta det hele ett steg videre. Det ble organisert et møte for å la vanlige borgere diskutere byens fremtid, og hele tre hundre møtte opp på møtet som varte i hele seks timer. I etterkant var også redaktøren med å starte opp en ny organisasjon rettet mot borgerne, slik at folket selv kunne følge opp temaene som ble diskutert på møtet (Rosen 1999b:29). I følge borgerjournalistikkforsker Tanni Haas (2007) illustrerte *The Ledger-Enquirers* forsøk på ta problemene ett steg videre en av hovedkarakteristikkene til utøvelsen av borgerjournalistikk.

I løpet av det siste tiåret har blitt utført flere studier som omhandler journalisters holdninger til borgerjournalistikk. Studiene viser at majoriteten av journalister, i ulike posisjoner, godkjenner mange av praksisene som borgerjournalistikken følger. Det er for det meste journalister som arbeider i de mindre nyhetsbyråene og som tilhører mediehus som har vært involvert i

borgerjournalistikk, som vedkjenner seg disse tendensene. Til tross for dette, så har det vist seg at journalister er mest komfortabel med de borgerjournalistiske praksisene som skiller seg minst fra den tradisjonelle journalistikken. Studier viser at journalister fortsatt holder ved den konvensjonelle journalistikken, slik som å analysere komplekse problemer og undersøke anklager mot det offentlige. Ulike studier har kommet frem til at det er en større mulighet for at journalister sier seg enig i at de har ansvar for å fokusere på problemer som opptar borgerne og inkludere deres synspunkter i deknningen, enn å si seg enig i at det er journalistenes ansvar å opprette ulike rom hvor borgerne kan diskutere problemer og eventuelle løsninger (Haas 2007:50-51).

I motsetning til overnevnte studier, viser undersøkelser utført av Poindexter, Heider og McCombs (2006) at det er mer sannsynlig at borgere mener at journalister må bidra til å opprette rom hvor vanlige folk kan diskutere og løse ulike problemer, enn at journalister skal opptre som vaktbikkjer i samfunnet og raskt innhente informasjon til folket. Det ulike fokuset journalister og borgere har, illustrerer deres forskjellige syn på hva de forventer av pressen. Poindexter, Heider og McCombs (2006) skriver også at kvinner, fattige og borgere med lavere utdannelse uttrykker et behov for en journalistikk som er opptatt av å fremme deres bekymringer.

2.1.2 Kritikken mot borgerjournalistikken

I henhold til Tanni Haas (2007) aksepterer majoriteten av journalister mange av praksisene i borgerjournalistikken, men tiltross for dette så er og vil borgerjournalistikken forbli et av de mest kontroversielle temaene i journalistiske kretser. Siden borgerjournalistikken oppstod i sin moderne form, har skolerte og praktiserende journalister kommet med motargumenter til denne type journalistikk. For det første er en av hovedkritikkene mot borgerjournalistikken at den ikke har en klar nok definisjon, er det en filosofi, teori eller en serie av ulike praksiser? (Haas og Steiner 2006). Haas (2007) påpeker at det ikke er noe tvil om at borgerjournalistikken ikke har noe klar definisjon som tilsier at det er en filosofi, teori eller en serie ulike praksiser. På en annen side fremhever han at borgerjournalistikken har på flere måter prøvd å definere hva som skiller den fra profesjonell journalistikk. I motsetning til vanlig journalistikk retter borgerjournalistikken seg mot å dekke problemer som opptar borgerne, dekke disse problemene fra vanlige folks perspektiv og å informere borgerne mer aktivt om hvordan de kan gå frem for å

bli mer involvert i lokalsamfunnet (Haas 2007:67). Andre kritiserer borgerjournalistikken for at den ikke er klar nok på hva som skiller den fra tradisjonell journalistikk (Haas og Steiner 2006, Haas 2007:67).

For det andre har skolerte og praktiserende journalister også rettet bekymring for borgerjournalistikkens kommersielle kontekst. De fremhever de kommersielle mediesystemenes makt og påpeker at tilhengere av borgerjournalistikken ignorerer den påvirkningskraften disse systemene kan ha (Haas og Steiner 2006, Haas 2007:70). Tilhengerne unnlater å erkjenne at mulighetene borgerjournalistikken har til å nå ut til et bredt publikum, kan være styrt av medieeierne eller annonsører, og ikke minst av deres ønske om å nå attraktive grupper i samfunnet. Rapportering rundt borgernes problemer, mener de mest ekstreme kritikerne, er en kilde til høyere sirkulasjon og avkastning som medieeiere og annonsører vil nyte godt av (Haas og Steiner 2006, Haas 2007:67). For mange profesjonelle journalister så er dette en form for strategi som ledelsen tar i bruk for at slike kommersielle selskaper skal vokse. Mange journalister vil mene at denne strategien vil tvinge journalister som jobber for nyhetsorganisasjoner som driver med borgerjournalistikk til å praktisere selvsensur. Denne selvsensuren vil måtte bli utøvd på bakgrunn av frykt for å fornærme publikum eller medieeiere og annonsører som ikke er forenelig med strategien (Haas 2007:70-71).

For det tredje rettes det et kritisk lys mot journalisters bruk av meningsmålinger, diskusjonsfora og byhallmøter for å fremme de borgerjournalistiske målene. Kritikere mener at å bruke meningsmålinger er stikk i strid med ideen til borgerjournalistikk. Denne striden gjelder spesielt det å likestille opinionens meninger med individuelle og private meninger. Meningsmålinger måler meningene til enkeltpersoner i motsetning til opinionens meninger. Borgerjournalistikkens mål er å dekke problemer fra borgernes perspektiv, og det at borgerne ikke får forsvare og begrunne meningene sine i slike meningsmålinger svekker borgerjournalistikken på dette punktet (Haas 2007:78).

For det fjerde har ideen om at journalister skal hjelpe til med å løse problemer skapt hete diskusjoner blant kritikere. Enkelte akademikere mener at borgerjournalister overdriver deres viktighet som agenter for politisk forandring, mens journalister argumenterer for at en slikt

involvering vil svekke linjene mellom objektivitet og politisk engasjement. Både forskere og flere journalister hevder at det kun er politikere og institusjoner som kan løse problemer. Hvilket betyr at de sistnevnte mener at borgerjournalister ikke har den innflytelsen som skal til for å kunne opptre som problemløsere (Haas og Steiner 2006).

Kort oppsummert går kritikken på at borgerjournalistikken ikke er klart nok definert, tilhengere unnlater å erkjenne hvilken innvirkning det kommersielle kan ha på en slik type journalistikk, bruk av meningsmålinger strider mot borgerjournalistikkens idé, og journalister som problemløsere skaper konflikt i forhold til objektivitet og politisk nøytralitet.

Vi har nå sett på hva som er borgerjournalistikkens idealer, dens utvikling og kritikk. I det følgende underkapittelet skal jeg gjøre rede for den profesjonelle journalistikken med fokus på definisjon, profesjonsbegrepet, objektivitetsidealet og presseetikk.

2.2 Den profesjonelle journalistikken

Journalistikken har gått fra å være et yrke uten formelle krav til å bli en profesjonsutdanning hvor objektivitetsidealet og etiske retningslinjer står høyt. Ordet journalistikk stammer fra det latinske ordet *diurnalis*, som betyr en daglig registrering av begivenheter eller samhandlinger (Østlyngen og Øvrebø 1998:26). Den sentrale rollen journalistikken har i samfunnet fører til at det eksisterer ulike meninger og oppfatninger av hva journalistikk er (Fossum og Meier 2008:23). Dette gjør det vanskelig å kunne konkludere med en allmenndefinisjon. Den rådende uenigheten om hva journalistikk er, kan illustreres med eksempler på flere definisjoner av journalistikk: ”Journalism informs society about itself and makes public that which could otherwise be private” (Harcup 2009:3), eller som ”paid writing (and the audiovisual equivalent) for public media with reference to actual ongoing events of public relevance” som er utarbeidet av Denis McQuail (2000).

Flere forfattere fra ulike deler av verden har påpekt mangelen på en internasjonal enighet og dialog innenfor journalistikkstudiet, noe som fører til at måter å gjøre ting på, forståelse og filosofi sjeldent er de samme (Deuze 2005). Noen ser på journalistikkens samfunnsrolle som knyttet opp mot demokrati (Schudson 2003:14), hvor demokrati kan oversettes folkestyre.

Demokratiets grunntanke er at alle borgere skal ha like formelle rettigheter og kunne påvirke beslutninger om deres egen livssituasjon gjennom åpen og fri diskusjon (Tinget.no). Den påfølgende definisjonen av journalistikk legger vekt på forholdet mellom journalistikk og demokrati:

The core purpose of journalism is and should be about producing and distributing serious information and debate on central social, political, and cultural matters (...) Journalists regulate much of what the public gets to know about the world they inhabit, and this activity is vital to a functioning democracy (Gripsrud 2000:294).

Denne definisjonen er utarbeidet av den norske medieprofessor Jostein Gripsrud og viser at journalistikkens oppgave som opplysningsorgan er høyst nødvendig for at et demokrati skal fungere. Gripsrud påpeker at informasjonen som produseres og distribueres skal holde en seriøs karakter som omfatter ulike viktige områder i samfunnet. De nevnte områdene som finnes i definisjonen gjenspeiler trekk ved et demokrati. Definisjonen sier også noe om at informasjonen folk får om verden rundt seg ofte kommer fra journalistikken, og uten en slik form for informasjon ville det vært vanskelig å gjennomføre en slik styreform. I et velfungerende demokrati, må folket ha mulighet til å tilegne seg informasjon om samfunnet rundt seg for å kunne delta.

Det er mulig å si at nyheter har et demokratisk preg uansett styreform, men bare i form av at informasjonen som spres er tilgjengelig for alle som ønsker det. Det betyr ikke at informasjonen i seg selv har et demokratisk formål, slik som eksempelvis informasjon som spres i land diktaturet råder. Selv om Schudson (2003) er kritisk til å blande demokrati inn i definisjoner om journalistikk, innrømmer han at han også gjør det til en viss grad:

It is the business of a set of institutions that publicizes periodically (usually daily) information and commentary on contemporary affairs, normally presented as true and sincere, to a dispersed and anonymous audience so as to publicly include the audience in a discourse taken to be publicly important (Schudson 2003:11).

En slik definisjonen av journalistikk tar ikke forbehold om at all journalistikk ikke er like ”publicly imporant”. Ta for eksempel kjendisstoff og humorspalter som kan være interessante, men kanskje ikke så viktig. Definisjonen legger hovedfokus på den samfunnsmessige siden som

kan relateres til demokratiske perspektiver (Schudson 2003:15). I denne sammenheng har jeg derfor valgt å ta utgangspunkt i Schudsons definisjon ettersom oppgaven i stor grad tar for seg den delen av journalistikken som faller under det som kan kalles ”publicly important”, og definisjonen beskriver på en god måte denne delen av journalistikken hos *ABC Nyheter*.

2.2.1 Journalistikk som profesjon

I likhet med uenigheten rundt journalistikkens definisjon, råder det også en diskusjon om hvorvidt den profesjonelle journalistikken kan kalles en profesjon. I begynnelsen av forrige århundre stiltes det ingen formelle krav til å arbeide som journalist, og en typisk journalist på den tiden var en mann som skrev for en avis eller et tidsskrift. De som praktiserte journalistikk var gjerne trykkeriarbeidere, politikere, deltidsskribenter eller utdannende mennesker (Picard 2009). Siden den tid har interessen for journalistikk som yrke økt og statusen endret seg fra å være et håndverk til å bli en profesjonsutdanning (Fleming mfl. 2006:1). Fra starten av profesjonsprosessen og frem til nå har det pågått en diskusjon om journalistikk kan kalles en profesjon eller ikke (Tumber og Prentoulis 2005:58). Sosiologer ser på et yrke som en profesjon når yrket innehar bestemte kombinasjoner av ferdigheter, trening og utdanning (Zelizer 1997: 402). Argumenter som taler for at journalistikken har karakteristikk som tilsvarer en profesjon er objektiviteten, nøytraliteten, presseetikken og det sosiale ansvaret. Mens mangelen på et teoretisk og vitenskapelig rammeverk som støtter opp om ”sannhetskravet”, det journalistiske produktet basert mer på opplevelse og praksis enn teoretisk kunnskap og den subjektive naturen og utøvelse av narrativ som ligger i nyhetsskriving er eksempler på argumenter som taler i mot (Tumber og Prentoulis 2005:63, Zelizer 1997: 403).

Uenigheter finnes også rundt pressens² oppgave, hvor det finnes det mange forsøk på definere denne oppgaven (Brurås 2006). For det første er det i følge den store offentlige maktutredningen fra 1982 pressens oppgave å gi publikum den informasjonen som er nødvendig slik at folk har mulighet til å ta stilling til samfunnsspørsmål, gi informasjon fra borgerne til politikerne,

² Ordet *presse* stammer fra den rent tekniske betegnelse på en ”trykkemaskin”, men har også tradisjonelt vært brukt som et begrep på trykte medier og publikasjoner. I dag brukes ordet som en samlebetegnelse på alle typer nyhetsmedier, og det er denne betegnelsen oppgaven vil ta utgangspunkt i (Brurås 2006:11).

kommentere og analysere samfunnsforholdene, granske og kontrollere de som har innflytelse i samfunnet og fremme kommunikasjon mellom politiske, faglige og ideelle grupper (Brurås 2006:31).

For det andre innledes *Vær Varsom-plakaten* med punkter om pressens samfunnsrolle. Denne plakaten er en liste av etiske normer for pressen som blir vedtatt av Norsk Presseforbund (Norsk Presseforbund 2006b). Plakaten beskriver at pressens oppgaver er å ivareta informasjon, debatt og samfunnskritikk, la ulike syn komme til ordet, informere om hva som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold, beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre. *Vær Varsom-plakaten* vil bli studert nærmere senere i dette kapittelet.

For det tredje refererer medieforsker Svein Brurås (2006) til den amerikanske presseetikeren, Louis W Hodges, som sier at pressens oppgaver er å informere publikum om hva politikere og myndigheter gjør ved å opptre som borgernes ”vaktbikkje”, være undervisende i form av å skape en kontinuerlig debatt og presentere nye tanker og ideer, gi informasjon om hva som skjer rundt oss (stengte veier og forsinkede tog) som gjør hverdagen lettere, og gi oss nyheter som nødvendigvis ikke er relevante men speiler den verden vi lever i (Brurås 2006:31).

Med utgangspunkt i de nevnte måtene å definere pressens oppgave på, er det mulig å peke spesielt på to punkter som går igjen. Den store offentlige maktutredningen, *Vær Varsom-plakaten* og Louis W Hodges viser alle til at pressen har som oppgave å formidle informasjon og bidra til debatt. Det er pressen som forteller hva som til en hver tid skjer, slik at folk har muligheten til å følge med og delta i samfunnsutviklingen. Det andre punktet som går igjen viser til pressens oppgave som borgernes kontrollorgan og beskytter ovenfor myndighetene. Medieforskeren Mark Deuze (2005) viser til at journalistene selv knytter arbeidet sitt opp mot verdier om å være en tjeneste for folket, nøytral og objektiv, selvstyrt og uavhengig, aktuell og etisk. Journalistene føler at disse verdiene gir legitimitet og troverdighet til deres arbeid.

2.2.2 Objektivitetsidealet

Historisk sett så har avisene, i store deler av sin levetid, vært organer for bestemte ideologiske og politiske retninger. Det var på begynnelsen av 1900-tallet at den objektive journalistikken ble introdusert. Idealet om objektivitet oppstod ved at avisfolk begynte å bli kritiske til avisenes ideologiske og politiske tilhørighet. En av grunnene som førte til en slik kritikk var oppblomstringen av sensasjonsoppslagene som ofte lekte litt med sannheten. Kritikken førte til reaksjon hos andre deler av pressen som bestemte seg for å innføre en politisk uavhengig redaksjon (Brurås 2006:41). Objektivitetsidealet har siden etterkrigstiden vært en sentralt del av journalistikken i Norge (Brurås 2006:40). Objektivitet er ofte sett på som en måte å skille verifiserbare fakta fra subjektive verdier og følelser (Harcup 2009:81). Hvorvidt det er mulig for en journalist å holde seg objektiv er et tema for diskusjon. En journalists personlige erfaringer, bakgrunn, verdier og identitet er alle faktorer som det ikke er umulig å unngå og som i underbevisstheten kan prege oppfatningen av en situasjon eller de valg som tas. Pressen har som oppgave å beskytte enkeltmennesker mot overgrep, men dette samsvarer ikke med objektivitetsidealet fordi journalisten da tar parti og ikke lenger er objektiv (Brurås 2006:42-44). I enkelte situasjoner, slik som jordskjelvet på Haiti i januar 2010, er det ikke nok at journalisten kun referer hva han eller hun observerer fra avstand, men må også komme med sin opplevelse av situasjonen for å skape en engasjerende reportasje. Disse momentene illustrerer objektivitetens utfordringer. På en annen side kan bruken av objektivitet ses på som et strategisk ritual som journalistene bruker for å beskytte seg mot kritikk. Presentasjon av motstridene muligheter og støttende bevis, gjennomtenking av bruk av anførselstegn for å la ”fakta” snakke og strukturere informasjon i passende avsnitt med fallende viktighet, er rutiner som kan bidra til å styrke idealet om objektivitet (Harcup 2009:89, Tuchman 1999:299-302).

2.2.3 Presseetiske retningslinjer

I følge Ralph Henk Vaags (2004) kan etikk defineres som ”den fagdisiplin som på systematisk måte studerer prinsippene og metodene for å skille rett fra galt og godt fra ondt”. Det er vanlig å skille mellom *grunnlagsetikk* og *områdeetikk*. Grunnlagsetikken består blant annet av deskriptiv etikk og normativ etikk. Deskriptiv etikk prøver å beskrive eksisterende moral uten å ta stilling til om moralen er god eller dårlig. ”Moral betegner et samfunns, en gruppes eller et individs

eksisterende verdiopfatninger og oppfatninger om rett og galt, samt hvordan man forholder seg eller handler i forhold til disse oppfatningene” (Vaags 2004:16). Etikk skilles fra moral ved at etikken betegnes som et fag som reflekterer over, beskriver og vurderer eksisterende moral. I motsetning til den deskriptive etikken, ønsker den normative etikken å ta stilling til eksisterende moral. Spørsmål som den normative etikken tar opp er: Hva gjør en etisk rett handling til en etisk rett handling? Hva er etisk godt i seg selv?

Områdeetikk er anvendelse av etikk innenfor ulike fagfelt og vitenskaper, og betegner et spesielt delområde hvor etiske teorier blir brukt og får sin praktiske betydning. Det er ikke slik at områdeetikken bare er en anvendelse av etisk teori. Det har vist seg at problemstillinger og synspunkter som tas opp i den normative etikken ikke alltid dekker alle etiske utfordringer og spørsmål som preger de ulike yrkessammenhenger. Derfor vil områdeetikken ta opp mer yrkes- og praksisspesifikke etiske problemer, i tillegg til å trekke veksler på den normative etikken (Vaags 2004:11-15). Det er i overgangen mellom grunnlagsetikk og områdeetikk at *yrkesetiske retningslinjer* har sin plass (Oltedal 2001:18). Yrkesetiske retningslinjer tar utgangspunkt i allmennmoralen, men er også et sett med normer og verdier som gjelder for den aktuelle virksomhet. Slike retningslinjer blir opprettet på grunnlag av å skape bevisstgjøring rundt etiske dilemmaer rundt de enkelte felt, skape tillitt til virksomheten og deres medarbeidere, samt å legge til rette for ønsket adferd (Regjeringen.no). I motsetning til den moralfilosofiske etikken som er beskrevet i grunnlagsetikken og områdeetikken, baserer presseetikken (som en form for yrkesetikk) seg på et bransjemessig grunnlag (Sørum 2006). Presseetikken har tradisjonelt handlet om personvern og vurderinger av publisering opp mot skadevirkninger. I den senere tid har rettferdig behandling av kilder og normer for å sikre en troverdig og uavhengig presse også blitt en stor del av presseetikken (Brurås 2006:8). Presseetikken kan sies å være retningslinjer for hvordan pressen skal oppføre seg.

Vær Varsom-plakaten er etiske normer for trykt presse, fjernsyn, radio og nettpublikasjoner, og plakaten ble for første gang vedtatt i 1936. Siden den gang har plakaten blitt revidert flere ganger, noe som gir uttrykk for at presseetiske normer ikke er statiske. Endringene skyldes forandringer i samfunnet og pressen, nye normer som preger samfunnet og ikke minst

journalisters egen oppfatning av deres egen rolle. *Vær Varsom-plakaten* ble sist endret i 2007 (Norsk Presseforbund 2006b).

Både redaktører og medarbeidere har ansvar for å kjenne til punktene i *Vær Varsom-plakaten* og plikter seg til å arbeide ut i fra disse. Retningslinjene i plakaten er organisert og beskrevet under fire ulike kategorier: *Pressens samfunnsrolle*, *Integritet og ansvar*, *Journalistisk atferd og forholdet til kildene* samt *Publiseringsregler*. Punktene som er oppført under *Pressens samfunnsrolle* tar for seg pressens oppgaver og ansvarsområder. Denne kategorien beskriver og gjør oppmerksom på den viktige rollen pressen har som en uavhengig informant i samfunnet. Punktene kan også brukes som en inspirasjonskilde for journalister når de trenger å finne tilbake til meningen med sitt arbeid. Det å bidra med informasjon, debatt, samfunnskritikk og verne om ytringsfrihet og trykkefrihet, er blant arbeidsoppgavene som er beskrevet under denne kategorien. Retningslinjene under *Integritet og ansvar* forteller redaktøren, redaksjonen og den enkelte medarbeider hvordan de på best mulig måte skal bevare sin integritet og troverdighet ovenfor seg selv, redaksjonen og ikke minst publikum. Eksempler på punkter som illustrerer dette er at redaksjonelle medarbeidere ikke må bruke sin stilling for å oppnå private fordeler, avvise forsøk på å bryte skillet mellom redaksjonelt innhold og reklame, og ikke påta seg verv eller oppdrag som kan skape interessekonflikter i forhold til redaksjonelle oppgaver. Det som står beskrevet under *Journalistisk atferd og forholdet til kildene* viser til hvilke hensyn journalistene skal ta i forhold til utvalg og vern av kilder. Åpenhet er en av pressens grunnverdier, og åpenhet skapes gjennom å fortelle hvem og hva som er kilder bak informasjonen som gis. En slik åpenhet gjør det lettere for publikum å vurdere kvaliteten på informasjonen (Michalsen 2003:57). For at pressen skal kunne gjennomføre en slik åpenhet må journalistene ha avklart åpenheten med deres kilder på forhånd. Punktene som er beskrevet under *Publiseringsregler* tar for seg ulike retningslinjer tilknyttet innhold og publisering, og punktene legger vekt på at bruken av språk og bilder skal opptre på en saklig og varsom måte.

Det er Norsk Presseforbund som vedtar *Vær Varsom-plakaten*, og forbundet består av utgivere, redaktører og journalister (Norsk Presseforbund 2006a). De nevnte gruppene er forpliktet til å arbeide ut i fra denne plakaten som gjelder for radio, fjernsyn, trykt presse og nettpublikasjoner (Michalsen 2003:12). Norsk Presseforbund er norske massemediers fellesorgan som har som

oppgave og fremme den etiske standard, integriteten og yrkesetikken i norske massemedier. Forbundet arbeider også med å styrke og verne ytringsfriheten, informasjonsfriheten og pressefriheten. Virksomheten ledes av et styre på 13 medlemmer og finansieres ved bidrag fra medlemsorganisasjonene som for eksempel Norsk Journalistlag, Mediebedriftenes Landsforening, TV2, NRK og P4 (Norsk Presseforbund 2006a). I tillegg til *Vær varsom-plakaten* vedtar også Norsk Presseforbund Tekstreklameplakaten.

PFU (Pressens Faglige Utvalg) er et klageorgan opprettet av Norsk Presseforbund som behandler klager mot pressen i pressetiske spørsmål (Norsk Presseforbund 2007). Utvalget består av fire pressefolk og tre representanter fra folket som er valgt ut av Norsk Presseforbund. Alle kan klage til PFU, og klagefristen er tre måneder fra publiserings- eller sendedato. Det er også mulig for generalsekretæren i Presseforbundet på eget initiativ å be PFU behandle saker som er spesielt interessante. Før klagen eventuelt blir viderebehandlet av PFU, presenteres den for den redaksjonen det måtte gjelde. På denne måten blir det gitt en mulighet til å skape en enighet mellom partene. Hvis denne enigheten ikke oppnås, sender redaksjonen inn sitt motsvar inn til PFU. Motsvaret blir lagt frem for klager som får mulighet til å kommentere redaksjonens synspunkter. PFU tar så et endelig standpunkt, og klagen konkluderes med ”brudd” eller ”ikke brudd” på god presseetikk. I enkelte sammenhenger brukes også ordet ”kritikkverdigg” som kan karakteriseres som en mild form for ”brudd”. Konkluderer PFU med ”brudd” på god presseetikk, er redaksjonen som klagen gjelder forpliktet til å plassere hele uttalelsen fra PFU på et synlig sted/i relevant sendetid. Redaksjonen er derimot ikke forpliktet til å gi noe beklagelse (Michalsen 2003:13, Brurås 2006:22).

For den profesjonelle journalistikken er presseetiske retningslinjer en viktig del av den journalistiske praksisen. *Vær Varsom-plakaten* er et verktøy som journalistene kan støtte seg til for at deres arbeid skal bli tatt seriøst. Vi har nå sett på ulike sider ved den profesjonelle journalistikken, og neste underkapittel vil ta for seg hvordan konvergens og digitalisering har ført til nye deltakelsesmuligheter og hvordan dette har innvirkning på borgerjournalistikken og den profesjonelle journalistikken.

2.3 Digital deltakelse

Med digitalisering har det oppstått endringer. Nettet har åpnet opp for nye former for deltakelse, som igjen har innvirkning på borgerjournalistikken og den tradisjonelle journalistikken. Å surfe på nettet har siden midten av 1990-tallet blitt en daglig rutine for flere og flere mennesker. I en amerikansk undersøkelse utført i 2008 kom det frem at åtte av ti amerikanere sier at nettet er en viktig informasjonskilde i deres liv. Forskning utført av European Interactive Advertising Association (EIAA) viser at fra 2004 til 2005 økte tidsbruken på nettet med 17%, og de nordiske landene ligger høyt oppe på listen over tidsbruk på nettet (Küng m.fl. 2008:94). I en verdensomfattende undersøkelse blant avisredaktører i 2008, viste det seg at 44 prosent trodde at om ti år ville de fleste lese sine nyheter på nettet (Mitchelstein og Boczkowski 2009). Disse undersøkelsene viser at nettet er og trolig vil utvikle seg til å bli en enda viktigere kanal for informasjon. Nettets ”uendelige” kapasitet gir også mulighet for nye avsendere og stemmer. Bruns (2005) viser til at publikum går fra å være brukere til å bli produsenter, og da gjerne gjennom kumulativ innsats. Utviklingen av nettet har gjort det mulig for publikum å kunne delta mer aktivt og på ulike måter. Bruns (2005) forklarer at blant de alternative nyhetssidene på nettet har den tradisjonelle ”*gatekeeping*” rollen blitt delvis eller helt erstattet med begrepet han kaller ”*gatewatching*”. *Gatekeeping* kan kort forklares som filtrering og utvelgelse av informasjon som skal publiseres. Det er mediene selv som kontrollerer hva slags informasjon som kommer gjennom portene og ut til folket. *Gatewatching* er derimot forklart som ”the observation of the output gates of news publications and other sources, in order to identify important material as it becomes available” (Bruns 2005:17). Sagt på en annen måte så går man fra å publisere nyhetsverdig informasjon til å offentliggjøre all slags mulig relevant informasjon som er tilgjengelig på nettet. Tilgjengelighet på informasjon på nettet gjør det mulig for publikum til å aktivt delta som produsenter, og publikum har selv mulighet til å velge ut hva som er nyheter og dele det med andre brukere. Denne måten å delta på kan også bli kalt for deltakende journalistikk (participatory journalism) (Bruns 2005:2). Deltakende journalistikk består ofte av ulike syn, som igjen kan føre til forskjellige perspektiver og vinklinger i nyhetsdekningen.

Digitalisering har bidratt til en konvergerende utvikling. Jenkins (2006) fremstiller den konvergerende kulturen som ”[...], where old and new media collide, where grassroots and corporate media intersect, where the power of the media producer and the power of media

consumer interact in unpredictable ways”. Jenkins (2006) er ikke av den oppfatning at konvergens kun er teknologisk sammensmelting av ulike mediefunksjoner slik den allmenne oppfatning er. I hans øyne representerer denne utviklingen også en kulturell endring hvor publikum er oppmuntret til å søke etter ny informasjon og forme en sammenheng mellom ulikt medieinnhold. Han skriver også at ingen av oss vet alt, men at hver av oss vet noe, og at vi sammen kan kombinere våre ressurser og kunnskaper. Den kollektive intelligensen kan bli sett på som en alternativ kilde til mediemakt (Jenkins 2006:4). Jenkins (2006) peker på at det aldri kommer til å skje at alle mediefunksjoner samles i en ”black box”, men viser til at den konvergerende utviklingen endrer forholdet mellom teknologi, industrier, markeder, sjangre og publikum. Gunn Enli og Trine Syvertsen (2007) bemerker at konvergerende medier ikke enda har resultert i en ”black box”, men at det vi ser er at flere bedrifter beveger seg inn i nye markeder og blir tilbydere av medieinnhold på ulike plattformer (eks: papiraviser som tar i bruk nettet). Denne utviklingen går hånd i hånd med den økende trenden om å gjøre media mer personlig og deltakende. Enli og Syvertsen (2007) påpeker at denne trenden kan relateres til den generelle utviklingen i samfunnet. Individualisme gjenspeiler det moderne samfunnet, og familie og religion er byttet ut med individuell frihet og egne valg. Likevel gjør den økte individualismen at man blir mer avhengig av samfunnet, og personlige valg blir gjort i dialog med fellesskapet. Den økende personifisering og publikumsdeltakelsen kan også ses på som et strategisk trekk hos medieindustrien grunnet at industrien har mistet en del av sin autoritet. Tapet av autoritet gjenspeiles også i endringer i seer- og lesermønstre. På grunn av disse endringene må også mediebedriftene konkurrere mer aggressivt for å kapre lesernes og seernes oppmerksomhet. Det er derfor viktig for mediebedriftene å skape sterke bånd til sitt publikum, og da spesielt den yngre delen av befolkningen (Enli og Syvertsen 2007:149-150). Å skape et sterkt bånd til publikum har Maasø m.fl. (2007) identifisert som den største og viktigste grunnen til at norske medieselskap i dag satser på publikumsdeltakelse. Et fragmentert medietilbud og økende valgmuligheter skaper et behov for mediebransjen til å etablere lojalitetsbånd med publikum. Det er viktig for den enkelte tilbyder av medieinnhold at de klarer å opprettholde en stabil publikumsmasse, men også skaffe nye lesere og/eller seere. Tidligere prosjektleder for mobile tjenester i NRK Utvikling, Gunnar Garfors, forteller at deltakelse har en innvirkning på lojaliteten nettopp fordi deltakerne føler større eierskap til produktet når de selv er med å påvirke det (Maasø m.fl. 2007). Sagt på en annen måte gjør deltakelsen at deltakerne føler tilhørighet til

eksempelvis en bestemt avis, fjernsynskanal eller nettavis, hvor denne tilhørigheten bidrar til at deltakerne blir lojale til det bestemte medieprodukt.

Maasø, Schanke Sundet og Syvertsen (2007) har som nevnt over identifisert publikumslojalitet som den viktigste grunnen til at mediebedrifter satser på deltakelse. I sitt forskningsprosjekt har de også identifisert *merkevarebygging* som en grunn til hvorfor mediebransjen ønsker å satse på publikumsdeltakelse. Publikumslojalitet kan knyttes opp mot merkevarebygging i form av at mediebedriftene skaper nye produkter og tjenester for å beholde merkevareposisjonen og oppnå lojalitet hos publikum. Publikumsdeltakelse brukes også som en merkevarestrategi for å skille seg ut fra andre mediebedrifter og selskap (Maasø m.fl. 2007). *Umiddelbar respons og tilbakemeldinger* er en tredje faktor som oppgis som en grunn til hvorfor mediebedrifter ønsker å bruke tid på publikumsdeltakelse. Bruk av publikumsdeltakelse gir bedriften innsyn i hva publikum tenker og mener om det som sendes, og publikumsdeltakelse kan ses på som en løpende markedsundersøkelse. Tilbakemeldinger og respons fra leserne eller seerne er også nyttig når det kommer til å gjøre produkter bedre, eller utprøving av tjenester som publikum kan tenkes å betale for. Publikumsdeltakelse kan også fungere som en måte å få tilgang til nye kilder (Maasø m.fl. 2007). *Demokratisering* er en fjerde grunn som er nevnt til at publikumsdeltakelse står høyt i mediebransjen. Hvis man ser tilbake i historien, har det som er blitt skrevet om publikumsdeltakelse vært preget av optimisme rundt troen på at ny medieteknologi skal kunne bidra til å gjøre mediene mer demokratiske. Publikumsdeltakelse kan bidra til demokratisering og utvidelse av ytringsfriheten i form av at vanlige folk får mulighet til å uttale seg, ikke bare samfunnseliten. Mediebransjens tankegang er rettet mot at fokuset ikke lenger er på å gi publikum det innholdet mediebedriftene mener de bør ha, men innholdet publikum vil ha og fortjener. Forskningsprosjektet peker på at forestillingen om at publikum elsker å delta, og at deltakelse i mediene er en demokratisk rettighet, går hånd i hånd med mediebedriftenes behov for lojalitet (Maasø m.fl. 2007).

2.3.1 Kjønn og deltakelse i digital form

Historisk har journalistikk vært sett på som et tradisjonelt mannsyrke. Mediene har opp igjennom tidene stort sett vært eid og ledet av menn (Eide 2001:329). Det var i 1970 årene at kvinnens inntog i journalistikken startet for fullt. Kvinner har tidligere valgt bort å tre inn i journalistyrket

grunnet kravet til skiftarbeid og dermed ugunstig arbeidstid, eller valgt andre medier enn nyhetsmediet hvor kravet til skiftarbeid ikke har vært så gjeldene (Ottosen 2009). Skiftarbeid og ugunstige arbeidstider passet dårlig sammen med rollen som kvinnene den gang hadde på hjemmebane. De kvinnene som valgte journalistyrket havnet som oftest i ukepressen eller fagpressen (Ottosen 2009). En undersøkelse som startet i 1998 blant medlemmer av Norsk Journalistlag og Norsk Redaktørforening viser at gjennomsnittsalder på en journalist er 39,2 år. Det finnes en betydelig overvekt av kvinner i ukepressen, mens det er like mange kvinner som menn i fagpressen. I radio finnes det en liten overvekt av menn, mens i TV-bransjen er det nesten dobbelt så mange menn som kvinner. I storavisene er mannsandelen på 70%, og i de mellomstore avisene er andelen menn 72%. Tallene fra undersøkelsen viser også at kvinneandelen øker både i dagspressen, ukepressen og fagpressen, og at det er flere kvinner (45%) enn menn (22%) med journalistutdanning (Norsk Journalistlag). I dag er det flere kvinner enn menn på Journalistutdanningen i Oslo (Ottosen 2009). Kvinneandelen i Norsk Journalistlag er i dag 49,2%. I Norsk Redaktørforening er andelen kvinner 25,8%. Som nevnt, havnet kvinner som oftest i ukepressen, og disse sporene er også synlig i dag ettersom 65,7% av redaktørene i ukepressen er kvinner (Lavalette 2010). Undersøkelsen viser at redaktørstolen fortsatt domineres av menn.

En tidligere amerikansk undersøkelse viser at menn bruker nettet til å hente informasjon, mens kvinner bruker nettet som en sosial kommunikasjonskanal (iTavisen 2005). I en undersøkelse fra Statistisk Sentralbyrå (2005) som er basert på den norske delen av OECD-undersøkelsen ALL (Adult Literacy and Life Skills Survey), kommer det frem at menn bruker nettet mer til å lese nyheter og aktualiteter, mens kvinner bruker nettet mer til å søke helserelatert informasjon og til undervisningsformål. En undersøkelse fra USA per mars 2010, viser at det er mer sannsynlig at menn (86%) surfer på nettet for å holde seg oppdatert på nyheter og hendelser enn kvinner (77%). Undersøkelsen peker også på at det er mer sannsynlig at kvinner (91%) er på nettet for å sosialisere enn menn (73%) (Ruder Finn 2010). Et samlet resultat fra alle de nevnte undersøkelsene viser at menn i større grad enn kvinner bruker nettet til søke etter nyheter og informasjon.

Elvira Elvestad (1999) har utført et forskningsprosjekt som viser kjønnsfordelingen blant

innsendere av leserinnlegg. Det ble tatt utgangspunkt i leserbrevspaltene i seks ulike dagsaviser, og resultatet viste at over 70% av de innsendte bidragene var skrevet av menn. Sakene menn skrev om var av nasjonal karakter, mens kvinner var mest opptatt av lokale problemer og helse og omsorg (Elvestad 1999). Menn er også i langt større grad enn kvinner brukt som kilder i nyhetsmedier. Det er sjeldent at kvinner kommer over 20% av de eksplisitte kildene som blir brukt i norsk presse (Eide 2001:330). Blant konklusjonene til et prosjekt kalt *Synlige kvinner* i Trondheim i 2009, kom det frem at kvinner vegrer seg for å opptre i media. Vegringen skyldes en kombinasjon av lav selvtillit og høye krav til egne presentasjoner. Mange kvinner har et respektfullt forhold til å delta i media, og er redde for å ikke strekke til. Resultatene av prosjektet viser at kvinner oftere må overtales til å delta, og i en journalists travle hverdag kan det føre til at kvinner blir valgt bort (Stene 2009). Forsker Elisabeth Eide (2001) identifiserer på samme måte kvinners vegring som en grunn til at kvinner ikke er så synlige i mediene som menn. I Eides undersøkelse (2001) kommer det frem at en journalist har uttalt at så lenge de fleste vaksjefer som legger premissene for mediedekningen er menn, vil kvinnelige journalister tenke som menn. En dagsorden preget av å ha en mer mannlig enn kvinnelig vinkling, kan i følge Eide ”dempe kvinners interesse for viktige samfunnsspørsmål og i neste instans deres demokratiske deltakelse” (Eide 2001:330-331). En slik faktor kan være en av grunnene til hvorfor de nevnte undersøkelsene om nettbruk viser at kvinner i mindre grad bruker nettet til å surfe etter nyheter, og kan også være en grunn til hvorfor forskningsprosjektet til Elvestad (1999) viste at det kun var 30% av leserinnleggene som var skrevet av kvinner.

Kort oppsummert har journalistikken tradisjonelt sett vært et mannsyrke og preges fortsatt av menn, resultater fra tidligere studier viser at leserinnlegg i aviser i størst grad er skrevet av menn og at kvinner vegrer seg for å delta i media, undersøkelser viser at kvinner bruker nettet til sosialisering mens menn bruker nettet til å søke etter nyheter. Hvilket kjønn er da mest interessert i å bidra med borgerjournalistikk?

2.3.2 Fra borgerjournalistikk til brukergenerert innhold

Digitalisering og nettets kapasitet gir nye muligheter for borgerjournalistikken. På verdens basis er det nettstendene *OhmyNews* og *Indymedia* som er mest kjent for sin satsning på brukergenerert innhold. OhmyNews er basert på Sør-Koreanske borgere og startet opp i februar

2000 av Oh Yeon Ho (Indahl 2007:32, Rasmussen 2006:80-81). Et sørkoreansk demokrati i ubalanse og troen på at en hver borger er en ubenyttet ressurs, var de bakenforliggende faktorene som førte til oppstarten av nettstedet. Det at 85% av befolkningen i Sør-Korea har tilgang til nettet, gjør det lettere å etablere slike nettverk. I oppstarten hadde nettstedet 700 borgerjournalister som bidro med innhold, mens i 2007 var det over 4000 bidragsytere. Siden starten og frem til 2007 skal hele 40 000 mennesker ha bidratt til en nyhetsartikkel. Per 2007 var det ca 65 redaktører i redaksjonen, og disse går gjennom borgerartiklene for å gjøre dem klare til publisering. Om noen opplysninger skulle mangle, får borgeren beskjed om å oppgi disse opplysningene for at saken skal bli publisert. Av rundt 200 artikler som blir publisert hver dag, er 150 utarbeidet av borgerjournalister, mens 50 er skrevet av redaksjonen (Haas 2007:155, Indahl 2007:43). *OhmyNews* har siden starten også opprettet en internasjonal utgave på engelsk. Utgaven er basert på de samme prinsippene som den sørkoreanske versjonen og hadde i 2007 mer enn 800 borgerjournalister fra 80 forskjellige land (Haas 2007: 156, Indahl 2007:43). Etter flere år med annonseinntekter og donasjon, går *OhmyNews* nå med oversudd (Rasmussen 2006:80-81). Rasmussen (2006) viser til at suksessen som nettstedet har hatt nok skyldes de politiske omveltninger i landet. Omveltningene har trolig økt borgernes politiske engasjement og ønske om å påvirke og delta. *OhmyNews* kan sies å følge det essensielle prinsippet i borgerjournalistikken ved at redaksjonen tar ansvar for å stimulere borgerne i Sør-Korea, og internasjonalt til økt ansvar og deltakelse i demokratiske prosesser. Nettstedet representerer likevel ikke, i følge Haas (2007), et klart alternativ til de etablerte mediene slik hensikten bak *OhmyNews* opprinnelig var. For det første er det journalistene som dekker aktuelle og seriøse saker som må undersøkes dypere, mens borgene bidrar med artikler som omhandler dagliglivet i deres omgivelser. For det andre er de redaksjonelle retningslinjene som følges hos *OhmyNews* ganske like de som finnes i tradisjonelle redaksjoner. Eksempelvis så gjøres borgerne oppmerksom på at en av de vanligste grunnene for at deres artikkel ikke blir publisert, er at artikkelen mangler svar på nyhetskriterier slik som ”når, hvor, hvem, hva, hvordan og hvorfor” (Haas 2007:156).

Nyhetsnettverket *Indymedia* ble etablert i Seattle i November 1999 av en gruppe med uavhengige og alternative medier og aktivister for å dekke protester mot WTO fra et grasrotperspektiv (*Indymedia.org*). Den politiske bakgrunnen for oppstarten av nyhetsnettverket

var å gi et rom hvor aktivister kunne uttrykke deres bekymringer og diskutere lokale og globale problemstillinger, men i dag er det også en plass for diskusjon av temaer som sosial rettferdighet og menneskerettigheter (Haas 2007:156, Platon og Deuze 2003). Nettverket består av 140 ulike nettsider i rundt 50 land med 500 000 til 2 000 000 daglige lesere som er linket sammen og opp mot hovednettsiden Indymedia.org (Haas 2007:156). Blant annet har Norge en egen side kalt ”Indymedia Norge” som er koblet opp mot hovednettsiden. På hver av de over 140 nettstedene, er brukere oppmuntret til å bidra og publisere innhold direkte ut i kolonnen som kalles ”news wire” eller på norsk ”nyeste innlegg”. Bruns (2005) ville trolig kalt dette en form for gatewatching, hvor bidragsyterne selv kan publisere innhold direkte ut på nett. Fra *Indymedias* perspektiv, kan alle være produsenter av nyheter (Platon og Deuze 2003). Til forskjell fra OhmyNews, peker Haas (2007) på at *Indymedia* er et alternativ til de etablerte mediene fordi nettstedet publiserer alternativ brukergenerert nyhetsstoff og kommentarer om politiske problemer som de tradisjonelle medieinstitusjonene ignorerer. Han viser også til at *Indymedia* skiller seg fra de etablerte mediene ved at mange av artiklene er skrevet ut i fra personlige observasjoner, erfaringer og politisk engasjement. Med et økende antall bidragsytere har også *Indymedia* måtte ty til journalistiske praksiser slik som ”gatekeeping”. Før hadde bidragsyterne selv mulighet til å publisere ting under ”news wire” på hovednettsiden *Indymedia.org*, men nå er det the Seattle Collective (organisatorene) som bestemmer hvilke saker som skal publiseres der. The Seattle Collective har også gitt seg retten til å fjerne innhold fra hele nettverket som ikke er passende. Innhold som kommenterer eksisterende nyheter istedenfor å tilby egen rapportering, samt innhold som bærer preg av hat, feilaktigheter og ærekrenkelser, er noen av årsakene som fører til avpublisering (Haas 2007:158). *Indymedia* kan sies å være preget av borgerjournalistikkens ideal om å skape et rom hvor alle borgere har tilgang til, og hvor de kan ta opp temaer som opptar dem. Tiltross for at alle borgere har tilgang, kan *Indymedia* sies å være et rom for en spesiell gruppe mennesker tatt i betraktning den politiske bakgrunnen for oppstarten. Den politiske bakgrunnen svekker noe av borgerjournalistikkens ideal om å være et rom for alle borgere, i og med at *Indymedia* historisk sett retter seg mot visse typer mennesker. Til forskjell fra *OhmyNews*, er ikke *Indymedia* forankret rundt en redaksjon med tradisjonelle journalister og redaktører. Det essensielle i borgerjournalistikken er at journalistene må ta ansvar for å stimulere borgerne til økt ansvar og deltakelse i demokratiske prosesser (Haas 2007:3). Hos *Indymedia* var det uavhengige og alternative medier og aktivister som startet med å stimulere andre aktivister til

deltakelse, og er derfor ikke helt i tråd med borgerjournalistikkens sistnevnte ideal. Kanskje representerer *Indymedia* borgerjournalistikk i en ny innpakning, hvor det ikke nødvendigvis er journalistene som stimulerer til deltagelse, men at andre grupper eller folket selv bærer frem de borgerjournalistiske idealene. I likhet med borgerjournalistikken inkluderer *Indymedia* vanlige folk i sitt innhold, og totalt sett så innehar *Indymedia* en del borgerjournalistiske tendenser.

2.3.3 Profesjonell journalistikk i en digital tidsalder

Den teknologiske fremgangen har ført til at journalisten forventes å være dyktig på mange områder. For eksempel stilles det krav til journalisten om at han eller hun må være dyktige til å lete frem nyheter som er vanskelige å få tak i, og en journalist som for eksempel arbeider for en avis er nødt til å både ha kunnskap om å skrive for papir og nett (Østlyngen og Øvrebø 1998:40, Fleming mfl. 2006:1). Nettets store muligheter for deltagelse fra folket, fører til både muligheter og utfordringer for den profesjonelle journalistikken. Det å la folk få komme til orde gjør at journalisten får tilgang til nye kilder og informasjon som han eller hun ellers kanskje ikke hadde tilgang til, slik som Maasø m.fl (2007) også viser til. Journalisten har mulighet til å ta i bruk kilder som er utenom de vanlig elitekildene, og som kan gi viktig tilleggsinformasjon som kan bidra til at saken oppnår større dybde eller flere vinklinger.

Likevel er det også en utfordring i å ta i bruk informasjon som er utarbeidet av folket. Folket besitter blant annet ikke det journalistiske håndverket, noe som kan gi informasjonens kvalitet og pålitelighet en varierende karakter. Å ta i bruk brukergenerert informasjon kan bidra til en tidkrevende prosess for journalisten hvis han eller hun må bruke mye tid på å ettersjekke informasjon. Mediebedrifter som tar i bruk publikumsdeltakelse, slik som nettaviser som legger til rette for brukergenerert innhold, styrker mediens rolle som arena for dialog. Tiltross for at mediens rolle som arena for dialog blir styrket, utfordres den tradisjonelle redaktørrollen av nettets muligheter for deltagelse. Redaktøren blir i mindre grad en garantist for informasjonens kvalitet og pålitelighet, og i større grad en moderator som legger til rette for at ulike typer innhold kommer til orde (Maasø m.fl. 2007). Muligheten som finnes for vanlige folk til å delta i det globaliserte nettverket, fører også i det store og det hele til at den profesjonelle journalistrollen utfordres og kan svekkes. Folks mulighet til å publisere og utveksle informasjon, fører til at journalisten står ovenfor en utfordring ettersom han eller hun ikke blir den selvsagte

kilden folk bruker til å oppsøke ny informasjon. Nettets kapasitet, som gjør det mulig for publikum å dele informasjon mellom hverandre, kan svekke journalistrollen fordi summen av folks kunnskaper vil utgjøre en større mengde informasjon enn den enkelte journalist eller redaksjon besitter.

Dette kapitlet har tatt for seg tre teoretiske perspektiver som jeg vil ta med meg videre i analysen: *Borgerjournalistikk*, *Den tradisjonelle journalistikken* og *Konvergens, digitalisering og deltakelse*. Men først vil jeg gjøre rede for de metodiske valg jeg har tatt for å besvare oppgavens problemstillinger.

3. Metodisk tilnærming

I dette kapittelet vil drøfte metodene jeg har brukt for å besvare problemstillingene, samt reflektere over hvilke utfordringer jeg har støtt på og hvilke valg jeg har tatt i løpet av forskningsprosessen. Kvantitative metoder blir brukt når noe skal tallfestes og generaliseres, mens kvalitative metoder egner seg best når man søker etter en dypere forståelse av et fenomen. Denne forskningsoppgaven er en casestudie av brukerne av borgertjenesten til *ABC Nyheter* og baserer seg hovedsakelig på kvalitative intervjuer. I tillegg er oppgaven basert på en kvantitativ foranalyse, med henblikk på å kartlegge utbredelsen av brukerinnehold på *ABC Nyheter* og finne frem til et representativt utvalg av brukere. Dette kapittelet vil gjennomgå hva som kjennetegner casestudier og kvalitative intervjuer, samt å redegjøre for den kvantitative foranalysen og de ulike delene i intervjuprosessen.

Kombinasjonen av to eller flere metoder som belyser samme fenomen kalles *metodetriangulering* (Bruhn Jensen 2002:272). Både kvantitative og kvalitative metoder har sine styrker og svakheter. Man kan kompensere for en metodes svakhet ved å benytte flere metoder som kan styrke oppgavens *validitet* (Østby m.fl. 2002:121). *Validitet* kan ses på som en form for kvalitetskontroll. Begrepet innebærer vanligvis hvorvidt en studie undersøker det den faktisk påstår at den undersøker (Kvale og Brinkmann 2009:327). Validiteten kan styrkes fordi metodene utfyller hverandres svakheter og kan belyse de samme resultatene. Denne oppgaven tar i bruk to ulike metoder som belyser samme hovedproblemstilling, og det er derfor mulig å si at oppgaven tar i bruk *metodetriangulering*.

3.1 Casestudier

I følge Yin (2009) er casestudiet et empirisk studie som undersøker et nåværende fenomen i dybden og innenfor dets virkelige kontekst. I dette tilfellet brukes casestudie fordi oppgaven ønsker å se nærmere på brukerne av borgertjenesten til *ABC Nyheter*. Yin (2009) viser også til at en casestudie kan bestå av ett eller flere case. Jeg har valgt å basere oppgaven på ett case ettersom caset er omfattende og faglig interessant på grunn av sitt særpreg i forhold til andre tilbydere av digitale publikumstjenester. I følge Østbye m.fl (2002) er casestudier nyttige å bruke på felt som har lite teori. I slike tilfeller kan casestudier bidra til å få større innsikt. Siden det er

forsket lite på brukere av publikumstjenester innenfor digital deltakelse, er casestudie et formålstjenelig forskningsdesign. Resultatene av dette forskningsstudiet vil ikke kunne generaliseres, men konklusjonene som blir gjort vil kunne bli etterprøvd på andre studier som kan føre til utvikling av teori. Metodens styrker er at den gir en dyp beskrivelse av et fenomen, mens dens svakhet er at den har problemer med å generalisere.

I likhet med andre internett-forskere studerer jeg en ”moving-target”. Problemer som kan oppstå i forbindelse med en ”moving target” er blant annet uforutsette endringer. I løpet av forskningsprosessen foretok *ABC Nyheter* noen forandringer i utformingen av nettsiden som jeg ikke var forberedt på. Hvilket gjorde at jeg måtte ty til selvlagde illustrasjoner ettersom forskningsoppgaven baserer seg på den utformingen av borgersiden som var gjeldene under foranalysen og intervjuperioden.

3.2 Kvantitativ foranalyse

Jeg bestemte meg tidlig i prosessen for at jeg ville ta utgangspunkt i de mest aktive brukerne av borgertjenesten til *ABC Nyheter*. Ettersom nettet er i stadig endring, valgte jeg å fryse et bestemt tidsrom som skulle legge grunnlaget for utvelgelsen av brukere. Tidsrommet som ble valgt var månedene august og september i 2009. Valget av undersøkelsesperiode kan ha en innvirkning på resultatene og hvem de mest aktive brukerne er, spesielt ettersom stortingsvalget i 2009 ble avviklet i denne tidsperioden. Trolig vil det være mer aktivitet på borgersidene i disse månedene enn ellers grunnet borgerjournalistikkens fokus på deltakelse i demokratiske prosesser. Imidlertid kan det hende at denne deltakelsen i denne perioden er like gjennomsnittlig som resten av året, og at det er andre faktorer som øker deltakelsen på borgersiden. I analysen er det tatt høyde for at valgdagen 2009 befant seg i tidsrommet foranalysen fant sted.

Proessen med å finne de mest aktive brukerne i det bestemte tidsrommet, ble gjort ved hjelp av en kvantitativ foranalyse hvor jeg hver dag noterte nye innlegg som dukket opp på borgersiden. I tillegg til å notere hvor mange innlegg som ble publisert hver dag og hvem de var skrevet av, noterte jeg også hvilken artikkeltype borgerartiklene var. Denne prosessen gjentok jeg hver dag i de to nevnte månedene. Spørsmålet som jeg synes var vanskelig å besvare var; hvor mange

brukere må jeg intervjuer for å finne ut det jeg trenger å vite? I følge Kvale og Brinkmann (2009) er svaret på dette spørsmålet som regel at man skal intervjuer så mange som er nødvendig for å finne ut det du trenger å vite. Selv om jeg hadde kunnskap om den redaksjonelle siden ved *ABC Nyheter*, hadde jeg lite kjennskap til brukere av slike tjenester, og det var derfor vanskelig for meg å sette en grense på hvor mange brukere jeg trengte. Kvale og Brinkmann (2009) viser videre til at antall informanter ofte ligger på rundt 5 til 25 stykker. De skriver også at antallet informanter avhenger av en kombinasjon av forskerens tid og ressurser. Jeg hadde før foranalysen startet sett for meg at fem til syv brukere ville kunne være et passende utvalg tatt i betraktning tid og ressurser. Etter endt foranalyse kom jeg frem til ti stykker som var de mest aktive brukerne og som var aktuelle til et utvalg. Jeg hadde i oppstarten av prosjektet og før foranalysen tenkt over scenarioer som kunne oppstå i forhold til om de brukerne jeg hadde pekt ut til å være de mest aktive ville stille som informanter. Usikkerhet rundt om brukerne ønsket å delta, var grunnen til at jeg ville ta kontakt med ti brukere, selv om jeg på forhånd hadde sett for meg fem til syv stykker. Dette har sammenheng med, og som nevnt i introduksjonen, at forskning på brukere er vanskelig ettersom forskeren er avhengig av at en viss gruppe ønsker å delta. Brukerne er ikke forpliktet til å stille som informanter, og det kan derfor være utfordrende å rekruttere informanter. Det å få brukere til å ønske og prate om sitt privatliv kan også være vanskelig å få til. I mitt tilfelle var jeg avhengig av at de mest aktive i den gitte perioden ønsket å bidra, siden jeg hadde valgt denne gruppen som utgangspunkt for oppgaven.

3.3 Utvalget av informanter

Jeg startet med utvalget av de ti mest aktive brukerne, og satte i gang med å finne kontaktinformasjon til disse. Ettersom det kun var et fåtall av brukerne som hadde oppgitt e-postadressen i brukerprofilen, måtte jeg finne alternative måter å komme i kontakt med dem på. Noen fant jeg e-postadresse eller telefonnummer til ved et enkelt lite søk på Google, mens andre tok det lenger tid å spore opp. Det var en bruker jeg ikke klarte å finne noe kontaktinformasjon på, så den brukeren ble følgelig eliminert fra utvalget. De resterende jeg ikke fant noe direkte kontaktinformasjon til, fant jeg etter en tids letning på diverse sosiale medier. Etter at jeg hadde oppnådd kontakt med alle brukerne, tok jeg kontakt for å høre om de ønsket å stille som informant i oppgaven. To av brukerne ønsket ikke å delta, mens en av dem hørte jeg aldri noe i fra, til tross for gjentatte forsøk. De resterende seks brukerne fikk jeg positive svar fra, og alle

ønsket å bidra til oppgaven. Til tross min usikkerhet rundt hvorvidt de aktive brukerne ønsket å stille, endte jeg opp med seks av de ti mest aktive brukerne, og falt ned på det antallet brukere som jeg på forhånd hadde sett meg ut kunne gi meg det jeg trengte å vite. Det var likevel vanskelig å avgjøre om de seks brukerne virkelig ville gi meg det jeg trengte, og jeg kunne ikke slå fast dette med sikkerhet. Kvale og Brinkmann (2009) skriver at loven om avtagende utbytte kan være et mål for når forskeren har nok informanter. Loven om avtagende utbytte går ut på at over et viss antall informanter vil det å tilføre nye informanter gi mindre og mindre ny informasjon. Bjørnbæk (2006) skriver at hun i sitt studie hadde vanskeligheter med å avgjøre om antallet brukere var tilstrekkelig. Hun viser til at Patton (1990) skriver at ”loven om avtagende utbytte er et ideal som fungerer best når forskeren har ubegrenset med tid og ressurser, det vil si i realiteten aldri” (Bjørnbæk 2006:43). Det at jeg endte opp med seks brukere henger sammen med begrenset tid og ressurser. Ettersom seks av de ti mest aktive i perioden stilte, følte jeg til en viss grad at flere informanter som ikke var blant de ti mest aktive ikke ville tilføre for mye ny viten.

3.4 Kvalitative intervjuer

I følge Kvale og Brinkmann (2009) forsøker det kvalitative forskningsintervjuet å forstå verden fra subjektets perspektiv/ståsted. Det kvalitative intervjuet forsøker også å avdekke meningen bak subjektets opplevelser og subjektets levde liv før man begir seg ut på vitenskapelige forklaringer. Denne oppgaven baserer seg hovedsakelig på kvalitative intervjuer, noe som var et relativt åpenbart metodevalg ettersom problemstillingene krever informasjon som kun ligger lagret i brukernes eget hode. Det finnes tre ulike typer kvalitative intervjuer, ustrukturerte, semistrukturerte og strukturerte. I denne oppgaven har jeg valgt å ta i bruk *semistrukturerte intervjuer*. I henhold til Østbye m.fl. (2002) er semistrukturerte intervjuer kjennetegnet ved forhåndsdefinerte temaer og gjerne også med en utarbeidet intervjuguide. Denne intervjuformen gir stor fleksibilitet fordi den gir rom for å forfølge overraskende innspill og stille oppfølgingsspørsmål (Østbye m.fl. 2002:102). En slik intervjuform er hensiktsmessig for oppgaven fordi jeg selv styrer temaene, men også for at intervjuobjektene har mulighet til refleksjon rundt egne svar. Metodens styrker er at den går i dybden, gir rom for fleksibilitet og oppfølgingsspørsmål, fokuserer på forskningsspørsmål og er lite ressurskrevende. Svakheterne til metoden er at den er vanskelig å generalisere, intervjuobjektet kan gi ”offisielle” svar istedenfor å si hva han/hun egentlig mener, og svarene kan bære preg av misforståelser. De to sistnevnte

svakhetene ble unngått på grunn av bevissthet rundt svakhetene i arbeidet med intervjuguide og pilotintervju, samt under intervjuene.

I den tidligere semesteroppgaven om *ABC Nyheter* utførte jeg et semistrukturert intervju med borgerredaktør hos *ABC Nyheter*, Heidi Nordby Lunde. Det empiriske materialet fra intervjuet har jeg også valgt å benytte meg av i denne masteroppgaven. Materialet vil bidra til å gi et bilde av borgertjenesten, samt belyse institusjonelle aspekter ved virksomheten i *ABC Nyheter*.

3.5 Utarbeidelse av intervjuguide

Ved bruk av semistrukturerte intervjuer er det vanlig å utarbeide en intervjuguide. Til forskjell fra strukturerte intervjuer baserer semistrukturerte intervjuer seg på åpne spørsmål som gir rom for oppfølgingsspørsmål. Intervjuobjektet har også mulighet til å reflektere rundt egne svar.

Kvale og Brinkmann (2009) skriver at intervju spørsmålene skal være lette å forstå for intervjuobjektet, og intervjusituasjonen skal fungere som en vanlig samtale. En problemstilling kan bli undersøkt ved hjelp av flere intervju spørsmål og gi god og variert informasjon om et tema fra flere vinkler (Kvale og Brinkmann 2009). Med utgangspunkt i hver problemstilling utformet jeg flere intervju spørsmål som ville belyse ulike sider ved problemstillingen.

Intervju spørsmål som kan besvares med ja/nei, er spørsmål som forskeren så langt det er mulig bør unngå. Spørsmål i semistrukturerte intervjuer skal til forskjell fra strukturerte intervjuer ikke ha ledende svaralternativer, og i utarbeidelsen av intervjuguiden prøvde jeg å unngå ja/nei spørsmål så langt det lot seg gjøre. Kvale og Brinkmann (2009) viser også til at intervjuguiden gjerne må starte med et åpent spørsmål som ”kan du fortelle om...” som kan gi rike beskrivelser og en myk start på intervjuet slik at intervjuobjektet kan bli komfortabel med situasjonen. På bakgrunn av dette valgte jeg å starte intervjuguiden med å stille et spørsmål om hvordan brukerne fant ut at *ABC Nyheter* tilbyr en slik borgertjeneste.

Etter innledningsspørsmålet var det viktig at jeg fikk svar på spørsmål om bakgrunn og demografi. Slike spørsmål kan være ukomfortable for informanten hvis eksempelvis det blir spurt om jobbsituasjon og informanten ikke har noen jobb, eller det blir spurt om utdanning og informanten kun har lavere utdanning (Bjørnbæk 2006:31). Tiltross for dette valgte jeg å sette opp

slike spørsmål i begynnelsen. Jeg følte det var viktig å få svar på slike spørsmål tidlig, for å få en større forståelse for svar på videre intervju spørsmål, og da særlig spørsmål om brukernes syn på sin egen deltakelse og borgerartikler. I løpet av de første intervjuene la jeg merke til at valget om å ha med spørsmål om bakgrunn og demografi tidlig i intervjuet, ikke førte til at brukerne følte seg ukomfortable eller holdt igjen informasjon utover i intervjuet. På bakgrunn av disse erfaringene valgte jeg å holde fast ved å stille slike spørsmål i begynnelsen. Den samlede erfaringen jeg satt igjen med etter endt intervjuperiode var at dette ikke hadde hatt betydning for intervjusituasjonen.

3.6 Pilotintervjuer

Før jeg skulle sette i gang med intervjuprosessen, utførte jeg to ulike pilotintervjuer for å teste intervjuguide og intervju spørsmål. Personene som jeg prøvde ut intervju spørsmålene på var ikke aktive brukere av borgertjenesten til *ABC Nyheter*, men det gav meg likevel en innsikt i hvordan spørsmålene kunne bli mottatt av informantene. Ett pilotintervju ble gjennomført ansikt-til-ansikt og ett ble utført via e-post. Begge prøvekaninene ble presentert for samme intervju spørsmål. Valget om å utføre ett av de to pilotintervjuene via e-post har sammenheng med at to av intervjuene skulle foregå på denne måten. Pilotintervjuet som foregikk ansikt-til-ansikt gav meg et inntrykk av hvordan mine intervjuobjekter kunne reagere, oppfatte og svare på intervju spørsmålene. I løpet av dette pilotintervjuet fant jeg ut hvilke spørsmål som ikke fungerte og måtte kuttes ut. Pilotintervjuet gav meg også inspirasjon til hva slags oppfølgningsspørsmål jeg kunne stille som kunne bidra til bedre og dypere svar på enkelte spørsmål.

Fordi jeg ikke hadde erfaring fra e-postintervjuer fra før av, var det å utføre et pilotintervju på denne måten viktig for å få en bedre forståelse av hvordan slike typer intervjuer fungerer. Når jeg sendte over e-postintervjuet til prøvekaninen ba jeg spesielt om kommentarer på hvordan intervju spørsmålene ble oppfattet og om de var enkle å forstå. Skriftlig kommunikasjon som e-post krever ekstra tydelighet siden forskeren ikke er tilstede og kan forklare det som måtte være utydelig. Informanten kan selvfølgelig sende en e-post til forskeren og spørre om forklaringer, men dette kan føre til mye ekstra arbeid for forsker og ikke minst for informanten. At informanten unødvendig må anstrenge seg for å besvare intervju spørsmålene, kan resultere i at

informanten mister interessen. En svekket interesse kan føre til mindre utfyllende svar og et dårligere utgangspunkt for forsker. Tilbakemeldingene fra prøvekaninen gav meg en pekepinn på hva som måtte justeres, og hvordan spørsmålene ble oppfattet. Med utgangspunkt i tilbakemeldinger fra begge pilotintervjuene, ble intervjuguiden revidert opptil flere ganger for at den både skulle være egnet til e-post intervju og ansikt-til-ansikt intervju. Jeg kunne selvfølgelig hatt to ulike sett med intervju spørsmål tilpasset intervjusituasjonene. Sagt på en annen måte kunne jeg ha formet intervju spørsmålene etter om de skulle bli stilt ansikt-til-ansikt eller via e-post. Jeg følte ikke at dette var nødvendig siden tilbakemeldingene fra prøvekaninen på e-post og prøvekaninen hvor pilotintervjuet foregikk ansikt-til-ansikt var nokså like. Pilotintervjuene opplevde jeg som en viktig prosess i utarbeidelsen av en god intervjuguide.

3.7 Intervjuprosessen og reliabilitet/validitet

Intervjuprosessen ble utført i tidsrommet 23. oktober til 15. desember 2009. Som nevnt hadde jeg kjennskap til borgertjenesten til *ABC Nyheter* fra før av, så jeg brukte ikke mye tid på å sette meg inn i tjenesten før intervjuprosessen startet. Da jeg tok kontakt med informantene for å spørre om de ønsket å stille opp, gav jeg en forklaring på hva jeg ønsket med denne forskningsoppgaven. Jeg gjorde også informantene oppmerksom på dette underveis i prosessen og under intervjuene. For de to som skulle mottatt intervju på e-post, sendte jeg oppdateringer som fortalte når de kunne forvente å ha intervjuet i innboksen sin. Samtlige av informantene har gitt sitt samtykke til at deres fulle navn blir brukt i denne oppgaven. Å ta i bruk fullt navn vil styrke oppgavens *reliabilitet* på den måten at det gjør det enkelt å kunne utføre det samme studie om igjen med de samme personene. *Reliabilitet* er et mål på om det samme studie kan bli utført flere ganger med like resultater (Kvale og Brinkmann 2009:327).

3.7.1 Ansikt-til-ansikt intervju

Intervjuer som foregår ansikt-til-ansikt er ofte sett på som den beste måten å utføre et intervju på. Bakøy og Syvertsen 2001 har erfart i sitt studie at en slik intervjuform som regel gir et rikt og interessant materiale. I mitt tilfelle ble fire av intervjuene utført på denne måten. Siden samtlige av disse ikke hadde bostedsadresse i Oslo, måtte jeg planlegge intervjuprosessen nøye. Jeg startet først, med tanke på tid og resurser, å finne ut om noen av informantene i nærmeste fremtid kom

til å befinne seg i Oslo-området. Det viste seg at det kun var en av dem som hadde mulighet til møte meg i hovedstaden. De resterende tre informantene hadde ingen umiddelbare planer om Oslobesøk. Jeg bestemte jeg derfor for å møte dem på deres hjemsted ettersom transportmulighetene til disse stedene var gode. I følge Østbye m.fl (2002) er det viktig å vurdere settingen som intervjuet skal foregå i. Hovedregelen er at informanten må føle seg trygg. Jeg valgte derfor å sende en forespørsel på e-post hvor jeg ba de komme med forslag til et sted hvor vi kunne møtes. På forhånd hadde jeg bestemt meg for at jeg ikke ønsket å treffe dem i sitt eget hjem. For meg handlet dette valget også om at jeg som forsker skulle føle meg komfortabel med intervjusituasjonen og få det beste ut av mine intervju spørsmål. Å komme hjem til noen av informantene ville for meg i denne sammenheng ikke vært helt naturlig, siden oppgaven ikke har som formål å avdekke forhold relatert til hjemme. Intervjuet kunne selvfølgelig ha foregått i hjemmet foran datamaskinen, men jeg tror ikke dette ville hatt noen stor betydning for svarene. Dessuten så var det ingen av informantene som foreslo at vi skulle møtes på hjemmebane, og jeg gikk derfor ut i fra at dette heller ikke var ønskelig fra deres side. Jeg endte opp med å møte tre av brukerne på arbeidsplassen/foreningshus og den fjerde på en stille kafé.

I henhold til Østbye m.fl (2002) vil bruk av båndopptaker alltid kunne styrke forskningsoppgavens *reliabilitet*. Båndopptaker vil gjøre at forskeren kan forholde seg til det som blir sagt ord for ord. En slik måte å dokumentere intervjuet på gir rom for å lete etter sammenhenger etter at intervjuet er transkribert (Østbye m.fl (2002)). Før jeg satte i gang med intervjuene spurte jeg informantene om det var greit at intervjuet ble tatt opp på bånd. Jeg fortalte også at opptakene kun skulle bli hørt og brukt av meg. Samtlige av brukerne responderte positivt til å bli tatt opp på bånd.

Alle intervjuene foregikk uten tekniske problemer eller glemte avtaler. Jeg opplevde alle intervjuene som balanserte hvor ”maktdelingen” mellom meg som forsker og informanten var likt fordelt. Østbye m.fl (2002) skriver også at forsker og båndopptakeres tilstedeværelse kan påvirke hvordan informanten svarer. Det er viktig for forskeren å tenke igjennom dette både på forhånd og under intervjuet. Spørsmål forskeren bør stille seg er: ”Oppfører/svarer de som vi observerer seg slik som de vanligvis oppfører seg/svarer når forskeren/opptakeren ikke er til stede, eller endrer de framferd/svar på grunn av situasjonsbetingede forhold?” (Østbye m.fl

2002:120). At informanten ikke svarer på samme måte som han eller hun ellers ville ha gjort, vil svekke *validiteten* og *generaliserbarheten*. Under intervjuene opplevde jeg at mine informanter var åpne og engasjerte. Enkelte var knappere i noen av svarene enn andre, men dette fulgte jeg opp ved å stille flere oppfølgings spørsmål som gjorde at informanten kom med et mer utfyllende svar. Jeg opplevde informantene som komfortable med intervjusituasjonen og båndopptaker. Inntrykket jeg satt igjen med etter samtlige intervjuer var at informantene hadde gitt meg oppriktige svar som han eller hun ellers også ville ha gitt. På slutten av hvert intervju informerte jeg om forskningsoppgavens videre forløp, og ba de kontakte meg hvis det var noe de kom til å lure på i etterkant. Transkriberingen av intervjuene ble gjort ordrett, men sitater er blitt ”finpusset” med tanke på å gjøre dem mer egnet for en skriftlig fremstilling. Sitatene som er blitt brukt i oppgaven er godkjent av informantene selv, og en slik praksis er med på å styrke oppgaven *reliabilitet*. Sitater fra tidligere intervju med borgerredaktør hos *ABC Nyheter*, Heidi Nordby Lunde, er blitt godkjent på nytt til bruk i denne masteroppgaven.

3.7.2 E-postintervju

Som nevnt er to av intervjuene blitt gjort på e-post. Valget om å bruke denne intervjuformen har sammenheng med tid og resurser. Den ene av informantene var bosatt i utlandet under intervjuperioden, og kom ikke tilbake til Norge før flere måneder senere. Den andre informanten kunne jeg i realiteten ha utført et ansikt-til-ansikt intervju med. De begrensede ressursene ble imidlertid brukt for å besøke de informantene hvor veien reiseveien var betraktelig mindre eller transportmulighetene var bedre, og følgelig ble denne informanten derfor nedprioritert. I henhold til Meho (2006) vil intervjuer som foregår ansikt-til-ansikt generere rikere data enn intervjuer som blir utført på e-post. At e-postintervjuer ikke har mulighet til å observere ansiktsuttrykk og kroppsspråk, registrere tonenivå i stemmen eller oppnå øyekontakt kan føre til tap av viktige ikke-verbale signaler. Imidlertid har også e-postintervjuer sine positive sider. I følge Meho (2006) reduserer eller bortimot eliminerer e-postintervjuer noen av problemene som kan oppstå gjennom ansikt-til-ansikt intervjuer. Et eksempel på et slikt problem kan være en forskjell i status mellom forsker og informant (Meho 2006). En kan tenke seg at informanten i visse tilfeller kan la seg påvirke negativt, og ikke føle seg komfortabel fordi han eller hun føler seg underlegen eller overlegen forskeren. Andre problemer kan eksempelvis være faktorer som alder og kjønn. Det kan hende at informanten reagerer negativt på forskerens alder eller kjønn. Derimot er det

nok i de fleste tilfeller lite sannsynlig at slike syn vil komme til uttrykk fra informantens side. I mitt tilfelle, selv om jeg er en ung kvinne, bar verken ansikt-til-ansikt intervjuene eller e-postintervjuene preg av mangel på troverdighet eller respekt. Bjørbæk (2006) skriver at en fordel med skriftlige intervjuer er at forskeren slipper å transkribere intervjuene. Hun påpeker også at dette kan bidra til at dataene blir mer *valide* og har større grad av *reliabilitet* siden dataene ikke har gjennomgått inngripen fra forsker.

For min egen del, og ut i fra et forskerperspektiv, ble jeg overrasket over hvor godt intervjuene på e-post fungerte. Informantene gav gode svar i tillegg til raske tilbakemeldinger. Etter at informantene hadde sendt over sine svar, gikk jeg igjennom svarene og sendte tilbake oppfølgingsspørsmål. En slik måte å gjennomføre et e-postintervju på gjør at informanten selv kan velge når han eller hun vil svare og gi mer gjennomtenkte svar. Imidlertid kan altfor gjennomtenkte svar føre til at svarene ikke blir spontane, og informanten kan tilpasse dem etter hva han eller hun tror forskeren vil ha. Mine to informanter gav som sagt raske tilbakemeldinger, og svarene jeg satt igjen med bar preg av å være spontane i den grad e-postintervjuer gir rom for spontanitet.

Siden e-postintervjuene ble besvart i to omganger, vil det i analysen bli referert til ulike datoer etter når spørsmålet ble besvart. Det vil derfor forekomme to forskjellige datoer der de første svarene på intervju spørsmålene vil ha en dato, mens svarene på oppfølgingsspørsmålene vil ha en annen dato.

Jeg har utført e-postkorrespondanser med Ingar Jensen som er salgssjef hos *ABC Nyheter*, og borgerredaktør hos *ABC Nyheter*, Heidi Nordby Lunde, for å få leser- og brukertall. I oppgaven er dette blitt referert til som e-postkorrespondanse og ikke e-postintervju, ettersom disse ikke kan regnes for fullverdige intervjuer.

4. Redaksjonell virksomhet i ABC Nyheter

Dette kapitlet vil ta for seg den redaksjonelle siden av *ABC Nyheter*. Kapitlet vil belyse brukerdeltakelsen fra redaksjonens perspektiv. Innholdet i kapitlet er basert på et tidligere intervju med borgerredaktør hos *ABC Nyheter*, Heidi Nordby Lunde.

Nettavisen, *ABC Nyheter*, eies av *ABC Start siden* som igjen eies 99,5% av Telenor (*ABC Nyheter* 2010). I følge borgerredaktør hos *ABC Nyheter*, Heidi Nordby Lunde, var begrunnelsen for oppstarten at *Start siden.no* lenge hadde hatt et nettmagasin, men ønsket å gjøre nettmagasinet om til en seriøs nettavis (intervju 07.04.2009). Salgssjef hos *ABC Nyheter*, Ingar Jensen, forteller at *ABC Nyheter* har ca 850 000 unike brukere hver uke og ca 6,5 millioner sidevisninger per uke (e-postkorrespondanse 18.03.2010). Redaksjonen kombinerer brukergenerert innhold med deres egne redaksjonelle artikler, og leserne har sin egen borgerside hvor de kan bidra med egenproduserte borgerartikler.

I Norge og blant norske mediebedrifter har bruken av brukergenerert innhold foreløpig ikke nådd slike høyder slik som hos *OhmyNews* og *Indymedia*. Det finnes ulike nettaviser som har etablert bloggportaler hvor leserne kan opprette sin egen blogg og få sine bloggposter på lesernes egne sider som er tilknyttet nettavisen. Ett slik eksempel er *VGblogg* som ble nevnt i introduksjonen og som er en del av Lesernes VG. En blogg kan sies å være en nettside med hyppige oppdaterte innlegg som er daterte og arrangert i omvendt kronologisk rekkefølge hvor det nyeste innlegget kommer først (Walker Retteberg 2008:19). Hvorvidt blogging er borgerjournalistikk er et tema for diskusjon. På den ene siden kan blogger tilknyttet etablerte nettaviser og som er preget av innhold som tar for seg politikk og samfunnsspørsmål, bli kalt for borgerjournalistikk. En slik type blogg kan bli gjengitt som borgerjournalistikk fordi journalistene i nettavisen tilrettelegger for at folket skal kunne opprette sin egen blogg og gjennom denne delta med innhold av samfunnsmessig betydning. I følge Andreas Ytterstad, er det få bloggere i Norge som er borgerjournalister, og at denne formen er mer utbredt i USA (Kjensli 2009). Det finnes flere tilbydere av bloggjenester som ikke er opprettet av en nyhetsredaksjon, slik som blogg.no. De fleste bloggene på slike nettsteder har et personlig preg hvor det som skrives er av personlig karakter, og i ingen eller liten grad tar for seg områder som politikk og samfunnsspørsmål. Slike

blogger vil i de fleste tilfeller ikke relateres til borgerjournalistikk, da det essensielle i en slik form for journalistikk er at folk skal bidra i demokratiske prosesser. Mange blogger i Norge som er tilknyttet nyhetsredaksjoner, hvor redaksjonen tilrettelegger for deltakelse, er også preget av personlig innhold, og vil i de fleste tilfeller ikke bli karakterisert som borgerjournalistikk tiltross for at redaksjonen tilrettelegger for dette.

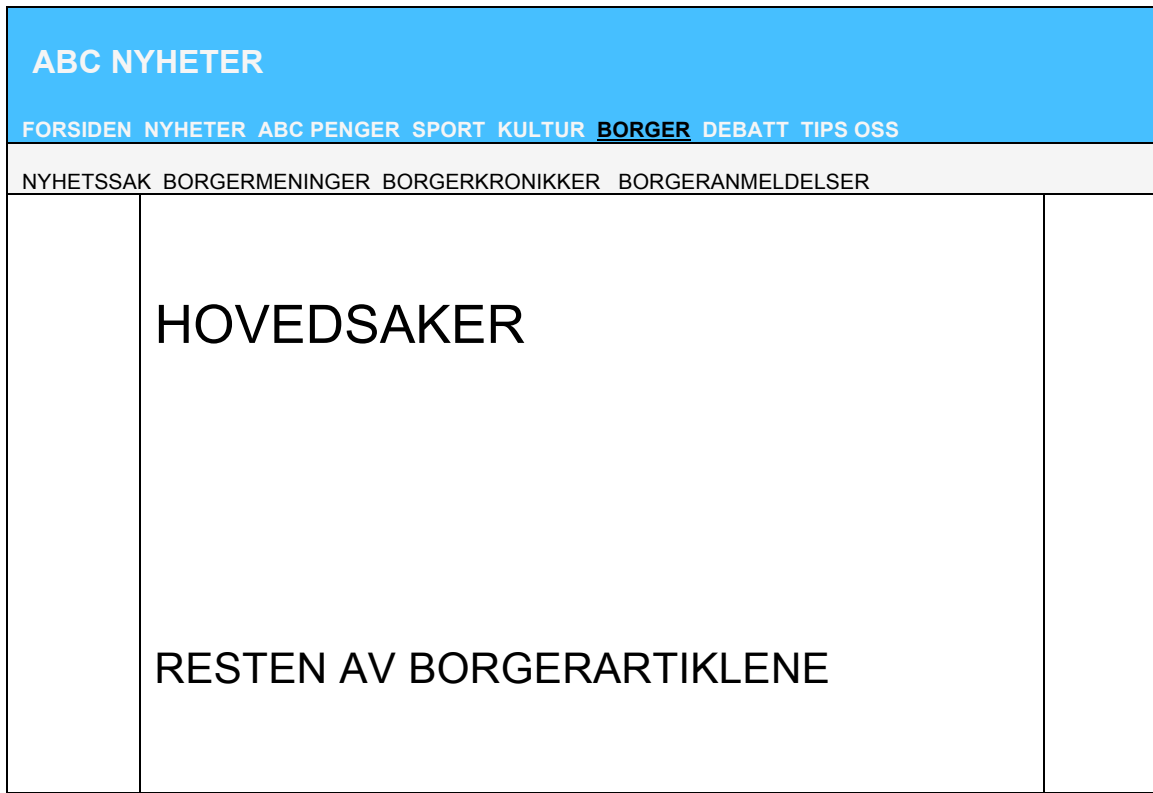
Til forskjell fra bloggjenester hos etablerte nettaviser, slik som *VG-blogg*, som også gir rom for innhold av privat karakter, har *ABC Nyheter* en borgertjeneste hvor det bevisst tilrettelegges for at leserne skal delta med egenproduserte saker som er av samfunnsmessig betydning. *Mitt DT* som er en borgertjeneste som tilhører avisen *Drammens Tidene*, tilrettelegger i likhet med *ABC Nyheter* for at leserne skal bidra med innhold av samfunnsmessig betydning. *Mitt DT* inneholder også muligheter for å publisere innhold som av de fleste anses å være av mindre viktighet for politikk og samfunnsutvikling, eksempelvis hilsener, quiz og ”mistet og funnet”, noe som gjør at nettstedet ikke har en entydig fokus på praktisering av idealene til borgerjournalistikken.

Borgersiden til *ABC Nyheter* fremstår som en vanlig redaksjonell side, og i neste delkapittel vil jeg vise hvordan borgersiden var utformet under forskningsperioden. Som nevnt foretok redaksjonen forandringer på nettsiden i løpet av denne perioden, så illustrasjonene av borgersiden vil fungere som rekonstruksjoner.

4.1 Borgersidens struktur

Brukerne av *ABC Nyheter*s borgertjeneste har en egen side inne på *ABCNyheter.no* hvor siden har sin egen link, ”Borger”, som er markert og understreket på illustrasjonen under. Illustrasjon 4.1 gir en oversikt over hvordan hovedsiden til borgersiden så ut under perioden da empirien ble innhentet (august 2009 – desember 2009):

Illustrasjon 4.1 Borgersidenes struktur – hovedside (rekonstruksjon)



Illustrasjon 4.1 viser at under linken "Borger" ligger alle borgerartiklene uansett artikkeltype. Øverst ligger de borgerartiklene som på en eller annen måte har skilt seg ut og har fått tildelt bilde og blitt en hovedsak. Under finnes resten av borgerartiklene i synkende rekkefølge etter publiseringsdato. Det finnes også en link i banneren som kalles "Debatt" hvor leserne kan bidra, men det er kun siden merket "Borger" som denne oppgaven tar utgangspunkt i.

Illustrasjon 4.2 gir en oversikt over hvordan borgersiden var inndelt under perioden og hvordan oppsettet av enkeltsaker så ut:

Illustrasjon 4.2 Borgersidens inndeling og enkeltsaker (rekonstruksjon)

ABC NYHETER	
FORSIDEN NYHETER ABC PENGER SPORT KULTUR BORGER DEBATT TIPS OSS	
NYHETSSAK BORGERMENINGER BORGERKRONIKKER BORGERANMELDELSER	
	<p>TITTEL</p> <p>INGRESS</p> <p>Fornavn etternavn Artikkeltype (eks: borgermeninger, nyhetssak, borgerkronikker)</p> <p>BRØDTEKST</p>

Illustrasjon 4.2 viser at i undersøkelsesperioden empirien ble innhentet, var det plassert en boks like under linken ”Borger”, som inneholdt linker til forskjellige underkategorier som ”Nyhetssak”, ”Borgerkronikker”, ”Borgeranmeldelser” og ”Borgermeninger” hvor man kunne navigere seg til sider hvor disse underkategoriene var representert. Illustrasjonen viser videre hvordan hver enkelt sak var strukturert med tittel, ingress, fornavn og etternavn, artikkeltype (underkategori) og brødtekst. Etter årsskiftet 2009 - 2010 har *ABC Nyheter* gjort endringer på borgersiden, og linkene til underkategoriene er blitt fjernet slik alt kun er å finne under hovedlinken ”Borger”. Hver borgerartikkel var også markert med hvilken artikkeltype (underkategori) den tilhørte slik som illustrasjonen viser, men denne funksjonen ble også tatt bort. Et innlegg som ble postet på *ABC-bloggen* 6. januar 2010, som er en blogg som styres av redaksjonen til *ABC Nyheter* og *ABC Startsidene*, forklarer motivene for endringene slik:

Vi kutter alle underkategoriene for grasrotartiklene våre. Slik ønsker vi å sikre at du som leser og som borgerjournalist får en bedre oppdatert og lettere oversiktlig side. Vi jobber med å videreutvikle presentasjonen av innholdet som dere brukere lager, så her lover forbedringer utover i året (*ABC-bloggen*).

Det er strukturen av borgersidene (med underkategorier) som var gjeldende under tiden da empirien ble innhentet, august til desember 2009, som oppgaven vil ta utgangspunkt i. Etter *ABC Nyheter* la om borgersiden, har også noen borgerartikler som i innsamlingsperioden befant seg under ”Borger” blitt flyttet over til ”Debatt”. Oppgaven vil forholde seg til hvor borgerartiklene var plassert under perioden da empirien ble hentet.

Helt til venstre på selve forsiden til *ABC Nyheter* finnes det en boks som redaksjonen kontinuerlig oppdaterer med de fem siste borgerartiklene som har blitt publisert.

4.2 Borgere og journalister under samme tak

Maasø m.fl (2007) viser til at deltakelse har en innvirkning på lojaliteten nettopp fordi deltakerne føler eierskap til produktet når de selv er med på å påvirke det. Ved å la brukerne delta med egne borgerartikler på samme måte som redaksjonelle artikler, gir brukerne av borgertjenesten til *ABC Nyheter* en mulighet til å føle eierskap til nettstedet. Brukernes mulighet til føle eierskap, kan føre til lojalitet fra leserne. På nettsiden til *ABC Nyheter* er det skrevet at *ABC Nyheter* er overbevist om at leserne besitter mer dybdekunnskap enn de fleste andre redaksjoner i Norge, og derfor ønsker de denne kunnskapen velkommen inn i deres redaksjon (Lunde 2007). En slik type tilnærming til brukergenerert innhold finnes også hos *OhmyNews* og *Indymedia*. *OhmyNews* har troen på at enhver borger er en ubenyttet ressurs (Haas 2007:155, Indahl 2007:43), og fra *Indymedias* perspektiv kan alle være produsenter av nyheter (Platon og Deuze 2003). *ABC Nyheter* har en borgertjeneste hvor redaksjonen og journalistene bevisst tilrettelegger for at borgerne skal bidra med egenproduserte saker av samfunnsmessig betydning. Det står skrevet på nettstedet til *ABC Nyheter* at de selv kaller denne formen for leserdelaktighet for borgerjournalistikk (Lunde 2007). Redaksjonen utfordrer leserne til å bidra med et åpent, raust og nysgjerrig sinn, men man må samtidig være uredd og ha et kritisk syn på samfunnet. *ABC Nyheter* satser på kvalitet, og ønsker at lesernes skal bidra med kvalitetsstoff til nettavisen (Redaksjonen 2009). For at leserne skal kunne bidra med innhold må de registrere seg med fullt navn, e-postadresse og verifisere seg gjennom mobiltelefon (Lunde 2007). I følge borgerredaktør Heidi Nordby Lunde har *ABC Nyheter* per april 2010 rundt 12 000 registrerte brukere (e-postkorrespondanse 13.04.2010).

Lunde forteller at er det en jevn økning på antall sidevisninger både på borgerdelen og det redaksjonelle stoffet, og redaksjonen mottar gjennomsnittlig rundt fem skrevne innlegg fra borgere om dagen (intervju 07.04.09). *ABC Nyheter* følger de samme nyhetskriteriene for brukergenerert innhold som for redaksjonens arbeid. Lunde påpeker at saken skal være aktuell og være en nyhet som ikke er skrevet om tidligere. Saken skal ha gjerne ha flere kilder, og den skal være av veldig stor interesse for noen få eller av grei interesse for veldig mange (intervju 07.04.09).

For ABC Nyheter er en borger som bidrar med kvalitetsinnhold en som er engasjert i en sak. I følge Lunde vil dette si en som faktisk går ut og lager artikler på bakgrunn av sitt engasjement og ikke bare bidrar med sine egne meninger. Det er en som går ut og gjør en jobb, intervjuer folk, dekker saker, skriver anmeldelser og er original (intervju 07.04.2009). På nettstedet til *ABC Nyheter* er det lagt ut skrivetips om forutsetninger for god borgerjournalistikk. Her står det blant annet skrevet at en god borgerjournalist skaper innhold som er tilrettelagt for behovene til publikum og nyhetskilden, og bidrar med mer enn bare innhold som dekker behovet borgerjournalisten har for å fremme sine egne meninger. Videre står også skrevet at en god borgerjournalist bidrar til å forbedre kvaliteten til mediet borgerjournalisten publiseres hos ved å ta hensyn til mediets karakter eller plattform, produserer innhold som ikke fungerer som en personlig dagbok men er av verdi for andre, søker å påvirke samfunnet rundt oss - ikke bare provosere til nettdebatt, og påvirker positivt i det offentlige rom - hvor artikler og innhold som bidrar til å løse saker er mer ønskelig enn bare kritikk og stille spørsmål (Lunde 2008b).

Stort sett så er det redaksjonens innhold som preger førstesiden til *ABC Nyheter*. For at en borger skal få plassert artikkelen sin her må saken, i følge Lunde, være unik og borgeren må ha utført et stykke arbeid, slik som for eksempel å intervjuer rådmannen i kommunen sin eller dekke en konsert. Borgeren må ha gjort et håndverk, eller skrevet veldig godt med gode poenger. Bruns (2005) ville trolig kalt utvelgelsen av artikler som skal prege førstesiden til *ABC Nyheter* for en form for *gatekeeping*. Han ville mest sannsynlig begrunnet det med at artiklene som skal publiseres blir valgt og kontrollert av redaksjonen til *ABC Nyheter*. Brukerne av borgertjenesten har ikke selv mulighet til å legge ut artikler på førstesiden som de mener er nyheter, slik som *gatewatching* begrepet tilsier (Kvernland 2009). En slik type *gatekeeping* finnes også hos

Indymedia hvor det er the Seattle Collective som bestemmer hvilke saker som skal publisere under "news wire" på hovednettsiden til *Indymedia*. Det finnes likheter mellom det Jenkins (2006) kaller convergence culture og *ABC Nyheter*. "Convergence culture" representerer en kulturell endring hvor publikum selv er oppmuntret til å søke etter ny informasjon og forme en sammenheng mellom ulikt medieinnhold. I tråd med denne ideen, oppmuntrer også *ABC Nyheter* sine brukere til å søke etter ny informasjon og forme en sammenheng mellom ulikt medieinnhold ved å faktisk oppsøke ulike kilder og gjøre et håndverk.

En borgerartikkel kan utkonkurrere en journalist artikkel plasseringsmessig på førstesiden til *ABC Nyheter*. Hvis en sak er unik og bidrar med lokalstoff, ønsker *ABC Nyheter*, i følge Lunde, å prioritere denne saken nettopp for å synliggjøre borgerne (intervju 07.04.2009). Å fremheve borgeren fungerer som reklame for konseptet til *ABC Nyheter*, og kan ses på som en form for merkevarebygging hvor publikumsdeltakelse blir tatt i bruk for å skille seg fra andre aktører. Heidi Nordby Lunde forklarer at hvis en borger har skrevet om samme sak som redaksjonen, og skrevet like godt, så kan den utkonkurrere journalistens arbeid rett og slett for å premiere vedkommende for godt arbeid (intervju 07.04.2009).

4.3 Fordeler og utfordringer

I henhold til Heidi Nordby Lunde, mener *ABC Nyheter* at den største fordelen de har som en nettavis som kombinerer brukergenerert innhold med journalistisk arbeid, er at de får dekket stoffområder som de ellers ikke hadde vært så gode på (intervju 07.04.2009). Tidligere forskning viser at publikumsdeltakelse blant annet er knyttet til tilgang til nye kilder. Lunde påpeker at bruk av brukergenerert innhold gir redaksjonen tilgang til kilder og stoff de ellers aldri ville fått:

Et eksempel på det er at vi hadde en som var levende opptatt av ishockey, og vi har veldig flinke folk som skriver sport hos oss, men ishockey er på en måte en sport som ikke dekkes så mye i Norge. Han var på alle kampene og intervjuet folk. Vi ville aldri hatt det stoffet hadde det ikke vært for han (intervju 07.04.2009).

Borgertjenesten gir *ABC Nyheter* en fordel ettersom redaksjonen får tilgang til kostnadsfritt stoff som de ellers kanskje måtte ha betalt en freelancer for å gjøre. Lunde forteller at mange aviser

bruker de samme kildene når de skriver, og skal man skrive kronikker eller debattinnlegg går man gjerne til politikere og folk som allerede har et etablert navn i media. Hun viser videre til at *ABC Nyheter* antageligvis har en fordel fordi de har tilgang til informasjon fra vanlige folk som er kompetente, har gode meninger, eller har en god penn som ikke kommer igjennom i kronikksidene til andre aviser (intervju 07.04.2009). Lunde peker på at det er mange dyktige folk ute i samfunnet, men fordi de er rørleggere eller statsviterstudenter, har de ikke tilgang på mediene på samme måte som for eksempel Per Christian Foss. Derfor synes *ABC Nyheter* det veldig positivt at nettopp de an gi disse rom for å skrive hos dem (intervju 07.04.2009). I følge Jenkins (2006) vet ingen av oss alt, men hver av oss vet noe, og at vi sammen kan kombinere våre ressurser og kunnskaper. En kollektiv intelligensen kan bli sett på som en alternativ kilde til mediemakt. *ABC Nyheter* kan sies legge til rette for en variant av en slik type kollektiv intelligens når de kombinerer kunnskap og informasjon fra både journalister og borgere. Informasjonen fra borgerne gir redaksjonen mulighet til å dekke områder de ellers ikke hadde vært så gode på, og summen av den redaksjonelle og brukergenererte informasjonen kan generere mer mediemakt.

Lunde hevder at det er veldig positivt å sørge for at leserne får lov til å engasjere seg. Hun viser til at det er en demokratisering i å la folk delta og at kilden kan bli journalistene:

Gode stemmer har mulighet til å komme frem uavhengig av deres bakgrunn, og det synes jeg er genuint positivt. Men da må jobben vår være å sørge for at de får lov til å bidra på en konstruktiv måte og premiere de som er veldig gode. Vi ser jo mange prosjekter ute i verden hvor borgerne virkelig bidrar med samfunnsnyttige artikler, innlegg og saker [...] Hvor kilden faktisk plutselig blir journalisten, noe som er en spennende utvikling og utdelt positivt (intervju 07.04.2009).

Den største utfordringen med å ta i bruk brukergenerert innhold er, i følge Heidi Nordby Lunde, å få folk til å skrive journalistikk, og få tak i de som skriver godt. Hun sier at redaksjonen ønsker å få borgerne til å skrive mer lokalstoff, anmeldelser, reportasjer og hendelser som faktisk er nyhetssaker. Siden redaksjonen ikke er så stor og den ikke kommer over så mye som den skulle ønske, hadde *ABC Nyheter*, i henhold til Lunde, forventet at folk i større grad skulle bruke anledningen til å skrive lokalstoff. Hun påpeker likevel at meningsinnhold og debatt også er en viktig del av det borgerne bidrar med fordi det skaper engasjement, men det er begrenset hvor

interessant det er i lengden, og hvor mange lesere man får (intervju 07.04.2009). I følge Lunde, preges førstesiden til *ABC Nyheter* stort sett av redaksjonens innhold, men det er et ønske om at borgerne også skal sette sitt preg på førstesiden:

Vi har jo lyst til det, men all den tid borgerne primært konsentrerer seg om å skrive meningsinnlegg så ser ikke jeg at vi skal gjøre om forsiden vår til å inneholde leserinnlegg (intervju 07.04.2009).

Hvilket med andre ord betyr at redaksjonen ønsker at borgerne i større grad skal skrive lokalstoff, anmeldelser, reportasjer og hendelser som faktisk er nyhetssaker slik at de også kan bli synliggjort på førstesiden og bidra til et bredere nyhetsbilde.

4.4 Journalistenes syn på brukerdeltakelse

I redaksjonen til *ABC Nyheter* varierer det hvor positiv den enkelte journalist er til brukerdeltakelse. Heidi Nordby Lunde forteller at en av hennes kollegaer synes det er urettferdig at det som borgerne leverer gratis blir bedømt på lik linje som det han får betalt for, ettersom han har et yrke hvor han blant annet har lært seg å analysere stoff og være kritisk til objekter (intervju 07.04.2009). Lunde har troen på at ”Co-creation” konseptet de ønsker å sette i gang vil bidra til større samspill mellom journalistene og brukerne. ”Co-creation” konseptet går blant annet ut på at redaksjonen legger ut et utkast til en sak, og så er det leserne som bes om å ferdigstille artikkelen og komme med sine innspill. Redaksjonen tenker også på å legge ut artikler der leserne får tilgang til en faktaboks hvor de kan legge ut mer informasjon som de mener er viktig i de enkelte sakene (intervju 07.04.2009). Lunde håper at konseptet vil bidra til at journalistene vil få et større engasjement og bli inspirert til å jobbe sammen med borgerne. Hun har troen på at ”Co-creation” konseptet vil gi redaksjonen tilgang på mye tilleggsinformasjon:

Det er mange folk der ute som kan bidra med mye tilleggsinformasjon som redaksjonen selv ikke har kunnskap om, og det er da man ser verdien av kunnskapen som ligger ute blant folk (intervju 07.04.2009).

Redaksjonens tro på at publikum besitter mer dybdekunnskap enn de fleste redaksjoner i Norge noen gang kan håpe på, gjør *ABC Nyheter* til en interessant nettavis.

4.5 Borgerjournalistenes 10 bud

Vær Varsom-plakaten, som vedtas av Norsk Presseforbund, har ingen direkte betydning for borgerjournalistikken ettersom de etiske normene som er vedtatt i denne plakaten kun er rettet mot den etablerte pressen. Det finnes ingen punkter i plakaten som omtaler borgerjournalistikk. Til tross for at *Vær Varsom-plakaten* i teorien ikke er gjeldende for borgerjournalister, har den i mange tilfeller en indirekte virkning på borgerjournalistikken. Den indirekte virkningen er synlig hos *ABC Nyheter* ved at alt som publiseres på deres nettsted må følge *Vær Varsom-plakaten*, noe som også inkluderer borgerartiklene. Ved å la borgerne delta med sine artikler påtar redaksjonen seg ansvaret for hva som til en hver tid ligger ute på deres nettsted. På borgersiden til *ABC Nyheter* er det tydelig beskrevet at redaksjonen forventer at borgerne til en hver tid forholder seg til denne plakaten (Lunde 2009). Siden borgerartiklene blir publisert gjennom en etablert mediebedrift, får *Vær Varsom-plakaten* en indirekte betydning for borgerjournalistikken selv om plakaten selv ikke tar stilling til dette. *ABC Nyheter* har laget en liste som de kaller ”Borgerjournalistenes 10 bud” for å gjøre det enklere for borgerne å bli tatt seriøst og få sakene sine på topp (Lunde 2008a). Ettersom det tas utgangspunkt i at borgerne ikke har journalistisk utdannelse eller har store kunnskaper om det journalistiske håndverket, er disse budene med på å gjøre det lettere å få en forståelse av presseetikk. Budene viser til at borgerne blant annet må levere fakta som kan etterprøves, samt sette seg inn i hvem avsender er før han eller hun oppgir avsender som kilde og akseptere opphavsretten.

4.6 Den redaksjonelle kontrollen

ABC Nyheter tar ikke i bruk forhåndsredigering, og borgerne publiserer artiklene sine direkte ut på *ABCNyheter.no* så lenge redaksjonen er bemannet. Til forskjell fra *ABC Nyheter*, gjennomgår redaksjonen hos *OhmyNews* borgernes artikler før de publiseres (Haas 2007:155, Indahl 2007:43). Borgernes mulighet til å publisere sine borgerartikler direkte ut på borgersiden til *ABC Nyheter*, kan til forskjell fra *OhmyNews* og utvelgelsen av hovedsaker på førstesiden til *ABC Nyheter*, knyttes opp mot Bruns (2005) sitt begrep *gatewatching*. Brukerne har selv mulighet til å velge ut hva som er nyheter og direkte publisere og dele dette med andre brukere. Artikler som blir sendt inn mellom klokka 22.00 og 07.00 blir lagt i kø til bemanningen er på plass igjen. Borgerredaktør, Heidi Nordby Lunde, påpeker at artiklene blir gjennomgått og overvåket:

Vi går igjennom hver gang vi ser at noen legger ut en artikkel, og avpubliserer hvis vi ser noe som bryter med *Vær Varsom-plakaten* eller vi på noen annen måte ønsker å sjekke det opp. Da sender vi teksten tilbake til borgerjournalisten med kan du belegge disse påstandene, hvem er kilden din og spør slike spørsmål (intervju 07.04.2009).

At *ABC Nyheter* gir seg retten til å avpublisere en borgerartikkel, fører til at *ABC Nyheter* også på dette området tilegner seg en slags *gatekeeping-rolle*. En slik kontroll ses også hos *Indymedia* hvor the Seattle Collective har gitt seg retten til å fjerne innhold fra nettverket som ikke er passende (Haas 2007:158). Tradisjonell *gatekeeping* betyr at mediene selv kontrollerer hva slags informasjon som kommer gjennom portene og ut til folket. I denne sammenheng kontrollerer redaksjonens hos *ABC Nyheter* borgerartiklene når de har kommet gjennom porten, og kan etter at borgeren har publisert artikkelen fjerne den hvis den strider mot *Vær Varsom-plakaten* eller *ABC Nyheter*s retningslinjer. En slik kvalitetssikring vil være en god måte å opprettholde en pressetisk standard for borgerartiklene, selv om menneskelig svikt, også fra profesjonelle journalister, naturligvis kan forekomme. Å ikke ta i bruk forhåndsredigering kan by på en del utfordringer i forhold til misbruk og useriøse artikler. I følge Lunde har ikke dette vært et stort problem:

Vi har heldigvis ikke blitt utsatt for det vi trodde kunne bli et problem, nemlig rasistiske innlegg, injurier og den type ting. Det kommer gjerne i kommentarfeltet til artiklene, men de som faktisk skriver selv pleier å holde seg greit innenfor. Men vi har måtte avpublisere noe, og da gjør vi det med en gang vi ser det (intervju 07.04.2009).

At *ABC Nyheter* ikke har opplevd store problemer med upassende innhold i borgerartikler, kan ses i sammenheng med at brukerne er nødt til å registrere seg med fullt navn, e-postadresse og verifisere seg gjennom mobiltelefon for å kunne delta. Det at borgerartiklene publiseres med fullt navn, påviker nok hva brukeren skriver, og hva han eller hun ønsker at navnet sitt skal assosieres med.

5. Hovedtendenser og de mest aktive brukerne

I dette kapitlet vil jeg presentere resultater fra den kvantitative foranalysen. Foranalysen la ikke bare grunnlaget for et representativt utvalg, men resulterte også i empiriske funn relatert til den totale deltakelsen som føres hos *ABC Nyheter*. I første del av kapitlet vil jeg legge frem funn som viser antall publiserte borgerartikler og hovedsaker på borgersiden, kjønnsfordeling og artikkeltyper i perioden august og september 2009. Funnene bidrar til innsikt i den totale deltakelsen hos *ABC Nyheter* og dens betydning for utvalget. I siste del av kapitlet vil jeg se nærmere på hvem de seks utvalgte brukerne av borgertjenesten til *ABC Nyheter* er. Er det slik at borgersiden til *ABC Nyheter* faktisk er et sted hvor den vanlige borger bidrar med innhold, eller preges også denne arenaen av elitens stemmer?

Funnene som har blitt gjort i foranalysen er organisert i tabeller og diagrammer. Tabellene 5.1 til og med 5.3 er systematisert etter uker, og starter på en lørdag fordi første dagen i kartleggingsprosessen var lørdag 1. august 2009. Til sammen er perioden delt opp i ni uker. Nedenfor gir jeg en oversikt over ukefordelingen:

Uke 1: 1. til 7. august

Uke 2: 8. til 14. august

Uke 3: 15. til 21. august

Uke 4: 22. til 28. august

Uke 5: 29. august til 4. september

Uke 6: 5. til 11. september

Uke 7: 12. til 18. september

Uke 8: 19. til 25. september

Uke 9: 26. til 30. september (5 dager)

5.1 Brukernes publiserte borgerartikler

I løpet av perioden august og september 2009 ble det kartlagt hvor mange borgerartikler som ble publisert hver dag på borgersidene til *ABC Nyheter*. Tabell 5.1 under er en oversikt over den daglige fordelingen:

Tabell 5.1 Antall borgerartikler som ble publisert på borgersidene (N=199)

	Uke 1	Uke 2	Uke 3	Uke 4	Uke 5	Uke 6	Uke 7	Uke 8	Uke 9
Lørdag	3	2	2	7	3	2	4	2	2
Søndag	3	3	4	2	3	3	7	1	2
Mandag	2	5	2	2	0	3	4	1	2
Tirsdag	2	1	5	4	5	10	5	1	0
Onsdag	2	7	4	2	4	5	2	2	1
Torsdag	4	5	2	4	1	10	3	3	-
Fredag	4	3	4	5	6	4	2	1	-
TOTAL	20	26	23	26	22	37	27	11	7

Tabell 5.1 viser summen av alle publiserte borgerartikler hver uke (også hovedsaker som blir skilt ut senere), og i løpet av kartleggingsperioden ble det til sammen publisert 199 borgerartikler. Av disse 199 publiserte borgerartiklene er det ikke tatt høyde for at noen av disse kan ha blitt avpublisert eller fjernet kort tid etter publisering. Borgerartiklene som ble publisert i perioden er skrevet av 67 ulike brukere, og gjennomsnittlig ble det publisert ca 3 borgerartikler hver dag. Ut i fra tabellen er det tydelig at deltakelsen når en topp i uke 6 med 37 publiserte borgerartikler, noe som mest sannsynlig skyldes siste innspurt før stortingsvalget mandag 14. september 2009 som er plassert i uke 7. I uka hvor stortingsvalget befinner seg, er det fortsatt totalt sett høy aktivitet med 27 publiserte borgerartikler, men dagene som følger etter valgdagen viser en nedadgående tendens. De to etterfølgende ukene, uke 8 med 11 publiserte borgerartikler og uke 9 med 7 publiserte borgerartikler, viser tydelige tegn til at brukerne har senket nivået på deltakelsen betraktelig. Grunnen til at deltakelsen avtar de to siste ukene av kartleggingsperioden, kan skyldes brukernes innsats ukene før valget og et behov for en ”pause”. Likevel er det underlig at deltakelsen når såpass lave tall ettersom de første ukene etter et valg gjerne blir brukt til å kommentere og vurdere valgets utfall. Den totale summen av borgerartikler som blir publisert i løpet av kartleggingsperioden vil nok trolig avvike noe fra deltakelsen resten av året grunnet opptakten til valget 2009. Opptakten til et stortingsvalg som er hvert fjerde år, kan bidra til å generere høyere deltakernivå enn hva det ville ha vært i samme periode om det ikke hadde vært valg.

Foranalysen gav interessante funn når det gjelder kjønnsfordeling. Tabell 5.2 under gir en oversikt over hvor mange av de 199 borgerartiklene som daglig er skrevet av kvinner og hvor mange som er skrevet av menn:

Tabell 5.2 Kjønnsfordeling (N=199)

	Uke 1		Uke 2		Uke 3		Uke 4		Uke 5		Uke 6		Uke 7		Uke 8		Uke 9	
	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M
Lørdag	0	3	0	2	0	2	2	5	0	3	1	1	0	4	0	2	1	1
Søndag	1	2	0	3	2	2	0	2	0	3	0	3	2	5	0	1	1	1
Mandag	0	2	1	4	0	2	1	1	0	0	2	1	1	3	1	0	1	1
Tirsdag	0	2	1	0	2	3	1	3	1	4	3	7	0	5	0	1	0	0
Onsdag	0	2	1	6	1	3	0	2	1	3	2	3	1	1	1	1	0	1
Torsdag	1	3	0	5	0	2	1	3	0	1	1	9	1	2	2	1	-	-
Fredag	1	3	2	1	1	3	0	5	2	4	0	4	0	2	0	1	-	-
TOTAL	3	17	5	21	6	17	5	21	4	18	9	28	5	22	4	7	3	4

Tabell 5.2 viser at i alle ni ukene er det en overvekt av menn som bidrar med borgerartikler. Det er ikke tatt høyde for at det kan være de samme borgerne som har skrevet flere artikler per dag. Alle artikler er telt separat ut i fra kjønn. I løpet av perioden stod kvinnene for 22% av de publiserte borgerartiklene, mens mennene stod for hele 78% av borgerartiklene som ble publisert. Hvorfor denne kjønnsforskjellen er så tydelig hos *ABC Nyheter*, kan ses i sammenheng med kvinner og menns nettbruk og tidligere forskning på deltakelse. Det samlede resultatet av undersøkelsene som er nevnt i teorikapittelet, viser at menn i større grad enn kvinner bruker nettet til søke etter nyheter og informasjon. *ABC Nyheter* er et nettsted med fokus på nyheter og aktualiteter, noe som i følge undersøkelsene menn bruker nettet til. Dette kan være en grunn til at borgertjenesten i så stor grad appellerer mer til menn enn kvinner. Forskning viser også at kvinner vegrer seg for å opptre i media på grunn av redsel for å ikke strekke til (Eide 2001, Stene 2009), og disse faktorene kan også ha innvirkning på hvorfor de er såpass underrepresentert hos *ABC Nyheter*. Funnene i kjønnsfordelingen hos *ABC Nyheter* bekrefter tidligere studier. Med

utgangspunkt i denne bekræftelsen og i menns nettbruk, er det mulig å anta at brukerdeltakelse i form av artikler og innlegg med et samfunnsorientert innhold publisert i et nyhetsmedium, stort sett domineres av menn. Journalistikken har også tradisjonelt vært et mannsyrke, og historisk sett vært eid og ledet av menn (Eide 2001:329). En slik forklaring kan også være en grunn til hvorfor kvinneandelen hos brukerne av borgertjenesten til *ABC Nyheter* er såpass lav.

5.1.1 Hvilke artikkeltyper bidrar brukerne med?

Diagram 5.1 under gir en prosentvis oversikt over hvilke artikkeltyper borgerne bidro med i kartleggingsperioden:

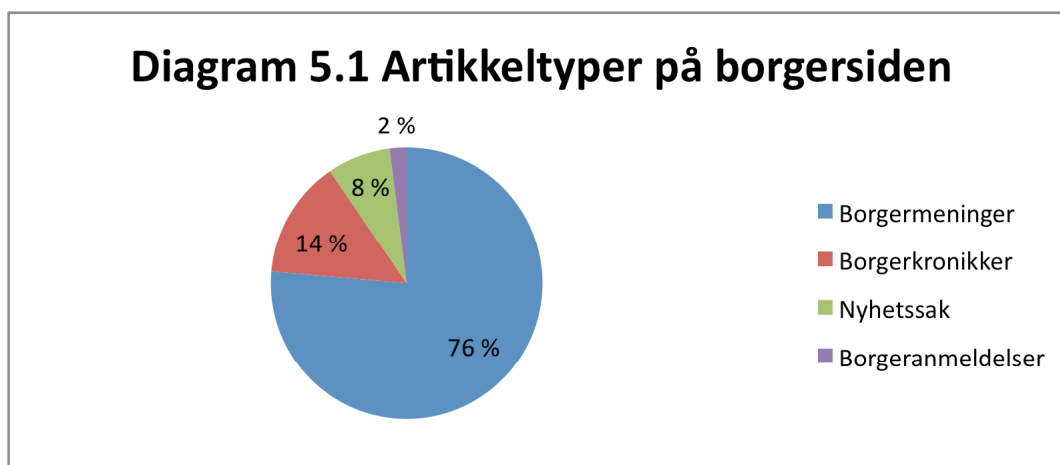


Diagram 5.1 viser at hele 76% av de 199 publiserte borgerartiklene i perioden var borgermeninger, mens borgerkronikker utgjorde 14%, nyhetssaker 8% og borgeranmeldelser 2%. Resultatet av funnet av artikkeltyper i perioden august og september 2009, er med på å underbygge borgerredaktør Heidi Nordby Lundes utspill, nemlig at borgerne primært konsentrerer seg om å skrive meningsinnlegg.

5.1.2 Hovedsaker på borgersiden

På borgersiden til *ABC Nyheter* kan borgerne få sakene sine som hovedsaker. Under kartleggingsperioden var det ikke alltid at borgerartikkelen ble lagt opp som hovedsak samme dag som den ble publisert av brukeren. Derfor gir tabell 5.3 en oversikt over antall hovedsaker

med utgangspunkt i publiseringsdato, og ikke en eventuelt senere dato som borgerartikkelen ble lagt opp som hovedsak:

Tabell 5.3 Antall hovedsaker som ble publisert på borgersiden (N=45)

	Uke 1	Uke 2	Uke 3	Uke 4	Uke 5	Uke 6	Uke 7	Uke 8	Uke 9
Lørdag	0	0	0	2	1	0	0	0	0
Søndag	0	0	0	0	0	1	1	0	1
Mandag	1	2	0	0	0	0	3	0	0
Tirsdag	0	0	3	0	0	2	1	0	0
Onsdag	0	0	1	2	3	4	0	1	0
Torsdag	0	0	1	2	0	6	1	1	-
Fredag	0	0	1	0	2	1	1	0	-
TOTAL	1	2	6	6	6	14	7	2	1

Tabell 5.3 viser at det totalt ble publisert 45 borgerartikler som hovedsaker på borgersiden til *ABC Nyheter* i løpet av perioden august og september 2009. Dette utgjorde 23% av de totalt 199 publiserte borgerartiklene. Kartleggingen av antall hovedsaker viser at redaksjonen hos *ABC Nyheter* trolig ikke har noe rutiner på hvor mange eller når de skal publisere borgerartikler som hovedsaker. Noe av grunnen til at det ikke legges opp mer hovedsaker, kan knyttes opp mot borgerredaktør Heidi Nordby Lundes utsagn om at redaksjonen ønsker å få borgerne til å skrive mer lokalstoff, anmeldelser eller hendelser som faktisk er nyhetssaker. Hun påpeker også at det er begrenset hvor interessant det er i lengden, og hvor mange lesere man får på meningsinnlegg. Redaksjonens ønske om faktiske nyheter og anmeldelser kan være en faktor til hvorfor det ikke deskes opp flere saker som hovedsaker ettersom hovedvekten av borgerartiklene som blir publisert er meningsinnlegg. I likhet med tabell 5.1 over antall borgerartikler som ble publisert, viser tabell 5.3 også en topp i uke 6. Toppen i uke 6 kan ses i sammenheng med at det ble publisert flere borgerartikler i denne uken enn noen av de andre ukene, som igjen kobles opp mot opptakten til valgdagen 2009 i uka etter. Ukene som følger etter valget, uke 7, 8 og 9, viser en nedgang i antall borgerartikler som deskes opp som hovedsaker. Nedgangen i antall hovedsaker

henger mest sannsynlig sammen med nedgangen også i antall publiserte borgerartikler i denne perioden.

Diagram 5.2 under gir en prosentvis oversikt over hvor mange av de publiserte hovedsakene som var skrevet av kvinner og hvor mange som var skrevet av menn:

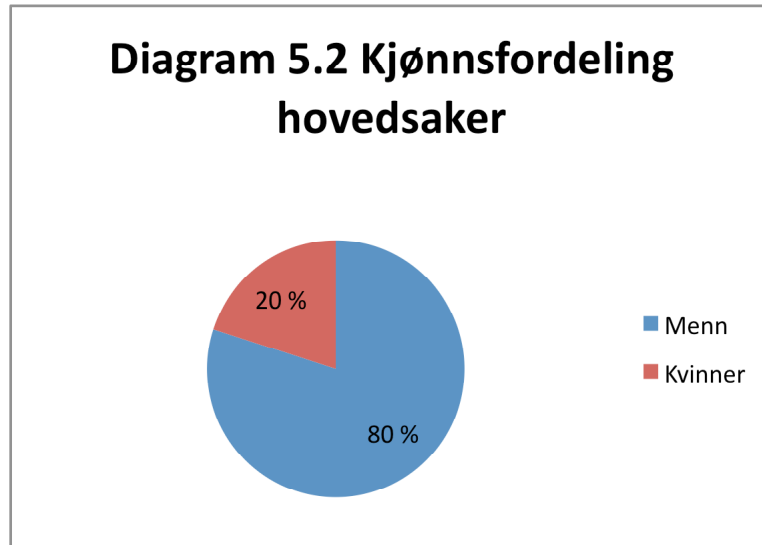


Diagram 5.2 viser at 80% av hovedsakene som er publisert på borgersiden til *ABC Nyheter* er skrevet av menn, mens kun 20% av hovedsakene er skrevet av kvinner. Denne skjevheten mellom kjønnene henger sammen med at 78% av alle publiserte borgerartikler i kartleggingsperioden var skrevet av menn, og bare 22% av kvinner. I og med at mennene står for 8/10 av alle borgerartiklene som publiseres, er det ikke unaturlig at de også står for 8/10 av alle hovedsakene på borgersiden. Kjønnforskjellen på antall hovedsaker i perioden, viser at *ABC Nyheter* trolig ikke bevisst oppgraderer kvinners borgerartikler til hovedsaker for å få en jevnere kjønnfordeling blant hovedsakene.

Diagram 5.3 gir en prosentvis oversikt over hvilke artikkeltyper som ble publisert som hovedsaker:

Diagram 5.3 Artikkeltyper som hovedsaker på borgersiden

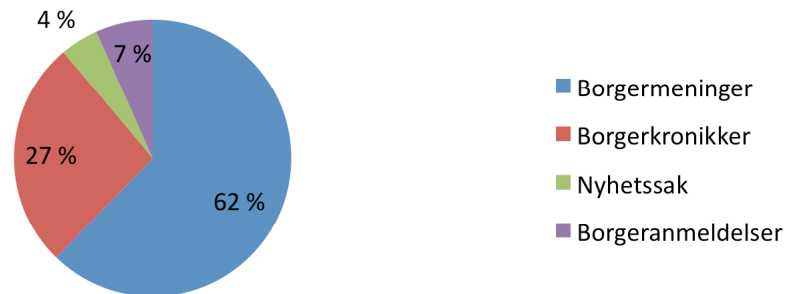


Diagram 5.3 viser at 62% av hovedsakene som ble publisert på borgersiden i løpet av kartleggingsperioden var borgermeninger, mens 27% var borgerkronikker, 7% borgeranmeldelser og 4% nyhetssaker. Ettersom 76% av de totalt 199 publiserte borgerartiklene i perioden var meningsinnlegg, er det ikke overraskende at meningsinnleggene også preger hovedsakene tross for redaksjonens ønske om å få borgerne til å skrive lokalstoff, anmeldelser eller hendelser som faktisk er nyhetssaker. Hadde redaksjonen bare desket opp borgerartikler som inneholdt lokalstoff, anmeldelser eller nyheter, ville det blitt langt mellom hver gang det kom en ny hovedsak. 8% av de totalt 199 borgeartiklene som ble publisert i perioden var nyhetssaker. Ut i fra diagrammet er det tydelig at om en sak er en nyhet, er det ikke selvsagt at saken blir lagt opp som en hovedsak. Borgerkronikker og borgeranmeldelser er de to artikkeltypene, bortsett fra borgermeninger, som i størst grad har blitt hovedsaker (tatt det totale publiserte antall av slike artikkeltyper i betraktning).

5.2 De seks mest aktive

Etter endt foranalyse, ble det satt sammen et utvalg av de mest aktive brukerne av borgertjenesten. Den store dominansen av mannlige brukere av borgertjenesten til *ABC Nyheter*, er også synlig i utvalget som består av fire menn og to kvinner. Brukerne som denne oppgaven tar utgangspunkt i er: Kyrre Fjeldvik, Tore Tønder, Ann Tove Buklev, Kristij Krüger, Frode Larsen og Arne Sortevik. Tabell 5.4 gir en oversikt over når de utvalgte brukerne meldte seg som

borgerjournalist hos *ABC Nyheter*, hvor mange borgerartikler de hadde publisert før kartleggingsperioden 1. august 2009, hvor mange borgerartikler de publiserte i kartleggingsperioden, hvilke artikkeltyper dette var, om de hadde noen hovedsaker i perioden, og eventuelt hvilken artikkeltype hovedsaken(e) var:

Tabell 5.4 De mest aktive brukerne

	Kyrre Fjeldvik	Tore Tønder	Ann Tove Buklev	Kristij Krüger	Frode Larsen	Arne Sortevik
Medlem siden:	25.03.2009	13.04.2007	13.02.2009	05.03.2007	19.01.2008	24.10.2008
Antall borgerartikler funnet i arkivet før 1. august 2009:	12	78	0	110	7	19
Antall publiserte borgerartikler i kartleggingsperioden:	5	4	9	6	6	6
Type borgerartikler publisert i kartleggingsperioden:	5 bm*	4 bm*	8 bm* 1ns*	6 bm*	6 bm*	6 bm*
Antall hovedsaker publisert i kartleggingsperioden:	1	0	1	0	0	1
Type hovedsaker publisert i kartleggingsperioden:	1 bm*	-	1 bm*	-	-	1 bm*

* *bm* = borgermeninger

* *ns* = nyhetssak

Tabell 5.4 viser at alle brukerne har forskjellig historie hos *ABC Nyheter*. Det er ikke tatt høyde for at borgerartiklene som ble publisert av de utvalgte brukerne i kartleggingsperioden, kan etter en tid ha blitt avpublisert eller fjernet etter publisering. Det er heller ikke tatt høyde for at noen av de borgerartiklene i arkivet med publiseringsdato før 1. august 2009, kan ha blitt lagt over i ”Debatt” og ikke lenger finnes under ”Borger” på grunn av omlegging av borgersiden etter

årsskiftet. Antall borgerartikler funnet i arkivet før 1. august 2009 brukes derfor kun for å gi et innblikk i hvor aktive brukerne har vært, fra de meldte seg inn og frem til starten av kartleggingsperioden. Tore Tønder og Kristij Krüger utmerker seg med sine 78 og 110 publiserte borgeartikler før kartleggingsprosessen ble satt i gang. Både Tønder og Krüger startet sin ”karriere” hos *ABC Nyheter* i 2007, og har hatt lengst fartstid som bruker i forhold til resten av utvalget. Det kommer også tydelig frem av tabellen at disse to, tross deres fartstid, totalt sett er de mest aktive brukerne av de seks. Kyrre Fjeldvik, Frode Larsen og Arne Sortevik har alle bidratt med noen borgerartikler før kartleggingsperioden, men ikke i nærheten av antallet som Tore Tønder og Kristij Krüger har publisert. Ann Tove Buklev er den eneste som ikke står oppført i arkivet med noen borgerartikler før 1. august 2009. I løpet av perioden har brukerne bidratt med 4 til 9 borgerartikler hver, noe som i gjennomsnitt tilsvarer 6 borgerartikler per person. Alle brukerne, med unntak av Ann Tove Buklevs ene nyhetssak, har kun bidratt med borgermeninger. Det er bare halvparten av brukerne, Kyrre Fjeldvik, Ann Tove Buklev og Arne Sortevik, som har fått borgerartikkelen sin som hovedsak i løpet av perioden. Alle hovedsakene som ble publisert var borgermeninger. Utvalgets sterke fokus på meningsartikler gir en indikator på at brukerne i stor grad bruker borgertjenesten til å ytre meninger. Til tross for alle forskjellene mellom brukerne, ble nettopp disse seks valgt fordi de var blant de som skrev og publiserte flest borgerartikler i kartleggingsperioden. Det er antall publiserte borgerartikler i kartleggingsperioden som er den styrende faktoren for utvalget og oppgaven.

5.3 Brukernes ”mini-CV”

Funn i foranalysen viser at det var en betydelig større andel menn enn kvinner som skrev borgerartikler i kartleggingsperioden. Som nevnt har dette også gjort utslag på den kjønnsmessige fordelingen blant utvalget av brukere. Tabell 5.5 gir en oversikt over hvor de utvalgte brukerne bor, fødselsår, utdanning og arbeidssituasjon:

Tabell 5.5 Bosted, fødselsår, utdanning og arbeidssituasjon

	Kyrre Fjeldvik	Tore Tønder	Ann Tove Buklev	Kristij Krüger	Frode Larsen	Arne Sortevik
Bosted	Grenland	Larvik	Melhus i Sør-Trøndelag	Bergen/ Spania	Bergen	Bergen
Fødselsår	1955	1939	1966	1944	1969	1947
Utdanning	Lærling i avis etter ungdomsskolen, ikke tatt journalist-utdanning.	Ett år handelskole og 3 forskjellige folkehøgskoler.	Yrkesfaglig utdanning innen hotell og restaurant – påbygning i økonomi og data.	Handelskole, Kunsthøgskolen i Bergen og London Academy of Modelling.	Arkeologi og journalistikk i form av kurser.	Sivil-økonom fra Handelshøgskolen i Bergen.
Arbeidssituasjon	Stuer i havna i Brevik og ansvar for HMS for stuerne. Jobber også med opplæring innen HMS, kranbruk osv.	Pensjonist, men selvstendig næringsdrivende med eget firma og arrangerer kurser på Huset i Larvik.	Omskolering pga skade, deltidsjobb på hotell og restaurant.	Førtidspensjonert, tidligere selvstendig næringsdrivende.	Forsvaret	Stortingsrepresentant

Tabell 5.5 viser at to av brukerne er fra Østlandet, en bruker er fra Midt-Norge, mens hele tre av brukerne er fra Vestlandet, nærmere bestemt Bergen. Det at tre av brukerne er fra Bergen, er nok trolig bare en tilfeldighet og ikke representativt for brukerne av borgertjenesten til *ABC Nyheter*. Ut i fra tabellen er det mulig å anta at brukerne av borgertjenesten ikke er konsentrert rundt ett sted i Norge, men befinner seg på forskjellige steder i landet. Fødselsåret de utvalgte brukerne er født, spenner fra 1969 til 1939. Per 2010, vil det si fra 41 til 71 år. Ut i fra alderen til de mest aktive brukerne i forskningsperioden, er det mulig å anta at den mest aktive brukeren av borgertjenesten til *ABC Nyheter* tilhører den middelaldrende og eldre delen av befolkningen. Det er trolig i disse gruppene man finner størst lojalitet til borgertjenesten og *ABC Nyheter*. Når det gjelder utdanning varierer bakgrunnen hos brukerne fra det yrkesfaglige til høyere studierettet utdanning. Brukerne har også ulik arbeidssituasjon. Kristij Krüger er førtidspensjonert, Tore Tønder er i utgangspunktet pensjonist men er også selvstendig næringsdrivende, Ann Tove Buklev er under omskolering og har en deltidsjobb på hotell og restaurant, mens Kyrre Fjeldvik, Frode Larsen og Arne Sortevik arbeider henholdsvis i havna i Brevik, i Forsvaret og på

Stortinget.

5.4 Fra profesjonell journalist til borgerjournalist

I intervju med brukerne kommer det frem at hele fire av dem har en form for tilknytning til den profesjonelle journalistikken. Frode Larsen, Kristij Krüger og Kyrre Fjeldvik har alle journalistisk erfaring, mens Ann Tove Buklev ønsker å gå i den retning med sin omskolering (e-postintervju 2.11.2009). Frode Larsen har utdanning innen journalistikk i form av kurser, og har tidligere jobbet som journalist (intervju 8.12.2009), mens Kristij Krüger har tidligere arbeidet som moteredaktør i Bergens Tidene (e-postintervju 4.11.2009). Kyrre Fjeldvik startet sin journalistkarriere tidlig. Allerede etter ungdomsskolen ble han lærling i en lokal avis, og lærlingplassen resulterte i tjue år i journalistikken:

Jeg begynte faktisk i journalistikken da jeg gikk i åttende klasse på skolen, og var et lite funn for den lokale redaktøren. Da jeg gikk i niende og skulle gå videre, så sier redaktøren: ”du skal ikke på noe gymnas, du skal bli her og være lærling”. Det førte til over tjue år i journalistikken fra lokalaviser opp til Verdens Gang (intervju 23.10.2009).

Det at verken Frode Larsen, Kyrre Fjeldvik eller Kristij Krüger har formell journalistiskutdanning, gjenspeiler journalistikkens historie som et yrke hvor kravet til formell utdanning ikke alltid har vært gjeldende. Tiltross for deres journalistiske erfaring, har både Frode Larsen og Kyrre Fjeldvik i dag valgt bort journalistikken, mens Kristij Krüger som nevnt er pensjonist.

De to resterende brukerne, Arne Sortevik og Tore Tønder, forteller at de ikke har hatt noe spesielt ønske om å utdanne seg innenfor journalistikk. Sortevik påpeker likevel at om han skulle valgt en annen utdanningsvei, så ville han nok ha tenkt på journalistikk som et alternativ (intervju 15.12.2009). Tore Tønder derimot, forteller at journalistutdanningen nok ikke ville ha passet for han:

Jeg har sannsynligvis ADHD, men er ikke diagnosert. Jeg har problemer med å få innlæring fra to sider samtidig, altså den verbale og den skriftlige på samme tid. Det blir til at jeg følger med på den ene, og mister den andre. Da blir det veldig tungt å gå på skole (intervju 23.10.2009).

Kort oppsummert har flertallet av brukerne en eller annen form tilknytning til den profesjonelle journalistikken, mens de resterende to ikke har hatt et særlig ønske om å utdanne seg innenfor journalistikk. Ingen av brukerne praktiserte journalistikk på et profesjonelt nivå når intervjuene fant sted.

5.5 Engasjerte og aktive sjeler

Det fremkommer av intervjuene at brukerne oppdaget borgertjenesten på egenhånd, uavhengige av andre. Samtlige av de seks brukerne fremstår som aktive og karakteriserer seg selv som en over middels samfunnsengasjert person. Frode Larsen begrunner sitt engasjement med at det finnes for mye likegyldighet blant folk flest:

Jeg er engasjert fordi det er for mye likegyldighet til det som skjer rundt oss [...] Jeg føler en type apati i befolkningen. Det er mye urett som kan skje uten at noen egentlig bryr seg i det hele tatt, og for å snu på dette må man begynne med seg selv (intervju 8.12.2009).

Ann Tove Buklev forteller at sitt engasjement bunner i at hun lett provoseres når hun møter dumskap, tøv og vranglinje hos ledende autoriteter (e-postintervju 2.11.2009). Tore Tønder sier at hans engasjement ligger i at han er nysgjerrig og interessert (intervju 23.10.2009). Kyrre Fjeldvik forteller at han er glad i å være i debatten (intervju 23.10.2009), mens Kristij Krüger sier at hennes engasjement har med personlige erfaringer å gjøre (e-post-intervju 4.11.2009). Arne Sorteviks samfunnsengasjement henger sammen med hans politiske bakgrunn og rolle som folkevalgt (intervju 15.12.2009).

Hovedvekten av brukerne mener at politikk er viktig for dem. De peker på at politikk er viktig ettersom den styrer deres hverdag og påvirker deres liv både i nåtid og fremtid. Hvorvidt brukerne har en politisk tilhørighet er varierende. Kyrre Fjeldvik og Tore Tønder er ikke tilknyttet et spesielt politisk parti, mens Ann Tove Buklev, Kristij Krüger og Arne Sortevik er alle medlemmer av Fremskrittspartiet. Ann Tove Buklev er studieleder og medlemsansvarlig i Melhus Frp, Kristij Krüger er varamann i bydelsutvalget, og Arne Sortevik er som nevnt stortingsrepresentant med samferdsel som arbeidsfelt i stortingsperioden 2009 til 2013. Frode Larsen på sin side er medlem av et lokalt politisk parti kalt Sentrumsalliansen, hvor han sitter i

styret og var nummer tre på stortingslisten under valget i 2009.

Til tross for at ikke alle brukerne har journalistisk erfaring, har hver enkelt av dem ”alltid” hatt interesse for skriving. Tore Tønder forteller at han skrev leserinnlegg i avisene helt tilbake i 1973 (intervju 23.10.2009), mens det er de kreative sidene ved skrivingen som inspirerer Frode Larsen. Larsen forteller at kreativiteten ofte ender i noveller som han skriver på hobbybasis (intervju 8.12.2009). Både Arne Sortevik, Kyrre Fjeldvik og Ann Tove Buklev har hatt interesse for skriving helt fra tidlig skolealder, og Buklev forteller at hun tidlig oppdaget at det ligger mye makt i en velført penn (e-postintervju 2.11.2009). En liten håndbok for unge som ønsker seg en karriere som modell, er et produkt som er et resultat av Kristij Krügers skriveinteresse. Krüger er nå i gang med et nytt bokprosjekt om hvordan det var som barn med hjertefeil å vokse opp på 1940-1950 tallet (e-postintervju 4.11.2009).

Sett bort fra den tiden som brukes på deltakelse hos *ABC Nyheter*, er det generelt internett, natur, kultur og politikk som opptar brukernes fritid. Et flertall av brukerne forteller at internett tar opp mye av deres tid, og for Tore Tønder er internett store deler av hverdagen: ”Jeg er på internett om dagen, om ettermiddagen, om kvelden og om natta” (intervju 23.10.2009). Mange av brukerne nevner også at fritiden deres brukes på litteratur, og ut i fra intervjuene er det tydelig at flere av brukerne også liker å være aktive og bruke naturen. De fleste av brukerne som er tilknyttet et politisk parti, nevner også politikk som en aktivitet som opptar mye av deres fritid.

5.6 Oppsummerende karakteristikk

Ut i fra de ovennevnte funnene er det mulig å gi en oppsummerende karakteristikk av hvem de aktive brukerne er. Den kjønnsmessige fordelingen forteller at blant brukerne finnes det flest menn, og både kvinnene og mennene befinner seg i aldersgruppene middelaldrende og eldre. Informantene bor på forskjellige kanter av landet, og både utdanningsnivå, studieretning og arbeidssituasjon varierer. En større andel av informantene i utvalget holder på å tilegne seg eller har journalistisk erfaring, men ingen av dem med erfaring har formell journalistutdanning. Funnene over tilsier at utvalget kan karakteriseres som over middels samfunnsengasjert, der hovedvekten har tilknytning til og er aktive i et politisk parti. Samtlige har en generell stor grad

av skriveinteresse.

Funn i foranalysen viser at det er mulig å si at hovedvekten av alle brukere av borgertjenesten til *ABC Nyheter* er menn ettersom den kvantitative foranalysen kan gi et grunnlag for generalisering. Generalisering fra et utvalg av brukere kan kun fungere som en indikasjon ettersom dette er funn basert på kvalitative intervjuer. Med utgangspunkt i funn fra utvalget har jeg prøvd å trekke noe linjer opp mot den store brukermassen uten at dette kan gi et generelt bilde. Det er trolig den middelaldrende og eldre delen som i størst grad deltar med borgerartikler, og ut i fra funn i utvalget er borgerjournalistene mest sannsynlig spredt på forskjellige kanter av landet. I rapporten *A Free and Responsible Press* utarbeidet av *Hutchins Commission on Freedom of the Press*, ble det blant annet konkludert med at journalistikken skulle presentere et representativt utvalg av ulike folk i samfunnet (Haas 2007:8). En slikt representativt utvalg er til en viss grad å finne hos borgertjenesten til *ABC Nyheter* ettersom utvalget viser at det er forskjeller i utdanningsnivå og arbeidssituasjon hos brukerne. Slike forskjeller tyder på at det er mennesker med ulike forutsetninger som deltar. Tore Tønders uttalelse om hans lærevansker gir en indikasjon på dette. Foranalysens funn om skjevheter i kjønn og de utvalgte brukerne som middelaldrende og eldre personer, er faktorer som indikerer at utvalget ikke er fullstendig representativt. At halvparten av brukerne har tidligere erfaring fra den profesjonelle journalistikken, kan tyde på at borgertjenesten også blir brukt av ”avdankede” journalister som fortsatt ønsker å bidra. Funn i utvalget viser at det ikke er usannsynlig at mange av borgerjournalistene er politisk engasjerte eller har en bestemt politisk tilhørighet.

5.6.1 Eliten eller ordinære mennesker?

Returnerer man tilbake til innledningen av kapitlet, finnes det nå et grunnlag for å kunne besvare spørsmålet: Er det slik at borgersiden til *ABC Nyheter* er et sted hvor den vanlige borger bidrar med innhold, eller preges også denne arenaen av elitens stemmer? Elite kan bli betegnet som en gruppe mennesker som i kraft av sin utdanning eller posisjon har makt og innflytelse i samfunnet (Merriam-Webster). Funn i utvalget og indikasjonene i generaliseringen, tyder på at borgertjenesten til *ABC Nyheter* er et sted hvor borgernes stemme kommer frem. I utvalget er det én av totalt seks som jeg vil karakterisere som del av eliten, og det er Arne Sortevik som er stortingsrepresentant for Fremskrittspartiet. Sortevik har i kraft av sin posisjon som

stortingsrepresentant makt og innflytelse i samfunnet. Til tross for at Ann Tove Buklev, Kristij Krüger og Frode Larsen også er politisk aktive, vil jeg ikke karakterisere dem som en del av eliten ettersom deres eller partiets posisjon har liten eller begrenset innflytelse i samfunnet. Ut i fra analysen er det mest sannsynlige svaret at det hovedsakelig er folk som kan karakteriseres som vanlige borgere som skriver borgerartikler hos *ABC Nyheter*. Likevel viser funn i analysen at også eliten benytter seg av tjenesten, men uten å ha den dominerende posisjonen som eliter ellers har i tradisjonelle medier.

6. Brukernes motiver og holdninger

Med borgertjenesten vil *ABC Nyheter* at leserne skal bidra med kvalitetsstoff til nettavisen (Redaksjonen 2009). Borgerredaktør Heidi Nordby Lunde forteller at redaksjonen ønsker at brukerne av borgertjenesten i større grad skal bidra med lokalstoff, anmeldelser, reportasjer og faktiske nyhetssaker. Ved bruk av brukergenerert innhold får redaksjonen dekket stoffområder som de ellers ikke hadde vært så gode på (intervju 07.04.2009). Men hva er det egentlig brukerne av borgertjenesten ønsker med sin deltakelse? I første del av kapittelet vil jeg legge frem funn som belyser dette.

I begynnelsen av forrige århundre ble det ikke stillet noen formelle krav for å kunne arbeide som journalist. En typisk journalist på den tiden var en mann som skrev for en avis eller et tidsskrift. Siden den tid har journalistikkens status endret seg fra å være et håndverk til å bli en profesjonsutdanning. Hvorvidt journalistikk kan sies å være en profesjon er fortsatt et tema under diskusjon. I dagens journalistikk står presseetikk sentralt og kan fungere som ett av argumentene som taler for at journalistikken tilsvarer en profesjon. Den siste delen av kapittelet vil fremlegge funn som belyser brukernes forhold til presseetikk og redaksjonell kontroll.

6.1 ”Jeg har aldri vært drevet av penger³”

Etablerte journalister har et yrke som de følgelig får betalt for og hvor deres arbeid skal bidra til å generere salg av medieprodukter. Brukerne av borgertjenesten får ikke betalt for å bidra med sine borgerartikler og penger er derfor ikke en motivasjonsfaktor for brukerne av borgertjenesten. Ann Tove Buklev forteller at det er andre ting enn penger som motiverer og inspirerer henne til å skrive:

Jeg har aldri vært drevet av penger. For meg er penger noe man må ha for å overleve og kunne utøve sin interesser. Det som driver meg tror jeg er opplysningsfunksjonen, få mennesker til å se sider fra flere vinkler (e-postintervju 2.11.2009).

³ Sitat fra e-postintervju med Ann Tove Buklev 2.11.2009

Tore Tønder uttrykker i likhet med Buklev at penger er noe som han aldri har vært opptatt av:

Jeg er ikke opptatt av penger. De fleste gleder i livet kan man ikke kjøpe. For eksempel kan man ikke kjøpe en god venn, en god venn får man uten penger. Når jeg skriver så er det betaling god nok at jeg får gitt uttrykk for tankene mine (intervju 23.10.2009).

Brukerne har til forskjell fra journalister ikke en redaksjon i ryggen som forteller hvilke saker som skal dekkes hver dag. For brukerne er motivasjonen for å delta basert på å kunne bidra med tanker og meninger. Til forskjell fra etablerte journalister som må forholde seg til nøytralitet og objektivitet, viser brukerne til at de har en større frihet til å uttrykke sine egne meninger. Frode Larsen forteller at han ikke legger skjul på at han har meninger om saker og ting som han ønsker å få frem i lyset (intervju 8.12.2009). Friheten til å fremme sine egne synspunkter er i følge brukerne den største forskjellen mellom dem og etablerte journalister.

Kyrre Fjeldvik, som tidligere har arbeidet som journalist, er den av brukerne som forteller at han til en viss grad anser sine borgerartikler som journalistisk håndverk. Han begrunner dette med at det ligger mye bakgrunnsarbeid bak borgerartiklene, men påpeker likevel at ettersom han ikke lenger er journalist, finnes det forskjeller mellom hans arbeid og journalistiske artikler. Fjeldvik forteller at forskjellene blant annet ligger i at han ikke har samme tilgang til kilder og intervjuobjekter som praktiserende journalister har og han står friere til å uttrykke personlige meninger. Fjeldvik viser også til at han med sine borgereartikler anser seg selv som en av representantene fra grasrota (intervju 23.10.2009).

Tore Tønder påpeker også at hans borgerartikler er vinklet fra et grasrotperspektiv:

Det handler om en grasrotopplevelse av et problem, og den grasrotopplevelsen kan være annerledes enn hvordan en profesjonell opplever det samme. Dette fordi journalisten går inn med et blikk som er profesjonelt, mens jeg lar meg mer styre av følelser [...] Jeg har ikke noe full innsikt i det journalistiske faget. Man har en del retningslinjer som man jobber etter, som jeg verken kjenner eller kan skrive etter. Jeg vil skrive fra et grasrotperspektiv (intervju 23.10.2009).

Ann Tove Buklev på sin side forklarer at hennes borgerartikler er til forskjell fra redaksjonelle artikler skrevet fra en samfunnsborgers ståsted: ”Jeg skriver mer ut fra en samfunnsborgers

ståsted. Det får frem hvordan mennesker lever i samfunnet” (e-postintervju 2.11.2009). Arne Sortevik påpeker at han har et annerledes utgangspunkt enn hva etablerte journalister har ettersom han blant annet i større grad kan opptre ensidig. Sortevik forteller videre at han ikke har noe ambisjon om å opptre eller å være en journalist (intervju 15.12.2009). Kristij Krüger forteller at det er et skille mellom henne og etablerte journalister. Hun viser til at hun skriver, til forskjell fra profesjonelle journalister som skal etterstrebe å være nøytrale, ut i fra personlige oppfatninger og erfaringer (e-postintervju 4.11.2009). Frode Larsen påpeker at hans borgerartikler er verdensbeskrivelser fra eget ståsted og at hensikten med en borgerartikkel ikke er at den skal være et journalistisk håndverk. Sett under ett har brukerne, selv de som tidligere har arbeidet som journalister, ikke noe klart mål om å fremstå eller opptre som journalister ved bruk av borgertjenesten til *ABC Nyheter*. De er opptatt av å fremme egne meninger og vektlegger dette som en forskjell fra tradisjonell journalistikk. Brukerne fremhever også det faktum at de ikke har tilgang på samme kildemateriell og andre ressurser slik en profesjonell journalist faktisk har.

6.1.1 Kilder til informasjon

Når jeg spurte brukerne hvor de henter inspirasjonen fra når de bestemmer seg for å skrive en borgerartikkel, var det fire svar som gikk igjen. Brukerne nevnte *politikk, det generelle nyhetsbilde, lokalsamfunnet* og saker som av *personlig interesse engasjerer* eller *provoserer* som inspirasjonskilder. Kildene brukerne viser til, gjenspeiler tidligere funn om brukerne som over middels samfunnsengasjerte personer. Inspirasjonskildene bærer også preg av at borgertjenesten hos *ABC Nyheter* er rettet mot de sider av samfunnslivet som tradisjonelt har blitt sett på som viktigst. Flere av brukerne forteller at de selv oppsøker kilder. ”Det hender jeg oppsøker kilder, men jeg liker ikke å stresse noen”, sier Kristij Krüger (e-postintervju 5.11.2009). Ann Tove Buklev forteller at hun ofte henter informasjon fra personer hun snakker med: ”Jeg snakker mye med mennesker jeg møter i ulike settinger jeg deltar i, eller kommer over. Det er ofte jeg tar tak i problemstillinger jeg har møtt på i møte med andre” (e-postintervju 3.11.2009). Å selv oppsøke kilder, er i følge borgerredaktør Heidi Nordby Lunde en av karakteristikkene til hva *ABC Nyheter* kaller en god borgerjournalist (intervju 07.04.2009). Brukernes mulighet til å selv innhente informasjon, slik som brukerne i dette tilfellet gjør ved å oppsøke kilder, utfordrer journalistens rolle som selvsagt kilde til ny informasjon.

6.2 Ulik bruk av borgertjenesten

Det fremkommer av intervjuene at brukerne har et ønske om å formidle noe gjennom sine borgerartikler. Jeg har identifisert tre ulike områder som informantene er opptatt av og bruker borgertjenesten til å skrive om:

1. Rettferdighet og likhetsidealer: Halvparten av brukerne, Ann Tove Buklev, Kristij Krüger og Kyrre Fjeldvik, er opptatt av ulike sider knyttet til forskjellbehandling og syn på ulike mennesker. Buklev peker på at ulike mennesker har forskjellige behov:

Så lenge vi er mennesker så er vi også forskjellige individ, med forskjellige behov og handlingsmåter. Politikere må bli flinkere til å se mangfoldet, man kan ikke presse alle inn i et A4 format og lage et regelverk som bare favner standarden (e-postintervju 3.11.2009).

I likhet med Buklev viser også Krüger til at hun ønsker å sette lys på forskjeller i samfunnet:

Jeg blir engasjert når noe ikke er riktig. Når for eksempel syke ikke får det de har krav på, når det offentlige bevisst gjør forskjell på folk, og når jeg ser man lager lover og regler som favoriserer visse grupper fremfor andre, slik som for eksempel forskjellen på samboere og ektefolk (e-postintervju 5.11.2009).

Til forskjell fra Buklev og Krüger som retter fokuset mot forskjellsbehandling på et generelt grunnlag, er Kyrre Fjeldvik opptatt av å formidle informasjon om skjevhet i syn og forskjellsbehandling av en bestemt gruppe mennesker. Fjeldvik ønsker å få større fokus på mansrollen innenfor temaer som barnefordeling, vold i nære relasjoner og mangelen på likestilling ved foreldreskap/barnefordeling ved samlivsbrudd. Han peker på at norske journalister i sterkere grad bør være kritiske til en del forhold i samfunnet, slik som for eksempel krisesentrene:

Det virker som om tilstrømmingen av mishandlede kvinner er enormt økende, men i realiteten så er det ikke det. Likevel så tytes det hele tiden om at det er så masse ofre og det er store mørketall. Jeg synes det er viktig å påpeke at dette ikke er riktig, og hvis man går inn på krisesenterforbundets egne statistikker så ser man en betydelig nedgang i antall søkere til krisesentertilbudet. Det bildet som tegnes av norske menn er ikke riktig, og det håper jeg å bidra til å gjøre noe med. Det er viktig å stå sammen, og jeg forsøker å få med meg flest mulig andre som er engasjert i det samme i håpet om å skape en mansbevegelse (intervju 23.10.2009).

Fjeldvik henviser også til en undersøkelse hvor det først skilles mellom mor og far når det kommer til ulike roller i hjemmet, men når temaet vold tas opp er det ikke lenger spesifisert om det er mor eller far. Her blir rollefordelingen beskrevet som ”en av foreldrene”. Fjeldvik påpeker at det i denne undersøkelsen viskes ut en virkelighet som viser at 20% har opplevd vold fra mor og bare 14% fra far. Når det gjelder grov vold er det likt fordelt mellom foreldrene. For Fjeldvik er det viktig å få dette frem fordi ofrene får ikke den hjelpen de trenger hvis det kun tilrettelegges for hjelpetiltak rettet mot mor (intervju 23.10.2009).

2. *Generelt samfunnsengasjement:* Tore Tønder på sin side er opptatt av hva som til en hver tid skjer rundt han i samfunnet. Til forskjell fra Ann Tove Buklev, Kristij Krüger og Kyrre Fjeldvik har ikke Tønder noe spesielt han er mer opptatt av en annet:

Jeg har egentlig ikke noen begrensede korridorer, jeg engasjerer meg i det som er oppe for min egen del til en hver tid [...] For eksempel dreide den siste artikkelen seg om den nye fiskeriministeren som er aksjonær i et oppdrettsannlegg i Nord-Norge. Der hadde de vært uheldige, og ca 10.000 laks hadde rømt, noe som er et veldig alvorlig problem (intervju 23.10.2009).

Tønder forteller at han legger stor vekt på å være politisk nøytral når han skriver. Han forholder seg åpent til alle politiske partier: ”Jeg vurderer hva en fra SV eller Fremskrittspartiet sier, og ut i fra det trekker jeg mine konklusjoner og skriver hva jeg synes passer for meg” (intervju 23.10.2009). I følge Tønder bruker han borgertjenesten til å skrive om ting han blir direkte berørt av.

3. *Partipolitikk:* For Frode Larsen og Arne Sortevik er det partipolitikk de er opptatt av å formidle. Frode Larsen er som nevnt er medlem av et lokalt politisk parti kalt Sentrumsalliansen hvor han sitter i styret og var nummer tre på stortingslisten under valget i 2009. Arne Sortevik er stortingsrepresentant med samferdsel som arbeidsfelt i stortingsperioden 2009-2013. Frode Larsen bruker borgertjenesten til å promotere partiet: ”Vi mener jo selvfølgelig at vi har verdens beste partiprogram, og da må vi prøve å promotere det [...] Promotere det ut i fra et ønske om å være med på å styre Norge i en retning som jeg tror er til det beste for alle” (intervju 8.12.2009). Arne Sortevik peker også på viktigheten av at hans parti er synlig:

Det er ikke bare valgkamp hvert annet år, men det å være i et politisk verv som dette er jo en kontinuerlig valgkamp. På den måten mener jeg at det er viktig at folk vet at vi holder på, og hva vi holder på med, hva vi mener og hvorfor vi mener det [...] Poenget er jo at det er viktig å komme frem best mulig og mest mulig, og da i forhold til en presse som ofte i utgangspunktet er svært negativt innstilt i forhold til Fremskrittspartiet. Så vi har kanskje et spesielt behov for å finne nye kanaler (intervju 15.12.2009).

At den etablerte pressen ofte i utgangspunktet er svært negativt innstilt Fremskrittspartiet, kan være en grunn til hvorfor hele tre stykker i utvalget har tilknytning til FrP. Som Sortevik nevner har kanskje FrP et spesielt behov for å finne nye kanaler. For medlemmer av FrP er borgertjenesten til *ABC Nyheter* en enkel måte å få synlighet på. I sitatene over fremkommer det at både Frode Larsen og Arne Sortevik stort sett snakker i vi-form. Å snakke i flertall er med på å underbygge at deltakelsen er politisk motivert. Under arbeidet med foranalysen la jeg også merke til at begge avsluttet borgerartikkelen med å signere med navn, ”tittel” og parti selv om navnet allerede er obligatorisk plassert etter ingressen.

6.3 Saken i sentrum

For hovedvekten av brukerne er ikke ønske med deltakelsen å fremme seg selv som personer, men sette søkelys på saker de mener er viktig. Tore Tønder forteller at formålet med skrivingen ikke er at folk skal bli kjent med han: ”Det er ikke formålet mitt å skrive for å at folk skal bli kjent med meg. Formålet er at saken min skal bli kjent” (intervju 23.10.2009). Ann Tove Buklev påpeker også at målet med skrivingen ikke bunner i et behov for å vise seg frem:

Jeg har ikke noe behov for å vise meg frem eller stå i sentrum for noe, det er mitt brennende engasjement i saker som gjør at jeg lett havner der enten jeg vil eller ikke [...] Det er ingen bevisst handling for å oppnå ”suksess” [...] (e-postintervju 2.11.2009).

Kyrre Fjeldvik viker noe fra resten av brukerne på dette området. Fjeldvik er den av brukerne som forteller at han liker å stikke hodet frem, i den forstand at han tar initiativ og fronter saker av hensyn til saken selv. Han forteller blant annet at han tidligere har prøvd å komme i kontakt med justisminister Knut Storberget som ønsker flere menn på banen i debatten om vold, men uten hell (intervju 23.10.2009). Forskjellen ligger i at Fjeldvik har et ønske om å skape en mannsbevegelse, noe som gjør at han i tillegg til sine saker bruker seg selv som person og initiativtaker for å få dette til.

Sett i sammenheng med at de fleste av brukerne ikke bruker borgertjenesten for å fremme seg selv som person, er heller ikke det å vise at de besitter mye nyttig kunnskap noe som mesteparten i stor grad er opptatt av. Kristij Krüger forteller at hennes kunnskap er begrenset (e-postintervju 4.11.2009), og for Frode Larsen er det saken som er viktig og ikke å vise kunnskaper (intervju 8.12.200). I følge Tore Tønder er det positivt om andre oppfatter han som kunnskapsrik, men personlig så er dette ikke noe han er veldig opptatt av (intervju 23.10.2009). Det å vise egne kunnskaper er noe Ann Tove Buklev aldri har tenkt over når hun skriver (e-postintervju 2.11.2009), mens Kyrre Fjeldvik på sin side forteller at han har forholdsvis mye kunnskap på enkelte områder, og ved bruk av denne kunnskapen ønsker han å opplyse andre (intervju 23.10.2009). For Arne Sortevik er det viktig å fremme kunnskap som er nyttig for folk flest (intervju 18.12.2009). Tiltross for at de to sistnevnte brukerne er de som i størst grad er opptatt av formidling av kunnskaper, tyder funn i intervjuene på at dette ikke er av personlige grunner, men for å skape saker og interesse rundt henholdsvis mannskamp og FrPs politiske løsninger.

Selv om resultatene viser at hovedvekten av brukerne ikke er opptatt av å fremme seg selv som person og sine kunnskaper, kan fortsatt innholdet i borgerartiklene deres bidra til å utfordre den profesjonelle journalist. Jeg har tidligere identifisert tre ulike områder som brukerne er opptatt av, og utfordringen for journalisten ligger i at summen av brukernes kunnskaper rundt disse områdene mest sannsynlig vil være bedre enn hos journalisten. Noen av brukerne nevner også at de har skaffet seg nye kontakter via borgertjenesten til *ABC Nyheter* som interesserer seg i det samme som dem selv. At noen av brukerne nevner at de har knyttet kontakter på en slik måte, gir et bilde på hvordan nettet kan brukes som en plattform for nettverksbygging. Brukernes mulighet til å bygge nettverk vil kunne utgjøre en trussel mot den profesjonelle journalist. Trusselen ligger i at nettverket mest sannsynlig vil besitte større og dypere kunnskap om sitt interessefelt enn hva den enkelte journalist eller redaksjon vil. Relevante kontakter kan også føre til at den profesjonelle journalist og de tradisjonelle mediene i mindre grad blir en selvsagt kilde til informasjon. Kontaktene vil trolig kunne bidra med mer informasjon enn hva som dekkes i de tradisjonelle mediene. At vanlige folk kan utveksle informasjon mellom hverandre vil være en utfordring for den profesjonelle journalistikken da en slik kollektiv intelligens kan føre til alternativ mediemakt.

6.4 Et ønske om forandring

Funn i intervjuene viser at brukere med sine borgerartikler ønsker å påvirke andre mennesker og bidra til debatt og refleksjon. Ann Tove Buklev forteller at hun ønsker at hennes fremstilling av saker skal bidra til at andre ser ting fra flere sider:

Jeg ønsker jo at min belysning av saker skal vekke mennesker til å se ting fra flere sider og med andre øyne. Ting er ikke alltid sort-hvitt, og forutsetningene for å se en sak fra de kanter som kreves for å forstå helheten er ikke alltid til stede. Ting som oppleves og synes som en selvfølge for noen, kan være helt fremmed for andre [...] Ved å belyse sider som disse ikke ser, og når jeg da opplever at de får sitt ”aha”, så føler jeg at jeg har nådd frem med budskapet (e-postintervju 2.11.2009).

Buklev sier også at endringer starter med opplysning og debatt, og for henne er det ønskelig at flest mulig leser og gjør seg refleksjoner over sakene hun ønsker å formidle (e-postintervju 2-3.11.2009). For Kyrre Fjeldvik er det viktig å påvirke og skape debatt for å kunne oppnå noe (intervju 23.10.2009). ”Å skape debatt er viktig for å gjøre folk mer bevisste”, forteller Kristij Krüger. Hun påpeker også at hun ønsker å påvirke og da med et håp om at noen som kan gjøre noe med det hun ønsker å være med på endre, er enige, og gjør noe med det (e-postintervju 4-5.11.2009). I likhet med Krüger peker Tore Tønder også på at han ønsker å påvirke når han har et håp om forandring. Tønder ønsker å skape debatt for å få flere til å engasjere seg i det samme spørsmålet. Han viser til at ved å skape debatt kan man få en større diskusjon rundt et spørsmål som opprinnelig er tanker man selv bærer på (intervju 23.10.2009). For Frode Larsen henger hans ønske om å påvirke sammen med hans bruk av borgertjenesten til å formidle partipolitiske syn:

Jeg ønsker å påvirke på den måten at folk ser at Sentrumsalliansen har et program som de bør stille seg bak, og skape et bedre samfunn for alle ut i fra det [...] Og selvfølgelig så mener jo jeg at jeg sitter med den fulle sannheten, og det må man jo tro (intervju 8.12.2009).

Larsen påpeker også at debatt er viktig fordi det er for lite engasjement i samfunnet i dag. Folk tror ikke de kan påvirke den verden de lever i, forteller Larsen. På samme måte som Larsen, har Arne Sortevik også et ønske om å påvirke andre mennesker med et partipolitisk syn. Sortevik

sier at han ikke er så opptatt av debatten i og for seg, men å skape en refleksjon som gjør at folk stemmer FrP neste gang:

Først og fremst ønsker jeg å få en refleksjon på det feltet som behandles. Gjerne slik at man blir enig. Det er jo visjonen vår. Å få flere til å bli enige med oss og stemme på Fremskrittspartiet, og innse eller oppdage at vi har gode politiske løsninger. Skal man få de realisert må man faktisk stemme på oss. Ikke bare si de er enige og si at sympatiserer, de må faktisk bruke stemmen sin (intervju 15.12.2009).

En drømmesituasjon for flere av brukerne er at viktige beslutningstakere, slik som politikere, viser interesse og kommenterer deres borgerartikler. For Larsen og Sortevik som bruker borgertjenesten for å fremme partipolitiske synspunkt, er det å få større synlighet i media noe de håper på. En slik drømmesituasjon bærer preg av et ønske om å oppnå større innflytelse i samfunnet.

En kritikk av borgerjournalistikken går blant annet ut på at enkelte akademikere mener at borgerjournalister overdriver deres viktighet som agenter for politisk forandring. En slik kritikk vil ikke være holdbar med tanke på brukere som Arne Sortevik ettersom han gjennom sin rolle som stortingsrepresentant faktisk har mulighet til å direkte bidra til politiske forandringer. Tidligere forskning viser at deltakelse i politiske prosesser og organisasjonsliv på mange måter på vikende front. Et motargument til kritikken i en slik periode er at borgerjournalister har en viktighet som agenter for forandring, nettopp fordi de kan bidra til økt engasjement. Ikke minst at de selv er med på å påvirke en slik holdning ved at de selv deltar. Borgerjournalister med et ønske om å påvirke og bidra til debatt (overnevnte funn), og muligheten nettet gir folk til å selv innhente og dele informasjon, danner til sammen et annet motargument for den overnevnte kritikken. Et ønske om å påvirke og bidra til debatt kombinert med innhenting og deling av informasjon, gjør at borgerjournalister kan få til å mobilisere større masser. At flere av brukerne nevner at de har knyttet kontakter gjennom borgertjenesten til *ABC Nyheter* gir en indikasjon på mulighetene som ligger der ute. Flere engasjerte kan føre til økt synlighet, og deres viktighet som agenter og mulighet til å oppnå politisk forandring styrkes. Et mer engasjert folk styrker også demokratiet som styreform.

Brukerne forteller at de ønsker å påvirke andre mennesker og bidra til debatt og refleksjon. Samtidig understreker de betydningen av tilbakemeldinger i form av kommentarer til sine borgerartikler. Responsen er i følge brukerne viktig på flere måter. Hovedvekten av brukerne viser til at kommentarer gir dem en følelse av at borgerartikkelen har vekket interesse, som både kan være av positiv og negativ karakter, og gir en bekreftelse på at borgerartikkelen har blitt lest. For Ann Tove Buklev gir tilbakemeldinger henne også mulighet til å bedre argumentene eller redegjøre for ting som skulle være uklart (e-postintervju 2.11.2009). Tore Tønder på sin side ser det nyttige i motta motforestillinger fra lesere: ”Det er nyttig med kommentarer fordi det kan hende at jeg får en del motforestillinger som gir meg innsikt i tanker som jeg før ikke hadde” (intervju 23.10.2009). Frode Larsen forteller at han sjeldent går inn å svarer på kommentarene han får:

Når jeg har skrevet noe og det kommer kommentarer på det, er det veldig sjeldent at jeg går inn og svarer på de kommentarene. Dette fordi man fort kan ende i krangel med leserne, noe som jeg overhodet ikke er interessert i. Men hvis leserne kan kommentere borgerartikkelen, så kan andre kommentere kommentarene igjen så får man noe som lever sitt eget liv. Det mener jeg egentlig er det beste (intervju 8.12.2009).

Selv om hovedvekten av brukerne ikke ønsker å fremheve seg selv som personer, viser betydningen av å få kommentarer på deres borgerartikler et underliggende ønske om anerkjennelse. Denne formen for anerkjennelse går på at borgerartiklene deres bidrar til å gjøre noe samfunnsnyttig ved å sette saker på dagsorden som andre finner av interesse. Kommentarer kan sies å gi brukerne en tilfredsstillende for at deres sak blir sett og hørt. På en annen side er det å få tilbakemeldinger fra lesere i form av kommentarer viktig for at brukerne skal kunne skape den debatten som de ønsker. Dersom borgerartikkelen kun leses og ikke kommenteres, vil dette ikke oppfylle borgerjournalistenes ønske om debatt. Selv om borgerartikkelen kun blir lest, vil den likevel ha mulighet til å oppnå ønskene om å skape refleksjon og påvirke lesere. Flere av brukerne nevner at de ikke får veldig mange kommentarer på sine borgerartikler hos *ABC Nyheter*. Kristij Krüger tror dette kan ha en sammenheng med at det er en større barriere for folk å kommentere når de må skrive under med fullt navn (e-postintervju 4.11.2009).

Når jeg spør brukerne om de kunne tenke seg å ta sakene sine ett hakk videre, slik som å delta i en TV-debatt med utgangspunkt i en sak de har skrevet, får jeg ulike svar. Ann Tove Buklev

forteller at hun ikke er noe linselus, men at hun tar de oppdrag som må til for å komme i mål med en sak (e-postintervju 2.11.2009). Frode Larsen sier i likhet med Buklev at han kjører en sak så langt han kan, men det er ikke for å komme på fjernsyn at han skriver sine artikler (intervju 8.12.2009). For Kyrre Fjeldvik ville det å delta i en slik debatt vært veldig interessant med tanke på hans ønske om å sette fokus på temaer som barnefordeling og vold i hjemme og dannelse av en mannsbevegelse (intervju 23.11.2009), mens Arne Sortevik forteller at dette ville gitt han en god anledning til å få frem partipolitiske meninger og argumenter (intervju 15.12.2009). For Arne Sortevik ville det å delta i en slik debatt trolig være mer naturlig enn for resten av brukerne på grunn av hans posisjon som folkevalgt. Tore Tønder forteller at det hadde berodd på tema om han hadde stilt opp eller ikke (intervju 23.11.2009), mens Kristij Krüger er den av brukerne som ikke kunne tenke seg dette siden hun ofte blir taus i aggressive debatter (e-postintervju 4.11.2009). At flertallet av brukerne hadde stilt opp i en TV-debatt forsterker tidligere funn om at de er engasjerte og ønsker forandringer. Fjernsyn er som kjent et synlig medium som når ut til svært mange. Å ta borgerartiklene videre fra borgersiden til *ABC Nyheter* til TV illustrerer brukernes vilje og ønske om å nå ut med sine saker. Svarene til Ann Tove Buklev, Frode Larsen, Arne Sortevik og Tore Tønder bærer preg av fokuset på å fremme saker, og ikke deres personer. Mens svaret til Kyrre Fjeldvik underbygger hans ønske om også å være synlig som pådriver innenfor mannskamp. Kristij Krüger er den av brukerne som ikke kunne tenke seg å stille opp i en TV-debatt. Tidligere funn viser at brukerne med sine borgerartikler ønske å skape debatt. Hennes forklaring gir ingen tegn på at hun ikke ønsker et bredere omfang på debatten, men beror på at personlige sider hadde satt en stopper for å ta sakene videre til fjernsynsruten.

6.5 Hovedsaker – varierende viktighet

Funn i foranalysen viser at *ABC Nyheter* ikke daglig oppgraderer borgerartikler til hovedsaker på borgersiden. Redaksjonen ønske om faktiske nyheter og anmeldelser kan være en faktor til hvorfor det ikke deskes opp flere saker som hovedsaker ettersom hovedvekten av borgerartiklene som blir publisert er meningsinnlegg. Blant brukerne finnes det ulik grad av viktighet hva gjelder å oppnå hovedsaker.

For Kristij Krüger avhenger viktigheten av hovedsaker av sakens tema. Hun forteller at når det en gang ble skrevet mye om at en viss mann i motebransjen ikke hadde betalt skatt, arbeidet hun

med å få frem en hovedsak som gikk på at Gro Harlem Brundtland heller ikke betalte skatt (e-postintervju 4.11.2009). Saken hun referer til illustrerer tidligere funn som viser at Krüger engasjeres når hun føler at noe ikke er riktig. Det spesielle med akkurat denne borgerartikkelen var at Krüger mottok en e-post fra borgerredaktør Heidi Nordby Lunde hvor det stod at dette var noe som redaksjonen selv burde ha tenkt på. Borgerartikkelen ble etter e-postkorrespondansen oppgradert til hovedsak, ikke bare på borgersiden, men også på redaksjonens hovedside (e-postintervju 4.11.2009).

Tore Tønder konstaterer at det ikke er viktig for egne ambisjoner å bli tilegnet hovedsaker, men påpeker at det har stor betydning i tilfeller hvor det er viktig for saken (intervju 23.10.2009). Når Ann Tove Buklev skriver en sak er hun ikke i særlig grad opptatt av at redaksjonen skal oppgradere hennes borgerartikkel, men hun forteller at å bli tildelt hovedsaker gjør at hun føler at *ABC Nyheter* tar henne på alvor (e-postintervju 2.11.2009). For Frode Larsen og Arne Sortevik, som begge bruker borgertjenesten for å fremme partipolitiske syn, er det viktigste ikke å få hovedsaker men å gjøre et budskap tydelig og spisse det på en måte som gjør at sjansen øker for at borgerartikkelen blir lest og vekker interesse. Frode Larsen påpeker at han ikke tenker på den store massen når han skriver, men den enkelte som skal lese saken (intervju 8.12.2009). At Larsen og Sortevik har størst fokus på at budskapet skal være tydelig og spisset, kan ses i sammenheng med at å drive politisk påvirkning i stor grad handler om å overbevise hver enkelt velger. Kyrre Fjeldvik poengterer at det å få hovedsaker er viktig for synligheten:

Hovedsaker er viktig for å bli sett. For man må bli sett. Hvis du har en gate med masse mennesker som går forbi, og så står det folk på hver sin tue og roper ut forskjellige ting. Da sier det seg selv at man ikke kan stoppe opp og høre på alle. Det er de mest oppsiktsvekkende, det er de som har mest å by på, eller som blir løftet høyest opp som blir hørt. Det å få et hovedoppslag gjør at du blir hørt, lest, og kommentert (intervju 23.10.2009).

For Fjeldvik kan viktigheten av hovedsaker ses i sammenheng med hans ønske om å skape en mannsbevegelse. Synligheten vil trolig være en betydningsfull faktor for at han skal kunne lykkes i sitt arbeid.

6.6 Etisk bevissthet

Presseetikken er en form for yrkesetikk som baserer seg på et bransjemessig grunnlag (Sørum 2006) og kan sies å være retningslinjer for hvordan pressen skal oppføre seg. For brukerne handler pressetikk i stor grad om personvern, slik som for eksempel å ikke ”trå” på enkel mennesker. En slik tilnærming er hva som tradisjonelt sett har blitt sett på som pressetikk, men i den senere tid har rettferdig behandling av kilder og normer for å sikre en troverdig og uavhengig presse også blitt en sentral del (Brurås 2006:8). *Vær Varsom-plakaten* er kjernen i pressetikken og beskriver etiske normer for trykt presse, fjernsyn, radio og nettpublikasjoner. Plakaten ble for første gang vedtatt i 1936 og ble sist endret i 2007 (Norsk Presseforbund 2006b). Samtlige av brukerne forteller at de har kjennskap til plakaten, hvor flere av dem tidligere har hatt et aktivt forhold til den gjennom arbeid som journalist. Frode Larsen konstaterer at *Vær Varsom-plakaten* er et godt utgangspunkt når man skal sette saker på trykk (intervju 8.12.2009), men brukerne har ikke et slavisk forhold til plakaten eller tenker særlig over den når de skriver. For informantene er det likevel viktig at borgerartiklene deres følger en viss pressetisk standard. Det er viktig for brukerne å ikke henge ut mennesker og skrive ting som unødvendig kan ramme enkelt personer. Ann Tove Buklev konstaterer likevel at hvor langt hun går i sin kritikk avhenger av hvem skytset er rettet mot: ”Harde mennesker kan jeg gi hardere skyts enn mennesker som ikke har det samme ”skall”. Ulike posisjoner i næringslivet og det offentlige Norge avgjør mye hvor langt jeg går ut mot enkelte” (e-postintervju 2.11.2009). Kyrre Fjeldvik forteller at han tillater seg å gå litt på siden for å provosere, men publiserer ikke ting som kan ramme andre (intervju 23.10.2009).

For borgerjournalistikken har *Vær Varsom-plakaten* ingen direkte betydning, men hos *ABC Nyheter* får den en indirekte virkning ettersom redaksjonen forventer at brukerne forholder seg til denne. Brukerne forteller at de føler en viss forpliktelse til å følge retningslinjene i *Vær Varsom-plakaten*, tiltross for at den kun er den etablerte pressen er pliktet til å følge disse. Flere av informantene påpeker at dette er av hensyn til seg selv og for å bli tatt seriøst, og for andre har dette sammenheng med eget syn på hva som er normal anstendighet. Ann Tove Buklev forteller at det hender hun er redd for å trå feil, men at hun ikke kan la være å skrive av en slik grunn. ”Er det borgerjournalistikk, så må man regne med et og annet feiltrinn”, forklarer Buklev (e-postintervju 2.11.2009). Arne Sortevik konstaterer at hans utgangspunkt som stortingspolitiker med et politisk budskap er forskjellig fra en etablert journalist, men at det likevel ligger en

forpliktelse til å holde seg innenfor visse presseetiske standarder:

Det må jo være noen etiske rammer og retningslinjer for hva vi setter på trykk også, selvsagt må det være det. Men utgangspunktet er ganske så annerledes enn det man har som journalist når man er politiker og skriver og har et politisk budskap. Men det å være rimelig renslig i forhold til andre synes jeg er helt selvfølgelig, helt naturlig og på alle måter rimelig. Man må kunne stå for det man sier, og man må jo klare å få frem poengene og innholdet uten at man rakker ned på andre folk eller politiske motstandere (intervju 15.12.2009).

Sortevik viser også til at politikere i likhet med profesjonelle journalister har regler for det som er unntatt for offentligheten. ”I slike tilfeller er det viktig at man ikke uten tillatelse bruker fortrolig informasjon på en feilaktig måte”, forteller Sortevik (intervju 15.12.2009). Funn i intervjuene tyder på at det ikke nødvendigvis er fordi retningslinjene står i *Vær Varsom-plakaten* at brukerne føler en viss forpliktelse, men fordi disse på mange måter stemmer overens med egne etiske vurderinger og moral. Det er av stor viktighet for brukerne at de kan stå for det de skriver i sine borgerartikler.

6.7 Positiv holdning til redaksjonell kontroll

ABC Nyheter tar ikke i bruk forhåndsredigering, og borgerjournalistene publiserer artiklene sine direkte ut på *ABCNyheter.no* så lenge redaksjonen er bemannet. Redaksjonen har en form for gatekeeping rolle ved at de kontrollerer borgerartiklene etter de har blitt publisert.

Borgerartiklene kan bli avpublisert hvis redaksjonen mener at de på en eller annen måte strider mot *Vær Varsom-plakaten* eller *ABC Nyheter*s egne retningslinjer. Alle brukerne har en positiv holdning til at redaksjonen kontrollerer og har mulighet til å avpublisere deres saker. Tore Tønder forteller at dette er etter hans mening en fordel: ”Det er en fordel fordi jeg ser tingene på min måte, men det kan jo være konsekvenser i det jeg skriver som jeg selv ikke er klar over men som de i redaksjonen ser” (intervju 23.10.2009). Ann Tove Buklev påpeker at kontrollen gir henne en trygghet og en kvalitetssikring som gjør at hun tør å utfolde seg mer, og Kyrre Fjeldvik ser positivt på at *ABC Nyheter* kan holde borgerartikkelen tilbake hvis han skulle gå for langt i sine uttalelser. ”Siden det er veldig mange som skriver, borger redaksjonell kontroll for kvalitet. Jeg er sikker på at det lukes vekk en del, og hvis de hadde sluppet til de som kanskje ikke er like ryddige, så ville *ABC Nyheter* mistet mye av seriøsiteten sin”, sier Fjeldvik (intervju 23.10.2009)

Kristij Krüger mener den redaksjonelle kontrollen er på sin plass for å holde useriøse borgerartikler borte (e-postintervju 4.11.2009), noe som resten av brukerne også ser på som en av de viktigste oppgavene for en slik type kontroll. Arne Sortevik forteller at han ikke opplever at utlukning av useriøse borgerartikler på noen måte svekker ytringsfriheten (intervju 15.12.2009). Frode Larsen har i likhet med resten en positiv holdning til den redaksjonelle kontrollen, men han påpeker også at det til en viss grad ligger et ansvar på redaksjonen:

Det er jo klart at de har et redaksjonelt ansvar for det de setter på trykk på sine sider og hvis noe strider mot norsk lov og *Vær Varsom-plakaten*. Men i ytterste i konsekvens synes jeg det samtidig ligger et ansvar på redaksjonen i form av at de ikke driver med meningssensur (intervju 8.12.2009).

Larsens utspill kan ses i sammenheng med at han i stor grad bruker borgertjenesten til å skrive meningsinnlegg og til å fremme partipolitiske synspunkt.

Hele fem av de seks brukerne forteller meg at de en eller annen gang har fått avpublisert en eller flere borgerartikler. Reaksjonene brukerne fikk da dette skjedde var varierende. Kristij Krüger forteller at hun var takknemlig for at redaksjonen hadde tatt denne avgjørelsen: ”Ja, jeg tror jeg har blitt avpublisert én gang. Det var noe som jeg kom til å skrive feil. Min redaksjon? Jeg var takknemlig og det var rett gjort” (e-postintervju 4.11.2009). Kyrre Fjeldvik kan ikke huske hvordan han reagerte, men påpeker at han ikke har noe problem med å få borgerartikkelen avpublisert: ”Det har jeg ikke noe problem med. Men hvis alle norske medier fant ut at nå skal ikke Kyrre Fjeldvik få komme til mer, hadde det vært litt kjedelig” (intervju 23.10.2009). Tore Tønder sier at han bryr seg om det han skriver ikke kommer på trykk:

Jeg bryr meg om det jeg skriver ikke kommer på trykk. Da stiller jeg meg noen spørsmål som: Hvorfor tok de den ikke inn? Var det ikke bra nok, for mange feil, dårlige setninger og lignende. Videre bryr det meg når jeg ikke får inn det jeg skriver fordi jeg tror jo på egen sak. Det betyr ikke at jeg ikke setter jeg pris på tilbakemeldinger (intervju 23.10.2009).

Ann Tove Buklev forteller at hun ble litt småsnurt da borgerartikkelen hennes ble avpublisert: ”Jeg ble litt småsnurt og tenkte at nå ble jeg stengt ute. Men ved et par minutters ettertanke så skjønnte jeg at borgerartikkelen var litt for tøff” (e-postintervju 2.11.2009). Frode Larsen har fått avpublisert én av sine borgerartikler. Avpubliseringen oppfattet han ikke som rettferdig:

Det har faktisk skjedd én gang, og det var meningssensur i mine øyne fordi det var ikke noe angrep på noen eller noe som helst. Det var sak, jeg husker ikke hva den saken var, men jeg husker jeg reagerte på det (intervju 8.12.2009).

Larsens reaksjon viser at den redaksjonelle kontrollen kan føre til ulike forståelser og meninger for hva som aksepteres og ikke, tiltross for brukernes etiske holdninger. Flere av brukerne som har fått avpublisert sine borgerartikler, forteller at de aldri rettet opp i det som redaksjonen hadde slått ned på. Dette kan tyde på at avpubliseringer fører til at brukerne mister motivasjonen og lysten til å gå videre med disse sakene. For hovedvekten av informantene har ikke den redaksjonelle kontrollen innvirkning hvor grundig arbeidet som legges ned i borgerartiklene er. Mange av dem forteller at de ikke i særlig grad tenker over at deres borgerartikler blir kontrollert, og at de mest sannsynlig uansett hadde lagt ned den samme arbeidet i sine borgerartikler.

6.8 Oppsummering

I første del av dette kapittelet har jeg lagt frem ulike funn som belyser hva brukerne ønsker med sin deltakelse i *ABC Nyheter*. Det fremkommer at samtlige motiveres til å skrive på borgersiden grunnet borgertjenestens mulighet til å gi uttrykk for tanker og meninger. Brukerne har ikke noe klart mål om å fremstå eller opptre som journalister ved bruk av borgertjenesten til *ABC Nyheter*, men er opptatt av å fremme egne, subjektive meninger og vektlegger dette som en forskjell fra tradisjonell journalistikk. Områdene brukerne er opptatte av og bruker borgertjenesten til å skrive om er *rettferdighet og likhet, det generelle som skjer i samfunnet og partipolitikk*. Med borgerartiklene ønsker brukerne å påvirke andre og skape debatt og refleksjoner. For hovedvekten av brukerne er ikke ønsket med deltakelsen å fremme seg selv som personer, men å sette søkelys på saker de mener er viktig. På dette området er det Kyrre Fjeldvik som avviker noe fra resten av brukerne, ettersom han også tar i bruk seg selv som person og initiativtaker i håpet om å danne en mannsbevegelse. Å oppnå hovedsaker har varierende viktighet for brukerne, noe som tilsier at det nødvendigvis ikke er målet med borgerartiklene, men er gunstig for øke sjansen for nå ut til flest mulige.

Den siste delen av dette kapittelet tok for seg brukernes forhold til presseetikk og redaksjonell

kontroll. Funnene viser at selv om brukerne ikke har et slavisk forhold til *Vær Varsom-plakaten*, ønsker de at deres borgerartikler skal holde en viss presseetisk standard. Brukerne føler seg til en viss grad forpliktet til å følge plakaten, men det tyder på at dette ikke nødvendigvis er fordi retningslinjene står i *Vær Varsom-plakaten*, men fordi disse på mange måter stemmer overens med brukernes egne etiske vurderinger og moral. Den redaksjonelle kontrollen som føres hos *ABC Nyheter* er brukerne positive til. De påpeker at kontrollen gir dem en kvalitetssikring av eget arbeid og er positiv med tanke på å holde useriøse borgerartikler borte.

7. Konklusjon

Digitalisering og nettets utbredelse har bidratt til nye måter å produsere og dele informasjon på, som igjen gir rom for nye avsendere og stemmer. Tilgjengelighet på informasjon på nettet gjør det lettere for publikum å aktivt delta som produsenter. Nettavisen *ABC Nyheter* har tatt i bruk disse mulighetene ved å tilrettelegge for brukergenerert innhold fra lesere. Hos *ABC Nyheter* er deltakelsen basert på at leserne skal bidra med egenproduserte artikler av samfunnsmessig betydning. Ledelsen i *ABC Nyheter* kaller selv denne formen for leserdelaktighet for borgerjournalistikk (Lunde 2007). Det er derfor relevant å undersøke i hvilken grad idealene om borgerjournalistikk gjør seg gjeldende i virksomheten/borgertjenesten til den norske nettavisen *ABC Nyheter*. Dette spørsmålet undersøkes i denne oppgaven, med hovedvekt på hva som kjennetegner brukerne og deres bidrag, og hvordan de opplever sin rolle som bidragsytere.

Et sentralt premiss i oppgaven har vært at *ABC Nyheter* og nettavisens borgertjeneste er en virksomhet som har etablert seg i Norge på 2000-tallet, mens borgerjournalistikken er et ideal som benyttes som et analytisk grep og et utgangspunkt som virksomheten/borgertjenesten i *ABC Nyheter* drøftes i forhold til. Basert på de mest sentrale av analysens funn, vil jeg i det følgende samle trådene og gi en konklusjon på oppgavens overordnede problemstilling. Først vil jeg gi en kort oppsummering av borgerjournalistikkens idealer.

For borgerjournalistikken er det essensielle at journalistene må ta ansvar for å stimulere borgerne til økt ansvar og deltakelse i demokratiske prosesser. Et slik ansvar innebærer at journalistene må endre arbeidsmåter og inkludere vanlige folks stemmer i journalistikken. Borgerjournalistikken er inspirert av Habermas' offentlighetsteori og har lange historiske røtter, hvor debatten mellom Lippmann og Dewey i 1920 årene er sentral i forhold til journalistenes rolle om å engasjere borgere i demokratiske prosesser. Den moderne borgerjournalistiske praksisen kan sees som en serie av eksperimenter som fant sted i USA sent på 1980-tallet og tidlig på 1990-tallet. Eksperimentene bestod blant annet av å rette journalistikken i valgkamper mot problemer folket var opptatt av, og ta i bruk borgerjournalistikken som en rutine i innhenting av informasjon og utforming av reportasjer (Haas 2007:3-11).

7.1 ABC Nyheter – idealistiske tendenser

Fra slutten av 1990-tallet og frem til 2010, har nettstendene *OhmyNews* og *Indymedia* etablert seg blant de mest internasjonalt anerkjente aktørene innen brukergenerert innhold med elementer av borgerjournalistikken. I Norge tilbyr *ABC Nyheter* en borgertjeneste hvor brukerne kan bidra med egenproduserte artikler av samfunnsmessig betydning, som blir publisert som en del av nettavisen, og fremstår som profesjonelle artikler. *ABC Nyheter* er overbevist om at leserne besitter mer dybdekunnskap enn de fleste andre redaksjoner i Norge, og ønsker denne kunnskapen velkommen (Lunde 2007). Som nevnt kaller *ABC Nyheter* selv denne formen for leserdelaktighet for borgerjournalistikk, men analysen viser imidlertid at *ABC Nyheter* legger klare begrensninger som bryter med idealene i borgerjournalistikken. I det følgende vil jeg først presentere fellestrekkene mellom *ABC Nyheter* og idealene i borgerjournalistikken. Deretter vil jeg vise hvilke begrensninger de borgerjournalistiske idealene har i *ABC Nyheter*.

7.1.1 Fellestrekk med idealene

For det første gjenspeiler de borgerjournalistiske idealene seg i *ABC Nyheter* ved at redaksjonen og journalistene tar på seg ansvar og stimulerer vanlige folk til økt deltakelse i demokratiske prosesser, hvilket er det essensielle i borgerjournalistikken. *ABC Nyheter* gjør dette ved å inkludere brukergenerert innhold i form av borgerartikler i deres nettavis. Borgertjenesten redaksjonen tilbyr, har likheter med Habermas sitt *public sphere* ved at brukerne i deres borgerartikler selv kan ta opp temaer som opptar dem. I kommentarfeltet til artiklene har brukerne også mulighet til å diskutere sakenes tema i felleskap med andre. *ABC Nyheter* kan også ses på som en videreutvikling av tankegangen bak ett av de første initiativene til moderne borgerjournalistikk, *The Ledger-Enquirer*. Et initiativ som resulterte i at redaktøren i avisen Georgia opprettet en organisasjon hvor folket i byen kunne ta opp temaer og diskutere disse sammen med andre medborgere (Kvernland 2009). I likhet med borgerjournalistikkens status i journalistmiljøer, hersker det ulike meninger om bruk av borgerjournalistikk i *ABC Nyheter*s redaksjon, men deres tankegang om bruk av brukergenerert innhold indikerer en tro på folkets kunnskaper og muligheter som bidragsytere til problemløsning.

For det andre innehar ”Co-creation” konseptet som *ABC Nyheter* ønsker å få i gang borgerjournalistiske tendenser. *ABC Nyheter* ønsker å ta i bruk leserne i utformingen av

profesjonelle journalistiske artikler ved å la dem få mulighet til å bidra med tilleggsinformasjon og ferdigstilte redaksjonelle artikler. Konseptet gjenspeiler utøvelsen av borgerjournalistikk ved å endre journalistenes arbeidsmåter og inkludere borgeres stemmer i journalistikken (Kvernland 2009).

For det tredje innehar *ABC Nyheter* fellestrekk med de borgerjournalistiske idealene som legger vekt på å inspirere til mer aktiv deltakelse hos borgerne i de enkelte lokalsamfunn. En lignende tanke finnes hos *ABC Nyheter*. Redaksjonen ønsker at brukerne i større grad skal hvor skal skrive saker fra deres lokalmiljø som engasjerer dem.

7.1.2 Idealenes begrensinger i redaksjonen

Trass i at *ABC Nyheter* kan hevdes å operere i tråd med idealene om borgerjournalistikk på enkelte punkter, er det også fremkommet i analysen at idealene begrenses i redaksjonen. For det første viser funn i oppgaven at idealene begrenses av at nettavisen *ABC Nyheter* er et kommersielt produkt som er avhengig av lesere som genererer inntekter. Den største utfordringen for *ABC Nyheter* med å ta i bruk brukergenerert innhold, er å få folk til å skrive journalistikk. Selv om borgertjenesten åpner for at borgerne kan bidra med meningsinnhold, hevder borgerredaktør Heidi Nordby Lunde at det er begrenset hvor interessant meningsstoff er i lengden, og hvor mange lesere man får på slik innhold (intervju 07.04.2009). Redaksjonens fokus på at brukerne skal skrive journalistikk, skiller seg fra idealet til borgerjournalistikken som går på at journalistene skal tilrettelegge for at borgerne skal bidra med egne meninger. *ABC Nyheter*'s ønske om mer journalistiske bidrag og borgerredaktørens utspill, gjenspeiler at *ABC Nyheter* er avhengige av lesere som generer inntekter for å kunne overleve i et mediemarked hvor lesernes valgmuligheter øker.

I *ABC Nyheter*'s liste over skrivetips om forutsetninger for god borgerjournalistikk, står det blant annet at en god borgerjournalist skaper innhold som er tilrettelagt for behovene til publikum og nyhetskilden, og bidrar med mer enn bare innhold som dekker behovet borgerjournalisten har for å fremme sine egne meninger. Skrivetipsene er med på å underbygge at *ABC Nyheter* i stor grad følger en markedsorientert tilnærming til begrepet borgerjournalistikk. Tipsene skiller seg betraktelig fra de borgerjournalistiske idealene, hvor målet er å få frem behovene til folket ved å

inkludere deres meninger i journalistikken. At *ABC Nyheter* ønsker at brukerne skal skrive lokalstoff, er enda et tegn på at redaksjonen styres av de kommersielle kreftene. Ved at brukerne bidrar med lokalstoff, får redaksjonen, uten kostnad, dekket områder som de ellers ikke hadde hatt kapasitet til å dekke. Dette kan igjen bidra til å generere flere lesere og høyere annonseinntekter. En av kritikkene til borgerjournalistikken går nettopp på bekymring rundt borgerjournalistikkens kommersielle kontekst. *ABC Nyheter*'s bruk av brukergenerert innhold kan være en strategi for å oppnå et bredere nyhetsbilde på en kostnadseffektiv måte, samt et virkemiddel for å tiltrekke seg lojale lesere. Å la folk delta har ofte en innvirkning på lojaliteten nettopp fordi deltakerne føler større eierskap til produktet når de selv er med på å påvirke det.

For det andre inneholder den borgerjournalistiske praktiseringen hos *ABC Nyheter* visse journalistiske retningslinjer. Redaksjonens nyhetskriterier gjelder også for brukerne, og de må også følge retningslinjene i *Vær Varsom-plakaten*, selv om disse i realiteten ikke gjelder for borgerjournalistikk. *ABC Nyheter* forbeholder seg retten til å avpublisere en borgerartikkel som strider mot plakaten eller deres retningslinjer. Idealene til borgerjournalistikken er basert på at alle skal kunne bidra med egne meninger, men redaksjonens bruk av *Vær Varsom-plakaten* og redaksjonell kontroll kan forsvares. Dette fordi at de skal kunne opprettholde et kvalitetsprodukt, unngå useriøse bidrag, beholde sin troverdighet, og kunne fortsette å tilby en borgertjeneste.

For det tredje lar redaksjonen folkevalgte med innflytelse få spre sitt politiske budskap på borgersiden. Folkevalgte karakteriseres som eliten, og det er derfor mulig å si at dette bryter med idealet om vanlige mennesker i spaltene, spesielt da borgertjenesten blir brukt til partipolitiske formål. Hvorfor *ABC Nyheter* lar folkevalgte få skrive, kan ha sammenheng med å gjøre seg mer attraktiv for leserne i et mediemarked med økende valgmuligheter.

7.2 Brukerne som borgerjournalister

Analysen har vist at det i stor grad er fellestrekk mellom brukerne og de borgerjournalistiske idealene. For det første kommer det frem av analysen at borgertjenesten brukes svært mye til borgermeninger, og brukernes motivasjon for å delta er basert på å kunne bidra med tanker og meninger. Foranalysen, som tar for seg den totale deltakelsen hos borgertjenesten, viser den samme tendensen ved at borgertjenesten hovedsakelig preges av borgermeninger. Det sterke

preget av meningsinnlegg skiller seg fra den profesjonelle journalistikkens ideal om objektivitet, men samsvarer med borgerjournalistikkens ideal om å få frem folkets meninger. I analysen fremkommer det at brukerne stort sett kan karakteriseres som ordinære mennesker, og det er derfor mulig å si at brukerne er i tråd med idealene om at borgerjournalistikken skal være inkluderende og tillate deltakelse fra alle samfunnslag. Eneste unntak er informanten som er stortingsrepresentant og bruker borgertjenesten til å fremme partipolitiske saker. Om informanten ikke hadde vært beslutningstaker eller brukt borgertjenesten til et annet formål, ville informanten trolig også falt under det man kan kalle vanlige mennesker i denne sammenheng. Analysen viser at flere av brukerne tidligere har arbeidet som profesjonelle journalister. Likevel har verken dem, eller resten av brukerne, noe klart mål om å fremstå, opptre, eller karakteriserer seg selv som journalister ved bruk av borgertjenesten til *ABC Nyheter*. Det er derfor rimelig å si at brukerne anser seg selv som borgerjournalister. Muligheten til å fremme egne meninger er det brukerne vektlegger som en vesentlig forskjell mellom dem og profesjonelle journalister.

For det andre viser analysen at brukernes ønsker med borgerartiklene, og områdene de skriver om, er i tråd med de borgerjournalistiske idealene om at denne type journalistikk skal være en plattform for demokratisk deltakelse. En plattform hvor folket kan ta opp egendefinerte temaer å skape debatt rundt dem. Med sine borgerartikler ønsker brukerne å påvirke, skape debatt, og bidra til samfunnsendringer. Brukerne ønsker å skrive å spre informasjon og meninger om *rettferdighet og likhet, det generelle som skjer i samfunnet og partipolitikk*. Brukernes ønske om å skape debatt og endring er i samsvar med borgerjournalistikkens mål om at folket skal delta i demokratiske prosesser. Borgerjournalistikkens idealer er sterkt forankret i den politiske og demokratiske delen av samfunnslivet, og temaene brukerne skriver om omhandler slike deler av samfunnet. Om brukerne eksempelvis hadde brukt borgertjenesten til å skrive kjendisstoff, ville en svært viktig del av borgerjournalistikkens formål vært fraværende, nemlig det at en slik type journalistikk skal fremme folket og deres meninger i demokratiske og politiske prosesser.

I *Citizens and Politics*, fant forsker Richard Harwood (1991) ut at den da rådende oppfatning om at folk ikke var interessert i politikk og deltakelse i det offentlige rom ikke var holdbar. Analysen viser at Harwoods studie stemmer overens med brukernes holdninger, da den store majoriteten forteller at politikk er viktig for dem. Brukerne begrunner dette med at deres hverdag styres av

politikken, og den påvirker deres liv både i nåtid og fremtid. Flere av dem har også tilknytning til et politisk parti.

For det tredje viser de borgerjournalistiske idealene seg gjennom brukernes økonomiske og personlige holdninger ved deltakelsen. Å få betalt for det de bidrar med, er ikke viktig for brukerne. Hovedvekten av dem har heller ikke et ønske om å fremme seg selv som person, men setter saken i sentrum. Unntaket er at en av informantene tar i bruk seg selv som person, men dette gjøres i et håp om å danne en bevegelse og skape forandringer. Å oppnå at artikkelen blir en hovedsak er heller ikke nødvendigvis målet brukerne har med sine borgerartikler. Ser man alt dette i sammenheng, er det mulig å si at brukerne mest sannsynlig ikke bruker borgertjenesten for å oppnå økonomiske fordeler eller personlig suksess. Brukernes holdninger gjenspeiler borgerjournalistikkens historie og idealer, som stort sett er ideologisk og ikke økonomisk begrunnet.

Brukerne er positive til den redaksjonelle kontrollen hos *ABC Nyheter*, og følger retningslinjene i *Vær Varsom-plakaten*. Brukerne følger ikke nødvendigvis retningslinjene fordi det står i *Vær Varsom-plakaten*, men fordi disse på mange måter stemmer overens med egne etiske vurderinger og moral. At borgertjenesten innehar slike journalistiske retningslinjer, er ikke nødvendigvis i strid med idealene, men en nødvendighet for at *ABC Nyheter* skal holde useriøse artikler borte, samt opprettholde det profesjonelle linjen. Tradisjonelle journalistiske tendenser finnes også i hvem som bruker borgertjenesten til *ABC Nyheter*. Analysen viser at mannsdominansen er høy hos de som deltar. At borgertjenesten domineres såpass mye av menn, har jeg i analysen pekt på at kan ha en sammenheng med at journalistikken tradisjonelt har vært et mannsdominert yrke og at menn er de som i størst grad søker etter nyheter på nett.

7.3 De borgerjournalistiske idealene i ABC Nyheter

De ovennevnte delkapitlene viser at redaksjonen og brukerne har ulike ønsker med borgertjenesten. Redaksjonen på sin side vil ha mer journalistisk håndverk. Brukerne på den andre siden er opptatt av å fremme meninger, skape debatt og endringer. Deres forskjellige ønsker illustrerer at partene har ulike forventninger til borgertjenesten, og tydelig også har

forskjellige behov for borgerjournalistikken. Sett under ett, er det mulig å si at det er hos brukerne at idealene er mest fremtredende.

I den grad *ABC Nyheter* ikke begrenser brukernes muligheter til å publisere borgermeninger, vil borgertjenesten i nokså stor grad være i tråd med idealene til borgerjournalistikken.

Referanseliste

Bøker:

Bakøy, E. og Syvertsen, T., 2001. *Sjekking på TV: Offentlig ydmykelse eller bare en lek*. Oslo: Unipub forlag.

Bastiansen, H.G. og Dahl, H.F., 2008. *Norsk Mediehistorie*. Oslo: Universitetsforlaget.

Bjørnbæk, M., 2007. *Mess is More*. Masteroppgave i medievitenskap, Universitetet i Oslo.

Bruhn Jensen, K., 2002. *The complementarity of qualitative and quantitative methodologies in media and communication research*, i Bruhn Jensen, K. (Eds.) 2002. *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. London: Routledge.

Bruns, A., 2005. *Gatewatching - Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang.

Brurås, S., 2006. *Etikk for journalister*. 3 utgave. Fagbokforlaget: Bergen.

Eide, E., 2001. *Mannsbastioner med iboende treghet*, i Eide, M. (Eds.) 2001. *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.

Elvestad, E., 1999. *Kommunikasjon mellom mennesker i media - en analyse av lokalavisenes leserbrevspalter*. Hovedoppgave ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU, Trondheim.

Enli, G. og Syvertsen, T., 2007. *Participation, Play and Socialising in New Media Environments*, i Nightingale, V. and Dwyer, T. (Eds.) 2007. *New Media Worlds – challenges for convergence*. South Melbourne: Oxford University Press.

Fagerjord, A., 2008. *Web-medier: Introduksjon til sjangre og uttrykksformer på nettet*. 2. utgave. Oslo: Universitetsforlaget.

Fleming, C., Hemmingway, E., Moore, G. og Welford, D., 2006. *An Introduction to Journalism*. London: Sage Publications Ltd.

Fossum, E. og Meyer, S., 2008. *Journalistikk og kildekritikk*. Oslo: Cappelen Akademisk forlag.

Gripsrud, J., 2000. *Tabloidization, Popular Journalism, and Democracy*, i Sparks, C. og Tulloch, J. (Eds.) 2000. *Tabloid Tales*. Lanham, Md.: Rowman and Littlefield.

Haas, T., 2007. *The Pursuit of Public Journalism: Theory, Practice, and Criticism*. New York, London: Routledge.

- Habermas, J., 1971. *Borgerlig offentlighet : dens framvekst og forfall : henimot en teori om det borgerlige samfunn*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Harcup, T., 2009. *Journalism principles and practise*. Los Angeles, London, New Dehli, Singapore, Washington DC: Sage Publications Ltd.
- Harwood, R., 1991. *Citizens and politics: A view from main street*. Dayton, OH: Kettering Foundation Press.
- Indahl, N.G., 2007. *Nettjournalisten*. 2 utgave. IJforlaget: Kristiansand.
- Jenkins, H., 2006. *Convergence Culture – where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kvale, S. og Brinkmann, S., 2009. *Interviews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. 2 utgave. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications Inc.
- Kvernland, K., 2009. *ABC Nyheter: Nettavis produsert av journalister og borgere*. Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Küng, L., Picard R. og Towse, R., 2008. *The Internet and the Mass Media*. Los Angeles, London, New Dehli, Singapore: Sage Publications Ltd.
- McQuail, D., 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications Ltd.
- Michalsen, B., 2003. *Presseetikk*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Oltedal, A., 2001. *Den myndige journalisten: Korleis forstår journalisten sitt samfunnsansvar?* Kristiansand: IJ-forlaget.
- Patton, M.Q., 1990. *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Newbury Park: Sage Publications.
- Rasmussen, T., 2006. *Nettmedier*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS
- Rosen, J., 1999a. *The action of the idea: Public journalism in built form*, i Glasser, T. (Eds.) 1999. *The idea of public journalism*. New York: Guilford.
- Rosen, J., 1999b. *What are journalists for?* New Haven, London: Yale University Press.
- Schudson, M., 2003. *The Sociology of News*. New York: Norton & Company, Inc.
- Tuchman, G., 1999. *An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity*, i Tumber, H. (Eds.) 1999. *News: A Reader*. New York: Oxford University Press Inc.
- Tumber, H. og Prentoulis, M., 2005. *Journalism and the making of a profession*, i De Burgh, H. (Eds.) 2005. *Making Journalists: Diverse models, global issues*. London, New York: Routledge.

Vaags, R.H., 2004. *Etikk*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Walker Retteberg, J., 2008. *Blogging – Digital Media and Society Series*. Cambridge, Malden: Polity Press.

Yin, R.K., 2009. *Case Study Research: Design and Methods*. 4 utgave. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications Inc.

Zelizer, B., 1997. *Journalists as Interpretive Communities*, i Berkowitz, D. (Eds.) 1997. *Social Meanings of News: A Text-Reader*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications Inc.

Østbye, H., Helland K., Knapskog, K. og Larsen, L.O. 2002. *Metodebok for mediefag*. 2 utgave. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Østlyngen, T., og Øvrebø, T., 1998. *Journalistikk: Metode og fag*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.

Internettkilder:

ABC-bloggen. *Velkommen til ABC Nyheter på Drupal 6.4* [online]. Tilgjengelig fra: http://abcbloggen.origo.no/-/sandbox/archive/274726_abcbloggen [Hentet 18. mars 2010].

ABC Nyheter 2010. *Fakta om ABC Nyheter* [online]. Tilgjengelig fra: <http://salg.abcnyheter.no/fakta-om-abc-nyheter/> [Hentet 18. mars 2010].

ABC Nyheter. *Fakta om våre brukere* [online]. Tilgjengelig fra: <http://salg.abcnyheter.no/fakta-om-vare-brukere/> [Hentet 18. mars 2010].

Deuze, M., 2005. *What is journalism?* [online]. Tilgjengelig fra: <http://jou.sagepub.com/cgi/content/abstract/6/4/442> [Hentet 16. desember 2009].

Haas, T. og Steiner, L., 2006. *Public journalism: a reply to critics* [online]. Tilgjengelig fra: <http://jou.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/2/238> [Hentet 23. september 2008].

Ihlebak. K.A., 2009. *Du setter dagsorden* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article3348796.ece> [Hentet 20. februar 2010].

Indymedia.org. *About Indymedia* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.indymedia.org/en/static/about.shtml> [Hentet 20. februar 2010].

iTavisen 2005. *Menn søker fakta – damer søker menn* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.itavisen.no/285341/menn-soker-fakta-damer-soker-menn> [Hentet 10. mars 2010].

- Kjensli, B., 2009. *Gamle nettmedier fortsatt best* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.forskning.no/artikler/2009/april/217158> [Hentet 13. januar 2010].
- Lavalette, T., 2010. *Kvinner må søke lederstillinger* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.journalisten.no/story/60740> [Hentet 21. mars 2010].
- Lunde, H.N., 2007. *Bli en borgerjournalist!* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.abcnyheter.no/node/41776> [Hentet 14. september 2009].
- Lunde, H.N., 2008a. *Borgerjournalistenes 10 bud* [online]. Tilgjengelig fra: <http://abcnyheter.no/node/68821> [Hentet 14. september 2009].
- Lunde, H.N., 2008b. *Hva er en god borgerjournalist?* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.abcnyheter.no/borger/skrivetips/080410/hva-er-en-god-borgerjournalist> [Hentet 14. september 2009].
- Maasø, A., Schanke, V.S. og Syvertsen, T., 2007. *Fordi de fortjener det – Publikumsdeltakelse som strategisk utviklingsområde i mediebransjen* [online]. Tilgjengelig fra: http://www.maaso.no/Maaso_mfl_nmt2007.pdf [Hentet 9. februar 2010].
- Meho, L.I., 2006. *E-Mail Interviewing in Qualitative Research: A Methodological Discussion*. Tilgjengelig fra: <http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/112636724/PDFSTART> [Hentet 22. april 2010].
- Merriam-Webster. *Elite*. Tilgjengelig fra: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/elite> [Hentet 7. april 2010].
- Mitchelstein, E. og Boczkowski, P.J., 2009. *Between tradition and change: A review of recent research on online news production* [online]. Tilgjengelig fra: <http://jou.sagepub.com/cgi/content/abstract/10/5/562> [Hentet 16. desember 2009].
- Norsk Journalistlag. 3. *Sammendrag av undersøkelsen* [online]. Tilgjengelig fra: http://www.nj.no/3.+Sammendrag+av+undersøkelsen.b7C_w7DS51.ips [Hentet 21. mars 2010].
- Norsk Presseforbund, 2006a. *Norsk Presseforbund* [online]. Tilgjengelig fra: http://presse.no/Norsk_Presseforbund/ [Hentet 26. august 2009].
- Norsk Presseforbund, 2006b. *Vær Varsom-plakaten* [online]. Tilgjengelig fra: http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/Var_Varsom-plakaten/ [Hentet 27. august 2009].
- Norsk Presseforbund, 2007. *Pressens faglige utvalg* [online]. Tilgjengelig fra: http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/ [Hentet 26. august 2009].
- Ottosen, R., 2009. *Et yrke for dukser eller selvlærte entusiaster?* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.nored.no/article.aspx?id=901> [Hentet 21. mars 2010].

Picard, R.G., 2009. *The End of Journalism?* [online]. Tilgjengelig fra: <http://themediabusiness.blogspot.com/2009/06/end-of-journalism.html> [Hentet 21. mars 2010].

Platon, S. og Deuze M., 2003. *Indymedia Journalism: A Radical Way of Making, Selecting and Sharing News?* [online]. Tilgjengelig fra: <http://jou.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/3/336> [Hentet 10. desember 2009].

Poindexter, P., Heider, D., og McCombs, M., 2006. *Watchdog or good neighbor? The Public's expectations of local news.* Tilgjengelig fra: <http://hij.sagepub.com/cgi/content/abstract/11/1/77> [Hentet 5. august 2009].

Redaksjonen, 2009. *Om ABC Nyheter* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.abcnyheter.no/omoss> [Hentet 10. februar 2010].

Regjeringen.no, 2009. *Individ og integritet* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/fad/dok/nouer/2009/nou-2009-1/14/2/4.html?id=542163> [Hentet 3. september 2009].

Ruder Finn 2010. *rf Intent Index* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.ruderfinn.com> [Hentet 21. mars 2010].

Statistisk Sentralbyrå 2005. *Digitale skillelinjer er der fremdeles* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.ssb.no/samfunnsspeilet/utg/200503/04/index.html> [Hentet 10. mars 2010].

Stene, M., 2009. *Nølede kvinner velges bort* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.forskning.no/artikler/2009/januar/208496> [Hentet 21. mars 2010].

Sørum, K.Y., 2006. *Presseetikk på plakaten: En kritisk diskursanalyse av Vær Varsom-plakaten (1936-2001)* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.duo.uio.no/publ/mediekomm/2006/40831/Presseetikkxpxxplakatenx-xferdig.pdf> [Hentet 29. januar 2010].

Tinget.no. *Demokrati og folkestyre* [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.tinget.no/no/Hovedmeny/Demokrati-og-makt/Demokrati-og-folkestyret/> [Hentet 27. januar 2010].

Informanter:

Bruker av borgertjenesten til ABC Nyheter, *Ann Tove Buklev*, e-postintervju sendt og besvart 2.11.2009, oppfølgingsspørsmål sendt og besvart 3.11.2009.

Bruker av borgertjenesten til ABC Nyheter, *Arne Sortevik*, intervju foretatt 15.12.2009.

Bruker av borgertjenesten til ABC Nyheter, *Frode Larsen*, intervju foretatt 8.12.2009.

Bruker av borgertjenesten til ABC Nyheter, *Kristij Krüger*, e-postintervju sendt 2.11.2009 og besvart 4.11.2009, oppfølgingsspørsmål sendt og besvart 5.11.2009.

Bruker av borgertjenesten til ABC Nyheter, *Kyrre Fjeldvik*, intervju foretatt 23.10.2009.

Bruker av borgertjenesten til ABC Nyheter, *Tore Tønder*, intervju foretatt 23.10.2009.

Borgerredaktør ABC Nyheter, *Heidi Nordby Lunde*, intervju foretatt 07.04.2009 (ble også tatt i bruk i semesteroppgave Publikumsdeltakelse MEVIT 4112 vår 2009, Universitetet i Oslo). Oppfølgende e-postkorrespondanse sendt 11.04.2010 og besvart 13.04.2009.

Salgssjef ABC Nyheter, *Ingar Jensen*, e-postkorrespondanse sendt og besvart 18.03.2010.

Intervjuguide (vedlegg)

Hvem og hovedmotiver

- Kan du fortelle litt om når du begynte å skrive hos ABC Nyheter og hvordan du fant ut at de tilbyr en slik tjeneste?
- Hva er ditt bosted per i dag?
- Hvilket årstall er du født i?
- Kan du si litt om hva slags utdanning du har?
- Er du yrkesaktiv, og i så fall hva er det du arbeider med i dag?
- Er du medlem i noen organisasjoner eller er tilknyttet noen verv?
- Vil du karakterisere deg som en over middels samfunnsengasjert person? Hvorfor/hvorfor ikke?
- I hvilken grad vil du si at politikk er viktig for deg?
- Har du tilknytning til et spesielt parti? Hvor engasjert er du?
- Hva vil du si opptar mesteparten av din fritid?
- Er du en person som alltid har hatt interesse for skriving?
- Hva er det som motiverer deg til å skrive selv om du ikke får betalt for de artiklene du bidrar med?
- Hvor er det du henter inspirasjonen fra når du bestemmer deg for å skrive et innlegg hos ABC Nyheter?
- Vil du si at ett av dine mål med skrivingen er å skape debatt og engasjement hos leserne? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Det at du bidrar med artikler, er det et ønske om å bli sett og hørt i det offentlige rom/debatt? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Har du som mål med skrivingen å sette saker på dagsorden som du mener er viktig? Hva slags saker er viktig for deg?
- Vil du si at noe av skriveysten din er basert på å vise folk at du besitter mye nyttig kunnskap? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Hvilke artikler er du selv mest fornøyd med? Kan du gi et eksempel på en vellykket artikkel? Hva kjennetegner den?

- Har det betydning at artiklene dine blir kommentert? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Har du et ønske om å påvirke folk gjennom det du skriver? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Beskriv en drømmesituasjon for deg og din skriving.
- Kunne du tenke deg å være på tv i en debatt med utgangspunkt i en sak du hadde skrevet om? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Er det å få artiklene dine som hovedsaker noe du jobber etter når du skriver? Hvorfor/hvorfor ikke?

Presseetikk og redaksjonell kontroll

- Hvilket forhold har du til Vær Varsom-plakaten? Kjenner du til innholdet i den? Har du den tilgjengelig når du skriver?
- Hva innebærer ordet presseetikk for deg?
- Er det viktig for deg at det du skriver holder presseetisk standard? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Føler du, som borgerjournalist, at du også er pliktet til å følge Vær Varsom-plakaten selv om det kun er den etablerte pressen som har forpliktet seg til å følge den? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Hva synes du om at ABC Nyheter kontrollerer det du skriver, og at redaksjonen kan avpublisere din artikkel hvis den ikke følger deres retningslinjer?
- Har du noen gang fått artikkelen din avpublisert? Hvordan reagerte du da?
- Føler du at den redaksjonelle kontrollen bidrar til at du gjør et grundigere arbeid enn hvis den ikke hadde vært der? Hvordan vil du si at den redaksjonelle kontrollen bidrar positivt?

Rolle og syn på eget arbeid

- Har du noen gang hatt et ønske om å utdanne deg innenfor journalistikk?
- Hva vil du si skiller deg og en etablert journalist?
- Hvordan skiller dine artikler seg fra artikler utarbeidet av etablerte journalister?
- Hva vil du si er spesielt og interessant med dine artikler?
- Ser du på dine artikler som journalistisk håndverk? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Hva er det dine artikler har som ikke de tradisjonelle journalistiske artikler kan bidra med?