

## Recensioner

*Birgit Røe Mathiesen og Lisbeth Morlandstø (red.)*

*Lokale medier. Samfundsrolle, offentlighed og opinionsdanning*

Oslo: Cappelen Damm Akademisk 2018, 240 s.



Bogen *Lokale medier – samfundsrolle, offentlighed og opinionsdanning* har Norge som omdrejningspunkt. Bogen er en antologi og bygger på delstudier fra et forskningsprojekt om de lokale mediers rolle i skabelsen af en offentlighed, et forskningsprojekt udført af forskningsmiljøet ved journalistuddannelsen i Bodø.

Overordnet beskæftiger bogen sig på et empirisk niveau med på den ene side nye tiltag i lokaljournalistikken og på den anden side udfordringerne for de selvsamme lokale medier i en ny medievirkelighed. Det er kærkomment at se et forskningsbidrag med fokus på lokale medier, som alt for ofte ignoreres til fordel for empiriske studier af de større nationale medier. Formentlig fordi, den lokale journalistik ligger længere nede i hierarkiet både blandt forskere og journalister, når offentlighed skal diskuteres, hvilket selvsagt er en fejl og hvad denne bog med alle dens interessante empiriske analyser også illustrerer.

Bogen udgøres primært empiriske casestudier, og det forekommer ikke tydeligt, hvem målgruppen er for sådan en bog. Er det andre forskere, så mangler den en teoretisk dybde og for studerende vil den udgøre et informativt baggrundstæppe, men vil næppe kunne bruges på et mere generelt analytisk plan. Dertil

er de empiriske kapitler meget snævre i deres fokus på særlige cases og tiltag i lokale mediehuse. Alligevel er bogen brugbar i kraft af dens mange diskussioner af skred i forskellige journalistiske genrer, i skellene mellem privat og offentlig og i diskussionerne af, hvordan digitaliseringen præger de lokale medier på godt og ondt.

Bogen synes at bygge på en præmis om en i stigende grad fragmenteret offentlighed. Spørgsmålet er dog, om ikke altid offentligheden har været fragmenteret, og om ikke altid dikotomien mellem medieindhold, der tjener offentligheden og medieindhold på markedets præmisser, har været til stede, men at der netop er behov for at analysere af, om og hvordan fragmentering udspiller sig lokalt. Her kommer bogen et stykke af den vej.

I kapitel 1 gennemgår de to redaktører det norske landskab for lokale medier. De præsenterer definitioner af, hvad der menes med lokal journalistik og det fremgår, at fokus både er på public service, små lokalaviser og regionale aviser. Det synes dog særligt at være skriftlige platforme under lup i de enkelte kapitler, og der siges meget lidt om de lokale og regionale mediers tilstedeværelse på deres egne digitale platforme, hvilket højest sandsynligt foregår i samspil med tilstedeværelsen på sociale medier. Det er ærgerligt, når nu de to redaktører selv slår fast, at der ”satses stadig mer digitalt i mediebranchen”. Det er heller ikke helt tydeligt, hvordan de forskellige casestudier er udvalgt, og hvad skellet mel-

Boganmelder: **Jannie Møller Hartley**, Ph.d., lektor i journalistik, Institut for Kommunikation og Humanistisk Videnskab, Roskilde Universitet.

lem publicistiske og kommercielle medier har betynder for bogens analyser. I kapitel 1 gennemgås udviklingen i mediemarkedet, og den betydning, det kan have for de lokale medier og dermed også for demokratiet. Vi lærer, at NRK og andre regionale medier har trukket sig tilbage til deres udgivelsescentre og i højere grad end før centrerer sig omkring byerne og bliver mere urbane. Teoretisk lægger forfatterne sig på dels et medieøkologi-perspektiv og på et offentlighedsperspektiv og de baserer sig på international forskning for at pege på de udfordringer, der findes for både medieøkologien og offentligheden. De trækker disse linjer videre ud i verden og redegør for, hvorfor Norge er særlig, idet at landet er langt mere decentraliseret end eksempelvis nabolandene Danmark og Sverige.

I de følgende tre kapitler dykkes der ned i nye innovative tiltag taget på forskellige lokale medier for at imødekomme nogle af de nævnte udfordringer. I kapitel 2 undersøger Karianne Sørgard Olsen, hvordan lokaljournalister forholder sig til Facebook. Kapitlet diskuterer det interessante dilemma mellem journalisten som privatperson og journalisten som offentlig person, hvor der er tydelige forskelle mellem journalisterne på redaktionen. Karianne Sørgard Olsen peger på, hvordan Facebook både er et research redskab og distributionsplatform til netop at nå andre offentligheder end tidligere og fremlægger en vigtig konklusion, nemlig at dikotomierne mellem hensynet til hvad publikum gerne vil have og hensynet til samfundet flytter sig med brugen af Facebook. Her kunne det have været interessant, hvad forskellene mellem journalisterne skyldes, da det nok ikke alene er et spørgsmål om alder.

I kapitel 3 tager Birgit Røe Mathiesen og Lisbeth Morlandstø fat i en ny satsning, idet den regionale avis *Nordlys* etablerer en digital debatsektion. Gennem analyser af indholdet viser de, at det i høj grad er politik, der diskuteres, og at langt de fleste har tydelige holdninger frem for at have en mere reflekterende tilgang.

Også kapitel 4 tager fat i en satsning, Brif, etableret i *Bergens Tidende* og datagrundla-

get er interview. Derfor fremstår det tydeligt, hvorfor Brif blev etableret, og hvordan forskellige genrer blandes for at nå den yngre målgruppe, som i stigende grad forlader print. Desværre må spørgsmålet, om hvorvidt satsningen virkede, stå åbent, da redaktionen på Brif ikke har andet end indikationer på, at de når ud til de unge læsere, hvilket også har fået *Bergens Tidende* til at forlade målet om specifikt at nå de unge læsere. Måske har vi alle brug for forklaring og analyse i et samfund med informations-overload? Til gengæld ser vi, at journalisterne, som arbejder med at forklare og analysere, er vældig positive, hvilket tyder på, at det på det journalistiske felt – også regionalt – giver prestige at indtræde i kommentator-rollen og tager ejerskab over projektets udvikling. Dette kunne med fordel udforskes nærmere i fremtidig forskning, særligt savner jeg en uddybning af objektivitetsspørgsmålet.

I kapitel 4 undersøger Malene Paulsen Lie lokalavisen og Facebooks betydning for menneskers tilknytning til bestemte steder. På baggrund af teorier om stedfølelse – og denne teoretiske begrebsliggørelse er interessant i sin egen ret – analyserer Lie 29 kvalitative interview med mediebrugere i alderen 17–84 år. Analysen viser, at lokalavisen skaber en form for *identitet*, mens Facebook skaber *relationer* mellem menneskene på stedet (s. 145). Men denne konklusion bygger på, hvad respondenterne bruger Facebook til mere generelt, hvilket måske slet ikke er lokale nyheder og det kunne være interessant at dykke ned i, hvordan der skabes lokale fællesskaber omkring Facebook og andre sociale medier, og hvordan de lokale medier ved brug af nye medier kan få både den identitetsskabende og den relationskabende rolle i lokalsamfundet. Her synes at være et forsømt potentiale for lokale medier.

Kapitel 6 bevæger sig ud over Norge og til Wales. Forfatterne Willams og Rachel Howells tager et helikopterperspektiv på udviklingen for lokale medier, og giver god indsigt i, hvordan de-lokaliseringen af journalistikken også finder sted uden for Norge, og hvordan det giver plads til hyperlokale medier. Og det er måske kapitlets berettigelse, selvom det på mig som læser virkede underligt, at valget lige faldt

på Wales og i øvrigt, at kapitlet som det eneste i bogen så er skrevet på engelsk.

Bengt Engan diskuterer i bogens andet sidste kapitel, hvem offentligheden er? Spørgsmålet synes mere present end nogensinde, men selvom kapitlet på glimrende vis gennemgår offentlighedsteorier, fremstår det uklart, hvad målet med kapitlet er. Forskellige medborger-tilgange diskuteres, og udfordringer for sådanne medborgerskaber belyses med udgangspunkt i særlig international forskning i ”public og civic connection”, men her ville det være interessant at se, hvordan sådanne lokale medborgerskaber ser ud empirisk, og hvad lokale medier betyder for skabelsen af medborgerskaber. Uden de empiriske analyser fremstår bekymringer for ekko-kamre, populistiske strømninger og manglende politisk deltagelse som noget udokumenteret i en norsk kontekst.

Lisbeth Morlandstø og Birgit Røe Mathiesen konkluderer i bogens afsluttende kapitel, at lokaljournalistikken er vigtigere end nogensinde, og hvordan de nye teknologier åbner op for nye netbaserede areaner. Forfatterne synes at advare mod, at debatten flyttes til de sociale medier, men problemet med det argument er, at lokale medier som både er *indhold* og *platform* sammenlignes med sociale medier, som primært er distributionsplatforme. Facebook som medie kan derfor sagtens siges at udfylde en kritisk samfundsmæssig rolle, hvis lokalmedierne og andre medier vel og mærket bruger Facebook til at distribuere deres publicistiske indhold. Her savnes der, at bogen i højere grad tager fat i de finansielle udford-

ringer, som det lokale mediemarked har, noget der især berøres i bidraget fra Wales.

Jeg er enig med forfatterne i, at det fortsat er vigtigt at studere den journalistiske praksis og journalisterne selv (s. 212) og som bogen her viser, er det er frugtbart både at undersøge brugerne og den journalistiske praksis. Man skal dog passe på med at sætte causalt lighedstegn mellem populistiske strømninger og det stigende fravær af lokale medier – eller rettere sagt fravær af læsere af de trykte lokale medier. I en digital medievirkelighed kan brugerne opdateres på et hav af platforme og her er lokalmediernes rolle måske netop som curatorer at skære igennem den informations-overload, brugerne oplever, og være til stede og gøre sig relevante på de platforme, hvor brugerne nu engang befinder sig og skabe betalingsmodeller, så denne rolle kan styrkes i en tid, hvor færre og færre læser på print.

Hele bogen kredser omkring forholdet mellem publikum interessen og samfundsopdraget og det er synd, at dette ikke udvikles mere teoretisk, da mange af konklusionerne er et ekko af tidligere forskning i dette modsætningsforhold, der blot nu synes at fremstå i en radikaliseret form som følge af de digitale mediers indbyggede markedslogikker. Det interessante er, at argumenter om, at nye medier kan skabe stemmer i det offentlige rum og at debat på nye platforme eksempelvis kan være et redskab til at mindske afstanden mellem traditionelle medier og folket, jo også afspejler en markeds-mæssig logik – nemlig det, at det handler om at få flere læsere og brugere i den publicistiske butik.