

Under mediernes overflate

Et forskningsprosjekt om blogging og journalistikk

Prosjektrapport 30. april 2006

Olav Anders Øvrebø

Sammendrag

Blogging og andre former for brukerstyrt publisering innebærer at folk flest med letthet kan ytre seg utenfor de etablerte medienes redaksjonelle kontroll. Etter hvert som omfanget av slik uredigert publisering øker, beveger mange bloggere seg inn på det som tidligere var journalistenes og redaktørens enemerke. Gjennom intervjuer med norske bloggere, journalister og redaktører søker denne studien å øke forståelsen av hvordan utviklingen vil påvirke journalistikken og mediene. De intervjuede ser overveiende positivt på at blogging og andre genrer øker muligheten enkeltmennesket har til å ytre seg om samfunnsproblemer. Større uenighet kommer fram i synet på hvor godt de etablerte mediene vil være i stand til å møte utfordringene brukerstyrt publisering stiller dem overfor. Rapporten konkluderer med at massemediene må legge mer krefter i å utvikle sin nettpresser og utvikle nye tjenester der publikum bindes tettere til nettstedet gjennom egen publiseringsaktivitet. De som klarer dette kan i beste fall mobilisere publikum i en "folkebevegelse for bedre medier".

Innhold:

Forord

1. Problemstilling og metode: lokale dialekter, global samtale
2. Brukerstyrt publisering: hjemmesider, blogging, social media
3. Journalistikk og samfunn: profesjon, publikum og deltakelse
4. Intervjuanalyse: Bloggere, redaktører og journalister
5. Handlingsalternativer for mediene: svart boks eller orden i kaos

Litteraturliste

Vedlegg: Intervjuguider i fulltekst

Forord

"Blogger er internetts dovegger. Hva gir egentlig hvem som helst med en datamaskin retten til å trykke ut sin mening uten å være spurt?"

Jean-Remy von Matt, reklamedirektør (Scholz 2006)

Mange nyheter er egentlig ubetydelige hendelser som vi journalister blåser opp til urimelige proporsjoner. Men noen få nyheter har konsekvenser så store at de er umulige å forestille seg. Det var en av det siste slaget en venn viste meg en dag vinteren 1994, inne på et kontor på Institutt for informatikk på Blindern: nettleseren Mosaic. På ingen måte skal jeg påstå at jeg forsto mer enn noen promille av hva dette dataprogrammet og dets etterfølgere skulle komme til å føre med seg, likevel var det noe som falt på plass med et ørlite smell den gangen. Det underlige er at selv etter at world wide web var blitt hverdag, kunne det smelle igjen. Og igjen. Noen ganger skikkelig høyt, som i desember 2002, da jeg oppdaget Salam Pax, bloggeren fra Bagdad. Hans tekster hadde ikke godkjent-stempelet fra en avis eller TV-kanal, men de ga et bilde av utviklingen i Irak som de etablerte mediene ikke var i nærheten av å konkurrere med - i friskhet, originalitet og engasjement. Det var ikke før da, over åtte år etter Mosaic-oppdagelsen og etter at jeg hadde jobbet i årevis som nettjournalist, at den virkelige betydningen av world wide web for journalistikk og medier begynte å avtegne seg for meg.

Siden 2002 har jeg skrevet mange artikler om blogging og brukerstyrt publisering, og selvsagt blogget selv. Etter hvert meldte behovet seg for å gå noen av ideene jeg hadde samlet nærmere etter i sømmene. Heldigvis syntes også Rådet for anvendt medieforskning at det var en god ide, og finansierte dette prosjektet.

Som en vil forstå allerede ut fra forordet, er jeg selv grunnleggende positivt innstilt til blogging og brukerstyrt publisering. I dette prosjektet har målet vært å ta et par skritt tilbake og vurdere både egne og andres ideer så kritisk som mulig. Det får bli opp til leseren å bedømme hvor godt jeg har lyktes med det.

Et par ord om sitering: Jeg har forsøkt å fusjonere bloggeres og akademikers praksis. Det betyr at jeg i html-versjonen av rapporten (tilgjengelig på www.oov.no) lenker direkte fra teksten hvis kilden er en html-side. Websider som siteres flere ganger i teksten lenkes til den første gangen. Fullstendig referanse både til slike kilder og de øvrige finnes i litteraturlisten, der jeg også har tatt med dato for henting av html-kildene.

Underveis er det mange som har bidratt med innsikt og konstruktiv kritikk. En spesiell takk til Andreas Andersen, Heike Edinger, Søren Schultz Jørgensen, Knut Helland, Erling Dokk Holm og Timo Wirth.

1. Problemstilling og metode: lokale dialekter, global samtale

Enhver studie av blogging har per definisjon en global ramme. Alle bloggere publiserer på den globale verdensveven. Mange bruker publiseringsverktøy installert på vertsmaskiner som fysisk befinner seg på et annet kontinent, men den geografiske avstanden er usynlig for brukeren. Ulike sider ved blogging - både tekniske forutsetninger og nyskapinge, etiske normer, stilistiske former, sosiale og økonomiske konsekvenser - utvikles i et ustrukturert, men forbløffende dynamisk samspill mellom personer med ulik farge på passet (og som gjerne aldri har møtt hverandre). Denne globale konteksten får også konsekvenser for dem som vil studere hva blogging kan bety for journalistikk og medier. Den første er at det ikke er meningsfylt å forsøke å etablere en avgrenset nasjonal forståelse av fenomenet. Forståelsen av hva blogging er og kan utvikle seg til vil alltid være påvirket av ideer "utenfra" - et ord som må settes i anførselstegn fordi det i verdensvevens kontekst i prinsippet ikke lenger gir mening.

Den andre konsekvensen for forskere og studenter er at forståelsen av blogging - eller meningsdannelsen om hva blogging er og betyr - formes i en løpende, internasjonal debatt. Mange av de mest innflytelsesrike opinionslederne på dette feltet formulerer sine innsikter i egne bloggbidrag, under debatter på de mange konferansene om temaet, eller i mer tradisjonelle avis- og tidsskriftartikler. Noen av forskerne som har involvert seg på feltet bruker selv blogger til en slags løpende, praksispåvirket teoriutvikling. Ofte sendes resonnementene først ut som prøveballonger på forskerens blogg, skytes ned eller videreformidles av andre interesserte, for så å dukke opp igjen i reformulert form i konferansebidrag eller artikler, og slik fortsetter prosessen. Dette var bakgrunnen for at jeg opprettet bloggen Undercurrent omtrent samtidig med at prosjektskissen til denne studien ble skrevet høsten 2004. På bloggen har det vært et hovedpoeng å teste ideer rundt aktuelle saker og hendelser. Flere av resonnementene som er luftet der vil kunne gjenfinnes i denne rapporten. Nettopp for å kunne delta i og bidra til den internasjonale debatten på feltet, ble engelsk valgt som språk på bloggen.

Det er typisk at en av dem som har bidratt sterkest til å skape en særegen diskurs om blogging og journalistikk, Dan Gillmor, selv er mangeårig teknologijournalist. Etter å ha hoppet av avisbransjen og skrevet boken "We the Media", leder han nå det universitetstilknnyttede Center for Citizen Media. Denne hybridaktige bakgrunnen deler Gillmor med mange av de andre deltakerne på feltet, som forfatteren av denne rapporten. Typisk er det også at formålet med Gillmors senter er å "hjelp og forbedre grasrotmedier, med et fokus på journalistikk". Virksomheten har altså et eksplisitt praktisk siktemål, noe mange av dem som deltar i debatten om blogging og journalistikk deler. Også bidragene har derfor gjerne en hybridkarakter, der ønsket om å påvirke praksis står sentralt.

Blogging er én form innenfor det som med et sekkebegrep kan kalles brukerstyrt publisering, et område der innovasjonene står i kø og de aller fleste føler seg - og er - meningsberettiget. Den store globale aktiviteten på feltet som er valgt som tema for dette prosjektet - bloggingens framvekst og dens konsekvenser for journalistikk - kan derfor fort virke overveldende. Tilsynelatende har den som vil forsøke å bidra med noe originalt i debatten umulige odds. Heldigvis forholder det seg stikk motsatt, og "redningen" ligger i noe så forslitt som frasen "tenke globalt, handle lokalt". Utviklingen av journalistikk og medier finner jo ikke sted i noe vakuum. Det gjelder også nye former som blogging. Norge har sin egen presse- og medietradisjon, der noen trekk er felles med historiske forløp i andre land, og andre bare kan forstås i en norsk historisk kontekst. Det er med andre ord all grunn til å tro at også blogging, og forholdet mellom medier, journalister og bloggere, vil utvikle seg ulikt i forskjellige land (dette er eksempel på et resonnement opprinnelig luftet på Undercurrent (Øvrebø 2004b). Det nasjonale og lokale dukker altså opp igjen, nå redefinert innenfor en ny, global kontekst. Det betyr at det blir viktigere enn noensinne med studier av de lokale og nasjonale

dialektene innenfor den store, globale helheten. Faktisk er det rimelig å forvente at lokale studier nettopp vil være best egnet til å problematisere og nyansere de teoriene og forståelsesrammene som fortløpende debatteres internasjonalt. Ideene og teoriene med mest gjennomslagskraft er ofte formulert av amerikanere, og nødvendigvis preget av amerikansk medietradisjon (idetilfanget har utvilsomt vært størst fra USA til nå, noe som gjenspeiler den amerikanske lederrollen på verdensveven generelt). Disse feltets opinionsledere behøver ikke ha noen intensjon om å la sine ideer være globalt gjeldende, men det blir lett slik i praksis fordi engelsk er verdensvevens latin (se for eksempel hvordan en av opinionslederne, Jay Rosen, reagerte på akkurat dette resonnementet (Rosen 2004b). Ytterligere et argument for å undersøke lokale og nasjonale forhold er at det til nå faktisk ikke har vært gjennomført så mange empiriske studier av blogging og dens konsekvenser. Som i bloggverdenen ellers dominerer meningsproduksjon over produksjon av ny empiri, kunne man hevde.

Medienes rolle i spill

Foranledningen til studien er noen empiriske fakta: I voksende antall og med forbløffende entusiasme har deler av mediernes publikum omfavnet mulighetene webteknologien gir til å produsere og distribuere egne tekster, fotografier, lyd og levende bilder, uavhengig av de redaksjonelle organisasjonene. Denne brukerstyrte publiseringen tar ulike former, og den til nå mest kjente er blogging. En allment akseptert minimumsdefinisjon av en blogg er at det er en relativt hyppig oppdatert webside med daterte tekstinnlegg, ordnet i omvendt kronologisk rekkefølge, altså med det siste innlegget øverst (Walker 2003). Tekstene er gjerne relativt korte ytringer i en personlig stil om et tema bloggeren er opptatt av, og inneholder svært ofte hyperlenker videre til andre blogger og nettsteder generelt. Bloggen gir leseren mulighet til umiddelbar tilbakemelding i et eget kommentarfelt under hvert innlegg. Etter hvert som blogging er blitt mer og mer populært, brukes blogger til mange ulike formål og noen inkluderer lyd, fotografier og video. Dette gjør det påkrevet med en avgrensning av typer blogger, noe jeg vil vende tilbake til i del 2.

I tråd med det en kunne forvente ut fra ulike nasjonale tradisjoner og forutsetninger, har blogging spredt seg i ulik takt i forskjellige land. Nordmenn var ikke spesielt tidlig ute, men også her har aktiviteten etter hvert fått betydelig omfang. En mer utførlig gjennomgang av bloggfenomenets korte historie finnes også i del 2.

I verdensvevens barndom for drøyt ti år siden lanserte enkelte teknologientusiastiske profeter visjonen om hver mann sin avis, hver kvinne sin TV-kanal. Men det som den gang var luftige vyer, er i dag en særdeles dynamisk virkelighet (selvsagt uten at virkeligheten nødvendigvis ser ut som i vyene). Spesielt unge mennesker ser det som en selvfølge å produsere og publisere tekster og bilder som aldri har vært vurdert av noen profesjonell nyhetsorganisasjon. Det kan nå uten videre fastslås at mediene, og journalistene og redaktørene som yrkesgruppe, har mistet sitt monopol på publisering av nyheter og aktualiteter. Det kan neppe heller sies å være omstridt i dag, i mediebransjen og blant forskere og meningsdannere på feltet, at publikums forvandling til innholdsprodusenter skaper betydelige utfordringer for de etablerte mediene. Alle redaksjoner blir nødt til å tenke igjennom sin rolle og selvforståelse på ny, stilt overfor sin nye relasjon til publikum. Slik har den sosiale bruken av webteknologi satt mediernes samfunnsrolle i spill. Hvordan mediene kommer ut av dette, er en helt annen historie. En interesse for å grave i disse utfordringene og hvordan de håndteres, er noe av motivasjonen bak dette prosjektet. Derfor har jeg også tillatt meg å bruke noen av konklusjonene fra studien til den mer spekulative, fremadskuende del 5 i rapporten.

Hovedproblemstilling og delspørsmål

Elementene i den overordnede problemstillingen for prosjektet er presentert i de foregående avsnittene, og kan nå sammenføres slik:

- Publikum bruker i økende grad digital kommunikasjonsteknologi til produksjon og distribusjon av nyheter og kommentarer utenom mediernes redaksjonelle kontroll. Hvordan blir presseinstitusjonen - journalist- og redaktørrollen og det sett av prinsipper mediernes virksomhet er basert på - utfordret og berørt av denne utviklingen?

Dette er naturligvis en svært bred problemstilling, som må presiseres og avgrenses for å bli håndterlig. Dette har jeg gjort ved å formulere tre delspørsmål med begrunnelse:

- 1. Hvilke berøringspunkter, likheter og forskjeller finnes det mellom blogger/andre genrer for publikums nettpublisering og journalistikk? Begrunnelse: Det er et premiss for problemstillingen at publikum gjennom blogging faktisk bedriver en virksomhet som har berøringspunkter med journalistikk. Dette må dokumenteres og spesifiseres.
- 2. Hvordan vurderer bloggere og journalister/redaktører hverandres rolle? Er relasjonen mellom dem preget av samspill, utfyller de hverandre, eller står bloggere og journalister/redaktører i et motsetningsforhold? Begrunnelse: Dette er en avgrensning av problemstillingen. Ved å beskrive journalister/redaktørers og bloggeres syn på hverandre, forbedres også forståelsen av utfordringen brukerstyrt publisering utgjør og hvordan presseinstitusjonen berøres.
- 3. Hvordan svarer journalister/redaktører (som bærere av presseinstitusjonen) på utfordringen mot det redaksjonelle prinsippet? Hvilke handlingsalternativer har journalister og redaktører, stilt overfor veksten i brukerstyrt publisering? Begrunnelse: Dette er en avgrensning av problemstillingen. Ved å beskrive hvordan journalister/redaktører faktisk svarer på/forholder seg til utfordringen, forbedres også forståelsen av utfordringens karakter og hvordan presseinstitusjonen berøres.

Metodevalg: Kvalitative intervjuer og tekstanalyse

Ulike alternativer for metodevalg ble vurdert i planleggingen av prosjektet. Valget falt på kvalitative, semistrukturerte intervjuer med fire norske bloggere og journalister/redaktører som det viktigste metodegrepet. Intervjuene ble supplert med analyse av eksisterende litteratur om emnet og mediehistorisk litteratur.

Valget av kvalitative intervjuer med norske informanter/aktører var delvis motivert av de ovenstående resonnementene om hvordan studiet av lokale/nasjonale "dialekter" kan berike globale ideer og praksis på feltet. Ved å la norske aktører reflektere rundt sin egen praksis og gi til kjenne sitt syn på utviklingen på feltet generelt, håpet jeg å kunne bringe fram verdifulle, originale data. Validiteten ved bruk av kvalitativ metode vurderer jeg som god her, siden det må være av høy relevans for problemstillingen å høre journalister/redaktører og bloggeres eget syn, særlig når det gjelder delspørsmål 2 og 3. Reliabiliteten vil på den annen side være et problem, siden en annen intervjuer kunne få andre svar (Jortveit 2002, s. 35). Dette søker jeg å imøtegå ved å offentliggjøre intervjuguidene, og ved utstrakt sitering fra intervjuene. Hensikten er å gjøre forutsetningene for analysen så transparente som mulig, slik at reliabiliteten styrkes.

En større, kvantitativ spørreundersøkelse ville vært et opplagt alternativ - eller supplement - som ville høynet reliabiliteten. Mulighetene for å gjennomføre en slik blant norske journalister og redaktører ble sondert. Dette lot seg imidlertid ikke gjøre innenfor prosjektets ramme, og det er også grunn til å spørre om en slik survey-undersøkelse hadde vært det mest fruktbare metodegrepet uansett. Årsaken er at selv om diskusjonene om blogging og journalistikk skjøt fart i Norge i 2005,

kan det fortsatt være slik at en stor andel av norske journalister og redaktører ennå ikke har tatt stilling til utfordringene og gjort seg konkrete erfaringer med dem.

En annen grunn lå også bak valget av kvalitative intervjuer: Som Michael Karlsson bemerker i sin nylig utgitte doktoravhandling om nettjournalistikk, har ikke utvikling av teorier om webteknologiens (og annen digital kommunikasjonsteknologi) betydning for medier og journalistikk vært et særlig prioritert felt innen medieforskningen. Det stiller de som skal gjøre nye studier overfor en særlig utfordring: "Eftersom det i stor utsträckning saknas idéer, det vill säga teorier, inom detta fält blir den logiska konsekvensen att göra fallstudier. (...) Det finns ingen fast och fix lösning erbjuden för denna typ av metodologiska komplikationer. Den provisoriska lösningen blir att använda sig av en explorativ metod och göra innehållsanalyser på ett litet material" (Karlsson 2006, s. 26). Når det, slik det gjør i dette prosjektet, i stor grad dreier seg om å kartlegge holdninger og forståelsesrammer hos aktører, kan altså undersøkelser med få enheter være godt egnet. Forhåpentlig vil en slik eksplorerende undersøkelse få fram problemstillinger som kan danne grunnlag for senere studier.

Med intervjuene ønsket jeg å ha muligheten til å sammenlikne svarene i etterkant. Jeg stilte derfor til intervjuene med en forhåndsprodusert liste av spørsmål som var avledet av delspørsmålene presentert over. Samtidig var det viktig å gi respondentene muligheten til å resonnerer fritt om sentrale spørsmål. Derfor ble semistrukturerte intervjuer valgt. Her er det mulig for intervjuer å avvike fra spørreskjemaet, for slik å fange opp verdifulle nyanser (Østbye 1997, s. 83). Spesielt viktig er dette når en er på jakt etter hvilke sammenhengende resonnementer og argumentasjonsrekker respondentene benytter seg av.

Som det framgår av problemstillingen, særlig av delspørsmål 2, ønsket jeg å undersøke både bloggeres og journalisters/redaktørers syn på forholdet mellom blogging og journalistikk. Siden kvalitative intervjuer er tidkrevende - særlig transkripsjonen, men også den påfølgende analysen - valgte jeg innenfor rammen av prosjektet å nøye meg med fire intervjuer. Utvelgelsen av intervjuobjekter ble påvirket av enkelte vurderinger: Den viktigste var at det gjaldt å finne fram til personer som med stor sannsynlighet hadde gjort seg både erfaringer med og reflektert over problemstillingene jeg ville ta opp (det ville gi liten mening å intervju personer som hadde intet eller bare et flyktig forhold til emnet). Dette var faktisk lettest når det gjaldt valget av bloggere, siden det er svært vanlig at bloggere som er opptatt av samfunnsspørsmål også skriver om sitt forhold til journalistikk og medier. Dessuten hadde jeg som forutsetning at respondentene ikke skulle anonymiseres. Selv om det er relativt vanlig å tilby respondenter anonymitet i kvalitative intervjusituasjoner, forekom en slik løsning meg helt uaktuell for dette prosjektet. Selve temaet er jo tett knyttet til offentlig, åpen debatt, og det var da heller ingen av respondentene som ønsket å snakke off the record. Det ble på forhånd avtalt at alle uttalelser fra intervjuene kunne siteres.

Blant bloggerne falt valget på **Bjørn Stærk** og **Hans Rustad**. Stærk hører til pionerene blant norske bloggere, siden han har vært aktiv med sin Bjørn Stærk blog siden høsten 2001. Stærk er programmerer og har ingen journalistisk erfaring. Dette var viktig, siden jeg ønsket at en av bloggerne jeg intervjuet ikke skulle ha gjennomgått noen medie-sosialisering gjennom utdanning eller yrkespraksis. Hans Rustad, som skriver på gruppebloggen document.no, har en helt annerledes bakgrunn. Han tilhører en annen generasjon, og har lang journalistisk erfaring som utenriksjournalist i NTB, der han sluttet i 2002. Han har også drevet forlaget Document i mange år. Det skal her opplyses at jeg kjenner Rustad fra min egen tid i NTB på 90-tallet, og at jeg var med på å starte document.no i januar 2003 (jeg sluttet å bidra selv på document.no da jeg begynte i Mandag Morgen i august 2003). Dette kjennskapet betydde at jeg visste ekstra godt at Rustad har reflektert over blogging, medier og journalistikk, med det spesielle blikket til en som kjenner journalistikk og

norske medier fra innsiden, samtidig som han nå betrakter feltet utenfra.

Blant journalister/redaktører endte jeg med å velge offisielle representanter for de to gruppene - leder av Norsk Journalistlag (NJ) **Ann-Magrit Austenå** og generalsekretær i Norsk Redaktørforening (NR) **Nils E. Øy**. Fordelen med dette valget er at begge er personer som en må forvente at fortløpende tenker igjennom prinsipielle problemstillinger som berører yrkesgruppene de representerer. Valget av ledere i NJ og NR sto for meg som den sikreste måten å finne reflekterte intervjuobjekter på, uten å gå etter garanterte "eksperter" på feltet. Et alternativ kunne vært å velge redaktører og erfarne journalister i ledende nettmedier, men jeg antok at disse ville være mindre representative for strømninger i yrkesgruppene generelt (det er etter alt å dømme fortsatt et klart mindretall av journalister og redaktører som arbeider i nettrekaksjoner eller har hoveddelen av sitt arbeid knyttet til nettpublisering).

Intervjuguide og gjennomføring

I intervjuguiden delte jeg spørsmålene i fem bolker, i tråd med delspørsmålene:

- Likheter og forskjeller mellom blogging (og annen brukerstyrt publisering) og journalistikk
- Forholdet mellom journalister/redaktører og bloggere
- Negative og positive sider ved at hvem som helst kan publisere hva de vil, når de vil
- Redaktøransvar/redaktørprinsipp/presseetikk
- En samlebolke med dels normative spørsmål, dels spørsmål om eksempler, dels oppsummerende spørsmål

Ut fra disse overordnede temaene formulerte jeg konkrete spørsmål. Målet var å få respondentene til både å resonnerer rundt temaene og å ta stilling til konkrete utfordringer. Intervjuguidene er tilgjengelige i sin helhet i vedlegget til rapporten. Så godt som alle spørsmål, med små, naturlige modifikasjoner, ble stilt til alle fire respondenter.

Intervjuene ble gjennomført i Oslo i perioden 1.-7. mars 2006. Hvert intervju tok fra en til halvannen time. Alle intervjuene ble transkribert og teksten forelagt de av respondentene som hadde bedt om det (alle fikk naturligvis tilbudet). Etter transkriberingen systematiserte jeg svarene i tråd med temainndelingen i intervjuguiden. Dermed kunne svarene sammenliknes direkte, og likheter og ulikheter i respondentenes argumentasjon og resonnerement identifiseres. Resultatene av analysen av intervjuene kommer i del 4.

2. Brukerstyrt publisering: hjemmesider, blogging, social media

Helt siden Tim Berners-Lee programmerte den første nettleseren og laget den første websiden i 1990, har brukerstyrt publisering vært en iboende mulighet ved world wide web. En kan gå lenger enn det: At hvem som helst kan publisere hva de vil, kan sies å være et konstituerende trekk ved www. Verdensveven utnytter jo en teknisk infrastruktur for publisering, distribusjon og kommunikasjon som i utgangspunktet er desentralisert - internett.

Den som vil publisere trenger tilgang til internett, en nett-tilknyttet maskin (server) å laste opp html-filer (eller andre filtyper) til, og en mulighet til å gi filene en unik adresse - en uniform resource locator eller URL. Den som vil ytre seg på webben må med andre ord over en teknisk (og

økonomisk) terskel av en viss høyde. Hvis en velger å se webben som en publiseringskanal eller et medium på linje med dagsavisen eller fjernsynet, kan webhistorien leses som en gradvis senking av denne terskelen. De spesielt interesserte og kyndige var tidlig på plass med det som på den tiden gjerne ble kalt hjemmesider. Mange av disse kan ses som bloggenes forløpere. Studenten Justin Hall opprettet "Justin's Links to the Underground" (www.links.net) i 1994. Denne siden, som opp gjennom årene vokste til en mangslungen vev av private notater, reisebrev, bilder og essays før Hall satt punktum i 2005, nevnes gjerne som en prototyp for blogger (Våge 2005, s. 11). Norske Marianne Evang begynte å skrive sin egen nettdagbok i 1995 (Øvrebø 2002). Det er rimelig å se også denne som en tidlig bloggforløper.

Sider som svarer til definisjonen av en weblogg begynte å dukke opp i 1996-97. Betegnelsen "weblog" ble første gang tatt i bruk i desember 1997 av Jorn Barger på bloggen Robot Wisdom (Våge 2005, s. 11). Men øyeblikket da den avgjørende senkingen av terskelen for deltakelse fant sted, kan dateres til juli 1999. Da ble bloggpubliseringsverktøyet Pitas.com lansert i Toronto; den første av en rekke tjenester som fjernet de aller fleste av de tekniske komplikasjonene ved å programmere, laste opp og tilgjengeliggjøre websider på en server. I tillegg var mange av tjenestene gratis, som den langt mer kjente Blogger.com, som også ble lansert i 1999. Dermed ble også det meste av den økonomiske terskelen fjernet. Nå kunne hvem som helst med få tastetrykk opprette sin egen webside, og publiseringen kunne skje like hurtig som i enhver profesjonell nettavis. Også i Norge er det etter hvert lansert mange gratis tjenester som gir publikum muligheten til å opprette sine egne blogger. I løpet av 2005 kom de tre store nyhetsnettstedene VG Nett, Dagbladet.no og TV 2 Nettavisen med slike tjenester. Bare de mest grunnleggende forutsetningene for nettdeltakelse gjenstår: å ha tilgang til en datamaskin og til internett.

Å forklare hvordan ønsket blant enkeltindivider og grupper av mennesker om å ytre seg i blogger og andre brukerstyrte genrer oppstår, er ikke tema for dette prosjektet. Men utviklingen siden bloggverktøyene ble tilgjengelig, indikerer at ønsket om å publisere egne ideer, meninger og tanker i tekstform - og som fotografier, lyd og video - er tilnærmet universelt. Blogging er blitt populært på alle kontinenter og i så forskjellige land som Iran, Kina og Frankrike. Technorati er en av søketjenestene som forsøker å indeksere alle blogger. I midten av april 2006 søkte Technorati kontinuerlig gjennom 35 millioner blogger. I over tre år har antallet blogger doblet seg hvert halvår. Omtrent 50.000 blogginnlegg publiseres hver time (Sifry 2006b). Nå er det ingen enkel sak å fastslå antall aktive blogger. Når terskelen er lav, blir også frafallet stort. Noen blogger opprettes for aldri å bli brukt igjen. Andre forlates etter en tid. I april 2006 publiserte 55 prosent av bloggerne Technorati fulgte fortsatt nye innlegg tre måneder etter at bloggen først var opprettet.

Ukebrevet Mandag Morgen (jeg var redaktør der 2003-2006) har i flere artikler forsøkt å tallfeste omfanget av blogging i Norge og analysere fenomenets betydning. Ifølge beregninger gjort i oktober 2005, var det på det tidspunkt minst 30.000 norske blogger (Mandag Morgen 2005b). 2005 var også året da norske medier for alvor fikk øynene opp for fenomenet. Søk med søkeordet "blog*" i avisdatabasen Atekst bekrefter dette: I 2001-2003 var det et ensifret antall artikler, mens det økte til 37 i 2004. I 2005 var begrepet nevnt i hele 368 artikler (jeg har her søkt i arkivene til Aftenposten, Bergens Tidende, Dagbladet, Dagens Næringsliv, NTB og VG. Siden begrepet weblog eller weblogg var like mye eller mer brukt enn blog/blogg i begynnelsen, har jeg kontrollert med et søk etter weblog*. Tendensen er den samme, men "blogg" tok åpenbart over for "weblogg" som den vanligste betegnelsen fra og med 2004). Medienes økte interesse for blogging i 2005 har i seg selv sikkert bidratt til økt oppmerksomhet om mulighetene, og igjen ført til at flere har begynt å publisere selv og følge med på blogger. En undersøkelse utført i februar 2006 viste at 26 prosent av nordmenn med nett-tilgang, ca. 850.000 mennesker, leste en blogg minst en gang i uken (Mandag Morgen 2006). I aldersgruppen 18-29 leste 35 prosent en blogg minst så ofte.

Norske medier og blogging: gjennombrudd og genreforvirring

Blant de store mediene var Dagbladet.no desidert først ute med å prøve ut den nye genren. I 2003 lanserte Dagbladets nettutgave en rekke blogger skrevet av avisens egne medarbeidere. Men først i 2005 satset Dagbladet, VG og andre medier større ressurser på blogging. I juni 2005 lanserte VG den daglige spalten "VG-bloggen", som ble publisert samtidig på papiravisens side 3 og på VG.no. Spalten var skrevet av avisens egne medarbeidere, og ble i papiravisen presentert i blogginspirert stil, med uthevede ord som i nettutgaven var klikkbare hyperlenker. I nettutgaven var det også mulig for leserne å bidra med egne kommentarer til teksten.

I valgkampen til stortingsvalget 2005 ble blogg-genren også tatt i bruk av andre medier. Dagens Næringslivs nettavis dn.no hadde sin "valgBLOGG", der ledere av bedrifter, fagforbund og andre skrev innlegg om aktuelle saker. Aftenposten tilbød en "tankesmie:BLOGG", med innlegg fra representanter for tankesmier med ulik politisk profil. VG fikk flere partitopper til å levere innlegg til en "partilederblogg". Dagbladet arrangerte høsten 2005 "Gullbloggen", en kåring av Norges beste blogger (jeg var en av jurymedlemmene).

Å la egne journalister ta i bruk blogg-genren, er en måte for medier å forholde seg til bloggingens popularitet. En annen strategi er å tilby leserne å opprette sine egne blogger på mediets eget nettsted - under mediets logo. Både VG, Dagbladet og TV 2 Nettavisen gikk til dette skrittet i løpet av 2005. VG lanserte sin tjeneste VG Blogg i oktober 2005. I midten av april 2006 hadde mer enn 9.500 personer opprettet en blogg på VGs tjeneste.

Et bemerkelsesverdig trekk ved flere norske mediers blogginitiativer er at en viss genreforvirring synes å råde. Et eksempel er Dagens Næringslivs valgblogg. Bedømt etter den godt etablerte forståelsen av hva en blogg er, oppfylte ikke denne kriteriene. Isteden var det en samling ganske alminnelige leserinnlegg eller kommentarer skrevet av eksterne bidragsyttere, publisert på websider istedenfor på papir (for eksempel uten lenker til andre nettsteder). Et tegn på forvirringen var at hvert enkelt innlegg ble kalt "en blogg". Men en blogg er helheten av innlegg (eller "posts" på engelsk), kommentarer og annet innhold på siden. Tilsvarende tendenser til genreforvirring var det på VGs partilederblogg. Enda et eksempel er økonominettsstedet NA24.no, som i mars 2006 lanserte et panel av kommentatorer som skriver noe som visuelt likner blogger, men som ved nærmere vurdering igjen er alminnelige aviskommentarer (men der leserne riktignok kan legge igjen kommentarer). Det er vanskelig å si om genreforvirringen er uttrykk for at disse norske redaksjonene bevisst omdefinerte blogg-genren for å få den til å passe med sine etablerte formater, eller om de ikke hadde gjort tilstrekkelig research om bloggfenomenet på forhånd. Flere forskere har drøftet hvordan aviser tilpasser blogg-genren for å kunne utnytte dens gode sider uten å bryte med nedarvede redaksjonelle prinsipper (Singer 2005, Robinson 2006). Interessant nok har en kunnet merke tendenser til at mediens "feilaktige" begrepsbruk om blogger - for eksempel forvekslingen av "en blogg" og "et innlegg" - fester seg i alminnelig språkbruk. Det kan tyde på at kunnskapen om blogg-genren ikke var særlig solid fundamentert utover et begrenset antall norske nettbrukere før gjennomslaget i 2005.

Mediekritikere, pressgruppe og medborgerjournalister: ideer om bloggernes betydning

I del 1 hevdet jeg at de mest innflytelsesrike ideene og teoriene om blogging og medier har vært sterkt preget av amerikanske bidragsyttere, og at disse ideene er blitt formet i et aktivt samspill mellom forskere, journalister, aktivister og andre interesserte bidragsyttere. Blant ideene som har preget forventningene til bloggingens betydning for journalistikk og medier også i andre land, vil jeg fremheve to spesielt: den første er forestillingen om at publikum gjennom egen, uredigert publisering - som blogging - kan fungere som en femte statsmakt, et korrektiv til medier som ikke

gjør jobben sin godt nok, om det så er ved å slurve med fakta og årsakssammenhenger eller ved å servere nyheter med politisk slagside. Den andre, beslektede men mer ambisiøse ideen, er forestillingen om at bloggere kan utgjøre en selvstendig publisistisk og politisk kraft i konkurranse med de etablerte mediene. Begge forestillingene kan sies å henge sammen med problemstillingen for dette prosjektet - utfordringene mot journalistikken som skapes av de nye mulighetene til å publisere utenfor mediens kontroll.

Den første forestillingen, om bloggere som journalistikkens vakthunder, har jeg behandlet i en tidligere artikkel (Øvrebø 2004a). At bloggere kunne ha denne rollen, var selvsagt for lengst kjent. Den konkrete foranledningen for artikkelen var en spesiell variant av slike mediekritiske blogger, det som en periode var kjent som "watchblogs" eller "adopter en journalist"-trenden. Ved inngangen til 2004, i den første fasen av den amerikanske presidentvalgkampen, dukket det opp et antall nye blogger som viet seg helt til å følge en enkelt journalist eller grupper av journalister. En av dem var bloggen "Patricia Wilson Watch", som ble skrevet med én eneste hensikt: Å lese, vurdere og kritisere Reuters-journalisten Wilsons artikler om den amerikanske presidentvalgkampen. Bloggeren, som skrev under psevdonym, delte rundhåndet ut kritikk til Wilson, men også ros for saker som holdt godt journalistisk nivå - ifølge bloggeren. Akkurat undergenren "å adoptere en journalist" har ikke fått noen stor utbredelse, men den illustrerte godt en av mulighetene ved blogging. Mediekritikk etablerte seg raskt som en levedyktig måte å bruke bloggformatet på. Et eksempel på at mediekritikk er en løpende, nærmest institusjonalisert virksomhet for bloggere er nettstedet The Annotated New York Times. Her spores hvordan enkeltartikler fra New York Times siteres og kommenteres rundt om i "bloggsfæren", som det store fellesskapet av blogger gjerne kalles (originalen på engelsk er "blogosphere". I Norge har både bloggospfæren og bloggsfæren vært brukt; jeg holder med dem som vil fjerne den ekstra o'en).

Et tydelig trekk ved amerikanske blogg miljøer har helt fra starten vært en aggressiv tone overfor mediene. Ofte, men ikke alltid, har kritikken en politisk motivasjon. Venstreorienterte bloggere benytter sin nyvunne publisistiske frihet til å kritisere mediene for å ha forfalt til rendyrket kommersiell virksomhet, i lommene på storeiere som gjerne er multinasjonale, profittmaksimerende konserner. Høyreorienterte bloggere er på sin side hellig overbevist om at mediene har en politisk slagside mot venstre - et "liberal bias". Kronargumentet til høyreorienterte bloggere er meningsmålinger som viser at en stor andel av USAs journalister og redaktører tradisjonelt støtter liberale ideer og verdier. Venstresiden kontrer gjerne med å si at høyresiden bruker "bias"-beskyldninger som våpen for sakte, men sikkert å tvinge igjennom sine kampsaker i de etablerte mediene, og kjempe for at de skal ansette flere konservative journalister og redaktører.

Høyre- og venstresidens misnøye med mediene har ofte en fellesnevner: en form for grasrotpopulisme som har lange tradisjoner i USA. Mediene, spesielt de med nasjonal rekkevidde, er blitt eliteinstitusjoner (Øvrebø 2006). Det kan bidra til å forklare hvorfor håpet til og troen på nettets demokratiserende potensial har vært så stort. Når folk flest får muligheten til å publisere utenfor elitemediens kontroll, kan de ta noe av makten tilbake. Resultatet kan bli en publisistisk virksomhet som utgår fra vanlige folks egne behov og ideer.

Et eksempel på gjennomføringen av en slik ide i praksis var gruppebloggen Command Post. En av dem som sto bak var Michele Catalano. Motivasjon var misnøye med de etablerte amerikanske mediens dekning av Irak-konflikten i 2003 (Øvrebø 2003). Hun syntes de var for forsiktede og for langsomme. Catalano, som arbeidet som sekretær ved en domstol utenfor New York, var fra før en ivrig blogger. Gjennom bloggingen var hun blitt kjent med likesinnede i USA og i andre land, og nå dannet de et fastere nettverk. Konseptet for Command Post var enkelt: Deltakerne fulgte mediens Irak-dekning på nettet, så på TV og leste aviser. Når de mente de hadde funnet en nyhet, publiserte

de umiddelbart et kort sammendrag av den, med kildehenvisning og en lenke til originalen, hvis det var en webkilde. Command Post var altså et forsøk på å lage en egen portal der mediernes egen nyhetsvurdering ble overprøvd av publikum.

Dermed nærmer en seg også den andre, utbredte forestillingen om bloggingens potensial: bloggere som selvstendig politisk og publisistisk kraft. Denne forestillingen har, som Erik Stattin påpeker, blitt næret av tre konkrete saker som nærmest har fått legendestatus (Stattin 2005, s. 50). Det gjelder bloggernes rolle i saker som ledet til tre mektige menns fall: Trent Lott som fratradte som republikansk majoritetsleder i Senatet, Dan Rather som sluttet som nyhetsanker for CBS, og Eason Jordan som sluttet i en ledende stilling i CNN. Her skal jeg bare dvele ved den første, siden Lott av en aviskommentator ble kalt "bloggsfærens første skalp". Saken begynte med at Lott holdt en takketale på den republikanske veteranen Strom Thurmonds hundreårs fødselsdag i desember 2002. Her lovpriste Lott den politiske linjen Thurmond hadde stått for som presidentkandidat i 1948, da han åpent gikk inn for segregering mellom hvite og svarte. Hvis Thurmond hadde vunnet, ville vi ikke hatt "alle disse problemene" siden, uttalte Lott. Tilstelningen ble dekket i flere medier og sendt i sin helhet på en kabel-TV-kanal, men med unntak av en journalist fra ABC News refererte eller problematiserte ikke mediene Lotts uttalelse (Scott 2004). Det gikk flere dager før mediene gjorde saken til et stort problem for Lott, og da hadde flere bloggere skrevet om den kontinuerlig. Bloggerne sørget for å holde saken varm, helt til de store redaksjonene ville ta i den. Da rullet ballen fortere, helt til Lott så seg tvunget til å gå av som majoritetsleder. Scotts studie gir bare betinget støtte til legenden om bloggernes betydning for Lotts fall. Flere av bloggerne som var involvert ønsker også å dempe oppfatningen av sin egen betydning for sakens utfall. Men uansett viste Lott-saken at bloggere, når de opptrer i fellesskap, særlig på tvers av høyre-venstre-skillene som i denne saken, kan påvirke mediernes dagsorden.

Lott-saken ser altså ved nærmere granskning framfor alt ut som et eksempel på en ny form for symbiose mellom etablerte medier og bloggere. Men det betyr ikke at håpet om at et fellesskap av bloggere kan fungere som en selvstendig kraft, er dødt. Dan Gillmor har som tidligere nevnt en sentral rolle som premissleverandør av ideer om bloggingens betydning. Han mener interessen for blogging og annen brukerstyrt publisering gjør det riktig å snakke om "det tidligere publikum" - som ikke bare vil kommentere og granske mediernes bidrag, men også begi seg inn på andre områder av journalistikken. Det var bakgrunnen for at Gillmor selv sluttet som journalist og forsøkte seg med prosjektet Bayosphere, der ideen var at folk flest skulle stå for det journalistiske innholdet. Erfaringene med Bayosphere var skuffende; for få ønsket å delta (Gillmor 2006). Men framveksten av en slik "citizen journalism" eller medborgerjournalistikk virker som en logisk utvikling, og det er etter hvert flere eksempler på slike prosjekter, mange av dem lokale eller hyperlokale.

Noe av potensialet for medborgerjournalistikk ble demonstrert i forbindelse med tsunamien 2. juledag 2004. Mange som oppholdt seg på stedene der tsunamien rammet, fylte sine blogger og nettsider med øyenvitneskildringer og bilder (Stattin 2005, s. 67). Bloggen The South-East Asia Earthquake and Tsunami Blog ble opprettet, og samlet informasjon fra de mange aktive bloggerne. En helt ny blogg ble altså i løpet få dager en viktig informasjonskilde om følgene av katastrofen. Ved senere store hendelser er det blitt vanlig å peke på bidragene folk flest yter til informasjonstilbudet, som etter terrorangrepene i London i juli 2005 (Braiker 2005).

Norske bloggere på identitetsjakt

Som poengtert i del 1, er det grunn til å vente nyanseforskjeller i forholdet mellom medier og bloggere i ulike land, påvirket av blant annet ulike medietradisjoner og politisk historie. Det er like stor grunn til å vente at ideene om blogging drøftet over, som jeg altså argumenterer for at primært

er utviklet i USA, også har påvirket norske bloggeres syn på hva blogging er, og kan og bør være. Er det rimelig å si at forestillingen om bloggere som mediekritikere, og den mer ambisiøse forestillingen om bloggere som en egen publisistisk og politisk kraft, har slått rot i Norge?

Svaret må være et "tja" til begge spørsmål. En grunn til at det er vanskelig å identifisere helt klare ideer om bloggernes rolle i Norge, er kanskje at det foreløpig ikke finnes noen åpenbare enkeltsaker med legendeskapende potensial. Det mangler en norsk Lott-sak. Et par eksempler kan illustrere dette.

I forbindelse med valgkampen i 2005 gjennomførte Mandag Morgen i samarbeid med Observer Norge en registrering av hva et utvalg av de mest kjente norske bloggerne skrev om i valgkampens første fase, fra 4. juli til 14. august (Mandag Morgen 2005a). Temaavgene ble så sammenliknet med hva de største mediene tok opp i samme periode. Resultatene viste en svært stor forskjell: Mens nesten halvparten av medieoppslagene var direkte relatert til spillet i valgkampen, var bloggerne i svært liten grad opptatt av slike saker. Spørsmål knyttet til barn og familie var det enkelttemaet bloggerne skrev mest om. Det så altså ut til at det i beskjedne grad var berøringspunkter mellom mediene og bloggernes dagsordener. Dersom norske bloggere hadde hatt en liknende rolle som bloggerne som bidro til å drive fram Lott-saken, ville det vært rimelig å forvente at de akkurat i valgkampens hete klarte å finne en sak som mediene hadde glemt, eller bidra til å endre eller problematisere vinklingen av en viktig sak. Men det skjedde ikke.

30. januar 2006, midt under striden om Magasinets publisering av Muhammed-karikaturene, gjenga bloggeren Eric Mortensen Jyllands-Postens originaloppslag og oppfordret andre bloggere til å publisere Muhammed-bilder (Mortensen 2006). Oppfordringen ble fulgt opp og brakt videre av VamPus, vinneren av Gullbloggen. Hun benyttet samtidig anledningen til å stå fram under fullt navn, og ble intervjuet i blant annet Dagbladet (Nærland 2006). Etter hvert publiserte flere norske bloggere karikaturene. Slik kunne disse bloggerne demonstrere sin uavhengighet fra de etablerte mediene. Likevel er det vanskelig å si at dette ble noen legendeskapende sak i den norske blogg sfæren; det var jo Magasinets publisering og måten den ble knyttet til den internasjonale striden som "skapte" saken.

I en Mandag Morgen-artikkel publisert i mars 2006 sa Heidi Nordby Lunde alias VamPus og VG Netts redaktør Torry Pedersen seg enige om at blogging fortsatt er i en tidlig fase i Norge. Begge antok at bloggerne vil sette større saker på dagsordenen, slik en har sett i USA (Mandag Morgen 2006). Imidlertid er det også dem som tror at forventningene er spent for høyt. I april 2006 skrev journalisten Paal Leveraas en kommentarartikkel hvor han hevdet at "ingen gidder å høre" på det bloggerne driver med: "I stedet for å sette makta på plass, brukes den nye stemmen til å tiske og hviske om hverandre," skrev han (Leveraas 2006).

Grunnleggende betingelser

Analysen av den spesifikt norske dialekten i forholdet mellom medier og bloggere vil bli videreført i del 4. Denne gjennomgangen av innflytelsesrike ideer om blogging og journalistikk og hvordan de formes viser, dialektforskjellene til tross, at det er mulig å isolere noen grunnleggende, universelle betingelser for blogging:

- Monopolet er borte: Mediene har hatt et de facto monopol på publisering av nyhets- og aktualitetsinformasjon. Dette monopolet har vært forvaltet av journalister og redaktører, noe som tidligere har gitt opphav til begreper som "portvaktfunksjonen". Men senkingen av terskelen for brukerstyrt publisering på nettet har effektivt fjernet dette monopolet.

- Muligheten blir brukt: Når terskelen senkes, viser det seg at publisering utenfor mediens redaksjonelle kontroll er attraktivt for et substansielt antall mennesker. Antallet som skriver blogger har vokst hurtig over flere år, viser Technoratis tall. I tillegg kommer deltakelsen i andre brukerstyrte genrer som diskusjonsfora.
- Mediene tilpasser seg: Det kan ta kortere eller lengre tid, men de etablerte mediene tilpasser seg den nye situasjonen etter hvert. Tilpasningsstrategiene er imidlertid ulike. Noen legger mest vekt på å ta i bruk den nye genren uten å gi fra seg publiseringsmonopolet på eget nettsted, mens andre også inviterer leserne til å publisere under mediets logo.

Hittil i denne framstillingen har jeg stort sett kalt blogging én genre og omtalt bloggere som én gruppe, alternativt som bloggsfæren. For å komme nærmere et svar på delspørsmål 1 om berøringspunkter, likheter og forskjeller mellom blogging og journalistikk, er det nå nødvendig å nyansere begrepsbruken. I prinsippet er ingen temaer for store eller for små til å behandles i en blogg, men enkelte typer blogger er mer interessante enn andre i en analyse av bloggingens berøringspunkter med journalistikk.

Bloggene som er omtalt over, er stort sett kjennetegnet ved hyppig oppdatering, mye bruk av lenking til andre blogger og nettsteder generelt, og de er blogger som man må anta har en viss leserskare. En studie utført av Perseus Development Company i 2003 viser at slike blogger er lite representative (Lampa 2004). En typisk blogg er isteden skrevet av en "en tenåringsjente som bruker den et par ganger i måneden til å oppdatere venner og klassekamerater om hva hun har opplevd", ifølge denne studien. Disse bloggene har et "nanopublikum" og likner mer på private dagbøker. Noen tilsvarende, omfattende undersøkelser er ikke gjort i Norge, men jeg sitter igjen med et liknende inntrykk etter ganske omfattende runder i den norske bloggsfæren. Lampa konkluderer: "At the core of the blogosphere lies a minority of active and engaged bloggers who post, comment, and link frequently, creating a kernel of conversational community based on personal networks facilitated by blogging tools and associated technologies." Andre studier har vist at en ganske liten andel av bloggerne trolig stikker av med en svært stor andel av oppmerksomheten, både i form av antall lesere og antall andre bloggere som lenker til dem. Disse "mektigste" bloggerne utgjør den såkalte A-listen. Technoratis liste over de 100 mest populære bloggene er den mest brukte rangeringen, og er laget på bakgrunn av hvor mange som lenker til en gitt blogg.

I dette prosjektet er den aktive og engasjerte kjernen mest interessant, siden aktiviteten som foregår på disse bloggene i gitte tilfeller har flest fellestrekk med journalistikk. Typisk for dem er at de innhenter, vurderer og publiserer informasjon, refererer og kommenterer aktuelle hendelser og implisitt eller eksplisitt henvender seg til et samfunnsinteressert publikum.

Det betyr imidlertid ikke at bloggerne utenfor denne kjernen er uinteressante. For bloggerne som befinner seg i periferien av den eksplisitt samfunnsengasjerte kjernen, skaper den delte erfaringen fra å publisere på nettet et forestilt fellesskap, med et begrep Lampa låner fra Benedict Anderson: "For the vast majority of users who blog casually, infrequently, and for the benefit of their real-world friends and family, the blogosphere does not exist in the ethereal, hyperlinked connections that bind blogs to one another; rather, it resides in the mind of the individual blogger as an online imagined community resulting from the shared experience of instant publishing" (Lampa 2004, Anderson 1996).

Eksistensen av A-liste-bloggerne kan tyde på at den tilsynelatende egalitære bloggsfæren skjuler noen ganske store demokratiske paradokser. Men bildet er ikke entydig, og det er for tidlig å snakke om en stabil struktur. Sifry har for eksempel merket seg at utskiftingen på listen over de 100 mest

populære bloggene er stor. Dessuten er det en stor gruppe blogger Sifry kaller "The Magic Middle", som blir lenket til av fra 20 til 1.000 andre bloggere. Disse tar gjerne for seg ganske spesialiserte temaer, og er viktige informasjonskilder innenfor sine nisjer (Sifry 2006a).

Det finnes foreløpig ingen norsk versjon av A-listen, men det er grunn til å tro at bildet kan være litt annerledes her på grunn av den viktige posisjonen nettavisenes blogg tjenester har. Relativt få av bloggene på for eksempel VG Blogg vil høre til den aktive og engasjerte kjernen av blogger, men likevel vil de trolig ha ganske mange lesere fordi de er godt synlige på VG Nett, Norges største nyhetsnettsted. VGs markedsføring av sin blogg tjeneste gjør at et visst antall lesere vil styres til bloggene. Det virker også som VG-bloggerne som tendens er mer oppmerksomme på hverandre enn på andre bloggere. Altså kan det dannes egne kjerner av aktive fellesskap rundt nettavisenes tjenester.

Mot en bloggtypologi

Det har vært gjort flere forsøk på å lage typologier over blogger. Én metode er å basere inndelingen på bloggens dominerende tema (Keshelashvili 2005). Andre har supplert med kriterier knyttet til hvordan bloggen blir brukt av andre (Godin 2005). Godin opererer med tre typer blogger: Private "cat blogs", "boss blogs" knyttet til spesifikke prosjekter og henvendt til en definert gruppe brukere, og "viral blogs" som er hans betegnelse på blogger med bredere temavalg og appell. Den svenske bloggeren Jonas Söderström deler også blogg sfæren i tre: Bloggen som dagbok, der skribenten stort sett skriver om sin egen hverdag. Bloggen som megafon, der skribenten bevisst henvender seg til et publikum. Og bloggen som uegennyttig deling, som består av notater skribenten gjør for egen del men som på grunn av teknologien gjøres tilgjengelig for alle som er interessert (Söderström 2006).

Jeg vil her forsøke å bygge videre på disse tilnærmingene ved å gjøre forutsetningene for kriteriene mer transparente. Etter min oppfatning er den klassiske, stiliserte kommunikasjonsmodellen godt egnet for dette formålet. Modellen forutsetter i sin enkleste form, den såkalte overføringsmodellen, en sender, et budskap og en mottaker (Fiske 1982, s. 7). Ved å plassere blogger inn i dette skjemaet, kan en resonnerer seg fram til kriterier ut fra hver del av modellen.

- Sender: Hva er intensjonen bak bloggen?
- Budskap: Hva er bloggens dominerende type tema?
- Mottaker: Hva er bloggens antatte eller forestilte publikum?

For å beholde oversikten har jeg gitt hvert kriterium bare tre verdier i denne stiliserte tabellen:

	Katteblogg	Nisjeblogg	Allmennblogg
Sender (intensjon)	Uttrykke seg selv	Delta i fagfellesskap, spesialisert info-utveksling	Delta i samfunnsdebatt
Budskap (dominerende tema)	Private tanker, opplevelser	Faglig/spesialisert informasjon	Av allmenn interesse, f.eks. politikk, medier
Mottaker (antatt publikum)	Meg selv/nære venner	Faglig/spesialisert fellesskap	Bred allmennhet

I den første kolonnen peker verdiene i tabellen mot den typen private, dagbokliknende blogger flere har kalt katteblogger. Den andre kolonnen peker mot det jeg vil kalle nisjeblogger. Den siste kolonnen velger jeg å kalle allmennblogger.

Tabellen kan problematiseres på flere punkter. Et forhold som bør med i vurderingen er det jeg vil kalle "institusjonell tilknytning". De første bloggerne var privatpersoner og skrev uten tanke på økonomisk vinning, men bedrifter - ikke minst mediebedrifter - og andre virksomheter har for lengst tatt i bruk blogging. Det finnes også eksempler på enkeltpersoner med et kommersielt siktemål bak bloggingen. Slike blogger vil stort sett gå inn under nisjeblogger og allmennblogger (mange av dem vil være nisjeblogger). Men i en analyse av en bloggs funksjon vil det naturligvis være et sentralt punkt om den er uavhengig eller ikke.

Videre er det åpenbart at det vil finnes blandingsformer av de tre typene blogger. Som før nevnt er det personlige preget sågar en del av definisjonen på en blogg. Derfor vil en svært ofte finne dagbokliknende elementer også i en allmennblogg. Nettopp det personlige preget gjør blogger attraktive for mange lesere, blant annet fordi det skaper en spesiell form for autentisitet.

Det er i hovedsak allmennblogger dette prosjektet dreier seg om. Samtidig er det, som før nevnt, vanskelig å snakke om stabile strukturer innenfor brukerstyrt publisering på webben. Den stadige videreutviklingen av tjenester og formater viser det.

Ytterligere en nyansering kan avledes fra Söderströms blogger for uegennyttig deling. I hans versjon er dette blogger hvor intensjonen ikke nødvendigvis er noe mer enn nettopp å gjøre notater om temaer bloggeren har interesse av. Webbens struktur gjør imidlertid at disse notatene, særlig når de er forsynt med lenker til sidene bloggeren noterte seg, hjelper andre brukere til å navigere seg fram til informasjon de kan ha interesse av - og så videre. Denne kontinuerlige prosessen kalles gjerne filtrering. Det er et sentralt trekk ved den nyeste fasen i brukerstyrt publisering.

Neste skritt: social media

Command Post, gruppebloggen som ble startet i forbindelse med Irak-krigen, blir ikke lenger oppdatert. I en melding på forsiden forklarer grunnleggerne hvorfor: "Now, with the explosion of weblogs and Web 2.0 services such as search, tagging, and Technorati, the Web itself has become a single, massive-scale outlet for citizen journalism."

Det er vel å ta noe hardt i, likevel peker Alan L. Nelson og Michele Catalano på noe sentralt her. Nøkkelordet er den upresise betegnelsen "Web 2.0", som dekker et stort antall nye webtjenester som lanseres på løpende bånd av eksisterende aktører og mange nye oppstartsselskaper. Mange av tjenestene nyttiggjør seg tekster, bilder og annet materiale fra blogger og andre genrer for brukerstyrt publisering. Et av de fremste eksemplene er fototjenesten Flickr, der brukere kan laste opp sine egne fotografier og, hvis de vil, gjøre dem tilgjengelig for andre nettbrukere. Flickr er også eksempel på bruk av tagging - brukerne utstyres hvert foto med et antall nøkkelord. Det gjør det lettere for andre å finne bildene, og det kan genereres hele album av bilder rundt hver tag eller nøkkelord - og albumet blir kontinuerlig oppdatert med nye bilder.

Flickr-bildene brukes også som materiale for andre. Hvem som helst kan plassere bilder herfra på sin egen nettside, og tjenester som Netvibes lar brukere enkelt sette sammen sin egen startside med blant annet bilder fra Flickr og tekst-feeds fra blogger og nettaviser.

Noen slike web 2.0-prosjekter kalles gjerne "social media", siden de er basert på informasjon produsert av brukerne selv. Et norsk eksempel er Underskog, der "folk som er interessert i underskogen i norsk kulturliv kan hjelpe hverandre å finne det som er verdt å få med seg i byene og i livet forøvrig", som det heter i initiativtakernes beskrivelse. Deltakerne på Underskog legger inn informasjon om kommende arrangementer (som vises i en kalender), diskuterer disse og kultur- og

samfunnsspørsmål i alminnelighet (og mindre seriøse emner). Brukerne kan for øvrig også her integrere bilder fra Flickr.

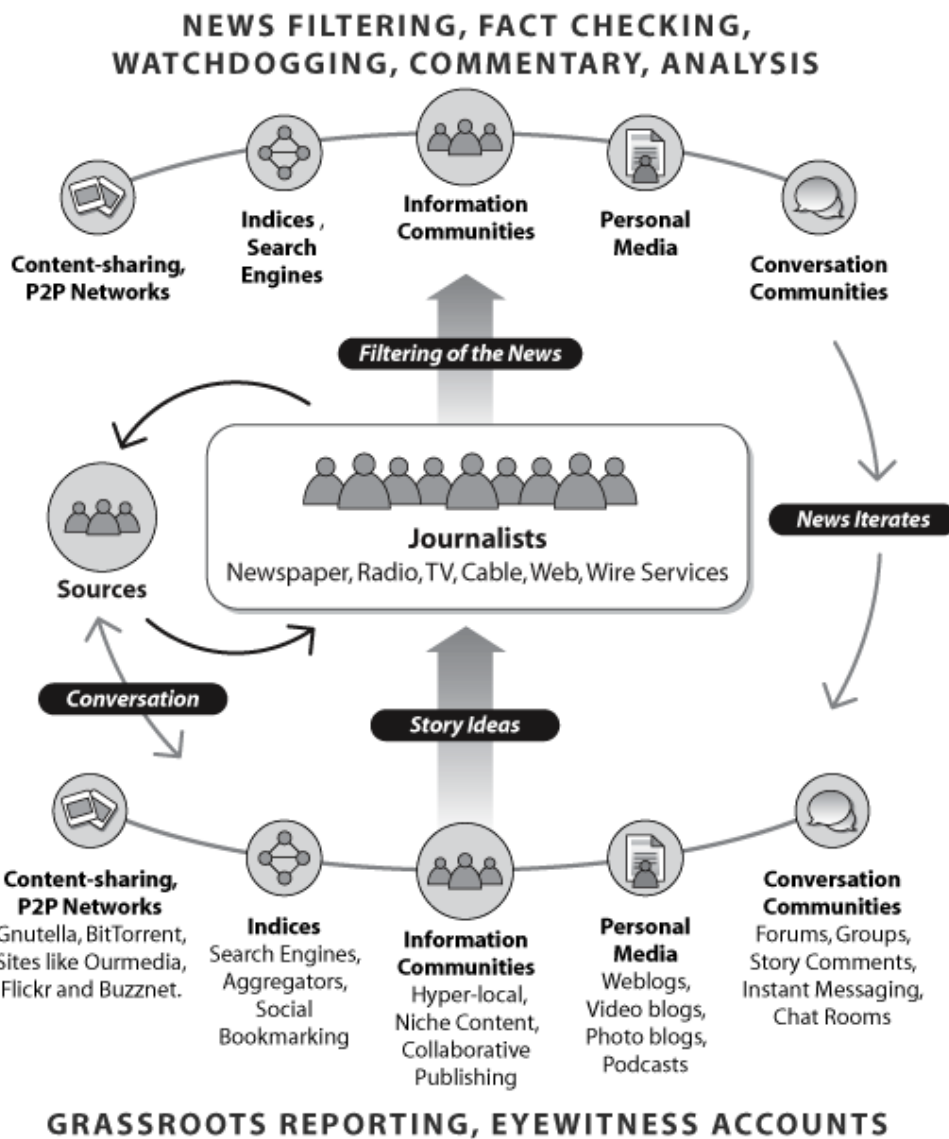
Den kontinuerlige aktiviteten i blogger og andre genrer for brukerstyrt publisering skaper selvsagt et svært fragmentert, uoversiktlig hele. Det er ikke overraskende at det dermed oppstår et sterkt behov for orden og oversikt, og mange av Web 2.0-tjenestene dreier seg nettopp om å gjenskape en ny form for orden. Technorati er allerede nevnt; en av mulighetene de tilbyr er å orientere seg etter hva andre brukere finner mest interessant akkurat nå (hvilke nyheter eller blogginnlegg som lenkes mest til). En tjeneste som del.icio.us lar brukerne lagre bokmerker til sider de finner interessante, og gjøre denne vurderingen tilgjengelig for alle andre. Dermed kan det lages lister over de mest lagrede sidene, og så videre.

Web 2.0-trendene er kort beskrevet her for å vise at strukturene innen brukerstyrt publisering ikke har satt seg i et fast mønster. Den tidligere nevnte diskusjonen om innflytelsesrike A-liste-bloggere og den store hopen av bloggere som bare når et "nanopublikum", vil trolig bli supplert av andre debatter. Hierarkier vil ikke bli avskaffet, men de ulike tjenestene som samler informasjon fra allverdens bidragsyttere, vil muligens trekke nano-produsentene med på en annen måte enn tidligere.

Et fruktbart perspektiv kan være å beskrive den nye mediesituasjonen med metaforer fra økologien. Shayne Bowman og Chris Willis har forsøkt dette, og illustrerer økosystemet slik (Bowman og Willis 2005) - se neste side:

The Emerging Media Ecosystem

The relationship between citizen media and mainstream media is symbiotic. Information communities and weblogs discuss and extend the stories created by mainstream media. These communities and the blogosphere also produce citizen journalism, grassroots reporting, eyewitness accounts, annotative reporting, commentary, analysis, watchdogging and fact-checking, which the mainstream media feed upon, developing them as a pool of tips, sources and story ideas.



Source: Based in part on "Blogosphere: the emerging Media Ecosystem" by John Hiler, Microcontent News

Graphic by Shayne Bowman and Chris Willis

Medborgere kommer sammen via internett for å sette dagsordenen for nyheter, informere hverandre om alt fra hyperlokale til globale temaer, og skape nye tjenester, skriver Bowman og Willis. Dette gjør publikum - eller det tidligere publikum, som Dan Gillmor ynder å si - til en aktiv deltaker i produksjonen og distribusjonen av nyheter og informasjon. Dette gjør de med eller uten hjelp fra de tradisjonelle mediene. Hvordan dette "med eller uten" fungerer i praksis, og hvordan praksis påvirker journalistikken, er tema for resten av denne rapporten.

3. Journalistikk og samfunn: profesjon, publikum og deltakelse

I 1919 behandlet bladet *Journalisten* spørsmålet om "journalist" burde bli en beskyttet tittel (Ottosen 1996, s. 80). Debatter om hva journalistikk egentlig er, og om journalistikk kan ses som eller bør utvikle seg til en tydeligere definert profesjon, har blusset opp med ujevne mellomrom. I 1997 endte for eksempel Norsk Journalistlags interne strid om informasjonsmedarbeidernes tilknytning med at denne gruppen ble definert som ikke-journalister og kastet ut av fagforeningen (Ottosen 2004, s. 213). Nyhetsvirksomhetens bruk av webben og veksten i brukerstyrt publisering sørger for at journalistrollen igjen blir problematisert - på en mer grunnleggende måte enn tidligere, ifølge enkelte forskere. Det er altså ikke bare publikums mulighet til og interesse for å publisere som skaper den nye debatten om journalistrollen. Etablerte mediers egen satsing på webjournalistikk er også en årsak, ifølge Jane B. Singer: "[T]he fundamental challenge that online journalists pose for journalists in traditional media is not about money or even job security. It is about the notion of professionalism," skriver hun (Singer 2003).

Journalister vil svært gjerne betrakte seg selv som "profesjonelle", men det har aldri vært lett å få journalistisk praksis til å passe med sosiologiske definisjoner av profesjoner. Ifølge Ulf Torgersen har vi å gjøre med en profesjon når 1) en bestemt langvarig formell utdanning erverves av 2) personer som stort sett er orientert mot oppnåelse av 3) bestemte yrker som ifølge sosiale normer ikke kan fylles av andre personer enn de med denne utdanningen (referert i Ottosen 2004, s. 96). For å ta det første punktet: Journalister og redaktører selv ønsker ikke å lukke yrket for dem som ikke har tatt en spesifikk utdanning. Likevel er det lett å være enig med Ottosen i at utviklingen av felles etiske normer, en styrket fagorganisasjon og grenseoppgang mot andre yrker gjør at journalistikk kan ses som en semiprofesjon (Ottosen 2004, s. 222).

Singer opererer med en kognitiv, en normativ og en ideologisk dimensjon av profesjonsbegrepet (Singer 2003). Hun bruker betegnelsen "evaluative" på den tredje dimensjonen; dette er ikke lett å oversette, men jeg landet på "ideologisk"). Den kognitive dimensjonen handler om de ferdigheter og teknikker profesjonsutøverne bruker, samt utdanningen som trengs for å mestre disse ferdighetene. Den normative dimensjonen handler om profesjonens unike etiske normer, som rettferdiggjør privilegiet de får av samfunnet til å regulere sin egen virksomhet. Den ideologiske dimensjonen dreier seg om en implisitt sammenlikning med andre profesjoner for å understreke det unike ved den egne profesjonen.

Den normative dimensjonen - som vil være journalisters demokratiske samfunnsoppdrag, å sørge for at borgerne får tilstrekkelig informasjon til å gjøre fornuftige valg på egne vegne - er det kanskje sterkeste argumentet for eksistensen av en journalistprofesjon, skriver hun. For å sikre at samfunnsoppdraget utføres, har journalistene og deres organisasjoner utformet etiske retningslinjer og ideelle målsettinger for journalistisk arbeid, i Norge nedfelt i Vær varsom-plakaten og Redaktørplakaten.

Singer refererer kritikk av nettredeksjoner for å drive lite egen research og fortrinnsvis republisere og bearbeide materiale produsert av "moderredaksjonen", som oftest en dagsavis eller en TV-kanal. Dette kan uthule de kognitive sidene ved journalistyrket - de kunnskaper, teknikker og ferdighet journalister må ha. Denne kritikken har ofte vært hørt i Norge også, og gjentas stadig. Slik beskriver dagens NJ-leder den tidlige fasen av nettjournalistikken: "Svak kildekritikk og enkildejournlistikk

(...). Som det har blitt sagt av andre, fikk vi mye stillesitting, innesitting og redigeringsjournalistikk" (Austenå 2006). Ifølge en norsk undersøkelse av brukeres holdninger til journalistikken i nettaviser, mener 14 prosent av de store nettavisenes lesere at den etiske standarden er lavere i nettutgaven (Krumsvik 2006). Dette synes altså å bekrefte en viss skepsis til journalistikken som bedrives på nettet.

Nettjournalistikken har noen strukturelle sider som både Singer og Michael Karlsson mener at åpenbart vil påvirke offentlighetens syn på hva journalistikk er. Det gjelder selve den praktiske utøvelsen av redaktørprinsippet i den daglige publiseringsvirksomheten. Karlssons studie av de største svenske nettavisene viser at nyheter publiseres først, så starter bearbeidingen: "En tänkbar konsekvens av att det går att ändra i materialet efter att det har publicerats för första gången är att det snarare blir regel än undantag att gå ut med material som inte är färdigbearbetat eller verifierat eftersom det går att ändra i materialet efteråt" (Karlsson 2006, s. 195). Han konkluderer sin innholdsanalyse med at nettavisene formidler et ganske kaotisk bilde av sin egen arbeidsprosess: Nyheter oppdateres uten at det blir opplyst om det, opphavsmann/kvinne byttes ut, kilder kommer og går, det skjer endringer i selve meningsinnholdet, nyheter forsvinner eller plasseres på steder som er svært vanskelige å finne, bilder og grafikk legges til, byttes ut og fjernes og informasjon som blir lovet dukker ikke opp (Karlsson 2006, s. 168).

Inspirert av Joshua Meyrowitz' bruk av begrepene "frontstage" og "backstage" i mediesammenheng, poengterer Karlsson at når backstage-atferd (her redaksjonens arbeid) blir synlig, blir det vanskeligere for autoriteter å opprettholde bildet av perfeksjon. Feil og mangler ved journalistikkens innsamlings- og bearbeidingsfase blir plutselig vist fram: "Detta kan i förlängningen innebära en mer eller mindre stor förändring för journalistikens trovärdighet, möjligtvis i negativ riktning. I en online-miljö där läsaren själv kan kontrollera innehållet utan att gå via andra traditionella medier blir det i ännu högre utsträckning viktigt för journalistikens trovärdighet att korrekt information levereras (...). Samtidigt verkar det digitala mediets egenskaper åt andra hållet" (Karlsson 2006, s. 199). En dagsavis' publikum vil vanligvis ikke bli eksponert for noe av denne backstage-virksomheten, men på nettet avmystifiseres journalistikken. Elementene av konstruksjon i sammenstillingen av kildeutsagn og tekstbrokker til et hele blir synlig - i hvert fall delvis.

Singer bemerker ut fra amerikanske forhold at nettavisenes redaksjoner nok kan ha mange journalister, men deres jobb er i liten grad å drive selvstendig research (dette er annen modell enn den sterkt nyhetsorienterte, hyppig oppdaterte nettavisen. Begge er i bruk i Norge). Heller ikke utøver de i særlig grad redaktørens klassiske portvaktrolle, der en av hovedoppgavene er å sile ut et mindre antall saker fra de som er tilgjengelig: "The gatekeeper's function has always been one of quality control, however subjective the assessment of 'quality' might be (...). Without the gatekeeper, the quantity of the news product increases but its quality is likely to be diluted" (Singer 2003).

Nå har det aldri vært noe realistisk alternativ å så å si spalte nettjournalistikken av fra den "ordentlige" journalistikken, for å beholde ting som de har vært. Som Karlsson minner om er kvaliteten på "papirjournalistikken" like avhengig av mediets egenskaper som "nettjournalistikken". Den enkelte journalist er uansett begrenset av kommunikasjonsteknologiens føringer.

Karlsson går inn for at nettredaksjonene må bli langt dyktigere til å begrunne sine journalistiske valg for brukerne, men han er pessimist: "I nuvarande skede är det producenterna som bäst kan förklara för användarna hur nyhetsvärderingen går till och att innehållet kan ändras. Detta behöver göras eftersom publiken på ett eller annat sätt kommer att se att det här sker utan att ha kunskaper

för att analysera vad det är som sker. Man bör också från producenthåll begrunda i vilka sammanhang och på vilket sätt man vill ha publikens deltagande och förklara detta för publiken. Man kan också upplysa vilken den organiserande principen är – snabbt eller korrekt – och hur detta får genomslag i nyhetsutbudet. Utifrån denna undersökning kan man ana att ”snabbt” är starkare än ”korrekt”, utan att för den skull knyta det till en medveten policy. Det är en stor utmaning för nätjournalistiken att anpassa sig till mediets egenskaper med bibehållna kvalitetskrav. Detta är spørsmål som aktualiserats med nätjournalistikens födelse och som behöver adresseras, men att be medierna avmystifiera sig själva är att be om något som de aldrig gjort och går emot uppfattningar om att det journalistiska innehållet är en spegling av verkligheten" (Karlsson 2006, s. 200).

Også på en annen måte virker senkingen av terskelen for publisering inn på forståelsen av hva en journalist er: Tidligere var tilknytning til en nyhetsvirksomhet det som framfor alt definerte en journalist, noterer Singer. Paradoksalt nok ble man regnet som profesjonell i samme øyeblikk som man ga fra seg kontrollen over publiseringen av sitt eget arbeid. Når publisering blir så lett tilgjengelig for alle, blir det nødvendig å se nærmere på hva den enkelte faktisk gjør, og mindre på organisasjonen han eller hun virker innenfor: "The result has been a still-unresolved debate about precisely who is a journalist. The emerging consensus seems to be that a journalist is someone who adheres to norms that the profession has established, such as a commitment to fairness, accuracy and public service, regardless of the medium in which he or she works" (Singer 2003).

Publikum som konkurrenter?

Dersom nettjournalistikkens særegne praksis bidrar så sterkt til å problematisere og potensielt forandre forståelsen av hva journalistikk er, hva vil da skje når det tidligere "passive" - eller i hvert fall stort sett tause - publikum selv begynner å publisere?

Dette har vært gjenstand for heftige debatter blant forskere, journalister og i bloggsfæren generelt, men før jeg kommer inn på dem vil jeg bruke Singers tre dimensjoner ved journalistprofesjonen - kognitiv, normativ, ideologisk - til en kort vurdering av hvorvidt blogging har berøringspunkter med journalistikk. Konklusjonene er her trukket basert på alminnelig kjennskap til blogging:

- **Kognitiv:** Tar bloggere i bruk journalistiske teknikker og ferdigheter? Svaret må være ja, til dels. Mange bloggere gjør det i svært liten grad (se kattebloggene i typologien). Andre gjør det i betydelig grad. Bloggere søker opp informasjon, sammenstiller den med andre kilder, vurderer fakta opp mot hverandre og tar "redaksjonelle" beslutninger basert på den vurderingen.
- **Normativ:** Også her er min foreløpige konklusjon "til dels". Det har utviklet seg etiske normer for blogging som blir fulgt av mange, og noen av disse normene minner sterkt om viktige journalistiske normer. Ikke minst er det en sterk norm for bloggere å være åpne om kildene.
- **Ideologisk:** Igjen til dels: Senking av terskelen for publisering gjør det mulig å skille tydelig mellom journalistikk som praksis og medievirksomheter som organisatorisk ramme rundt denne praksisen. Journalistikken blir frigjort, så å si. Bloggere kan hevde at de er "sannere" journalister fordi de ikke er underlagt kommersielt press.

Samlet betyr eksistensen av blogging og andre former for brukerstyrt publisering at ganske mange mennesker beveger seg inn i grenseområdene til semiprofesjonen journalistikk, og kanskje bidrar til å flytte grensestolpene. Folk kan se litt av hva journalistene gjør "backstage", og så kan de selv prøve seg litt på sin egen scene og i sine egne kulisser. Hvilke konklusjoner de trekker på basis av

disse semi-journalistiske erfaringene, er ikke nødvendigvis gitt. Blir de imponert, eller tror de at de kan gjøre mye av dette selv? Det er et av hovedspørsmålene for dette prosjektet, og noe jeg vil komme tilbake til i neste del.

Storslagne forhåpninger til hva bloggere kan utrette, har ikke vært mangelvare. Noen spåmenn og -kvinner har gått i det jeg vil kalle vakuumfellen - de glemmer at ny kommunikasjonsteknologi og ny publiseringspraksis alltid vil bli formet av eksisterende samfunnsstrukturer. De kan bidra til store endringer, men ikke nødvendigvis oppfylle sitt teoretiske potensial. Derfor blir det som oftest problematisk med proklamasjoner som forutsetter et nullsum-spill, som at blogging vil erstatte journalistikk. Etter innsatsen så mange tsunamirammede hadde gjort for å informere offentligheten om det som skjedde i romjulen 2004, skrev Jay Rosen: "The question now isn't whether blogs can be journalism. They can be, sometimes. It isn't whether bloggers "are" journalists. They apparently are, sometimes" (Rosen 2005). Rosen ønsket å erklære "striden" mellom bloggere og journalister for avsluttet, og isteden jakte på hvordan for eksempel grunnlaget for journalistisk troverdighet endrer seg når publikum publiserer selv. En fersk journalist som blir ansatt i en dagsavis nyter automatisk godt av troverdigheten avisen har bygd seg opp over lang tid. Bloggere må bygge tillit og troverdighet helt på egen hånd, men det fører også til at de "are closer to the transaction where trust gets built up on the Web." Når brukere blir vant til denne formen for mer intim og åpen tillitsbygging, hva skjer da med synet på avisens institusjonelle troverdighet?

Deltakelse og offentlighet

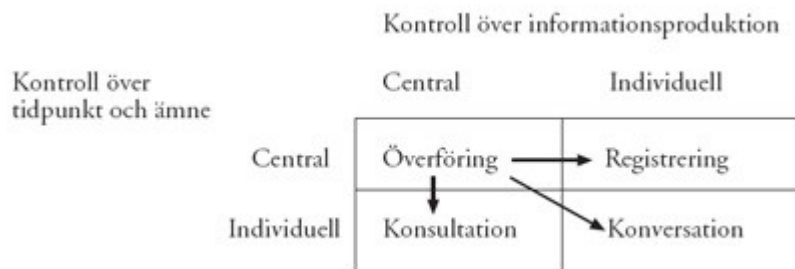
"The era of mass media is giving way to one of personal and participatory media", skrev avisen *The Economist* i innledningen til en temadel om nye medier publisert i april 2006 (*The Economist* 2006). Vektleggingen av deltakelse er sentral i mange akademiske og journalistiske analyser av blogging og andre former for brukerstyrt publisering. Økt deltakelse fra "det tidligere publikum" ses i disse analysene som en ubetinget positiv utvikling, ja, kanskje som selve hovedbegrunnelsen for å hilse blogging og beslektede genrer velkommen (Gillmor 2004, Rosen 2004a, Bowman og Willis 2005). Ulike aspekter framheves: Mens publikum tidligere var passive mottakere av mediebudskap produsert av store medievirksomheter, gir de nye publiseringsmulighetene folk sjansen til selv å bli aktive produsenter. Dette styrker borgernes autonomi; de blir både bedre i stand til å forholde seg kritisk til de store mediene, og de får styrket sin mulighet til å la sin stemme bli hørt i samfunnsdebatten.

Gillmors viktigste bidrag har vært ideen om at mens nyhetsredaksjoner fram til nå har operert som om nyhetene var en forelesning for et taust lyttende publikum, vil morgendagens nyhetsproduksjon ligne mer på en samtale eller et seminar (om Gillmor var den første som brukte denne metaforen er vanskelig å si, men han blir i hvert fall forbundet med den). Konsekvensene av skiftet har Gillmor beskrevet slik: "The lines will blur between producers and consumers, changing the role of both in ways we're only beginning to grasp now. The communication network itself will be a medium for everyone's voice, not just the few who can afford to buy multimillion-dollar printing presses, launch satellites, or win the government's permission to squat on the public's airwaves" (Gillmor 2004, s. XIII). I forlengelsen av dette ligger en forventning om at det "tidligere publikum" ikke bare vil kommentere og granske medienes bidrag, men også publisere egne journalistiske bidrag. Denne medborgerjournalistikken, skriver Gillmor, "may help spark a renaissance of the notion, now threatened, of a truly informed citizenry" (Gillmor 2004, s. XVIII). Forestillingen om journalistikken som konversasjon har vært særdeles smittende, og dukker opp på stadig nye steder. Jeg har selv vært med på å spre den (Øvrebø 2003). Den fant veien inn i Norsk Redaktørforenings årbok (Østlyngen 2005). Og da svenske *Aftonbladet* lanserte sitt initiativ "Läsarbladet" i februar 2006, brukte også redaktør Kalle Jungkvist metaforen: "I framtiden tror jag att journalistiken allt mer går mot att bli en dialog med läsarna," sa han (Nord 2006).

Idehistorisk går det en temmelig rett linje fra liberale politiske tenkere som John Stuart Mill og Alexis de Tocqueville via nyere forestillinger om deltakerdemokrati, som varianten deliberativt demokrati, til disse optimistiske vyene om en revitalisering av politisk deltakelse. I en bok om demokratiteori bemerker Jack Lively om Mill og Tocquevilles demokratisyn: "The point of political life is not solely to defend congeries of interests, nor to ensure self-government, nor even to preserve a wide area of personal liberty. It is to provide a stage on which men can enact a public role" (Lively 1975, s. 138). Slik offentlig deltakelse har en rekke positive effekter på dem som engasjerer seg: den stimulerer ønsket om å ta kontroll over egen skjebne og påvirke samfunnets utviklingsretning. Videre trodde Mill og Tocqueville at deltakelse i offentligheten ville lære borgerne å balansere egeninteresse mot hensynet til samfunnets beste. Deltakelse var slik den beste utdannelse i demokrati.

Veien er også kort fra forestillingen om økt deltakelse til å trekke inn Jürgen Habermas' teori om forfallet i den borgerlige offentlighet. Blant flere som ser bloggsfæren som en mulig revitalisering av den kommersialiserte offentligheten, er Gunnar Nygren: "Bloggsfæren påminner genom sin konverserende form om den ideala offentlige sfær", 1700-tallets engelske kaffehus, noterer han (Nygren 2005, s. 97). Det er nok særlig parallellen til kaffehuskulturen som virker fristende for mange. I kaffehuset møttes man på like fot, der var man "i prinsippet samfunnsborger og meningsberettiget, ingen ting annet. Derfor hadde man rett til å slå seg ned ved et hvilket som helst bord, og legge seg opp i samtale med hvem som helst, kjent eller ukjent. Her var det spørsmål etter hva som ble sagt, og hvordan, ikke etter hvem som sa det, eller hva utsagnet kunne opplyse om ham" (Johansen 2002, s. 257). En kan si at bloggsfæren likner denne beskrivelsen, men først og fremst som struktur (den senkede terskelen stiller alle i prinsippet likt). I praksis blir naturligvis bloggsfæren innleiret i det eksisterende (medie-)samfunnet, selv om den også kan bidra til endring. Et forsøk på en grundigere evaluering av blogging opp mot en ideell habermasiansk offentlighet, ender ikke overraskende med avvisning (Baoill 2004). Fordi bloggsfæren som system raskt leder til en A-liste av prominente bloggere, og de som tilriver seg en slik posisjon gjerne er privilegert i utgangspunktet (de bruker sine kontakter i samfunnet "utenfor" webben nettopp til å klatre i bloggenes hierarki), er det i realiteten ikke snakk om like muligheter til å bli hørt, er en av konklusjonene hos Baoill. Habermas ytret seg selv i mars 2006 om internettets virkning på offentligheten. Her hilser han velkommen at nettet gjør offentligheten mer egalitær, men noterer at dette framskrittet blir betalt med fragmentering og uredigerte bidrag. Slik svekker internett positive sider ved den tradisjonelle (medie-)offentligheten, som sørget for at borgerne ble eksponert for de samme kritisk utvalgte og filtrerte temaene til samme tid (Habermas 2006).

Forestillingen om mediesamfunnets skifte fra "enveis" massekommunikasjon i retning konversasjon kan også beskrives i et mindre normativt retorisk miljø. Karlsson tilpasser Bordewijk og Van Kaams modell for kommunikasjonens endrede struktur fra analoge til digitale medier på denne måten:



Ytterpunktene er "overføring" og "konversasjon". Overføring er den klassiske en-til-mange-kommunikasjonen, der det beste eksemplet er fjernsynsmonopolet før videoopptakeren var oppfunnet (Karlsson 2006, s. 39, der modellen er hentet fra). Her er muligheten for tilbakemeldinger fra publikum minimal; senderen bestemmer hva som skal sendes og når. Konversasjon innebærer at begge parter kan påvirke tidspunkt og innhold i kommunikasjonen. Konsultasjon betyr at informasjonen hentes ut av den enkelte - slik nettavisene typisk brukes, noterer Karlsson. Registrering er når "sender" kan hente informasjon om den enkelte, som når vi legger igjen digitale spor under nettsurfingen. Sentralt er det at alle fire kommunikasjonsmodellene vil være til stede samtidig i et digitalt mediemiljø. Det blir derfor for enkelt å snakke om en journalistisk revolusjon der samtale og seminar erstatter monologen og forelesningen, mener Karlsson. Her kan det også legges til at modellen over faktisk har en del til felles med økologi-modellen som ble presentert i del 2.

Karlsson fant i sin studie av svenske nettaviser klart mest av den klassiske overføringskommunikasjonen: "Det kommunikationsmönster som är minst förekommande i undersökningarna är konversation och det är det kommunikationsmönster som ger konsumenten mest makt över vad som skall uttryckas och när detta skall uttryckas – det ger därmed den traditionella producenten minst makt," konstaterer han (Karlsson 2006, s. 131).

Påvirket av internett er journalistikken i endring, men det er ennå uklart hvordan en ny stabil tilstand vil se ut. Det kan være en ulempe for forskningen, siden det er vanskelig å vite hvor en skal lete, noterer Karlsson. På den andre siden er det en fordel, siden vi nå står med ett ben i det gamle og ett i det nye: "Denna kunskap går förlorad över tid i och med att kulturen införlivar det nya mediet och därmed gör dess egenskaper osynliga" (Karlsson 2006, s. 25). Dermed er det på tide å gi ordet til noen av dem som står midt oppe i endringene.

4. Intervjuanalyse: Bloggere, redaktører og journalister

Analysen av intervjuene vil følge opp presiseringen av problemstillingen - delspørsmål 1-3 - slik den ble presentert i del 1. Presentasjonen av analyseresultatene kommer i samme rekkefølge som delspørsmålene. Hver del har en introduksjon om mine forventninger til svarene, et grep som blant annet er ment å gjøre bakgrunnen for valget av spørsmål mest mulig transparent (intervjuguidene er i sin helhet tilgjengelig i vedlegget). Deretter drøfter jeg hvorvidt svarene er uttrykk for en konsensus mellom alle eller noen av respondentene, eller om de er uttrykk for konflikt - og på hvilke måter. Til slutt i hver del jakter jeg på særskilte eller unike tilnærminger og resonnementer fra respondentene. Dersom jeg finner slike, drøftes disse i detalj. Der det er hensiktsmessig vil jeg trekke inn eksempler og ideer som kan belyse resonnementer og argumentasjon ytterligere. Ved slik å nærme meg materialet fra ulike vinkler, håper jeg å "bringe dataene i tale" (Østbye 1997, s. 104). Sitater er gjengitt ordrett, men noen steder har jeg tilføyd ord i klammeparentes eller utelatt deler av setninger (markert med parentes med tre punktum) for å få et mer konsist uttrykk. Den muntlige formen overført til skrift kan ellers få uttalelser til å virke unødige kronglete.

Likheter og forskjeller mellom blogging og journalistikk

Min forventning var at NJ-lederen Austenå og NRs generalsekretær Øy ville være mer opptatt av grenseoppgangen mellom blogging og journalistikk enn Rustad og Stærk. Tilsvarende forventet jeg

at bloggerne ville være mer åpne for flere paralleller mellom blogging og journalistikk, men også at de ville kunne peke på andre former for forskjeller enn journalistenes/redaktørenes representanter. Jeg spurte blant annet etter likheter og forskjeller mellom blogging og journalistikk generelt, etter hvilke journalistiske genrer blogging eventuelt likner på, om bloggere kan bedrive journalistikk selv om de ikke får betalt for det, og til slutt om det finnes noen klar grense mellom blogging og journalistikk.

Beslektede aktiviteter

Den første forventningen ble bare delvis innfridd. Alle de fire intervjuede fant berøringspunkter mellom blogging og journalistikk. Noen eksempler:

- Øy: "[Noen blogger] framtrer jo i form og innhold sånn at det likner på journalistikk. Det at det er rapporter, de melder om ting de opplever, og av og til har jeg også sett at de gjengir ting fra kilder som de har undersøkt omkring temaet de behandler. Det er unntakene, men det fins en del av det. Det er den likheten jeg ser."
- Stærk: "Den største likheten er vel å (...) skape et offentlig rom for utveksling av meninger. Det er jo noe som har vært mye av poenget med aviser lenge. Ikke bare å fortelle hva som skjer, men å kunne snakke om det og diskutere det. Det er jo det blogging er mest naturlig til, å kunne dele sine meninger og diskutere med hverandre." Men han så også likheter mellom bloggernes jakt på interessante nyheter som de så lager lenker til, og visse former for nyhetsjournalistikk: "Det er ikke noe videre forskjell mellom en avis hvor utenriksdekningen er kopiert fra AP og Reuters og en blogger som linker til de samme kildene. Det er jo den samme greia."
- Austenå: "En del av bloggingen er veldig lik kommentar-/spaltejournalistikk." Hun vektla at debatt først og fremst preger bloggene, ikke så mye sakspresentasjon. Men selv om Austenå så noen fellestrekk, konkluderte hun likevel slik: "I utgangspunktet vil jeg ikke kalle blogger for journalistikk." Årsaker: "Både det at det [blogging] er uredigert og at det ikke er underlagt kravet til verken kildeåpenhet, kildekritikk eller kildemangfold, som journalistikken er det." Hennes mer utførlige begrunnelse for at blogger har få fellestrekk med journalistikk, vil jeg komme tilbake til mot slutten av dette avsnittet.
- Rustad: "Det er ingen forskjell i det hele tatt," sa han i en sammenlikning av sin egen erfaring fra NTB og Document-bloggen. Blogging og journalistikk er ulike sider av det samme, mente Rustad.

Både Stærk, Øy og Austenå nevnte kommentarjournalistikk og spaltisme som første punkt når de ble spurt om likheter mellom blogging og journalistikk. Rustad framhevet som eneste også likheten med gonzojournalistikk - dette virker som en meningsfull observasjon, gitt mange bloggers sterkt subjektive og upolerte stil og tone. Også forskere som Melissa Wall har sammenliknet bloggingens brudd på journalistiske konvensjoner med new journalism-bevegelsen, som gonzojournalistikken var beslektet med (Wall 2005).

Til tross for tendensene til konsensus, er det betydelige variasjoner når svarene analyseres nærmere. Stærk og Austenå er på hver sin fløy - ikke så overraskende når en tenker på Stærks bakgrunn helt utenfor journalistikken, mens Austenå som fagforeningsleder naturlig vil være den mest beskyttende overfor journalistikk som fag.

Selv om Austenå og Øy hadde motforestillinger - Øy nevnte at veldig mye av bloggingen er svært

subjektiv og ikke framstår med den uavhengigheten som journalistikken skal ha - avviste ingen av dem at det finnes berøringspunkter mellom bloggere og journalister. Det er kanskje ikke sjokkerende, men likevel bemerkelsesverdig fordi det hadde vært tenkelig og mulig for dem å være langt mer negative. Tendensen er heller at de er skeptiske til om brukerstyrt publisering kommer til å medføre særlig store endringer.

Spørsmålet om det finnes noen absolutt grense mellom blogging og journalistikk, besvarte Øy slik: "Nei. De er så mangslungne begge deler. (...) Og du ser jo også at det er i ferd med å smelte over i hverandre i papiravisene. Flere av kommentarene og spaltistene er gått over til å kalle det blogg, og de legger det både på papir og på nettet." Denne observasjonen av sammensmelting stemmer godt med min gjennomgang av norske mediers forhold til blogging i del 2. Den harmonerer også med Susan Robinsons konklusjon i en analyse av amerikanske mediers blogginitiativer, såkalte J-blogs: "J-blogs are indeed the corporate answer to the internet, and to independent bloggers. They are a way for journalists to reclaim journalism – and its standards – online," skriver hun (Robinson 2006). Robinson mener imidlertid at journalisters bruk av bloggformatet også vil medføre at journalistikken blir endret i prosessen. J-bloggere bruker mye plass i sine blogger på å kritisere ikke-journalisters bloggbidrag, og slik gjenoppbygge egen autoritet. Men blogging innebærer uvegerlig subjektivitet, lenking og å tillate kommentarer fra leserne, og slik skapes historier uten slutt med et mangfold av perspektiver og fortolkningsmuligheter. "J-blogs have challenged accepted standards of journalism by blurring the lines of independence, verification, the definition of news, and truth," skriver Robinson.

Austenå satt på sin side ned en grensestolpe mot blogging i sitt svar på spørsmålet: "Det vi vil kalle kvalifisert journalistikk, det er et redigert produkt som forholder seg til Vær varsom-plakaten."

Amatørenes alternative filtre

Den andre forventningen, om at bloggerne ville være mer tilbøyelige til å se både flere paralleller og andre typer forskjeller mellom blogging og journalistikk, ble imidlertid innfridd. Som antatt hadde Rustad og Stærk med sine helt ulike bakgrunner ulike tilnærminger, men også noen felles konklusjoner.

Stærk nøyde seg ikke med å peke på likheter mellom blogging og meningsbaserte journalistikk-genrer. Bloggere som er opptatt av nyheter og politikk produserer ikke bare meninger, de driver også i realiteten med filtrering av informasjon, og dette likner redaktørarbeid, mente Stærk. Mange bloggere har vært i opposisjon til hvordan de store mediene løser sin oppgave med å filtrere nyheter (eller fyller portvaktrollen), og har satt seg fore å skape et alternativ. Hvor vellykket det er, er en annen sak: "Samtidig er det mange som har et overdrevet selvbilde om hva man oppnår, at man tror man driver mer med journalistikk enn man faktisk gjør," sa Stærk. Researchdelen av journalistikk er vanskelig for bloggere: "Det er noe som kanskje mer er en drøm eller et potensial for blogging enn noe man faktisk gjør så veldig mye ut av. Det er vanskelig å grave fram nye fakta, det er ikke noe vanskelig å si hva du mener."

Den klareste forskjellen på bloggere og journalister går rett og slett på statusen, mente Stærk. Får du betalt for det, er du profesjonell journalist. Får du ikke betalt, er du amatør: "Hvis du skal definere blogging som en spesiell teknologi, så kommer man ikke så veldig langt. Det er mer et ord som begynte med å beskrive en teknologi, men som egentlig ikke beskriver fenomenet. Jeg vil heller si med et bedre ord at blogging er amatørmedier (...). Det er bedre å snakke om en overgang mellom amatørmedier og profesjonelle medier, hvor du kan ha noe som er helt amatør - og noe som er delvis profesjonelle og bygger på frilansing og sånne ting, kanskje noe gratis, og så har du de helt profesjonelle på den andre siden igjen."

På spørsmål om bloggerne er amatører på profesjonelle journalisters område, svarte Rustad delvis bekreftende. Men samtidig tok han opp det han så som spriket mellom journalistenes egne idealer og praksis. Norske medier ser oftere bort fra sine egne profesjonelle standarder enn tidligere, mente Rustad, og illustrerte med et eksempel fra VG - et intervju med den tidligere CIA-mannen Michael Scheuer (Andersen 2006): "Du skal ikke holde tilbake informasjon hvis det fremstiller saken i et annet lys. (...) Poenget er at når VG intervjuer ham over to sider så er de interessert i å blåse ham opp - dette er jo et veldig vanlig fenomen, du er interessert i å blåse opp intervjuobjektet så mye som mulig for å få mest mulig "play" eller gjøre saken stor. Men det er egentlig unfair, hvis du ikke gir en evaluering av vedkommende og sier at han er omstridt, han har spesielle synspunkter. Særlig i vår tid er det et vanlig fenomen (...) at medier og intervjuobjekter har en allianse og en interesse av å pumpe opp vedkommende. Det er jo å føre leserne bak lyset."

Særskilte tilnærminger: open source, problematisering av premiss

I sitt svar på spørsmålet om forskjeller mellom blogging og journalistikk, presenterte Stærk et resonnement som kan være noe av forklaringen på at mange opplever blogging som en meningsfull aktivitet. Mens journalistene har ressursene - de kan bruke hele sin arbeidstid - har bloggerne antallet på sin side: "Sannsynligheten for at en ide dukker opp i et blogg miljø er større enn at den dukker opp i aviser. Det blir tilsvarende open source-programmering, at det er større sannsynlighet for at noen et eller annet sted kommer med et godt poeng eller en god observasjon, enn en av journalistene," sa Stærk. Dette perspektivet er åpenbart kun mulig i en mediesituasjon der brukerne har fått publiseringsmakt. Trukket litt lenger, vil jeg hevde at det representerer både trusler og muligheter for journalister og medier: Dersom flere får dele denne opplevelsen av deltakelse i et open source-nettverk, vil det uten tvil øke attraktiviteten ved brukerstyrt publisering (og kvaliteten på innholdet som skapes i prosessen). Journalistikkens mulighet kan ligge i å skape seg en tilrettelegger-rolle for å trekke på bloggernes erkjennelser og materiale. Eventuelt å mime de samme prosessene.

Austenå var som før nevnt den av de fire som så færrest fellestrekk mellom blogging og journalistikk. Dette utdypet hun - og forsterket - i svar på spørsmål om bloggeren er en amatør på profesjonelle journalisters område: "Jeg ser mer på blogging som noe annet, en annen form for ytring. Jeg ser ikke på det som en variant av journalistikken. På samme måte som man i trykt presse og i digitale medier har både annonser og ulike genrer av journalistikk, så har man også nå blogging og det digitale med meningsutveksling som man ellers har i debattspalter og liknende i trykt presse. Det gjøres digitalt sånn at man får interaktiviteten. Så jeg ser på blogging som et element som i utgangspunktet ikke er journalistikk, men godt kan knyttes inn i et journalistisk produkt."

Hvordan bloggere og journalister ser på hverandre

Her var det liten grunn til å forvente noen konsensus. Både Rustad og Stærk er til dels sterkt mediekritiske på sine blogger, og har vært opptatt av å kritisere en norsk variant av det angivelige "liberal bias" mange amerikanske bloggere forsøker å eksponere. Austenå og Øys syn på forholdet mellom bloggere og journalister hadde jeg ingen spesifikke antakelser om, annet enn å anta at Austenås tidligere omtalte kritiske syn på nettjournalistikken muligens kunne overføres på blogging (Austenå 2006). Dessuten har det, i hvert fall i andre land, vært mange eksempler på etablerte journalister og redaktører med anstrengt forhold til bloggere (et norsk eksempel fra mars 2006 er omtalt i del 5). Konkret spurte jeg her blant annet om det er naturlig med et motsetningsfylt forhold mellom bloggere og journalister, om medier og bloggere bør samarbeide, om pressens organisasjoner vil støtte en blogger som blir presset til å gi fra seg kildemateriale, og om journalistene vil føle behov for å definere skarpere hva som er journalistikk og foreta en

grenseoppgang mot bloggerne.

Naturlig motsetning?

Av de fire var det bare Rustad som mener det er naturlig med et motsetningsfylt forhold mellom bloggere og journalister. Det mest interessante er nok ikke den tilsynelatende konsensus mellom de tre andre, men de ulike begrunnelsene. Derfor vil jeg referere svarene utførlig her.

- Øy: "Jeg har jo forstått at en del av starten på bloggvirksomheten var en slags opposisjon til tradisjonell journalistikk i massemediene. Men jeg oppfatter det i og for seg ikke slik lenger." Grunnen til det er, ifølge NRs generalsekretær, at de tidlige bloggerne som oppfattet seg selv som korrektiv til de etablerte mediene, har fått selskap av andre med en annen tilnærming. "Men når jeg sier at de er mer like i form og innhold så er det fordi de mange nye som er kommet til ikke har hatt den samme tankegangen bak virksomheten som en del av de som vil opponere."
- Austenå: "Mange bloggere er jo flinke til å utfordre journalister og journalistikk, og presenterer alternativ kunnskap, fakta - andre fakta. Og dermed angriper både valg av saker, saksframstilling, journalistisk dekning i mediene. Men jeg ser ikke noe innebygd i blogging som form som skulle sette det opp mot journalistikk. Nå ser jeg det mer som noe komplementært."
- Stærk: "Det er naturlig at det har vært det [et motsetningsfylt forhold], siden man begynner som et helt desentralisert problem som mediene ikke har kontroll over. Men det er ikke noe i veien for, og det finnes mange nok eksempler på, at en får mer samarbeidsrolle, hvor man får den flytende overgangen mellom amatørerne og de profesjonelle." Stærk mente mye av energien i bloggene har kommet fra at den norske høyresiden har manglet medier, og at avisene i stor grad har vært lukket for leserne: "De etablerte mediene har jo i alle år klart å stenge ute sine egne lesere, og slipper til noen få på leserbrevspaltene, aller nådigst, etter veldig streng filtrering. Alle disse menneskene som i alle år har sittet og lest Aftenposten ved frokostbordet og tenkt, dette blir jeg så sint av, dette blir jeg så utrolig sint av, og så får de plutselig lov til å dele den meningen med resten av verden, og da får du en sterk anti-medie-vinkling på det. (...) Det er utrolig hvor mye raseri som har samlet seg opp opp gjennom årene, jeg ser det i disse avisbloggene, VGs blogg har jo vakt mye - hvor journalistene selv skriver - masse sinte kommentarer. Det er en hatfølelse, nesten. Jeg tror kanskje folk har sittet rundt og vært skikkelig irriterte, og aldri fått sagt det til noen, og så får de si det, og da kommer alt ut."
- Rustad: Som den eneste svarte Rustad entydig bekreftende på at det er naturlig med et motsetningsfylt forhold mellom bloggere og journalister/redaktører: "Sånn som det fungerer i Norge er det jo naturlig. Fordi at (...) i Norge er det et økende gap, vil jeg si, mellom mediene og folket. Journalistene og redaktørene vokter sitt revir og sitt laug og vil ikke slippe til utenforstående. De er jo ikke interessert i å ha folk som er kvalifiserte kritikere. Hadde de gjort det, hadde de for eksempel prøvd å knytte til seg bloggere som var helt uavhengige. Du merker det hvis du tar kontakt også (...). Som regel får du ikke noe svar, eller kanskje du til og med får en skyllebøtte."

Rustads svar var begrunnet i en grunnleggende kritikk av norske medier, journalister og redaktører. Selv om han ser enkelte små tegn til nytenkning, mente Rustad at norske medier har vært preget av de samme holdningene de siste 20 årene: "Det er konfliktskyhet, troen på menneskets godhet, at Norge er det beste samfunnet i verden. Og en mangel på interesse for verden utenfor oss. Den

norske jovialiteten er en verdi. Det er jo ikke for ingenting at folk kommer til Norge og sier at dette er et godt samfunn å bo i. Men bak den jovialiteten så er det jo også en sann - du må ikke tro du er noe, og kom ikke her og fortell oss noe... En mangel på individualitet og kreativitet." Han brukte betegnelser som "presteskap" og "nomenklatura" for å beskrive systemet: "Dette er jo presteskaper, det er mediepresteskaper, akkurat som man i middelalderen hadde prestene som var vokterne av hva som var - dette handler om hva slags språk du bruker, hvordan du definerer problemer og holdninger." Dersom det er riktig at mediene har mistet eller er i ferd med å miste portvaktrollen, så er det noe som overhodet ikke har gått opp for journalister og redaktører, ifølge Rustad. Til sammen gir denne tilstanden bloggerne en viktig rolle, siden de kan utfordre "presteskaper".

Problematisk samarbeid?

Siden bloggingens mediegjennombrudd i 2005 er det kommet flere eksempler på samarbeid mellom bloggere og etablerte medier. Dagbladets nettavis inviterte en rekke av de mer kjente norske bloggerne til å skrive om politikk i månedene opp mot stortingsvalget. Bjørn Stærk var en av disse (blogginleggene Stærk skrev for Dagbladet gikk for øvrig ikke gjennom noen redigeringsprosess). Både Dagbladet og VG plukker kontinuerlig ut bloggere som har registrert seg på avisenes respektive tjenester, og gir dem oppmerksomhet på forsiden av nettavisen.

Spørsmålet som ble stilt var "bør mediene samarbeide med bloggere, og vice versa?" Muligens noe overraskende var det Øy som var mest skeptisk til samarbeid, ut fra en prinsipiell begrunnelse om det positive ved at flere stemmer slipper til i offentligheten: "Det er litt både og. For det er klart at hvis alle mediene satset på å få bloggerne innenfor sin egen virksomhet, så kan det i og for seg ødelegge det korrektive til meningsdannelse som de ofte kan være. Så der synes jeg i og for seg ikke at man skal det. Men at også mediene må få anledning til å huse fremmede spaltister, også bloggere, det er jo selvsagt, det må de ha lov til å gjøre som de vil med. Men vi vil tape noe hvis alle skal presses inn i tradisjonelle former. Men det er i og for seg også en umulighet, fordi hvis alle vil blogge så er det ikke plass til alle innenfor det tradisjonelle mediesystemet."

Som Øy pekte på, er det mulig å hevde, eller frykte, at bloggere kan miste uavhengighet hvis de samarbeider med mediene. Men dette så ikke Rustad og Stærk som noe stort problem:

- Rustad: "Det er ikke noe forskjell på det hvis du får et tilbud om å skrive en spalte, så blir du honorert på vanlig måte. Det er ikke noe mer prostituerende enn et hvilket som helst annet bidrag."
- Stærk: "Aviser kan ikke ta uavhengigheten din. Alt de kan gjøre er å si at dette vil vi ikke publisere, eller hvis du sier dette så får du ikke lov til å publisere hos oss lenger." De samme mekanismene er til stede blant bloggere, argumenterte han. "Du vil alltid ha en fristelse om å si ting du ikke mener eller holde kjeft om ting du mener for å nå fram til mange, og det gjelder like mye i forhold til store bloggere som i forhold til store medier. Det å få oppmerksomhet fra en A-liste-blogger - du har små økosystemer rundt disse bloggerne som baserer seg på å skrive ting som matcher det de store er interessert i, slik at du får masse lesere på det innlegget."

Rustad mente avisene som hadde begynt å samarbeide med bloggere bryr seg for lite om hva bloggerne skriver. "Til dels er blogging blitt et kloakkavløp i de store avisene. Jeg har sett debatter i Dagbladet som har vært helt motbydelige. Det er antisemittiske utfall over en lav sko. Jeg ville også stilt spørsmålet hvis jeg jobbet i nettavisene: Hva slags folk er det vi tiltrekker oss?" Rustad foreslo en annen måte å samarbeide på, der journalister og redaktører møter kritikere som har noe å bidra med på like fot. "Jeg ville som redaktør invitert til samtale, om hva er det vi gjør galt? Eller jeg ville

spurt: Kan ikke du eller dere evaluere oss over en periode på la oss si en måned?" Rustad mente med andre ord at åpenheten avisene viser ved å samarbeide med bloggere til nå har vært en kvasi-åpenhet, der de ikke lar seg utfordre på de virkelig kritiske områdene.

Et løfte om støtte

Med ujevne mellomrom blir en klassisk problemstilling knyttet til mediernes uavhengighet satt på spissen: Myndighetene - politiet - ønsker at journalister skal gi fra seg bakgrunnsmateriale i forbindelse med etterforskning av kriminalsaker, eller vil at journalister skal røpe navn på kilder de har lovet vern. Som en indikator på presseinstitusjonens representanters holdninger til brukerstyrt publisering, spurte jeg om deres organisasjoner ville støtte en blogger som havnet i liknende situasjon, selv om vedkommende ikke var profesjonell journalist:

- Austenå: "Som satt på informasjon fra en kilde og hadde lovet vern? Ja, det ville vi gjøre. Men det kommer jo også litt an på hva slags type informasjon det var. Hvordan dette skulle brukes. Det måtte jo være i en samfunnsmessig sammenheng. Det måtte jo ikke være informasjon bare om andre personer eller noe som gikk på personlige forhold, private forhold. Det måtte være informasjon av en samfunnsmessig relevans før vi ville se det som en prinsipielt viktig sak å gå inn i."
- Øy: "Ja, hvis det var gitt et løfte om kildevern så er det helt klart at vi ville støtte ham. Vi har også støttet andre miljøer som har vært oppe i sånne dilemmaer, selv om de ikke har vært profesjonelle journalister eller redaktører. Og vi har jo liknende anonymitetsprinsipper på flere områder. Også i forbindelse med at du anmelder brudd på arbeidsmiljøet eller andre ting så er det jo tilsvarende anonymitetsrett."

Rustad og Stærk fikk tilsvarende spørsmål - om de ville forvente støtte fra pressens organisasjoner dersom de selv havnet i en slik konflikt. Rustad var her enig med Øy og Austenå: "Hvis du bruker bloggen din som avfalls plass eller en tribune for å skjelle ut folk så er det klart at den støtten ville være moderat." Rustad har beholdt sitt NJ-medlemskap, nettopp fordi han håper på et profesjonelt vern dersom det skulle bli aktuelt.

Stærk - altså den eneste uten journalistisk bakgrunn - anså problemstillingen for å være lite aktuell for de fleste typer bloggere. Derimot ville han vente støtte fra andre bloggere i en annen type konflikt: Hvis et firma presser en blogger som gir det negativ publisitet. "Du har en del makt hvis du har en sak som oppfyller en del vilkår. Så kan du plutselig få veldig mye oppmerksomhet om den saken. Hvis et firma driver og presser deg som blogger fordi du skriver noe dritt om dem, så er det en sak som alle elsker (...). En David-Goliat-greie. Hvis du bare er i stand til å formulere den saken greit nok, og er litt heldig, så kan du få veldig mye oppmerksomhet."

Reaksjonen fra Øy og Austenå viser forhåpentlig at presseorganisasjonene har en sterk identitet som ytringsfrihetsorganisasjoner. Den kan også reflektere noe Øy utdypet: at norsk lovgivning generelt gir ytrere vern, ikke journalister spesielt. "I Norge har vi ikke noe særlig rettigheter som er spesielle for journalister og redaktører. Vi har det rett nok i begrenset grad på en del opplysninger innenfor rettsvesenet - altså tilgangen til dommer og tiltalebeslutninger og sånne ting - men ellers er alle rettigheter som journalister og redaktører nyter godt av i Norge, det er for allmennheten. Og det er jo sånn presseorganisasjonene også har villet ha det." I personopplysningslovens § 7 gis spesielt vern for "journalistiske, herunder opinionsdannende, formål", påpekte Øy. "Den gjelder ikke bare journalistikk, det er all opinionsdannende virksomhet, så bloggere vil faktisk gå inn under det unntaket i den bestemmelsen i personopplysningsloven. Det har vi jo også et klart eksempel på i en hjemmeside der en del kritikere til barnevernsmyndigheter har hengt ut noen navngitte

saksbehandlere på hjemmesiden sin, og de ble anmeldt. Datatilsynet sa nei til å gripe inn fordi dette var opinionsdannende virksomhet, til tross for at det var temmelig krenkende personopplysninger."

Slagside som mister betydning?

En årlig meningsmåling viser at to av tre norske journalister stemmer på partier til venstre for midten (Høgenhaug 2005). Siden debatten om "liberal bias" har vært sentral i utviklingen av bloggspørsmålet i USA, anså jeg det som viktig å undersøke hvordan respondentene så på denne problemstillingen i en norsk kontekst. Det er en komplisert øvelse - og en egen studie verdt - å prøve å finne ut om og i så fall hvordan de norske journalistenes politiske syn slår igjennom i journalistikken. Uansett virker det rimelig å fastslå at en god del norske bloggere nettopp mener det er en slik venstreorientert slagside i norske medier, og at misnøyen med dette er en viktig årsak til at de skriver. Stærk, som selv kan sies å være en av disse bloggerne, var inne på det i sin vurdering av eventuelle motsetninger mellom bloggere og journalister. Hans syn på betydningen av denne slagsiden i dag, snart fem år etter at han begynte å blogge, kan være en indikasjon på hva slags betydning blogging kan ha for norsk meningsdannelse. Stærk mente kampen mot denne slagsiden ikke er så viktig lenger. Dels skyldes det etter hans mening at økonomiske hensyn tvinger mediene til å være mer balansert, dels at bloggerne skaper langt større mangfold: "Hvis du bryr deg om politikk, den politiske biten av nyheter og meninger, og du ikke fra før har noen bestemt preferanse i forhold til å holde avis eller surfe på nettet, så vil du naturlig finne fram til disse folkene som skriver her og der, og du vil kanskje delta i debattforum og søke deg fram til blogger og alt mulig. Forholdene er ikke der lenger for at man skal kunne ha en stabil venstredominans i mediene (...). Det forsvinner på en måte av seg selv i det øyeblikk en åpner opp for amatørerne. Så er ikke det noen viktig kamp å kjempe lenger, som det kanskje ville vært det for noen år siden, når man da ikke hadde noe alternativ til avisene. Da var det klart viktigere å få inn andre synspunkter i mediene, men nå kan man bare skrive det man vil et annet sted, så kan de som vil bry seg om de spørsmålene lese det der."

Eksistensen av blogger skaper altså over tid en større bredde i informasjonstilbudet, ifølge Stærk: "Framtidens journalister sitter jo i dag og leser blogger, de får bredere impulser av ideer enn de som bare vokste opp på å lese papiravisene. Det er klart at det er trist at det er sånn nå, men det løser seg etter hvert som nye generasjoner kommer inn og ikke har vokst opp med ensidighet."

Også Rustad mente det er en venstre-slagside, som blant annet gjør at norske medier ikke fanger opp endringer i opinionen. Som eksempel trakk han fram reaksjonene på SVs aksjon for boikott av Israel. En meningsmåling utført for VG i januar 2006 viste at 56 prosent av nordmenn ikke støttet en slik boikott, mens 19 prosent støttet den (Haugan 2006). "At boikott Israel-aksjonen fikk det forløpet den gjorde, burde egentlig avfødt en debatt i ettertid om hva som har forandret norsk opinion. Hva har skjedd med norsk opinion, for det må ha kommet som en bombe, ikke bare på SV, men også på medie-Norge. Men den debatten så vi veldig lite til," sa Rustad.

For Øy og Austenå dreide spørsmålet om politisk slagside seg om profesjonalitet. Dersom journalistene gjør jobben sin, skal ikke journalistenes politiske grunnsyn farge produktet:

- Øy: "Vi skal ikke være blinde for at politiske holdninger er med på å påvirke journalistene i alle de valg journalister må gjøre i det daglige. Men sånn som arbeidsprosessen er i redaksjonene, hvor veldig mange personer er inne i prosessene, både når det gjelder å velge hva som skal skrives om og hvordan det skal gjøres, så føler jeg meg ganske trygg på at det er ikke så veldig mange skjeve utslag som skriver seg fra sånne handlinger."
- Austenå: "Hovedproblemet er ikke hva journalister stemmer, hovedproblemet er at

journalister er for dårlige til kildekritikk og kildemangfold. Gjør de jobben sin godt nok, så skal du likevel få et mangfold i både saker og dekning av saker. Men når journalistene ikke er gode nok på det, da kan det slå gjennom hva som er deres egen bakgrunn, hvilke kilder de opplever som naturlig å ta kontakt med, og hva slags referanserammer, hva slags egen kulturell bakgrunn, religiøs/ikke-religiøs."

Journalistisk grensesetting?

Både forskere og journalister har vært opptatt av hvordan forståelsen av journalistikk - og journalistisk praksis - berøres av teknologisk endring. Nettavisenes publikum har fått mer eller mindre tilfeldige innblikk i redaksjonenes aktivitet i kulissene, og bloggerne har åpnet sine egne scener. Publiseringsmonopolets fall gjør det altså logisk å forvente at journalister, redaktører og bloggere blir mer opptatt av grensene mellom journalistikk og "annen" virksomhet.

Men verken Austenå eller Øy vektla dette. Austenå problematiserte at bloggere kan bevege seg inn på et journalistisk felt. "Noen [kan] oppfatte det som journalistikk-nært fordi det har en form eller lever i en symbiose med journalistikk fordi den debatterer journalistikk. Men det gjør ikke at det blir journalistikk av den grunn." NJ-lederen så isteden blogging i sammenheng med tidligere former for meningsytring utenfor de etablerte mediene. "Til og med på de gamle sveive-kopimaskinene med spritkopier så har man kopiert opp former for meningsytringer og delt ut. Det har vært veggaviser som har vært laget, man skriver innlegg, bruker mediene, men (...) det at det finnes ytringer som tar i bruk samme slags presentasjonsplattform, det er ikke noe nytt i seg selv. Hurtigheten er ny, og interaktiviteten er ny, med nettet, men det at det kommer sånne plattformer er ikke nytt."

NJ-lederen så det som mer relevant at brukerstyrt publisering vil sette journalister under et konstruktivt press. "Det tror jeg - i det hele tatt håper jeg det - at all debatt om journalistikk og utfordring av journalistiske prioriteringer og presentasjon, journalistisk arbeid, bidrar til økt profesjonalisering. Det ser jeg utelukkende som et gode, å bli utfordret på det og bli presset til å satse både på kompetanseutvikling, utdanning, profesjonalisering på alle måter i presentasjon og i faktasøking. Det er utelukkende positivt," sa hun. "Løsningen" er ikke å lukke profesjonen, det bør fortsatt være slik at en ikke trenger en spesiell utdanning for å bli journalist. Det synet delte Øy. "I Norge så har det jo vært en slags profesjonsutvikling i journalistfaget, men den er jo ikke en klassisk profesjon, i og med at vi ikke stiller krav til standardisert utdanning og en hel rekke andre ting. Så det vi har forbundet med profesjon har jo mer vært at det skal stilles en del krav til kvalitet. For eksempel gjennom etikken, Vær varsom-plakaten."

Stærk ønsket å vri problemstillingen i en annen retning. Debatten bør heller dreie seg om hva som skal til for at både bloggere og journalister kan strebe etter høyere kvalitet. "Det jeg håper er at både journalister og bloggere selv kan bli mer oppmerksomme på at det aller meste som finnes der ute egentlig er ganske verdiløst. Så man kan se på hva kvalitet er, hvordan kan du sikte mot kvalitet. Det er noe du kan gjøre også som amatør (...). Det er i den retningen jeg ønsker at man skal begynne å bevege seg, søke etter kvalitetsbegreper, ikke tenke så mye på hvor mye man får betalt for det, men at man har en felles standard, rett og slett. Du skal ikke ha en lavere standard bare fordi du er amatør, du skal ikke slippe lettere unna bare fordi du gjemmer deg bak et avisnavn."

Men presseetikken er lite egnet som virkemiddel for å nå dette ambisiøse målet, ifølge Stærk. "Jeg synes ikke de presseetiske reglene er så mye verdt. De skaper åpenbart ikke kvalitet. Det kan være at de beskytter mot at ting ville vært verre uten dem. (...) Det de oppnår er i så fall veldig grunnleggende, det er et minimum av kvalitet man kanskje oppnår med det, men man burde ikke se på klare regler for hvordan man skal oppføre seg i den og den konkrete situasjonen, men heller ha

fokus på mål som man burde bevege seg mot. Hvis en skal ha presseetiske regler så må man ha noe som kan gjøre at man kan skrive ting som er sanne, det må være noe som dytter deg i retning av noe objektivt. Men det gjør jo ikke presseetikken. Den dytter deg ikke i retning av solid og objektiv journalistikk, den bare slår ned på enkelte former for oppførsel som kan være skadelig kanskje, eller åpenbart feil. Man har ikke noe ideal om at ting skal stemme, det man skriver om. Du kan ikke klage på at dette ikke stemmer, jeg tror heller ikke dette er noe et fellesorgan kan klare å oppnå, kvalitet i mediene. Man kan godt ha prinsipper og idealer om at ting bør gjennomføres, men de bør i så fall opprettholdes av andre medier, i form av (...) diskusjon om det eller kritikk. [Slik at] man kan si at disse oppførte seg skikkelig teit i dette tilfellet her, de brydde seg ikke om det de skrev var sant eller ikke. Uavhengig av om det bryter den eller den Vær varsom-paragrafen."

Fellestrekket her - ønsket om kvalitetsforbedring i mediene - tyder på at det kan være rom for en mediedebatt ikke helt ulik den Jay Rosen ville starte med sin påstand om at "bloggers vs. journalists" var over: at det uansett var en for svart-hvit problemstilling, for mye preget av nullsumspill. Men det kan også være at forståelsen av den brukerstyrte publiseringens rolle i det større medie-økosystemet rett og slett ikke er kommet så langt i Norge. Dersom Rustad har rett i at mange journalister ignorerer eller avviser dialog med bloggere, kan det være at bevisstheten om et tapt publiseringsmonopol rett og slett er lite utbredt blant norske journalister. I så fall kan "bloggers vs. journalists" ligge foran oss, ikke bak oss.

Hvordan svarer journalister og redaktører på utfordringen fra bloggerne?

I denne delen ønsket jeg å få respondentenes vurderinger av hvordan journalister/redaktører og mediebedrifter håndterer utfordringene brukerstyrt publisering stiller dem overfor i dag, og hvordan de kan håndtere dem framover. Noen av ideene som kommer fram vil bli brukt som inspirasjon for den siste del 5 om medienes handlingsalternativer. Dette er noen av spørsmålene: Kan blogging skape problemer for mediebedrifter? Eller kan mediebedrifter få noe positivt ut av det? Vil journalistrollen forandre seg? Gjør bloggere det vanskeligere for journalister å gjøre en god jobb? Synes du dagens praksis for kontroll av innlegg i debattfora er god? Hva synes du om påstanden om at journalistikken vil forandre seg fra forelesning til samtale?

Substituerbare journalister?

Resonnementene rundt potensielle problemer for mediebedriftene som følge av brukerstyrt publisering i stort omfang, kom fort til å dreie seg om konkurranse. Nils Øy ville imidlertid ikke slå alarm av den grunn. "Ja, det er klart at det kan bli en såpass stor virksomhet at det i sin tid blir konkurranse, altså at de får en form og et innhold som gjør at mediene taper lesere og annonsører og inntekter. Men sånn er det jo, og sånn skal det jo være."

Brugerstyrt publisering kan gi mediene en konkurranse på kvalitet, mente Rustad. Siden nyhetsformidlingen skjer i et så høyt tempo, og mengden informasjon øker, må mediene - her spesifikt avisene - tilby mer analyse. "Det å være "on the ball" som de sier i Amerika, å ha fingeren på pulsen der det skjer, er jo noe mer enn bare å være oppdatert på den siste nyheten. Og der synes jeg det svikter veldig mye med norske medier. De tør liksom ikke tenke utover det som er den rene nyheten.(...) [Folk vil] få en nyhet satt i en sammenheng. Når Dagsnytt rapporterer som de gjorde i månedsvis, at i dag er det sprengt 10 eller 15 i Bagdad, så var det en helt meningsløs nyhet hvis du ikke setter den inn i en sammenheng." Hvis folk føler at de kan få slike sammenhenger og forklaringer på nettet, vil de velge det, mente han. "Jeg tror da at i både det store omfanget og i den kompleksiteten som et nyhetsbilde eller verden er, så vil folk se seg om etter raskere, mer

tilgjengelig, bedre [informasjon]. Hvis avisen ikke kan kommentere og forklare, hvorfor skal de da dra på et flere hundre år gammelt medium? Når du får det instant."

Stærk var den som så flest berøringspunkter mellom blogging og journalistikk. Mediene kan komme til å merke konkurranse på flere områder, mente han. "De driver mye med ting som er lette å konkurrere om. Jeg kan også lage en webside som linker til forskjellig kjendisstoff i forskjellige medier hvis jeg vil det. Jeg trenger ikke ha masse redaktører og journalister i en avis for å gjøre det." Stærk nevnte nettstedet Sploid som eksempel, et enmanns tabloidprosjekt. "Hvem som helst kan lage en sånn forside. Hvis du er flink til å skrive overskrifter kan du drive med det der på egen hånd uten at du trenger avisene til det. Det er ett område hvor det er konkurranse, så er det disse andre områdene med meninger og sånt hvor det absolutt blir konkurranse."

Austenå trakk imidlertid fram et helt annet aspekt. Hun advarte om at mediene kan få problemer med at brukere kopierer og viderebruker materiale. "Dette som mediebedriftene har investert i å utvikle fram, både gjennom lønn og videreutvikling av medarbeidere og teknologiske investeringer til å få fram tekst og bilder og lyd, dette kan da kopieres, forvrennes, videreformidles. Både opphavsrettslig og konkurranserettslig."

En ustabil mediesituasjon?

Under resonnementene om problemer mediene kan stå overfor, lå det en ide - eller håp - om at resultatet kan bli bedre medier. For Austenå var dette et viktig poeng, som jeg alt har vært inne på. "Jeg synes jo det er kjempefint at medier blir utfordret av bloggere. For mediene trenger utfordring på å bedre journalistikken. Og jeg ser på blogger og bloggere nettopp som en mulighet for økt kildebredde."

For å dra nytte av brukerstyrt publisering må mediene forandre innstilling temmelig grunnleggende, mente Rustad. "Det er å innta en mer ydmyk rolle. Og forstå at du ikke er konge på haugen lenger, og at hvis du ikke forandrer deg så kommer du til å miste din posisjon." Han viste til hvordan amerikanske journalister har reagert på kildenes publiseringsmulighet ved å bli mer åpne om sine egne kilder og dokumentasjon. "Jeg må si når jeg så noe av den debatten i Amerika - det gjorde inntrykk på meg. Hvor blogging tydeligvis har påvirket måten man skriver på. Det nytter ikke å ljuge eller manipulere, du blir tatt hvis du prøver deg på noe tull (...). Da tenker jeg ikke på sånn at han kjørte i fylla men prøvde å holde det hemmelig-saker. Dette gikk rett og slett på bruk av kildene og hvordan man fremstiller. Og det at de legger ut bakgrunnsmateriale for saker, faktisk. Notater. Slik at du kan forfølge saken helt i minste detalj."

Stærk fant det vanskelig å konkludere på spørsmålet om hvordan mediene kan få noe positivt ut av brukerstyrt publisering, fordi han mente mediesituasjonen er så ustabil. "Vi er inne i en overgangsperiode fra noe stabilt til noe som vi ikke aner hva er for noe. Om det ender opp med å lønne seg for avisene å samarbeide med bloggere - det kan hende at man får en sånn gradvis overgang mellom amatører og profesjonelle hvor avisene får bedre utvalg av skribenter å velge mellom. Frilansskribenter. Og at de på den måten kan skape et bedre innhold i avisen, ved at man kan velge ut de aller beste av de halvprofesjonelle amatørerne." Uansett var hans konklusjon at blogging endrer journalistrollen og journalistikkens utvikling. "Blogging er blitt en del av journalistikken. Det er helt klart ikke bare blogging, men amatørmedier og internett kommer til å påvirke. (...) Det kan godt være vi vil ende opp med noe helt annerledes enn det vi har vært vant til. Jeg tror ikke vi kan ta noe for gitt om hvordan det kommer til å se ut. Amatørmediene er jo en viktig del av den utviklingen. Uten dem ville det ikke vært så mye grunn for mediene til å forandre seg, i hvert fall ikke uten internett."

Øy trodde ikke nødvendigvis at journalistrollen vil endres, men så likevel et viktig signal til mediene: "Blogging i sin opprinnelige ide (...) var og er en betimelig vekker om at det er mange flere som har noe å ytre og har meningers mot der ute, som kanskje en del medier ikke har vært åpne for. Jeg tror kanskje det gjelder mye mer i en del andre samfunn, norske medier har vært veldig åpne sammenliknet med de fleste andre land. Men også her er det jo helt klart også miljøer hvor det kanskje har vært vanskelig for enkeltpersoner å komme til orde, og som nå har fått sin sjanse. Det er viktig, også for de tradisjonelle mediene, å være oppmerksom på at det er sånn."

Austenå trodde endringene først og fremst ville vise seg i et bredere kildetilfang og større bredde i tilgjengelige synspunkter. "Så kan det nok hende at det også bidrar til å få fram alternative stemmer. Kommentarstemmer, synsere. At det utvikler kommentarjournalistikken."

Forskjellene mellom bloggerne og presseinstitusjonens representanter var altså stor i synet på konsekvenser for mediene. Bloggerne var overbevist om at forholdet mellom medier og publikum er satt i bevegelse, og at betydelige endringer kan være på vei. Øy og Austenå trodde endringene, hvis de kommer, blir mer inkrementelle og godt innenfor det rådende mediesystemet kan håndtere.

Redaktøransvar og lesermeninger

Mange norske nettaviser har lenge hatt debattfora som tilbud til sine brukere. De store nettavisene har stor aktivitet i sine fora, der politikk, forbrukerspørsmål, sport og mange andre temaer diskuteres. De fleste avisene har ingen redaksjonell vurdering eller kontroll av innleggene før de publiseres, til forskjell fra de trykte avisenes tradisjonelle leserbrevsider. Isteden opererer avisene med et sett debattregler og etterkontroll, som i en viss grad er basert på at deltakerne selv reagerer på upassende innlegg.

Denne praksisen har vært gjenstand for en del debatt i journalist- og redaktørkretser, og i 2005 foreslo komiteen som forberedte revisjon av Vær varsom-plakaten at innlegg som hovedregel skulle vurderes redaksjonelt før publisering. Komiteens vurdering var at redaktøren kun ved forhåndskontroll kan ivareta sitt ansvar for mediets innhold. Motstanden mot forslaget var imidlertid så stor at det ble droppet.

Dette er ikke enkle vurderinger: Mediene ønsker ikke å hindre folk i å si sin mening, men vil vel nødig ha skittkasting og debatter på lavt nivå på sine sider. Siden disse avveiningene er typiske for problemstillinger som dukker opp ved tettere kontakt med publikum, ønsket jeg å høre respondentenes syn på redaktørens kontrollregime. Det er også svært relevant for vurderingene som må gjøres av Dagbladet, VG og TV 2 Nettavisen og andre med egen bloggjeneste for leserne.

Austenå var den mest kritiske til dagens praksis. "Jeg synes ikke den er god nok som den er i dag. Og jeg frykter at du har en situasjon hvor det blir lagt ut informasjon om privatpersoner som er av en slik grad at det påfører folk stor skade før noen blir gjort oppmerksom på det." Det er et generelt problem med brukerstyrt publisering at mange ikke vet at de er i et offentlig rom hvor de også har ansvar, mente hun. "På samme måte som de fleste sosialiseres inn i hvordan man oppfører seg i det offentlige rom, enten det er på en buss eller på et spisested eller en kino, så må man sosialiseres til å forstå det medansvar man har på webben." Hun trodde forståelsen av ansvaret ville komme etter hvert. "Men jeg frykter at det må noen straffesaker til. Jeg håper bare ikke det skjer noen selvmord som konsekvens av det."

På svar på tilsvarende spørsmål om eventuelle negative sider ved fri publisering, pekte Øy isteden på muligheten til umiddelbart tilsvarende og korreksjon. "Det at enhver kan korrigerer til enhver tid, og at

det skjer så raskt som det er mulig å gjøre, er jo (...) en slags korrektiv som kan likne Vær varsom-plakaten. Vær varsom-plakaten og PFU-systemet [Pressens faglige utvalg] tillater jo folk å klage og innlede en lang prosess, mens blogger og andre systemer for tilsvar på nettet vil jo få korreksjoner frem med det samme."

Selv om Øy synes det er en god løsning å kontrollere i etterkant, mente han - i likhet med Austenå - at avisene kan bli flinkere til å ta i bruk teknologi for å avsløre utglidninger. "Vi hører jo om en del uheldige tilfeller. Det finnes jo en del søke- og filterprogrammer som varsler om uheldige ord og uttrykk - hvis man vil bli gjort oppmerksom på det som redaktør så finnes det hjelpemidler. Hittil synes jeg ikke bransjen har vært flink nok til å ta i bruk akkurat det, men ellers synes jeg det går rimelig greit. Vi har ikke mange klager for eksempel til PFU på dette."

Også Rustad og Stærk støttet praksisen med å se bort fra forhåndskontroll. Det må utøves et skjønn, påpekte Rustad. "Hvis du ser at noen av disse strengene blir samlingssted for høyreekstremer eller ekstremister eller rasister, så er det veldig uheldig. Fordi de får både en kanal og en plattform å spre sånne budskap på. Men det motsatte er jo heller ikke bra, hvor det er sånn politisk korrekt tenkning (...) . Så faren er også fra den andre siden. (...) De [burde] hatt ressurser til å sitte og se hva det er folk skriver, og kanskje gjøre noe ut av det på en seriøs måte, hvilke stemninger som er ute blant folk. Isteden så velger man å legge lokk på det og ikke slippe det til, og det er ikke bra."

Debattforaene og lesernes blogger er utvilsomt et viktig felt for de etablerte mediene, siden det er her de kan eksperimentere med mulighetene brukerstyrt publisering skaper, og høste erfaring med dilemmaene. De intervjuedes svar peker i retning av at mediene bør bruke mer ressurser på å tilrettelegge og følge opp brukernes aktivitet - ikke mindre.

Samtale - hva slags samtale?

Den fabelaktige karrieren til påstanden "journalistikken går fra å være en forelesning til å bli en samtale" er beskrevet tidligere. En årsak til suksessen kan være at den har en normativ snert. Det er rett og slett vanskelig å si seg uenig i at mediene bør lytte mer til publikum. Hvem vil si at "min avis skal være som en forelesning"? Derfor var det spennende å høre respondentenes resonnementer her: Ville de problematisere premissene for påstanden?

Samtlige møtte samtale-metaforen med betydelig skepsis, igjen ut fra hver sine ståsteder. Ordlyden i spørsmålet: "Det sies at journalistikk vil minne mer og mer om et samtale eller et seminar, mens det før var som en forelesning eller en monolog. Aftenbladets nettredaktør brukte denne metaforen da Läsarbladet ble lansert. Hva mener du om denne spådommen eller diagnosen?"

- Austenå: "Jeg tror det blir en genre. Men jeg tror fortsatt du vil ha behov for journalistikken som går i dybden, som graver fram saker, som presenterer saker, problemstillinger, ansvarsforhold. Som søker å stille makt og myndighet til ansvar for hvordan makt og myndighet forvaltes. Det skjer sjelden i form av en dialog. At journalistikkens genrer kan utvides, du får nye former, men ikke at alt vil smelte sammen i en, det tror jeg ikke."
- Øy: "Det er jo i og for seg interessant, men jeg tviler på om det mer og mer kommer til å bli, i den forstand at det kommer til å overta for de tradisjonelle formene eller genrene i journalistikken. At det kan bli en ny genre, og kanskje særlig på nettet - og hvem vet, før eller siden kanskje journalistikk er bare på nettet også, det er ikke godt å si, men jeg tror det er langt frem. Jeg tror ikke journalistikken vil omdanne seg så radikalt (...). Også fordi at jeg tror at for mange blir det for tidkrevende å tilegne seg journalistikkens innhold. Jeg tror fortsatt vi kommer til å ha de fleste av de gamle genrene, men må bare ønske velkommen

nye også. For det er klart at denne vekselvirkningen mellom lesere og mellom journalister og lesere, tilfører noe nytt i mange sammenhenger."

- Stærk: "Man vil få mer av samtalen inn i mediene, rett og slett fordi det er en grei måte å drive medier på, å slippe til leserne i form av tilbakemeldinger. Det er noe som jeg tror vil bli veldig vanlig, at man på en artikkel kan legge til en kommentar og si at dette mener jeg om det. Men samtidig er det (...) ikke sånn at hvis du har en samtale med folk så kommer du fram til noe nyttig, noe som stemmer. Det kan hende at det eneste du oppnår er at de som skriker høyest får presentere sitt syn og så kan de skrike alle andre i senk, og så får du ikke noe nyttig ut av det. Man må kunne si at dette har jeg undersøkt grundig, dette vet jeg, hvis du mener noe annet så tar du feil. Det må man kunne si også som journalist. Man må kunne presentere noe man mener er fakta og forsøke å stå ved det."
- Rustad: "Det er igjen et spørsmål om hva de mener med ordet. Dette er litt som under maoismen, hvor de sa at den som vifter mest med den røde boka er de som er mest pålitelige (...). Hva mener man for eksempel med ordet dialogisk og dialogkultur? Det er litt problemet med vår tid. Ord blir veldig fort - det skjuler seg noe helt annet bak det. (...) Det kan fort bli en talemåte hvor du sitter med utvalgte representanter som har aksepterte meninger hvor du vet på forhånd hva som kommer til å bli sagt."

Skepsisen tyder på at det er behov for å gi samtale-påstanden mer reelt innhold, dersom den skal være en brukbar retningsanviser for journalistikken. I en karikert form som neppe er helt rettferdig overfor for eksempel Dan Gillmor, kan det fort virke som samtalebasert, blogginspirert journalistikk skal bli enerådende (en tenkt utvikling forsåvidt samtlige intervjuede protesterte mot). Isteden må debatten bli helt konkret: Nøyaktig hvordan skal mediene opptre for å tilpasse seg sitt publiserende publikum? En av Michael Karlssons konklusjoner på analysen av svenske nettaviser er at det er svært lite (synlig) reell samtale mellom redaksjonen og leserne, selv om det i teorien er flere muligheter for interaktivitet. Svenska Dagbladets nettsted svd.se var i undersøkelsesperioden det eneste som tilbød leserne å skrive kommentarer til artiklene (lesernes meninger ble publisert umiddelbart uten forhåndskontroll). Kommentarfunksjonen ble brukt. Det var 17 eksempler på kommentarer til journalistikken. Men ingen av disse fikk noen synlig innvirkning på det journalistiske innholdet, noterer Karlsson. Samtalen var ikke-eksisterende. "Ingen av de kommentarer som är riktad mot journalistiken har fått något synligt genmäle från svd.se. Det är dock svårt att i längden tänka sig att korrekta eller falska påpekanden om felaktigheter i nyheter kan stå oemotsagda. Är nyheten fel i detaljer eller helhet framstår det som ytterligt dumt att inte korrigera detta. Om anklagelsen mot nyhetsbeskrivningen är falsk finns det också skäl att underminera denna kritik" (Karlsson 2006, s. 130). Derimot var det flere eksempler på dialog brukerne i mellom i kommentarfeltet, men altså uten noen synlig interesse fra redaksjonens side. Etter hvert har flere norske nettsteder en tilsvarende kommentarfunksjon. Selv om unntak finnes, er trolig tendensen den samme her - en taus redaksjon. Dette kan bero på tidspress, men for brukerne vil det lett se ut som arrogance.

Regel nummer en må altså være å bry seg om sitt eget interaktive tilbud, oppsøke samtale og heve nivået på dem. Så vil neste steg være å vise at man faktisk ønsker å oppnå noe med interaktiviteten. Dette var et av Stærks poenger: "Det er greit, man skal slippe til leserne, man skal høre på dem og ha en samtale med dem, for ofte vet de mer enn deg, uansett vil det være noen blant dine lesere som er ekspert på det, og kanskje kan gi deg noe verdifullt. Men de aller fleste av leserne vil ikke være eksperter, og det å bare fokusere på samtalen som det store ved, det sentrale i mediene, det blir litt feil, det er bedre å fokusere på kvaliteten, å skrive noe som stemmer, og da kan du få hjelp av leserne, men det er ikke samtalen som nødvendigvis bringer deg dit. Kanskje kan samtalen spore av hele saken."

Bloggingens etikk

"Kilden for informasjon skal som hovedregel identifiseres," heter det i Vær varsom-plakatens punkt 3.1. Åpenhet om kildene dersom tungtveiende grunner ikke taler mot det, er en av reglene som skal styrke publikums tillit til mediene. Men en sammenlikning med praksisen som har utviklet seg blant bloggere, faller ikke heldig ut for journalistene. Publisering på webben gir unike muligheter til dokumentasjon, men det er bloggerne som best utnytter potensialet. Blant bloggere har det utviklet seg en uskrevet norm om at man skal lenke til relevante dokumenter og kilder man har brukt under arbeidet med innlegget, og som kan kaste mer lys over saken (Lasica 2004). Det kan knapt sies å eksistere noen tilsvarende norm i nettmedier. I norske nettaviser er det til og med fortsatt standard praksis å sitere store deler av en artikkel fra en annen avis uten å lenke til kilden.

På to andre områder utmerker også bloggere seg med en form for åpenhet en ikke er vant til å møte i medier som arbeider under Vær varsom-plakaten eller tilsvarende etiske normer i andre land. Det første gjelder åpenhet om egne feil. Medier innrømmer svært ugjerne at de har gjort feil, ut fra en ide om at det vil svekke troverdigheten. Men for bloggere er det nøyaktig motsatt: Hvis en blogger blir gjort oppmerksom på at hun har skrevet noe feilaktig, er det god takt og tone å korrigere umiddelbart. Men ikke nok med det, det forventes også at den opprinnelige feilen blir stående og at bloggeren eksplisitt tar ansvaret (typisk gjøres dette ved at fejlen feilen markeres ved gjennomstreking). I nettaviser er det, som Karlsson fant, vanlig å fjerne feil uten å legge igjen noen forklaring for leseren. I det hele tatt virker bloggernes innstilling til sitering og korrigering langt mer inspirert av det beste fra forskersamfunnet, enn fra journalistikken.

Det andre området er ikke fullt så enkelt for journalister å ta etter - å være transparent også om sine motiver. Bloggere forteller gjerne om eget politisk ståsted og innrømmer gladelig sin subjektive tilnærming. Dette bryter med forestillingen om at journalisten på reportasjeplass skal legge av seg personlige preferanser og agere på vegne av sin virksomhet i tråd med et allment presseideal om uavhengighet. Igjen er det paradoksale at bloggeres troverdighet synes å øke når de er åpne om egne "slagsider". Jeg spurte derfor respondentene om de trodde denne blogger-normen ville påvirke eller smitte over på journalister.

- Øy: "I den forstand at mediene ville gå en liknende vei? Det betviler jeg meget sterkt. Fordi troen på at journalistikken er upartisk og skal fremstå med åpne og kontrollerbare kilder nettopp for å bevise dette for leserne, det er jo hele ideen man bygger på. Jeg tror de fleste redaktører i dag mener at det å oppgi hva folk har av politiske standpunkter og meninger bare ville være å forvirre."
- Stærk: "Det er greit å være åpen om sine egne tilbøyeligheter, så man kan godt si fra om det. Men man kan ikke bruke det som unnskyldning til å drive med dårlig journalistikk etterpå. Det er bare informasjon som du i så fall gir ut til leserne for at de skal kunne stille strengere krav til deg etterpå. Enn om de trodde du ikke hadde noen politiske meninger i det hele tatt. Det er ikke nok i seg selv, det aller viktigste er om du forsøker å skrive objektivt, ikke om du er åpen om din partiskhet. Det er også folk som er helt åpent partiske, og som ikke har noe nyttig å bidra med."
- Austenå: "Jeg tror ikke det endrer målsettingen om å tilstrebe en objektivitet i saksframstilling i betydningen av kildekritikk og kildemangfold. Men jeg tror det kan medvirke til at man er tydeligere i meninger. Det er en diskusjon som er påbegynt og som blant annet Per Edgar Kokkvold i Presseforbundet har tatt til orde for og etterlyser, at mediene tar stilling og rådgir folk foran folkeavstemninger og foran valg, for eksempel. Skal mediene være meningsløse når folk faktisk skal gå til valgurnene, når man driver og mener

noe om en masse enkeltsaker. Kan man ikke da oppsummere hvilket alternativ man faktisk da mener er det beste? Og så noe som er kommet fram i en del enkeltsaker for å styrke mediernes troverdighet: (...) Blant annet i AUF-saken og saker om ungdomsorganisasjonene, så begynte en del medier (...) som dekket saken, å opplyse at vedkommende journalist selv hadde vært medlem i AUF, hadde vært medlem i Noregs Mållag... For å unngå at det kom som kritikk og som grunnlag for å undergrave mediets troverdighet senere, fra andre. Åpenhet om forhold som kan påvirke, slik at lesere og brukere er oppmerksom på det og kan tolke informasjonen i lys av det (...) ser jeg på som (...) en profesjonalisering."

- Rustad: "Det sitter veldig langt inne i det norske systemet [at journalister skal opplyse om politiske preferanser]. Det er som harskt smør." Journalister må våge å trekke seg selv inn i skriveprosessen, mente han. "Nesten alt som gjøres i norsk journalistikk er sånn at du stiller deg utenfor. Du skjuler deg bak det som er konvensjonelle oppfatninger. Og det synes jeg er en form for uærlig journalistikk. (...) Men det er klart at det er mer krevende, vondere, du blir ikke ferdig med jobben, hvis du skal legge inn det personlige elementet. Men det er du bare nødt for, hvis du skal gjøre en ordentlig jobb i dag. Det tror jeg leserne krever av deg."

Nå er det en måte en slik "varedeklarasjon" kan bli mer vanlig på i mediene - via kommentarjournalistikken. Det er jo allment akseptert at for eksempel avisenes kommentatorer er ganske åpne om preferanser. Dersom det blir vanligere med norske "j-blogger", kan det tenkes at flere journalister vil følge opp blogg sfærens norm om åpenhet om preferanser. Men det krever at de ikke tilpasser blogg-genren til egne normer i altfor sterk grad. Singers analyse av amerikanske j-blogger viste at journalistene som ikke har bakgrunn som kommentatorer, stort sett holdt egne meninger tilbake også på bloggen. "It may suggest something about the way that journalists are rationalizing the blog form: as a high-tech outgrowth of an existing commentary format rather than as an opportunity to change the way news itself is 'made' by professional journalists" (Singer 2005).

Forskjellene mellom blogg sfærens normer og klassiske journalistnormer tyder på at måten troverdighet etableres på webben skiller seg fra tradisjonelle medier. Wall noterer: "A survey of readers of news blogs suggests they are visited precisely because they are believed to be more credible than mainstream news outlets (...). Blogs are further perceived as credible because of another major characteristic (...): their relationship with their audience (...). Whereas traditional news outlets see audiences as customers who passively receive their product, bloggers see audiences as supporters and even peers" (Wall 2005). Her dukker altså "fra forelesning til samtale" opp igjen, men nå som et strukturelt trekk ved forholdet mellom "sender" og publikum, ikke som framtidsdrøm eller ideologi. Går en med på dette resonnetet, blir det også klart at nettavisene, som i Karlssons studie, ikke bør invitere til interaktivitet uten å stille opp til samtalen. Enda en norm i blogg sfæren vil også gjelde for nettmedier: Du må delta i debatten på ditt eget nettsted. Den som ikke gjør det, bryr seg ikke om publikum.

På høyde med trykkekunsten

Resonnementene rundt brukerstyrt publisering viser at det blir for snevert å betrakte dette som et rent medieinternt fenomen. Derfor var det sentralt også å få respondentene til å heve blikket og vurdere den større samfunnsmessige betydningen av at publiseringsmonopolet er opphevet. Konkret spurte jeg om det skaper problemer for samfunnet, alternativt tilfører samfunnet noe positivt, at hvem som helst kan publisere og at denne muligheten blir brukt. Dernest ba jeg til slutt om en vurdering av det mest positive og det mest negative ved brukerstyrt publisering.

Ytringsfrihet først og fremst

Grunntonen i svarene hersket det ikke tvil om: Samtlige hilste brukerstyrt publisering velkommen som en betydelig utvidelse av muligheten til å ytre seg. Det er grunn til å trekke fram dette, siden det er mulig å forestille seg andre svar (jeg skal komme inn på det i del 5). En sterk konsensus om et ytringsfrihetsperspektiv forener her, til tross for de intervjuedes ulike ståsteder og bakgrunner. Dette har jeg utledet av blant annet disse svarene på spørsmålet om brukerstyrt publisering tilfører samfunnet noe positivt:

- Austenå: "Ja, det synes jeg absolutt. Og særlig for ungdom. Jeg tror det er kjempemange ungdommer som debatterer i mange debatter gjennom å bruke nettet og diskutere på blogger. (...) Samfunnsdebatten, enten den foregår i avgrensede blogg-grupperinger eller i gammeldagse studiesirkler, har jo en verdi i seg selv. Og det at mange kan søke informasjon, sette sammen informasjon, gi sin vurdering av den og derigjennom kritisere, enten det er myndigheter eller medier eller organisasjoner, bedrifter, for utøvelse av deres virksomhet - det er viktig."
- Rustad: "Ja, utvilsomt. I "Tre dager for Condor" slutter jo filmen med at Robert Redford står foran New York Times-bygget. I dag ville det være (...) lagt ut på servere og umulig å stanse. Det synes jeg du ser også i debatten rundt islam og blasfemiparagraf, selv om det temaet ikke har vært noe særlig fremme. (...) Selv Allah kjemper forgyeves mot nettet. Det er ikke mulig. Og det er nesten sånn at du fikk en motreaksjon at nå ville folk vise at her er tanken fri, eller pennen. I den grad gutenbergske eller etablerte medier begynner å selvsensurere så vil jo nettets betydning bare øke."
- Stærk: "Du får bedre vilkår for utveksling av ideer, og det er en god ting i seg selv. Vi har ikke lenger muligheten til å filtrere bort interessante ideer. Vi tenker gjerne at vi sitter på alt det vi trenger å vite nå, men det er ikke nødvendigvis sånn. Det kan være en eller annen kjempegod ide som vil være veldig viktig for oss som vi ikke har tenkt på ennå. Det er lettere med sånne ideer når alle får lov til og har muligheten til å si hva de vil. Det ødelegger for tendensen til å stivne i en konformitet, i ensretting. Det er veldig sterk konformisme i alle miljøer, du skal ikke gå for langt utenfor det vi anerkjenner som seriøse oppfatninger. Det gjelder selvsagt også i blogger at man har den samme ensrettingen der, men fordi du har flere miljøer har du i alle fall bedre sjanser for å undergrave den ensrettinga enn om du bare har ett mediemiljø som vi har hatt i Norge."
- Øys synspunkt kom fram via det speilvendte spørsmålet, om brukerstyrt publisering kan skape problemer for samfunnet: "Nei, det ville være i strid med alt jeg tror på hvis jeg skulle svare bekreftende på det. Det er klart det er en virkeliggjøring av den ytringsfrihet som vi alle tror på." Og videre: "Men det er mulig at teknologien må legges noe til rette sånn at det blir lettere å få dialog. For det er klart at ytringsfriheten forutsetter jo at alle kan svare og delta med ytring. Så hvis man har en type enveis-ytring hvor det ikke er tilsvarsmuligheter, så kan det bli skjevheter."

Spørsmålet om eventuelle negative følger for samfunnet, besvarte Austenå med å peke på faren for misbruk av friheten: "Ansvaret for hva man publiserer, dersom det er informasjon om enkeltpersoner og private forhold, det er det som jeg er mest urolig for. At (...) ungdommer tar bilde av hverandre mer og mindre i fylla og at dette brukes - at bilder av barn og unge brukes av pedofile, at det fanges opp og misbrukes. Det er et ansvar som jeg tror mange ikke er klar over. Det er så enkelt å sitte og skrive, og så sender man det ut, liksom i det store intet, og så er det mange som kan se det og reagere på det og forholde seg til det. Men det ligger et veldig ansvar i å gå ut med

informasjon, enten det er tekst eller bilder eller lydfiler. Og det tror jeg mange ikke er klar over. Man kan skade enkeltpersoner grovt og krenke personer med å gjøre det."

Stærk viste til en annen type negative følger: At vårt "immunforsvar" mot konspiratoriske, paranoide ideer blir svekket. De etablerte mediens publiseringsmonopol har bidratt til å stenge ute mange interessante oppfatninger, men samtidig sørget for at de "mest vanvittige oppfatningene" ikke har hatt et forum. "Nå blir det lettere for de å slå seg fram. De kan nå ut til et mye større publikum." Stærks eksempel var revisjonistene og deres løgner om Holocaust. "Før internett og amatørmediene kom du ikke i kontakt med revisjonister. Du møter dem ikke noe som helst sted. Det var kanskje en tulling på skolen som ville bli nazist og det er alt. Men når du da kommer på nettet, og møter disse folka, så får du plutselig en masse argumenter imot deg som du ikke har tenkt på. Masse fakta som de presenterer, som refererer til 50-100 bøker som støtter deres syn. (...) Hvis du bruker masse tid på det kan du vurdere fakta mot hverandre og finne ut at det er faktisk helt på jordet, det de sier. Men du må bruke den tiden din først, og disse revisjonistene spiller nettopp på det paranoide i folk som finnes i de aller fleste. (...) Og da får man ikke den nytten av andres eksperterfaring som man trenger for å kunne vite om hvordan ting henger sammen. Man undergraver på en måte hele poenget, hele styrken ved vitenskapelig metode, med dette at du har folk som bruker masse tid på å sette seg inn i et emne slik at jeg skal slippe å gjøre det. Slik at jeg kan bygge videre på deres konklusjoner, så kan jeg bruke det til noe nyttig istedenfor å bruke all min tid på å sette meg inn i alle detaljene i alle spørsmål i hele verden."

Publiseringsmonopolets - eller redaktørprinsippets - "sensur" er ugjenkallelig borte, og må erstattes med andre botemidler, mente Stærk. "Jeg tror ikke vi ser at disse paranoide ideene forsvinner. De kommer heller til å styrke seg, tror jeg. Man har i tillegg muligheten til å møte andre som har tenkt akkurat de samme tankene, så får man en feedback ut av det igjen. Det krever en helt ny måte å tenke på disse tingene på. Man må angripe det problemet veldig direkte, ikke bare ignorere det som ide, men anerkjenne at de er en trussel, og at de er en større trussel nå enn de har vært. Større potensiell trussel iallfall."

Empowerment

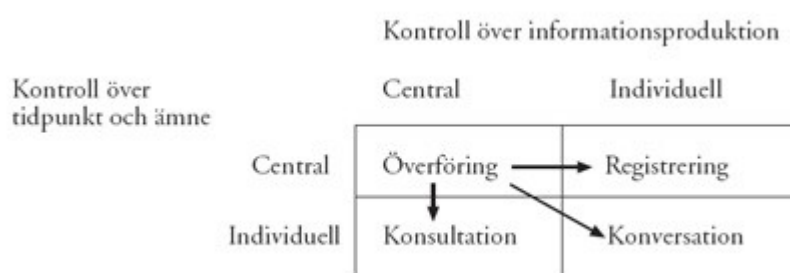
Den større åpenheten publiseringsmulighetene skaper, de bedre mulighetene for ytring, og skyggesidene - dette var resonnementer de intervjuede gjentok da jeg til slutt i samtalene presset dem på det "mest positive" og "mest negative" ved at folk publiserer selv. Øy framhevet at behovet for felles fora ikke vil bli mindre: "Det positive er jo at alle har fått en lett adgang til å ytre seg. Det problematiske ved det er at veldig mange fortsatt må finne seg i at dette er en ytring som kastes ut i et tomt rom. I den betydning at den kanskje ikke blir lest og oppfattet og imøtegått og skaper noe nytt, ny utvikling. Så de som ikke klarer å etablere en egen plattform, og det blir tross alt ikke så veldig mange i hvert språksamfunn, de er nødt til å gå til de tradisjonelle mediene hvis de er opptatt av å skape debatt i en bestemt sak."

Blogging gir enkeltmennesket en plattform for ytring. Enkeltmenneskene knytter seg raskt sammen i nettverk og overlappende offentligheter. "Social media"-trenden er det siste og foreløpig best utviklede uttrykket for det. Rustad trakk i sitt avsluttende svar opp det bredeste perspektivet på "mest positive": "Vi må til amerikansk for å finne en ordbruk som yter fenomenet rettferdighet. Empowerment. Det er en økning av individets muligheter og innflytelse og kreativitet og makt som er helt på høyde med oppfinnelsen av trykkekunsten. (...) At verden blir en og samtidig at individet har et så sterkt verktøy, så store muligheter til å kommunisere på tvers av tid og rom. Det er helt revolusjonerende i verdenshistorien."

5. Handlingsalternativer for mediene: svart boks eller orden i kaos

Istedenfor en tradisjonell, oppsummerende konklusjon vil jeg her anvende innsiktene fra intervjuene og analysen til en drøfting av hvilke konkrete handlingsalternativer journalister og redaktører står overfor - som jeg la opp til i delspørsmål 3.

Drøyt ti år etter webbens gjennombrudd begynner en utviklingslinje å avtegne seg. Etter hvert som de ulike betingelsene for den sosiale bruken av teknologien forbedres - på hardware-siden er dette for eksempel bredbåndsforbindelse for stadig flere, på software-siden stadig nye "social media"-tjenester - blir bevegelsen mot firkanten for "konversasjon" i Karlssons kommunikasjonsmodell stadig tydeligere:



På denne utviklingslinjen er mediernes tapte publiseringsmonopol en av hendelsene. Denne rapporten, og veldig mye av det som ellers sies og skrives om strukturendringer for mediene, er i bunn og grunn forsøk på å forstå denne hendelsen og hvilke følger den får.

At kommunikasjonen graviterer i retning konversasjon betyr ikke, som Michael Karlsson påpeker i sin studie, at den er i ferd med å erstatte overføringsmodellen (Karlsson 2006, s. 208). Men det er i seg selv et ganske kraftig jordskjelv at overføringsmodellen får konkurranse. Jeg har mange ganger lurt på hvorfor norske mediefolk tilsynelatende tar dette så rolig, eller til og med ignorerer det (det finnes selvsagt unntak). Økonomien kan være en årsak. Krisetegnene for VG og spesielt Dagbladet er på mange måter unntak. Ellers har vi ikke hatt noe dramatisk fall i avisopplag. Heller ikke annonseinntektene til avisene har stupt, i hvert fall ikke sammenliknet med land som Tyskland. Fjernsyn og radio har fortsatt gode tider og tiltrekker seg massepublikum som før.

Om den norske mediestructuren vil vise seg like robust framover, skal jeg ikke spå om, bare vise til at debatten føres med et annet alvor og intensitet utenfor våre grenser. Et av mange eksempler er Rupert Murdoch, mediemogulen norske mediefolk og -politikere elsker å hate. I mars 2006 holdt han en tale der han spådde at vi står foran en "informasjonens gullalder". Men mediene må forandre seg for å overleve i den: "Societies or companies that expect a glorious past to shield them from the forces of change driven by advancing technology will fail and fall. That applies as much to my own, the media industry, as to every other business on the planet. Power is moving away from the old elite in our industry - the editors, the chief executives and, let's face it, the proprietors. A new generation of media consumers has risen demanding content delivered when they want it, how they want it, and very much as they want it. This new media audience - and we are talking here of tens of millions of young people around the world - is ALREADY using technology, especially the web, to inform, entertain and above all to educate themselves. This knowledge revolution empowers the

reader, the student, the cancer patient, the victim of injustice, anyone with a vital need for the right information" (Murdoch 2006). Oppkjøpet av MySpace.com, som i april 2006 hadde over 70 millioner medlemmer, er ett tegn på at Murdoch mener alvor (Hansell 2006).

I det følgende vil jeg diskutere to hovedalternativer for handling. Først i karikerte, så i mer nyanserte vendinger. Drøftende partier vil veksle med konkret stillingtagen og anbefalinger.

Alternativ A: Retrett til den svarte boksen

Slutten på kringkastingsmonopolet i Norge dateres gjerne til 16. desember 1981, dagen da kulturminister Lars Roar Langslet annonserte prøveordningen med nærradio. En omstridt nyordning, også blant enkelte journalister. Slik vurderte sjef i NRK Dagsnytt Kjell Lokvam nærradioeksperimentet: "Innføringen av nærkringkasting kan være et fatalt feilgrep og en sterk nedvurdering av journalistikken som fag. Generelt misliker jeg sterkt at amatører skal få lov til å tukle med journalistikken" (sitert i Ottosen 1996, s. 450). Dette kan virke kuriøst i dag, men sitatet er tatt med for å minne om at avvisning av "journalistikken som samtale" kan framstå som et reelt alternativ for mange. Hvis en først ser farer for journalistikken ved amatørernes "tukling", må situasjonen i dag virke uendelig mye mer truende enn i 1981. Og det er faktisk ikke vanskelig å finne ferske eksempler.

Ambassadører og "dödgrävare"

Under tittelen "Journalistikens dödgrävare?" angrep det svenske journalistforbundet (SJF) i mars i år et initiativ fra gratisaviskonsernet Metro (SJF 2006). Metro planla 26 lokale nyhetsnettsteder, ett for hver kommune i Stockholm-regionen som i dag ikke har egne lokalaviser. Reporterne skulle rekrutteres blant folk flest og bli Metros "ambassadører". Metro-redaktøren ville gi disse medborgerjournalistene et grunnkurs i journalistikk før de satte i gang. SJF kalte initiativet "ett hån inte bara mot journalistiken och människors arbete utan också mot läsarna/medborgarna", og konkluderte: "Välutbildade journalister är en förutsättning för att medierna ska kunna fullgöra sin demokratiska uppgift men också för att journalistyrket ska betraktas – och avlönas – som det kvalificerade yrke det är. Att alla journalister har tillräcklig utbildning för yrket borde vara självklart, inte minst för chefredaktören på ett stort medieföretag."

I dette tilfellet dreier det seg altså om å gå et skritt videre fra "samtale" med publikum til noe som likner en mellomting mellom amatør- og profesjonell journalistikk. I intervjuene spurte jeg ikke om dette eksemplet (det kom fram etter at intervjuene var gjort). Men Aftenbladets nevnte "Läsarbladet" var lansert, og også der skal leserne skrive artikler. Austenå svarte slik på spørsmål om sitt syn på Läsarblad-konseptet: "Mange lokalaviser har jo allerede at folk sender inn bilde og en liten epistel fra årsmøte i lokallaget av et eller annet slag, hagelag eller speidergrupper eller et eller annet (...). Jeg ser vel på dette som det, som en utvidelse av leserbrevspalte." For Austenå var det avgjørende punktet at redaksjonen skulle redigere bidragene som vanlig.

Både Austenå og Øy sammenliknet med koreanske OhmyNews, som honorerer sine "citizen journalists". Heller ikke Øy ga uttrykk for noen bekymring for slike konsepter. Han viste heller til en historisk parallell: "Det var jo nesten sånn papiravisene startet på 1700-tallet, ved at det stort sett var folk som leverte meldinger og artikler, som ikke var ansatt, og så ble de redigert av boktrykkeren."

Sjarlataner og autoriteter

"Ærlig talt, ass", innledet Sissel Benneche Osvold en kommentar i Dagbladet publisert 20. mars i år

(Osvold 2006). Her var både bloggere, tekstmeldinginnsendere til TV-debatter og journalister som hadde hoppet på bloggtoget mål for kommentatorens harselas. "De politiske kommentarjournalistene må jekke seg ned for å møte folket på like fot. De proffe bloggerne er nemlig uten respekt. Dessuten kan de være anonyme. DET ER BRA. Det er ikke minst demokratisk," lød ironien. Som bidrag til mediernes og journalistikkens utvikling kan dette leses inn i tradisjonen fra Lokvam, selv om formen er en annen. Dette er også en type reaksjon det ikke har vært så mange eksempler på i Norge - kanskje noe overraskende. Som denne rapporten har vist, er det grunn til å vente gnisninger når semiprofesjonen journalistikk blir utfordret. Jane B. Singer noterer at det er nettopp i slike situasjoner profesjonens medlemmer griper inn: "Particularly when the professional status of an occupation is in dispute, as it is for journalism, its leaders typically claim certain levels of technical performance and standards of community orientation, labeling as 'charlatans' those outsiders who fall short" (Singer 2003).

Dagbladets lesere ble ikke gitt mulighet til å kommentere nettversjonen av Osvolds kommentar direkte, men den inspirerte noen bloggere til dyst. "The times, they are a-changing. Jeg skjønner det er hardt å ta innover seg at samfunnsdebatten ikke er forbeholdt folk fra godt møblerte hjem med uforbeholden respekt for eldre autoriteter. Men hvis vi såkalte modernordere ikke skal avskrive deg som en fordums storhet, så får du nesten bare tåle det. Du er ikke mora mi, skjønner du, Sissel," skrev en (Marion 2006). "Journalisten er hevet over bloggerenes trivielle hverdag. Dere skal lage forbrukerstoff om hvilket mobilselskap som er billigst, hvilke sex-leketøy du skal velge, om du bør bytte bank nå, eller kanskje binde renta," bemerket en annen (Vox Populi 2006).

"Bloggers vs. journalists" er kanskje ikke helt over.

"Selvdestruerende journalister"

Sett fra Europa er amerikansk journalistikk i dyp krise, skrev direktør Bertrand Pecquerie i World Editors Forum (organisasjonen for redaktører innen World Association of Newspapers) i april 2006 (Pecquerie 2006). Ikke nok med det, amerikanske medier har frivillig innlatt seg på en utvikling som fører til svekkelse og til slutt selvdestruksjon, advarte han.

Årsaken var rett og slett den her mye omtalte ideen om journalistikkens utvikling fra forelesning til samtale. Det er greit med mer dialog med leserne, men når leserne skal skrive selv går det for langt, mente Pecquerie: "At first glance, the intuitions of citizen journalists such as Dan Gillmor were full of good intentions, but in the end they could be threatening the basic principal of journalism: investigation."

Med andre ord, når journalister og redaktører blir så opptatt av å kommunisere med leserne og til og med oppmuntre til medborgerjournalistikk, snus oppmerksomheten vekk fra researchdelen av journalistikk. Resultatet av distraherede journalister blir en forvirrende blanding av informasjon, underholdning og kommunikasjon, en slutning som minner om Osvolds budskap. "Citizen journalism" og mediernes stolteste tradisjoner - den uavhengige, gravende journalistikken - blir i dette resonnementet motpoler.

Å be om troverdighetskrise

Det er vanlig å se mediene som en av de mest lukkede bransjene. Journalister protesterer mot alt som kan svekke deres autonomi, slik som å gi andre innsyn i arbeidsprosesser (Singer 2005). Fra leserens perspektiv er dagsavisen det perfekte uttrykket for en slik bransje, fordi den så å si kommer ut av en svart boks en gang i døgnet, fiks ferdig (Karlsson 2006, s. 193). Leserne ser ikke noe av innsamlings-, redigerings- og formgivningsprosessene som pågår inne i boksen. Når denne bransjen tar webben i bruk, forskyves forholdet, slik jeg var inne på i del 3. Deler av de tidligere skjulte

prosessene blir synlige for publikum. Når så stadig større andeler av publikum gjør sine egne publiseringserfaringer, forskyves grunnlaget for journalistikkens troverdighet. Reaksjonene fra journalisthold som er referert i dette avsnittet, er symptomer på denne forskyvningen.

Retretten til den svarte boksen er altså et alternativ, men ikke tilrådelig. Det er neppe omdiskutert i dag at massemediene må ha en sterk tilstedeværelse på nettet, og ikke bare Rupert Murdoch mener at store deler av inntektene etter hvert vil komme derfra. Utviklingen, ikke minst slik den analyseres av Michael Karlsson, gjør det sannsynlig at nettmediene før eller siden havner i vanskeligheter dersom de tror det går an å omplassere den svarte boksen til webben. Journalistene blir nødt til å gjøre de nye betingelsene for nyhetsproduksjonen forståelige for publikum, og skape en ny, stabil konsensus om nettjournalistikkens ulike genrer. For publikum kommer selv til å finne ut at alt ikke er som før: "Kommer produsenterna eller konsumenterna ändra sin syn på journalistiken först? Är svaret på den frågan konsumenterna så kommer vi troligen att få en förtroendekris för journalistiken som produsenterna finner svårbegriplig" (Karlsson 2006, s. 199).

Alternativ B: Samtalens mange former

At medier eksperimenterer med blogger og medborgerjournalistikk kan være tegn på at i hvert fall noen vil forebygge en slik troverdighetskrise. Og dermed er vi igjen tilbake ved samtalen.

De svenske nettavisene analysert av Karlsson innbød til ulike former for interaktivitet, men resultatet var lite tilfredsstillende. Karlsson fant svært lite genuine samtaler, og det lille som var av synlig interaktivitet minte mest om et kor i utakt. Det er i det hele tatt interessant å observere hvordan de etablerte mediene i over ti år har snublet avgårde med sine mer eller mindre vellykkede interaktive eksperimenter. I mellomtiden har nettsteder og tjenester uten medietilknytning klart å skape særdeles gode betingelser for debatter, idedeling og kommunikasjon.

Bowman og Willis har plassert journalistene trygt i midten i sin økologiske mediemodell (se del 3). De mediene som velger alternativ B, vil ha som mål å beholde denne sentrale plasseringen. Framfor selvestruksjon, kan det være en vei til styrket troverdighet (og trolig også økonomi, en vurdering som naturligvis lå bak Murdochs kjøp av MySpace.com). Samtalen - eller bedre, symbiosen - med omgivelsene kan ta mange former, og det vil være feller å gå i. I det følgende vil jeg peke på noen eksempler på initiativer som har både lovende og problematiske sider ved seg.

Hva vil brukerne?

Den kanskje mest ambisiøse varianten av å trekke brukerne med er "citizen journalism", det Pecquerie advarte mot. Bowman og Willis heller kaldt vann i blodet på dem som måtte tro at folk flest står og tripper for å bli amatørjournalister. Erfaringen er at folk ønsker å bidra på måter som er meningsfulle for dem, for eksempel ved å rapportere om temaer mediene ignorerer. Medborgerjournalister vil dele informasjon om noe de er sterkt opptatt av med andre (Bowman og Willis 2005). Det er ikke noe dårlig utgangspunkt for vellykket kunnskapsproduksjon. Men Dan Gillmors vanskeligheter med Bayosphere-prosjektet viser hvor mye arbeid som må legges ned for at prosjekter basert på brukernes innsats skal fungere: "Citizen journalists need and deserve active collaboration and assistance. They want some direction and a framework, including a clear understanding of what the site's purpose is and what tasks are required" (Gillmor 2006). Folk må ha insentiver for å bidra, det vil si en form for godtgjørelse (noe OhmyNews lenge har operert med). Sist, men ikke minst, produktet som kommer ut må holde et visst nivå. De fleste som besøker et nettsted er tross alt ikke deltakere, medgir Gillmor. At bruken blir for tidkrevende var også Nils Øys innvending mot samtalebaserte journalistiske konsepter.

Mine og dine bloggere

I løpet av få måneder har mange tusen nordmenn takket ja til tilbudet om blogg-plass hos VG, Dagbladet og TV 2 Nettavisen. Å skrive under et kjent mediums logo oppleves åpenbart som attraktivt av mange. Dette er altså en konkret måte å pleie økosystemet på. En må tro at de som blogger hos VG, også er tilbøyelige til å besøke VGs nyhetssider, lenke til artikler der og bidra til å trekke flere brukere til nettstedet.

I intervjuet var Hans Rustad skeptisk til de norske mediens bloggtjenester: "Som jeg forstår det er det co-opting, et forsøk på å ufarliggjøre det og få lagt et nytt konsept inn under sin logo, sitt mediehus." Bjørn Stærk så pragmatisk på det: Dersom redaksjonen legger seg for mye opp i hva som publiseres, er det bare for brukerne å velge en annen tjeneste.

Nettavisene bruker noe redaksjonelle ressurser på å profilere innlegg fra bloggene på avisens forside. Felles er at de bare profilerer "sine" bloggere. Det er nok kommersielt sett logisk, men neppe noe som utvikler den norske blogg sfæren som en bred offentlighet. Det ser også ut til at mange av bloggerne på de ulike tjenestene forholder seg mest til de andre på samme tjeneste. Det forsterker tendensen til at avisenes bloggtjenester utvikler seg til halv-lukkede samfunn, og kan for såvidt gi Rustad rett i mistanken om ufarliggjøring. Vil VG og Dagbladet profilere en blogger som refser avisen? Som "adopterer" en av avisens journalister og leser hennes artikler med lupe?

En alternativ eller komplementær strategi til å skaffe seg "egne" bloggere er å knytte blogg sfærens diskusjoner direkte til hver enkelt artikkel, en tjeneste Technorati tilbyr. Washington Post er en av nettavisene som har tatt denne i bruk, og her kan man fortløpende følge med på hvilke av avisens artikler som skaper mest debatt, og i hvilke blogger. Siden dette er en automatisk generert tjeneste, har denne løsningen ingen slagside mot bestemte bloggtjenester.

Lesernes ombud, "community"-pleie

Midt oppe i alle ambisiøse ideer om blogging og medborgerjournalistikk, er det lett å glemme de aller enkleste virkemidlene. Forskyvningen i hvordan troverdighet skapes er drøftet flere steder i denne rapporten. En logisk måte å styrke mediers troverdighet på generelt, er å innføre et leserombud. Her er det mye å lære av Bergens Tidendes Terje Angelshaug, som kontinuerlig tar opp viktige saker, ikke minst presseetiske problemstillinger. Han deltar også aktivt i debatter på BTs eget debattforum. Nettjournalistikkens genrer er fortsatt nye, og nettavisene tiltrekker seg mange brukere med svært ulik teknisk kompetanse. Da virker det rimelig å forvente at et nettavislesernes ombud kunne bidra til å opplyse brukerne om hvordan avisen jobber og hvordan den så å si kan brukes mest effektivt. Hvilken nettavis blir den første til å innføre et slikt ombud?

En relatert funksjon har såkalt community-ansvarlig på en nettavis, en stilling enhver nettavis av en viss størrelse bør opprette. En slik medarbeider bør være godt synlig på nettstedet, delta i debatter, tegne og forklare, men også ha en strategisk rolle i det kontinuerlige arbeidet med å posisjonere nettavisen i økosystemet. Det er lett å tenke seg at denne stillingen snart vil bli en av de viktigste overhodet i nettavisenes redaksjoner. Som Bowman og Willis noterer: "It's easy to underestimate what it takes to be successful in an online community. It requires more than Web sites and tools. Communities will not survive on the "Build it and they will come" ethos. They require constant attention, involved leadership and most important, nurturing."

Public service anno 2006

De vesteuropeiske allmennkringkasterne har beholdt sin status som noen av offentlighetens viktigste institusjoner godt inn i internettepoken. Alle angrep på det spesielle privilegiet

lisensfinansieringen innebærer er hittil blitt avverget, 25 år etter nærradiofrislippet. Men også for allmennkringkasterne er det rimelig å tro at et annet monopols fall, publiseringsmonopolet, vil påvirke forholdet til publikum og måten virksomhetens troverdighet bygges på (jeg ser her bort fra andre viktige tendenser som innføringen av bakkesendt digital-TV).

NRK har foreløpig konsentrert seg om å utvide sitt eksisterende tilbud til nye plattformer. Dessuten er brukerne forsøkt trukket inn gjennom ulike formater som innsending av tekstmeldinger til debattprogrammer. Det har også vært forsøk med debattforaer på NRKs nettsted. På webben har imidlertid ikke NRK oppnådd den posisjonen en burde kunne forvente.

BBC har lenge arbeidet med en ambisiøs nettstrategi. Blant annet har kringkasteren lovet å gjøre stadig større deler av sitt arkiv gratis tilgjengelig for britiske nettbrukere gjennom prosjektet Creative Archive. Tjenesten Backstage lar teknisk kyndige bygge videre på BBC-materiale og skape nye løsninger og tjenester. I april 2006 ble så en videreutvikling av strategien lansert. Alle framtidige digitale satsinger fra BBC skulle fokusere på tre konsepter: "share, find og play". Ideene bak likner en del på Murdoch's MySpace.com, siden brukerne skal gis sjansen til å skape sitt eget "space", blogge og publisere sine egne videoer der. BBC ville også koble seg til "social media"-tjenester som Flickr, webleksikonet Wikipedia og andre (Sweeney 2006).

BBC har åpenbart trukket vidtgående slutninger basert på en liknende forståelse av "det tidligere publikum" som er drøftet i denne rapporten. En så omfattende strategisk omlegging betyr at BBC-ledelsen venter seg store endringer i måten borgerne bruker medier og kommuniserer på. BBCs omfavelse av "social media"-tenkningen representerer kanskje den mest radikale nyorienteringen av samtlige eksempler henvist til her.

En folkebevegelse for bedre medier?

"Du har ikke noen garanti for at folk som snakker sammen kommer fram til noe lurt (...). Det er et gigantisk eksperiment hele greia," sa Bjørn Stærk om hva som kan bli utfallet av det han kalte en ustabil mediesituasjon. Hans håp var at konkurransen ville tvinge fram det beste i de etablerte mediene, men det følte han seg ikke sikker på.

I ønsket om bedre medier - ikke om å avskaffe journalistikken - er Stærk på linje med mange av de internasjonale opinionslederne innenfor brukerstyrt publisering. Etter hvert som prosjekter som Wikipedia og gratis-rubrikk-tjenesten Craigslist har gått fra suksess til suksess, har grunnleggerne Jimmy Wales og Craig Newmark poengtert at de ikke ønsker å "vinne over" mediene - de vil ha mer undersøkende journalistikk, mer genuin reportasjevirksomhet (Terdiman 2006). Det beste ville være om amatørerne og de profesjonelle samarbeidet, mente de. Den samme konklusjonen er bloggeren Instapundit alias jusprofessor Glenn Reynolds kommet til. I sin bok om "geriljamedier" bruker han innsatsen fra "citizen journalists" etter tsunamien som et av eksemplene på et samarbeid som forbedrer mediene. Men dette bør være regelen, ikke unntaket: "In a crisis, the value of having thousands of potential correspondents out there with computers, digital cameras, and other technology is obvious. But in fact, the value is there all the time. Noticing that may take them a bit longer, but I suspect that they will notice it in the end. Those who don't may wind up being replaced by those who do" (Reynolds 2006).

På mange måter er den virkelige utfordringen for mediene å få det publiserende publikum til å spille på lag med seg - å få brukerne med seg på å skape, verdsette og løfte fram god journalistikk. De nyhetsredaksjonene som klarer å gjøre det aktive publikum til en folkebevegelse for bedre medier

istedenfor å tvinge dem på flukt fra dårlige, trenger ikke frykte for framtiden.

Hva er så norske mediers forutsetninger for å klare dette? Egentlig burde de være ganske gode. Sammenliknet med store amerikanske medier er trolig de norske langt smidigere og lettere å omstille. Størrelsen gjør at mange av dem har et nært forhold til publikum allerede. Sammenliknet med for eksempel det tyske er det norske publikumet svært positivt innstilt til teknologisk endring. Andelen som leser og abonnerer på aviser er fortsatt svært høy i internasjonal sammenheng, og allmennkringkasterne har en sterk stilling.

Samtidig, hvis Hans Rustad har rett i sin kritikk av arroganse hos norske journalister og redaktører, utgjør det et meget alvorlig problem. Et publiserende publikum ser ut til å utvikle allergi mot arrogante autoriteter, særlig så svakt fundamenterte autoriteter som journalister. Denne reaksjonen kan bli desto kraftigere der egalitære ideer om samfunnet står sterkt, slik som i Norge. Slik sett blir et tap av troverdighet for mediene faktisk enda mer prekært her enn i andre samfunn.

Samarbeidet for bedre medier kan, som forsøkt vist gjennom denne rapporten, ta ulike former. Amatørjournalistiske bidrag som Reynolds anbefalte, har mange norske medier mottatt allerede, men dette kan systematiseres og utvides. Ved å følge bloggspåren og de ulike andre områdene for brukerstyrt publisering kan endringsprosesser snappes opp tidligere. I en studie av bloggeres bidrag til opinionsdanning og dagsordensetting konkluderer Aaron Delwiche med at vi er på vei til en tilstand der folk vil fortelle mediene hva de ønsker å vite mer om, istedenfor at mediene forteller folk hva de skal være opptatt av (Delwiche 2005). I det hele tatt vil en viktig oppgave for medier som vil overleve være å skape en ny form for orden ut av kaos og kakofoni - et kaos de, ifølge Michael Karlsson, har vært svært delaktig i å produsere selv. Men morgendagens orden kan ikke være noen kopi av gårsdagens.

De som ble intervjuet til denne rapporten, la for dagen en grunnleggende positiv innstilling til utvidelsen av reell ytringsfrihet brukerstyrt publisering innebærer. Dersom norske medier skal lykkes med denne omstillingen, må dette være en representativ holdning - som blir fulgt opp i praksis. Ellers kommer de til å få med bloggerne å gjøre, eller enda verre, bli glemt av dem.

Litteraturliste

Andersen, Roy Freddy (2006): "Tror bin Laden er klar for atomangrep", *VG* 20. januar. Hentet 23. april 2006 fra: <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=138704>.

Anderson, Benedict (1996): *Forestilte fellesskap*, Oslo.

Austenå, Ann-Magrit (2006): "Internettutfordringer for NJ". Hentet 20. april 2006 fra: <http://www.nj.no/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=4537>.

Baoill, Andrew Ó (2004): "Weblogs and the Public Sphere", i L.J. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, & J. Reyman (red.), *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Hentet 12. juni 2005 fra: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs_and_the_public_sphere.html.

Bowman, Shayne og Chris Willis (2005): "The Future Is Here, But Do News Media Companies See It?", *Hypergene Mediablog*, 22. desember. Hentet 20. april 2006 fra: <http://www.hypergene.net/blog/weblog.php?id=P327>.

Braiker, Brian (2005): "History's new first draft", *Newsweek* 9. juli. Hentet 22. april 2006 fra: <http://www.msnbc.msn.com/id/8512552/site/newsweek/>.

Delwiche, Aaron (2005): "Agenda-setting, opinion leadership, and the world of Web logs", *First Monday* vol. 10, nr. 12. Hentet 14. desember 2005 fra: http://www.firstmonday.org/issues/issue10_12/delwiche/index.html.

Fiske, John (1982): *Introduction to communication studies*, London.

Gillmor, Dan (2004): *We the Media*, Sebastopol, CA. Hentet 14. september 2004 fra: <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>.

- (2006): "From Dan: A Letter to the Bayosphere Community", *Bayosphere* 24. januar. Hentet 22. april 2006 fra: http://www.bayosphere.com/blog/dan_gillmor/20060124/from_dan_a_letter_to_the_bayosphere_community.

Godin, Seth (2005): *Who's there? Seth Godin's Incomplete Guide to Blogs and the New Web*. Hentet 19. april 2006 fra: http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/files/whos_there.pdf.

Habermas, Jürgen (1971): *Borgerlig offentlighet*, Oslo.

- (2006): "Ein avantgardistischer Spürsinn für Relevanzen. Was den Intellektuellen auszeichnet." Takketale ved mottakelse av Bruno-Kreisky-Prisen, 9. mars, Wien. Hentet 23. april 2006 fra: <http://www.renner-institut.at/download/texte/habermas2006-03-09.pdf>.

Hansell, Saul (2006): "For MySpace, Making Friends Was Easy. Big Profit Is Tougher," *New York Times* 23. april. Hentet 26. april 2006 fra: <http://www.nytimes.com/2006/04/23/business/yourmoney/23myspace.html?ex=1303444800&en=68344369c2b006ac&ei=5090&partner=rssuserland&emc=rss>.

- Haugan, Bjørn (2006): "SVEKKET - tillit til SV-lederen Folk flest støtter ikke boikott", *VG* 10. januar.
- Høgenhaug, Marte (2005): "Journalister ser rødt," *Propaganda* 4. april. Hentet 23. april 2006 fra: <http://www.propaganda-as.no/emneomrader/media/journalister+ser+r%F8dt/art211524.html>.
- Johansen, Anders (2002): *Talerens troverdighet*, Oslo.
- Jortveit, Salve (2002): *Pressen & De rike*, hovedoppgave, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Karlsson, Michael (2006): *Nätjournalistik. En explorativ fallstudie av digitala mediers karaktärsdrag på fyra svenska nyhetssajter*, Lund. Hentet 11. april 2006 fra: http://theses.lub.lu.se/scripta-archive/2006/01/25/soc_560/Naetjournalistik.pdf.
- Keshelashvili, Ana (2005): "Patterns of self-expression and impression management in blogs", Baton Rouge. Hentet 18. april 2006 fra <http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-01172005-051703/unrestricted/02body.pdf>.
- Krumsvik, Arne (2006): "Den problematiske nettjournalistikken", *Dagens Næringsliv* 27. februar. Hentet 20. april 2006 fra: <http://home.hio.no/~arnehk/publications/060227-DNs43.htm>.
- Lampa, Graham (2004): "Imagining the Blogosphere: An Introduction to the Imagined Community of Instant Publishing," i L.J. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff, & J. Reyman (red.), *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Hentet 12. juni 2005 fra: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/imagining_the_blogosphere.html.
- Lasica, J.D. (2004): "Transparency Begets Trust in the Ever-Expanding Blogosphere", *Online Journalism Review* 12. august. Hentet 24. april 2006 fra: <http://www.ojr.org/ojr/technology/1092267863.php>.
- Leveraas, Paal (2005): "VGs flodbølge-allianse med leserne", *Neste Klikk* 4. mars. Hentet 20. april 2006 fra: <http://www.nesteklikk.no/20050304/54614.html>.
- (2006): "Opp som en blogger, ned som en landsbyoriginal", *Neste Klikk* 7. april. Hentet 20. april 2006 fra: <http://www.nesteklikk.no/20060407/91333.html>.
- Lively, Jack (1975): *Democracy*, Oxford.
- Mandag Morgen (2005a): "Valgkampspillet tenner ikke bloggerne", nr. 24, 22. august.
- (2005b): "Bloggere tvinger virksomheter til radikal omlegging av kommunikasjon", nr. 32, 17. oktober.
- (2006): "Nye opinionsledere surfer på bloggølgen", nr. 11, 20. mars.
- "Marion" (2006): "Sissel Benneche Osvold og bloggspissing", 22. mars. Hentet 26. april 2006 fra: http://marion.blogg.no/220306165248_sissel_benneche_osvold_og_bloggs.html.

- Mortensen, Eric (2006): "Ja til ytringsfrihet", *Amerikanske tilstander*. Hentet 20. april 2006 fra: http://www.amerikansketilstander.no/2006/01/ja_til_ytringsf.html
- Murdoch, Rupert (2006): "Murdoch speech at Stationers Hall", *Times Online* 13. mars. Hentet 26. april 2006 fra: <http://business.timesonline.co.uk/article/0,,9071-2083911,00.html>.
- Nord, Malin (2006): "Nu kan du bli chef över nyheterna på aftonbladet.se", *Aftonbladet* 23. februar. Hentet 23. april 2006 fra: <http://www.aftonbladet.se/vss/nyheter/story/0,2789,783007,00.html>.
- Nygren, Gunnar (2005): "Bloggsfären - en konverserende offentlighet," i Våge, Stattin, Nygren: *Bloggtider*, Stockholm.
- Nærland, Mina Hauge (2006): "Norges beste blogger starter Muhammed-aksjon", *Dagbladet* 1. februar. Hentet 28. april 2006 fra: <http://www.dagbladet.no/nyheter/2006/02/01/456517.html>.
- Osvold, Sissel Benneche (2006): "Blogg, blogg", *Dagbladet* 20. mars. Hentet 24. april 2006 fra: <http://www.dagbladet.no/nyheter/2006/03/20/461189.html>.
- Ottosen, Rune (1996): *Fra fjærpenn til Internett. Journalister i organisasjon og samfunn*, Oslo.
- (2004): *I journalistikkens grenseland. Journalistrollen mellom marked og idealer*, Kristiansand.
- Pecquerie, Bertrand (2006): "Is American Journalism Self-Destructing?", *CBS News Public Eye*, 14. april. Hentet 23. april 2006 fra: <http://www.cbsnews.com/blogs/2006/04/13/publiceye/entry1498205.shtml>.
- Reynolds, Glenn (2006): "The rise of guerrilla media", *The New Atlantis* nr. 11. Hentet 17. mars 2006 fra: <http://www.thenewatlantis.com/archive/11/reynolds.htm>.
- Robinson, Susan (2006): "The mission of the j-blog. Recapturing journalistic authority online," *Journalism* vol. 7 (1), London.
- Rosen, Jay (2004a): "The Weblog: An Extremely Democratic Form in Journalism", *PressThink*, 8. mars. Hentet 22. april 2006 fra: http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/03/08/weblog_demos.html.
- (2004b) - "Undercurrent: Nation, Region, Weblog, Home", *PressThink* 15. desember. Hentet 18. april 2006 fra: http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/12/15/berk_olav.html.
- 2005: "Bloggers vs. Journalists is Over", *PressThink*, 15. januar. Hentet 21. april 2006 fra: http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2005/01/15/berk_pprd.html.
- Scholz, Jens (2006): "Jean-Remy von Matt ist beleidigt", *jensscholz.com*, 19. januar. Hentet 28. april 2006 fra: http://www.jensscholz.com/2006_01_01_archive.htm#113762765814900254.
- Scott, Esther (2004): "Big Media" meets "The Bloggers": Coverage of Trent Lott's remarks at Strom Thurmond's birthday party," Joel Shorestein Center on the Press, Politics and Public Policy for use at the John F. Kennedy School of Government. Hentet 17. april 2006 fra: http://www.ksg.harvard.edu/presspol/Research_Publications/Case_Studies/1731_0.pdf.

- Sifry, Dave (2006a): "State of the Blogosphere, February 2006 Part 2: Beyond Search", *Technorati Weblog* 13. februar. Hentet 18. april 2006 fra: <http://technorati.com/weblog/2006/02/83.html>.
- (2006b): "State of the Blogosphere, April 2006 Part 1: On Blogosphere Growth", *Technorati Weblog*, 17. april. Hentet 17. april 2006 fra: <http://technorati.com/weblog/2006/04/96.html>.
- Singer, Jane B. (2003): "Who are these guys? The online challenge to the notion of journalistic professionalism", *Journalism* vol. 4(2).
- (2005): "The political j-blogger. 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices," *Journalism* vol. 6(2), London.
- Söderström, Jonas (2006): "Tre smaker av blogg: liten bloggtypologi", *Blind Höna*, 26. april. Hentet 26. april 2006 fra: <http://kornet.nu/blindhona/arkiv/001991.html>.
- Stattin, Erik (2005): "Bloggar i nyhets- og opinionsbildningen", i Våge, Stattin, Nygren: *Bloggtider*, Stockholm.
- Svenska Journalistförbundet (2006): "Journalistikens dödgrävare?", 15. mars. Hentet 22. mars 2006 fra: http://www.sjf.se/portal/page?_pageid=53,2552295&_dad=portal&_schema=PORTAL.
- Sweeney, Mark (2006): "BBC unveils radical revamp of website", *Media Guardian* 25. april. Hentet 25. april 2006 fra: <http://media.guardian.co.uk/site/story/0,,1760999,00.html>.
- Terdiman, Daniel (2006): "Craigslis, Wikipedia founders chat at SXSW", *CNET News* 13. mars. Hentet 17. mars 2006 fra: http://news.com.com/Craigslis,+Wikipedia+founders+chat+at+SXSW/2100-1025_3-6049279.html.
- The Economist (2006): "Among the audience", 20. april. Hentet 22. april 2006 fra: http://www.economist.com/surveys/displaystory.cfm?story_id=6794156.
- "Vox Populi" (2006): "Blogg, blogg, selv - Sissel Benneche Osvold," 21. mars. Hentet 26. april 2006 fra <http://www.vgb.no/2176/perma/44050/>.
- Våge, Lars (2005): "Bloggvärlden från början," i Våge, Stattin, Nygren: *Bloggtider*, Stockholm.
- Walker, Jill (2003): "final version of weblog definition", *jill/txt*. Hentet 18. april 2006 fra: http://jilltxt.net/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html.
- Wall, Melissa (2005): "Weblogs as news", *Journalism*, vol. 6(2), London.
- Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog, Terje Hillesund (1997): *Metodebok for mediefag*, Bergen.
- Østlyngen, Trine (2005): "Hva må vi kunne?", i Arne Jensen (red.): *"Ytringsfrihed bør finde Sted"*, årbok fra Norsk Redaktørforening, Kristiansand.
- Øvrebø, Olav A. (2002): "Webloggens ville vekst", *Morgenbladet* 15. mars 2002. Hentet 22. april 2006 fra: <http://www.oov.no/arkiv/mblweblog.html>.

- (2003): "Publiken intar mediescenen", *Axess* nr. 6 2003.
http://www.axess.se/svenska/arkiv/2003/nr6/aktuellt/inblick_publiken.php.
- (2004a): "Vakthundarna biter på journalisterna", *Axess* nr. 5, 2004.
http://www.axess.se/svenska/arkiv/2004/nr5/aktuellt/tema_ovrebo.php.
- (2004b): "Weblog analysis, geography and language", *Undercurrent* 26. november 2004.
http://www.oov.no/undercurrent/archives/2004/11/weblog_analysis.html.
- (2006): "Bloggers as opinion leaders", *Undercurrent* 9. februar 2006.
http://www.oov.no/undercurrent/archives/2006/02/bloggers_as_opi.html.

Vedlegg: Intervjuguider i fulltekst

Intervjuguide for intervjuer med bloggere:

Likheter og forskjeller mellom blogging (og annen brukerstyrt publisering) og journalistikk.

- * Hvilke likheter ser du mellom blogging og journalistikk?
- * Hvilke forskjeller ser du mellom blogging og journalistikk?
- * Er det noen spesielle journalistiske genrer som blogging, eller former for blogging, likner mer på enn andre?
- * Kan en blogger faktisk bedrive journalistikk, selv om han/hun ikke blir betalt av en oppdragsgiver (ikke er verken frilans eller fast ansatt)? (utdype)
- * Finnes det en absolutt grense mellom blogging og journalistikk? Hvor går denne grensen?
- * Er bloggeren en amatør på profesjonelle journalisters område? Hvis så, hvordan definerer du profesjonalitet her?
- * Gi meg din definisjon av journalistikk/en journalist/en redaktør.

Forholdet mellom journalister/redaktører og bloggere.

- * Er det naturlig at det er et motsetningsfylt forhold mellom bloggere og journalister/redaktører? (bloggerne er konkurrenter? de er "mot" mediene?)
- * Bør medier samarbeide med bloggere og vice versa? Trekke dem inn i redaksjonelle prosesser? Under hvilke betingelser? Mister bloggere sin uavhengighet hvis de samarbeider med mediene?
- * Dersom politiet ber deg om å gi fra deg kildemateriale du er kommet over, og du ikke vil det fordi du har lovet å verne kilden, venter du deg da støtte fra pressens organisasjoner? (NJ, NR, Presseforbundet)
- * Vil utviklingen føre til en sterkere "autorisering" eller profesjonalisering av journalister? I betydningen at en klarere profesjon utvikler seg?
- * Vil journalister ha behov for å markere grensen mot amatørerne?

(Med andre ord, tror du det økte mangfoldet vil gjøre journalistene mer opptatt av hvem som egentlig er journalister?)

Eventuelle negative sider ved utviklingen.

- * Skaper det noen problemer for samfunnet at hvem som helst nå kan publisere hva de vil, når de vil? Og at såvidt mange faktisk benytter denne muligheten?
- * Er det noe problem at mange bloggere ikke er kjent med/forholder seg til presseetiske regler?

- * Har det noen betenkelige sider at medienes portvaktrolle svekkes?
- * Kan det skape noen problemer for mediebedrifter at folk kan publisere selv?
- * Gjør bloggere det vanskeligere for journalister å gjøre en god jobb? (bloggere er ofte mediekritiske)
- * Hvilke handlingsalternativer har journalister/redaktører til rådighet for å bekjempe disse negative sidene?
- * Hva er det viktigste journalister/redaktører bør være på vakt mot i denne situasjonen?

Eventuelle positive sider ved utviklingen.

- * Tilfører det samfunnet noe positivt at hvem som helst kan publisere hva de vil, når de vil?
- * Har det noen positive sider at medienes portvaktrolle svekkes?
- * Hvordan kan mediebedrifter få noe positivt ut av at folk publiserer selv?
- * Hvilke handlingsalternativer har journalister/redaktører til rådighet for å fremme disse positive sidene?
- * Hvordan kan bloggere fremme disse positive sidene?
- * Aftenbladet har nettopp lansert "Läsarbladet", hvor de samler forskjellig form for lesermedvirkning. Der skal også leserne kunne skrive artikler som en slags journalister, uten kompensasjon. Hva synes du om dette konseptet?

Redaktøransvar/redaktørprinsipp/presseetikk.

* Mange medier lar folk delta i debatter på nettstedet. Enkelte tilbyr også publikum å opprette blogger under mediets logo (VG, Dagbladet, Nettavisen). Har redaktøren ansvar for innholdet på vanlig måte?

(Skill evt. mellom rettslig og etisk ansvar)

- * Hvordan synes du redaktørene skjøtter dette ansvaret i praksis? (det har nettopp vært diskutert i forbindelse med revisjon av Vær Varsom-plakaten)
- * Synes du praksisen de fleste følger i dag - ingen forhåndskontroll - er en god praksis?
- * Utgjør redaktørprinsippet et skarpt skille mellom medier og bloggere? Blir en blogger en redaktør eller journalist hvis hun kaller seg det?
- * Er det redaksjonelle prinsippet et elitært prinsipp? (i betydningen av at en gruppe mener seg i stand til å velge ut viktig og uviktig for andre)
- * Bloggeren VamPus la ut Muhammed-karikaturene (en eller flere) på sin VG-blogg. VG fjernet

dem med henvisning til tegnernes opphavsrett. Hva mener du om VGs handlemåte her?

Åpne og normative spørsmål.

* Bør journalister bruke informasjon fra blogger som kildemateriale?

* Kunne du selv tenke deg å være betalt journalist/redaktør på heltid? (hvorfor/hvorfor ikke)

* Har du selv kommentert innlegg på andres blogger?

* Følger du blogger jevnlig? Hvor mange? Norske/utenlandske?

* Meningsmålinger viser at journalister er mer venstreorienterte politisk enn befolkningen. Det at folk nå kan blogge, kan det føre til en åpnere debatt om i hvilken grad journalisters holdninger påvirker temavalg og vinklinger?

* Bloggerne er ofte åpent partiske/åpne om sine politiske preferanser. Kan dette påvirke mediens prinsipper om upartisk/nøytral/objektiv rapportering? Svekke prinsippet eller medvirke til mer åpenhet om journalisters eventuelle normative innstilling?

* Har journalister og redaktører som to ulike grupper de samme interessene i forhold til utfordringene blogging stiller dem overfor?

* Tror du journalister flest er positive eller negative til blogging/brukerstyrt publisering?

* Det sies at journalistikk vil minne mer og mer om et samtale eller et seminar, mens det før var som en forelesning eller en monolog. Aftenbladets nettredaktør brukte denne metaforen da LäsaBladet ble lansert. Hva mener du om denne spådommen eller diagnosen?

* Har problemstillingene vi har vært innom likheter med tidligere endringsprosesser i mediene (f.eks. nærradio-frislippet).

* Vil blogging/brukerstyrt publisering få noe å si for kompetansekravene som stilles til journalister og redaktører?

* I stort, vil blogging påvirke journalistikkens utvikling/journalistrollen/redaktørrollen?

* Alt i alt, er det positivt eller negativt at folk flest tar i bruk blogger (og andre genrer for personlig publisering)? Hva er mest negativt, hva er mest positivt?

Intervjuguide for intervjuer med journalister/redaktører:

* Likheter og forskjeller mellom blogging (og annen brukerstyrt publisering) og journalistikk.

* Hvilke likheter ser du mellom blogging og journalistikk?

* Hvilke forskjeller ser du mellom blogging og journalistikk?

* Er det noen spesielle journalistiske genrer som blogging, eller former for blogging, likner mer

på enn andre?

* Kan en blogger faktisk bedrive journalistikk, selv om han/hun ikke blir betalt av en oppdragsgiver (ikke er verken frilans eller fast ansatt)? (utdype)

* Finnes det en absolutt grense mellom blogging og journalistikk? Hvor går denne grensen?

* Er bloggeren en amatør på profesjonelle journalisters område? Hvis så, hvordan definerer du profesjonalitet her?

* Gi meg din definisjon av journalistikk/en journalist/en redaktør.

Forholdet mellom journalister/redaktører og bloggere.

* Er det naturlig at det er et motsetningsfylt forhold mellom bloggere og journalister/redaktører? (bloggerne er konkurrenter? de er "mot" mediene?)

* Bør medier samarbeide med bloggere og vice versa? Trekke dem inn i redaksjonelle prosesser? Under hvilke betingelser? Mister bloggere sin uavhengighet hvis de samarbeider med mediene?

* Journalister/redaktører har i dag en privilegert rolle i visse sammenhenger (adgang til rettsdokumenter, elektronisk postjournal, en del andre områder. Evt personopplysningsloven). Utfordres disse privilegiene av "uautoriserte" journalister og redaktører?

* Vil NJ støtte bloggere som har lovet sine kilder vern, og som så blir bedt av politiet om å gi fra seg kildemateriale?

* Vil utviklingen føre til en sterkere "autorisering" eller profesjonalisering av journalister? I betydningen at en klarere profesjon utvikler seg?

* Vil journalister ha behov for å markere grensen mot amatørerne?

(Med andre ord, tror du det økte mangfoldet vil gjøre journalistene mer opptatt av hvem som egentlig er journalister?)

Eventuelle negative sider ved utviklingen.

* Skaper det noen problemer for samfunnet at hvem som helst nå kan publisere hva de vil, når de vil? Og at såvidt mange faktisk benytter denne muligheten?

* Er det noe problem at mange bloggere ikke er kjent med/forholder seg til presseetiske regler?

* Har det noen betenkelige sider at medienes portvaktrolle svekkes?

* Kan det skape noen problemer for mediebedrifter at folk kan publisere selv?

* Gjør bloggere det vanskeligere for journalister å gjøre en god jobb? (bloggere er ofte mediekritiske)

* Hvilke handlingsalternativer har journalister/redaktører til rådighet for å bekjempe disse

negative sidene?

- * Hva er det viktigste journalister/redaktører bør være på vakt mot i denne situasjonen?

Eventuelle positive sider ved utviklingen.

- * Tilfører det samfunnet noe positivt at hvem som helst kan publisere hva de vil, når de vil?
- * Har det noen positive sider at mediens portvaktrolle svekkes?
- * Hvordan kan mediebedrifter få noe positivt ut av at folk publiserer selv?
- * Kan blogging og annen egenpublisering føre til at mediene får et nærere forhold til sitt publikum?
- * Hvilke handlingsalternativer har journalister/redaktører til rådighet for å fremme disse positive sidene?
- * Aftenbladet har nettopp lansert "Läsarbladet", hvor de samler forskjellig form for lesermedvirkning. Der skal også leserne kunne skrive artikler som en slags journalister, uten kompensasjon. Hva synes du om dette konseptet?

Redaktøransvar/redaktørprinsipp/presseetikk.

- * Mange medier lar folk delta i debatter på nettstedet. Enkelte tilbyr også publikum å opprette blogger under mediets logo (VG, Dagbladet, Nettavisen). Har redaktøren ansvar for innholdet på vanlig måte?

(Skill evt. mellom rettslig og etisk ansvar)

- * Hvordan synes du redaktørene skjøtter dette ansvaret i praksis? (det har nettopp vært diskutert i forbindelse med revisjon av Vær Varsom-plakaten)
- * Synes du praksisen de fleste følger i dag - ingen forhåndskontroll - er en god praksis?
- * Utgjør redaktørprinsippet et skarpt skille mellom medier og bloggere? Blir en blogger en redaktør eller journalist hvis hun kaller seg det?
- * Er det noe annet til hinder for at en blogger kan bli medlem av NJ enn at vedkommende må tjene penger på sin publisistiske virksomhet? (enhver kan jo erklære at de følger VVP)
- * Er det redaksjonelle prinsippet et elitært prinsipp? (i betydningen av at en gruppe mener seg i stand til å velge ut viktig og uviktig for andre)
- * Bloggeren VamPus la ut Muhammed-karikaturene (en eller flere) på sin VG-blogg. VG fjernet dem med henvisning til tegnerens opphavsrett. Hva mener du om VGs handlemåte her?

Åpne og normative spørsmål.

- * Bør journalister bruke informasjon fra blogger som kildemateriale?

- * Kunne du selv tenke deg å etablere og vedlikeholde en blogg? (hvorfor/hvorfor ikke)
- * Har du selv kommentert innlegg på andres blogger?
- * Følger du blogger jevnlig? Hvor mange? Norske/utenlandske?
- * Meningsmålinger viser at journalister er mer venstreorienterte politisk enn befolkningen. Det at folk nå kan blogge, kan det føre til en åpnere debatt om i hvilken grad journalisters holdninger påvirker temavalg og vinklinger?
- * Bloggerne er ofte åpent partiske/åpne om sine politiske preferanser. Kan dette påvirke medienes prinsipp om upartisk/nøytral/objektiv rapportering? Svekke prinsippet eller medvirke til mer åpenhet om journalisters eventuelle normative innstilling?
- * Har journalister og redaktører som to ulike grupper de samme interessene i forhold til utfordringene blogging stiller dem overfor?
- * Tror du journalister flest er positive eller negative til blogging/brukerstyrt publisering?
- * Det sies at journalistikk vil minne mer og mer om et samtale eller et seminar, mens det før var som en forelesning eller en monolog. Aftenbladets nettredaktør brukte denne metaforen da Läsarbladet ble lansert. Hva mener du om denne spådommen eller diagnosen?
- * Har problemstillingene vi har vært innom likheter med tidligere endringsprosesser i mediene (f.eks. nærradio-frislippet).
- * Vil blogging/brukerstyrt publisering få noe å si for kompetansekravene som stilles til journalister og redaktører?
- * I stort, vil blogging påvirke journalistikkens utvikling/journalistrollen/redaktørrollen?
- * Alt i alt, er det positivt eller negativt at folk flest tar i bruk blogger (og andre genrer for personlig publisering)? Hva er mest negativt, hva er mest positivt?