

Erik Fossåskaret

Mai 2008

Det medierte Stavanger 2008 - Nokre analytiske perspektiv

Eg viser til at referansegruppe og prosjektleiar for evalueringa av Stavanger 2008 ved fleire høve har bede om vidare utvikling av plan for studien av pressedekninga av Stavanger som kulturhovudstad. I dette reviderte utkastet drøftar eg, med bakgrunn i mellom anna kommentarar frå referansegruppa, i særleg grad aktuelle problemstillingar og tolkingsrammer for ein studie av det medierte Stavanger 2008.

I overordna problemstillingar vil eg søkje etter kva logikkar det er som formar den medierte handteringa av forskjellige element i Kulturhovudstaden. Korleis er samspelet mellom prosjektet Stavanger 2008 og mediebegivenheten Stavanger 2008? Kva prosessar og variablar er det som skaper det medierte kulturhovudstadsåret? Tema og problemstillingar vil utvikle seg i samspelet mellom vidare arbeid med medieteoretiske tekstar, empirisk materiale og analyse. Men fleire avgrensa problemstillingar synest så langt å vere særleg relevante og interessante.

Gjennom studien av mediedekninga av Stavanger 2008 vil vi også ha eit materiale for framstilling av kunnskap om kulturhovudstadens mange prosjekt og debattar, slik desse vert presenterte gjennom media. I dette notatet held eg fokus på mediedekninga, og drøftar ikkje tema som ville vore aktuelle om vi med andre fokus skulle gjere analysar av Stavanger 2008, med media som kjelde.

Pressa som debattarena og debattaktør

Studien vil drøfte mediedekninga i ulike fasar; frå innleiande diskusjonar, via planlegging, gjennomføring og oppsummerande drøftingar. Tematisk vil prosjektet vise interesse for pressedekninga av Kulturhovudstaden i heile si breidde; frå 2008-organisasjonen, via 2008-prosjekt og deltaking, til debatt om kulturhovudstadstiltak i den regionale kulturoffentlighet og blant det meir allmenne publikum. Med kulturhovudstadsåret som tema, vert pressa på ein særleg måte både arena for og aktør i byens og regionens kulturelle offentlighet (Eide og Hernes 1987. Gripsrud 2007:235). Om avisene lukkast som ein debattarena, skal vi kunne sjå korleis meiningar vert skapte og utviklar seg i mediedebatten. Dersom avisene avgrensar sin funksjon til å presentere debatten som interessefelt eller underhaldning for lesarane, vil vi

meir sjå for oss ein kulturoffentlighet der eit utval aktørar får sleppe til i media og posere sine meiningar gjennom spaltane (Gripsrud 2007:241).

Aktørperspektiv

Det er nærliggande å søkje seg inn i mediedekninga med spørsmål om kven det er som ytrar seg gjennom ulike mediekanalar. Vi vil kunne identifisere ulike kategoriar av medieaktørar, og det er relevant å sjå kva kategoriar av 2008-aktørar som er i fokus for dei forskjellige gruppene som står fram i media. Personar eller interessegrupper som ytrar seg gjennom media, gjer det gjerne på vegne av, til fordel for, eller i nokon grad i konflikt til forskjellige kategoriar av aktørar i det vide Kulturhovudstadsfeltet.

Redaksjonelle medarbeidarar

er sjølvsgt ein dominerande kategori av aktørar i media. For ein del vil desse uttrykkje eigne vurderingar gjennom avisa sine redaksjonelle leiarspaltar eller som personlege kommentarar. Journalistane vil også prioritere, vinkle og farge nyhetsmeldingar, reportasjar og andre oppslag som ikkje eksplisitt formidlar redaksjonen eller medarbeidaren sin perspektiv og vurderingar.

I nyhets- og featurreportasjar opnar media seg som kanalar for

Redaksjonseksterne medieaktørar.

Under denne kategorien må vi og rekne med medieaktive aktørar som på eige initiativ får tilgang til debattsidene. Når vi skal ordne dette breie feltet av aktørar som vi møter i media etter redaksjonell invitasjon, eller fordi dei på eige initiativ har sendt ein tekst til debattredaktøren, kan vi byggje opp forskjellige kategorisystem.

Vi kan slå fast at

personar i 2008-organisasjonen

er ei dominerande gruppe i mediedekninga. Grensenært til desse vil vi finne

det politiske støtteapparatet

rundt det utøvande administrative nivået i Kulturhovudstads-apparatet.

Gjennom direkte redaksjonelt initierte ytringar og på debattsidene vil det stå fram ein kategori av aktørar som rimeleg lett let seg identifisere som

kunstnarar og kulturarbeidarar.

Denne kategorien er det igjen aktuelt å dele opp etter ulike relasjonar til aktivitetar i nokon form for regi av Stavanger 2008. Vi vil finne ei gruppe kunstnarar og kulturarbeidarar som formulerer seg under den synsvinkelen det gir å vere

aktør i 2008-prosjekt;

det vil seie prosjekt som går inn under Kulturhovudstaden sin programportefølge. Vidare vil vi finne ein kategori av kunstnarar og kulturarbeidarar

som står utafør alle 2008-prosjekt;

sjølvvalt eller fordi dei ikkje vann fram med søknader og framlegg til prosjekt.

Vidare er det i ein studie av mediedekninga tenleg å operere med ein kategori av aktørar som gir rom for

sakskvalifiserte meiningsberarar

som ikkje er skapande eller utøvande kunstnarar eller kulturarbeidarar. Dette gjeld grupper som kunstkritikarar, kulturforskarar og politikarar med kultur som særleg arbeids- og ansvarsområde.

Publikum til prosjekt og arrangement

som finn stad i regi av Stavanger 2008, og brukarar i tilsvarande tyding, bør gjerne få status som ein eigen kategori av aktørar i mediedekninga. Personar som melder seg på i mediekansaliserte debattar utan at vedkomande har etablerte posisjonar i kulturfeltet, vil for ein del gjere seg til talspersonar for det allmenne publikum.

Ovanfor har vi ordna aktørane i mediekanalane slik at vi står igjen med eit utkast til eit system som vi kan nytte ved kategorisering av mediesubjekta. Vi kan nytte same, eller eit tilsvarande kategorisystem når vi vil gi ein analyse av objektsida i mediedekninga. Kva aktørar, og kven sine interesser, er det dei ulike medieaktørane fokuserer på i sine innlegg og kommentarar? For både redaksjonelle medarbeidarar, kulturarbeidarar, kunstkritikarar og andre medieytrarar sin del er det relevant å sjå om målgruppa for ytringane er 2008-organisasjonen, kunstnarar og kulturarbeidarar, innanfor eller utafør prosjekta, publikum, politikarar, 'skattebetalarar, næringsdrivande eller andre grupper.

Setje dagsorden

I medieforskinga er pressa sin dagsordenfunksjon eit stort tema. I fagfeltet ligg det føre over 400 empiriske studiar av emnet (McQuail og Windahl 1982:104. McCombs 2004:36). Slik drøfting vert særleg interessant om vi spesifiserer dagsorden-omgrepet. Vi kan for eksempel sjå kva dagsorden media set a) for sin eigen del, b) på politiske arenaer, og c) i den allmenne tenkinga og samtalen blant folk flest (McQuail og Windahl 1982:107-108) I vårt tilfelle vil det såleis vere tenleg å samanstillе denne vesle studien av pressedekninga med den kunnskapen som kjem fram gjennom dei langt meir omfattande surveystudiane som er hovudprosjektet i evalueringsarbeidet. Det er nærliggande å drøfte mellom anna i kva grad

tema, problemstillingar og posisjonar som pressa presenterer, speglar dei aktivitetar, erfaringar og posisjonar som innbyggjarane flest rapporterer gjennom hovudstudien.

Det er kjent korleis journalistar kjenner det som særleg meiningsfullt å få sett saker på dagsorden (Ottosen 2000:36). Det er likevel ikkje vanskeleg å sjå korleis samfunnet ikring leverer saker til media. Såleis får vi eit agendasetjande samspel mellom samfunn og presse (Schwebs og Østbye 1999:230). Vi kan ikkje seie at det er pressa eller andre massemedia som sette "Stavanger som Kulturhovudstad" på sakskartet. Men det knyter seg mange og ulike spørsmål til korleis pressa kan ha sett enkelttema på dagsorden under den tematisk paraplyen Stavanger 2008. Det gjeld både debattar ved prosessane som valde ut prosjekt og deltakarar, opningsarrangement, kriterier for å vurdere kvalitet, osv. Her vil vi vente å finne spenningar mellom ulike aktørar. Både den sentrale 2008-organisasjonen og dei enkelte prosjekta kan i enkelte tilfelle få bruk for å legge om dagsplanane for å følgje presseskapt dagsorden. Evnen til ikkje å tape dagsordenfunksjonen til media, kan vere eitt av kriteriene for å vurdere kor vellukka kommunikasjonsstrategien til Stavanger 2008 har vore.

Gjennom året 2008 vil det vere ei opphoping av kulturarrangement i Stavanger og Rogaland. Innan rammene for Kulturhovudstaden er det i periodar mange prosjektaktivitetar til ei og same tid. Parallelt kan det vere ei rekke andre kulturevenement i byen og regionen. Ingen kan nå over det heile. I slike tider vil presseoppmerksomhet vere eit knapt gode. Aktuelle aviser har avgrensa dagsordenkapasitet (McCombs 2004:38-39). Stavanger 2008 må i enkelte tilfelle velje kva hendingar i sitt interne repertoar organisasjonen vil freiste å få breiast mediedekning på. Og kulturhovudstadsprosjekt vil oppleve konkurranse frå anna kulturstoff og nyhende elles. Til sjuande og sist gjer pressa sine val på grunnlag av både gjennomtenkte prioriteringar og meir eller mindre ureflekterte tilfeldigheter. I studien vil vi legge vekt på å få fram eit bilete av dagsordengivande prosessar.

Det gjeld for arrangørar å få medieoppmerksomhet på sine tilbod. Men er det i alle høve tenleg å få så mykje presseomtale som råd er? Vi vil sjå etter uttrykk for at enkelte av kultureddaksjonens favorittprosjekt kan lide under *medieslitasje*? (Aglen 2007:84.)

Lesarpåverknad

Ved å setje dagsorden, påverkar mediene sitt publikum. Medieforskinga utdjupar at "påverking" er eit særdeles samansett fenomen (Gripsrud 2007:41). Det høyrer ikkje til i dette prosjektet å gjere resepsjonsstudiar. Men vi vil lese presseoppslaga med eit blick for det journalistane kan synest å ha av intensjonar om å påverke. Og det bør vere råd å gjere analytiske slutningar om samspelet mellom på den eine sida dei stoffval pressa gjer, og på den andre sida den kunnskap om Kulturhovudstaden innbyggjarane får, og dei deltakingsval

publikum gjer. Såleis vil vi kunne lage bilete av prosessar der vi ser Stavanger 2008 med enkeltprosjekt, pressa og publikum som tre aktørkategoriar som i sum er med og formar interessa for ulike delar av kulturhovudstaden (Shoemaker & Reese 1991).

Kontroll over kulturstoffet

Kven det så er som "har sett dagsorden", kan vi lese presseoppslaga om dei enkelte elementa frå Kulturhovudstaden som uttrykk for maktbalansen mellom redaksjonen/journalisten og Stavanger 2008/det enkelte kunst- eller kulturprosjektet. Relasjonen mellom journalist og informant får i slike tilfelle trekk av "byttmodell" (Allern 2000). Noko på veg vil vi prøve kor sterk forklaringskraft bytteperspektivet har. Det kan vere slik at journalisten ved eitt høve tek med det, som vi vårt tilfelle Stavanger 2008 eller representantar for underprosjekt gjerne vil ha fram, for å halde ved like relasjonen slik at avisa ved neste høve får det stoffet som pressefagleg er vesentleg (Hansen 1996:101). Begge partar kan sjå seg tente med å byte informasjon mot oppmerksomhet (Allern 2000:258). Det vil vere eit mål i vår studie å spore effektar av denne klare gjensidige avhengigheten mellom pressa og det mangfaldige aktivitetfeltet i Kulturhovudstadsåret (McQuail og Windahl 1982:111. Bro et al 2006: 13).

Media vil ha lett tilgang på eit rikt tilfang av kjelder i pressedekninga av Kulturhovudstadsåret. Frå vår side vil noko av det meir interessante vere kjeldebruk ved omtalen av det spelet og dei konflikstar som dei sentrale aktørane ikkje byr fram til journalistane. Kva plass spelar "gravejournalistikk" og skjulte kjelder i pressedekninga av Stavanger 2008?

I relasjonane mellom pressa og Stavanger 2008-organisasjonen, med alle underprosjekt og tiltak, vil vi truleg sjå både ulike typar *informasjonssubsidiar* og *informasjonsbarrierar* med varierende grad av formell og uformell karakter (Allern 2000:261). Informantane byr seg gjerne fram på frontstage som opne kjelder. Medan journalistane i sitt profesjonelle sjølvbilete finn det mest interessant å søkje seg backstage (Goffman 1959). Dei refererande og beskrivande omtalane kan vi lese som uttrykk for vellukka kommunikasjonsstrategi med god kontroll frå Stavanger 2008 si side. I eit saksfelt der det er stor tilgang på positive budskapar som "alle gode krefter" berre skulle ynskje at lesarane får del i, vil redaksjonane like fullt vegre seg mot å stå fram som reine propagandareiskapar (Ottosen 2000:36) for kulturarbeidet; endå så lite kontroversielt og allment "oppbyggeleg" stoffområde måtte vere. Dagens journalistar er stadig på vakt mot at også institusjonar med breitt aksepterte mål, som Stavanger 2008, har sine spindoktorar. Fenomenet "impression management" er kjent frå Goffman introduserte omgrepet i 1959. Men pressas behov for å bryte gjennom spindoktorane

og medierådgivarane sin maskeringsnett, har auka svært mykje i seinare år (Trads 2006:155. Bang 2006).

Via det tolkande, analyserande kommentarstoffet har journalisten teke langt meir styring (Asp 1986:362).. Redaksjonen vil ikkje i noko tilfelle vere heilt utan styring. Vi vil i alle høve ha å gjere med den medierte, eller medialiserte (Todal Jenssen 2007:12) Kulturhovudstaden. Vi vil gjerne sjå kor dekkande det er å karakterisere relasjonen mellom journalist og kjelde som forhandling eller dragkamp om nyhetsbiletet (Ericsson et al 1989) av Stavanger 2008.

Spenning eller samspel

Avsnittet ovanfor indikerer at vi kan skjønne relasjonen mellom kulturaktørane og journalistane i eit konfliktperspektiv. Det er ikkje uvanleg å meine at i journalistane sin profesjonsideologi er den politiske eliten ein (hovud)fiende. Med særleg referanse til amerikansk presse, meiner Adam Gopnik (1994, referert i Kestler (2006) at kriteriene for godt pressearbeid som gjeld tilhøvet til kjelder, har endra seg frå å premiere ein *adgangskultur* til å vinne respekt gjennom å markere ein *agresjonskultur*. Vi skal sjå om det i pressa kring Stavanger 2008 gjeld å skaffe seg tilgang gjennom gode kontaktar i kulturfeltet, eller å vise seg som "hardtslåande" kulturjournalist. Medieforskinga rangerer *konflikt* høgt på lista over styrande kriterier for redaksjonane sine val av og prioritering mellom konkurrerande nyheter. Konflikatar er kandidatar til toppoppslag i media.

Media er rekna for å ha ei maktkritisk innstilling (Aglen 2007:81). Det er journalistikkens vesen å vere opposisjonell. "Journalisten skal ställa publikens frågor och kommer dermed att utmana etablissemanget" (Petersson 1994:30). Men med eit slikt konfliktperspektiv kan vi oversjå uttrykk for at journalisten og den eliten eller dei aktørane ho skriv om, gjerne har felles interesser. Det kan gjelde i særleg grad innan relativt sett marginale felt som kunst og kultur. Allmennpolitikken kan kome i miskreditt, men ulikt kunst- og kulturpolitikk står den ikkje i fare for å verte tilintetgjort av kritisk journalistikk (Todal Jenssen 2007:15). Som det gjeld for andre temaredaksjonar, til dømes sport (Helland 2002), kan kulturredaksjonen ha eit symbiotisk forhold til kultur generelt, og for vårt tilfelle kulturhovudstadåret spesielt. Studien vil vurdere korleis ei slik mogleg felles interesse mellom pressa og kulturfeltet er med og formar dekninga. Den tilnærminga kan vere vel så vesentleg som å drøfte redaksjonell handtering av at Stavanger Aftenblad er ein av hovudsponsorane for Stavanger 2008.

Innan politisk journalistikk generelt, og kulturjournalistikk spesielt, kan det vere vanskeleg for journalistane å finne andre innfallsvinklar og perspektiv enn slike dei har felles med informantar og det feltet som er tema for medias oppmerksomhet. I ein by av storleik som

Stavanger vil kulturarbeidarar og kulturjournalistar i stor grad ha eit felles nettverk av kjende, vener og veners vener. Journalistar og kjelder har same utdaningsbakgrunn, same interessefelt, same verdiperspektiv. Dei kler seg likt og har for ein stor del same mediepreferansar (Jønsson 2006:57). I den lokale kulturoffentligheten møter og omgås staben ved Stavanger 2008, kunstnarar, kulturarbeidarar og kulturjournalistar kvarandre på dei same arenaene ganske høgt oppe i toppen av den same pyramiden som forvaltar byens kulturelle kapital (Christensen 2006:143). Men for ein politisk journalist vil det vere fatalt å få skuldingar mot seg for "å vere i lomma på" ein særskilt politiskar eller parti (Kestler 2006:109). Vi vil kunne lese ut av pressedekninga kulturjournalistanes strategiar for ikkje å vil få ord på seg for å vere "mikrofonstativ" for Stavanger 2008.

Top-down eller bottom-up

Vidare kan journalisten velje mellom ei reint formidlande og ei oppdragande rolle. Det er relevant å drøfte pressedekninga med sikte på å sjå om den er prega av eit "top-down" eller "bottom-up"-perspektiv (Hansen 2006:90). Vi vil sjå tilfelle der journalisten innan ei populistisk tolkingsramme står fram med Folkets Røyst, og vi kan finne henne innan kunstkritiske tolkingsrammer. Media overrapporterer gjerne personar som har plass i samfunnseliten. Stavanger 2008 har ambisjonar om å nå breie lag av folket. Det er uttrykte mål for Stavanger som Kulturhovudstad å invitere innbyggjarane i byen og regionen til kunst- og kulturpolitisk engasjement. Vi bør kunne sjå korleis pressedekninga speglar ein slik intensjon. Vi skal ha grunnlag for å drøfte korleis pressa maktar å kome forbi *elitepersonane* for å finne informantar blant "folk flest" (Bang 2006:229-230). Vender avisene seg til lesarane som tilskodarar til dei ulike kulturprosjekta, eller som mottakarar av informasjon med sikte på brei deltaking? (Mcquail og Windahl 1982:56.) På tilsvarande vis skal studien kunne gi oss grunnlag for å drøfte korleis pressedekninga kan bidra til det overordna målet ved Stavanger 2008 at året som europeisk kulturhovudstad skal (om)forme innbyggjarane: "Holdninger og verdivalg rundt begreper som toleranse og åpenhet, at krav, forventninger, kunnskap og interesse om identitet, livsinnhold, estetikk osv. etableres på et høyere nivå."¹ Om kulturjournalisten fylgjer opp politiske intensjonar om at Kulturhovudstadsprosjektet for Stavanger også er ein del av omdømmebygginga, vil ho invitere lesarane til å skjønne Stavanger 2008 i ei patriotisk tolkingsramme.

Kultur som fordelings spørsmål

¹ Frå nettsidene til Stavanger 2008: <http://www.stavanger2008.no/?event=about.showElement&id=550&catId=10>. Lest 18. mai 2008.

Meda kan skrive om Kulturhovudstaden som eit fordelingsspørsmål. Ein vil skjøne byens og regionens innbyggjarar som kundar, borgarar eller ”skattebetalarar” med rettar i velferdsstaten (Jo Bech-Karlsen 2000:103). Ut frå eit slikt perspektiv melder det seg spørsmål om kulturhovudstadsåret er noko for alle. Får alle grupper sitt? Pressa kan omtale og vurdere prosjekt i regi av Stavanger 2008 etter kulturfaglege kriterier, eller etter kriterier henta frå velferdsstatens tenking om likleg eller rettferdig fordeling av eit gode. I eit slikt perspektiv kan vi sjå at pressa vil representere ”dei små” (Sejersted 2000:139); dei kulturause som er underprivilegerte relatert til dei med kulturelle definisjons- og institusjonsmakt.

Spørsmålet står igjen om det er slik også blant kulturjournalistane at *konflikt*, usemje og strid i særleg grad fangar interessa? Vi har grunnlag for å drøfte korleis eventuelle konfliktperspektiv har gitt farge til mediedekninga av Stavanger 2008. Og når vi skal identifisere nyhetskriterier som er operative i pressedekninga av kulturhovudstaden, må vi vere opne for at konflikt er eit aktuelt kriterium

Nyhetskriterier i dekninga av kulturhovudstaden

Gjennomgang av pressedekninga av kulturhovudstadsåret vil kunne vise kva denne delen av media meiner har nyhetens, eller oppslagetts interesse. Vi skal kunne sjå kva nyhetskriterier som ligg til grunn for dekninga av Stavanger 2008 (Schwebs og Østbye 1999:107). Som utgangspunkt kan vi ikkje rekne med at det å stå på programmet for eit eller anna arrangement er tilstrekkeleg god grunn for at kulturarbeidarar og aktivitetar skal få medieoppslag. Pressefagleg litteratur drøftar i fleire samanhengar nyhetskriterier, eller faktorar som medverkar til at hendingar får nyhetsverdi i media (Allern (2000. Bang 2006.)

Det normale

I motsetning til det som gjeld på enkelte andre saksområde, får gjerne også det ”normale” innan kulturfeltet presseomtale. Det er heilt vanleg at Symfoniorkesteret held konsert kvar torsdag. Denne normaliteten får gjerne omtale både i for- og etterkant. Kulturhovudstadsåret er ei samling kulturhendingar som kan få presseomtale i kraft av å vere ganske normale. Men i tillegg til å initiere ganske ordinære kulturprosjekt, er Stavanger 2008 også eit *avvik*; som i seg sjølv er eit kriterium for presseoppslag.

Relevans for publikum

Vi vil sjå om dei Stavanger 2008-saker som pressa gir omtale, synest å vere særleg *relevante* for lesarane. Vi vil kunne drøfte om kulturredaksjonane har ei anna forståing av relevans enn det som gjeld i redaksjonen for allmenne nyhetssaker. I kva tilfelle er det 2008-stoff får spalteplass i andre område av avisa enn på kultursidene langt bak i Del 2? Held vi

pressedekninga opp mot programmet til Kulturhovudstadsprosjekta, vil vi få eit grunnlag for å vurdere på kva måte avisene prioriterer det breie framfor det smale, det lett *forståelege* framfor det kompliserte.

Personifisere

Ved gjennomgang av pressedekninga skal vi kunne gjere oss eit bilete av eventuelle tendensar til å *personifisere* stoffet. I allmenmedia er det ein vanleg framgangsmåte at redaksjonane handterer strukturelle utfordringar og systemspørsmål, tydeleggjer trendar og tendensar ved å presentere effektane på identifiserbare individ. (Hansen 2006:94.) Vi skal drøfte i kva grad og på kva vis sakene som gjeld kulturhovudstaden får eit andlet?

Sensasjonane

Vidare skal vi drøfte på kva måte kulturredaksjonane søker *sensasjonane*, I eit grundig planlagt og programfesta år som kulturhovudstad, vil det meste av kulturhendingane få karakter av å vere kjende og udramatiske. I kva grad får dei jamne prosessane publisitet? I kva grad synest pressa å freiste få Stavanger 2008 til å stå fram som ein serie uventa og litt oppsiktsvekkande hendingar. Vi skal søkje etter redaksjonane sine eventuelle forsøk på å presentere prosjektet innan mediedramaturgiske rammer.

Romlege kategoriar

Det er nærliggande å drøfte mediedekninga i eit romleg perspektiv. Tematisk gjeld det heile eit samspel mellom lokalt, regionalt, nasjonalt og eit overnasjonalt nivå. I forståing med nasjonale statlege styresmakter er Stavanger-Sandnes-Rogaland europeisk kulturhovudstad. Mot denne bakgrunnen er det aktuelt å drøfte kva romlege kategoriar media og medieeksponerte aktørar operere med i sin forståelse av 2008-relaterte problemstillingar.

Rasjonalitetsperspektiv

Stavanger 2008 er eit omfattande kunst- og kulturpolitisk prosjekt. Det kan gi forventningar om at dekinga i media, medrekna mediekanalisert debatt, forstår utfordringar, visjonar, mål, suksesskriterier osv innan vide rammer som gjeld for ein kommunikative rasjonalitet (Habermas 1984) med relevans for kunst- og kulturfeltet. Men store kulturfokuserte prosjekt er også ein forvaltningsorganisasjon som det er gyldig å drøfte med referanse til ein forvaltningsrasjonalitet der suksesskriteriene er effektivitet og legale vedtak.

Mediedekninga så langt inviterer til at vi i analysen arbeider også med eit tredje rasjonalitetsperspektiv; ein teknisk-økonomisk rasjonalitet. Truleg vil vi i mediedekninga

finne at kulturhovudstadsåret er omtalt også i eit perspektiv som gjennom verdsetting av det pragmatikk, produksjon og profitt søker næringsøkonomisk utbyte.

Journalistiske sjangrar

Det er nærliggande å vente at lesarane gjennom pressa møter kulturhovudstaden hovudsakleg på kultursidene, gjennom reportasjar, anmeldelsar og kritikkar. Men det vil sjølvsagt vere av interesse å sjå korleis Stavanger 2008 viser igjen på andre temafelt i avisene, og vert handtert gjennom andre sjangrar, frå feature og portrett via journalistiske kommentarar og leiarar til kronikkar og lesarbrev (Schwebs og Østbye 1999:173. Bang 2006).

Vi har å gjere med ein ganske liten studie som skal handtere eit stort tilfang av artiklar. Rammene opnar ikkje for inngåande tekstanalyse. Men i den grad vi finn rom for å arbeide med slike problemstillingar, vil vi, i samsvar med vanleg forståing innan samfunnsfaga i dag, finne ein tekstanalytisk modell meir interessant enn ein tradisjonell lineær modell (Schwebs og Østbye 1999:155). Vi må vere opne for å kunne vise til og kommentere iaugefallande semiotiske eller andre språkspesifikke trekk ved deler av pressedekninga (Aase og Fossåskaret 2007. Gripsrud 2007. Kjeldstadli 1997). I så måte kan det vere særleg relevant å ha fokus på det som har vore av debattar som relaterer til Stavanger 2008. Mediedekninga av Stavanger 2008 verbaliserer mangfald i tema, perspektiv, posisjonar og standpunkt. Gjennom språkfagleg analyse kan vi vurdere om det er aktuelt å identifisere forskjellige kommunikasjonsstrategiar. Ved val av karakteristikkar, metaforar og andre retoriske verkemiddel kan medieeksponerte aktørar velje grad av samspelande deltaking; frå raus dialogorientering til distanserande konfliktmarkering.

På tilsvarande måte må vi ta sikte på å gi ein omtale og relativt enkel analyse av biletbuk (Schwebs og Østbye 1999).

Tolkingsrammer

Om vi vel å lese og tolke mediedekninga i til dømes eit konfliktperspektiv, eller alternativt eit kommunikativt perspektiv, har vi valt ei tolkingsramme. Innan medieforskninga er det stor interesse for redaksjonane sine tolkingsrammer (Aalberg og Brekken 2007:178). I denne studien vil vi vere opne for å sjå i kor stor grad og på kva vis pressa interesserer seg for ”spelet”, strategi- og maktkamp, og kor mykje sak og substans kjem i fokus (Kestler 2006:105. Trads 2006:156). Begge stoffområda og perspektiva er gjerne relevante. Det kan skifte gjennom fasane frå planlegging, gjennomføring, til tida med etterarbeid, kor mykje det er saka eller spelet som fangar pressas interesse.

Vi kan finne skiftande variantar av episodiske tolkingsrammer (Todal Jenssen 2007, Aalberg og Brekken 2007), der hendingar står fram som enkelttilfelle utan strukturelle og prosessuelle årsaker eller implikasjonar. Vi skal sjå korleis pressedekninga av Stavanger 2008 plasserer seg i spenninga mellom *punktomtale* og *strukturomtale* (Bang 2006:238). Vi vil omtale mdietilnærminga der kulturhovudstadsåret står fram som prosessuelle samanhengar, og der det vert presentert som ein serie enkeltfenomen (Gripsrud 2007:240). Det er aktuelt å prøve tabloidiserings-omgrepet på pressedekninga av Stavanger 2008. Forsking om makt og styring viser til vesentlege endringar i måten samfunnsmessige avgjerder vert tekne på. Det har vorte meir vanskeleg å finne svar på spørsmål om kven gjorde vedtak, når og kvar? Om vi ser at pressa viser interesse for spelet, kan det vere uttrykk også for at store nære prosjekt med mange element, som tilfellet er for Stavanger 2008, illustrerer denne dreinga frå *government* til *governance* (Christensen 2006:149-150).

Som forskinga, har også journalistikken forlete eit essensialistisk grunnsyn. Vi må rekne med at også pressedekninga av Stavanger 2008 er prega av ei konstruktivistisk pressemetodologisk grunnforståing. Det er ikkje lenger, som det var det fram til ein gong på 1970-talet, snakk om at media leiter etter ei eller anna sanning som det gjeld å grava fram og formidla på objektiv måte slik at lesarar og publikum får presentert den autentiske røyndomen. Når media gir uttrykk for å vilje presentere utsnitt av røyndomen, veit vi i dag at den også er med og skaper erfart røyndom (Schwebs og Østbye 1999:178). Media gjer utval og gir kulør til dei presentasjonane som går inn i lesarane sitt kunnskapsfelt og forståing (Schwebs og Østbye 1999:220). Journalistane veit at dei er medskaparar av både røyndom og meiningar i det feltet dei rapporterer frå (Trads 2006:156). Slik sett vert redaksjonar og journalistar portvaktarar inn mot kulturhovudstadsåret (Schwebs og Østbye 1999:229).

Ut av mediedekninga av Kulturhovudstaden generelt, og mediedebattane spesielt, skal det samla sett vere råd å identifisere ulike 2008-diskursar. Det er for tidleg å slå fast kva ein diskursiv analyse vil gi av forskjellige meiningssystem. Vi kan sjå for oss at det i mediedekninga ligg både ein kunst- og kulturfagleg diskurs, ein Stavanger-branding-diskurs, ein næringspolitisk diskurs, osv. Med referanse til Foucault sin forståelse av diskursanalytisk tilnærming, kan vi sjå det slik at individuelle subjektive ytringar både inngår i, så og seie er underlagt, men og veks ut av ein overindividuell meiningorden som er på plass føre ytringa. Det er ein slik orden, som er føresetnaden for individuelle ytringar, Foucault nyttar nemninga diskurs på (Foucault 1999).

Så langt vi vel eit diskursivt analytisk perspektiv (Hesmondhalgh 2006:119), må vi også hente inn ein konstruktivistisk forståelse, og drøfte i kva grad og på kva vis media gjennom

dekninga av Stavanger 2008 ikkje berre omtalar sakstilhøve kring kulturhovudstaden, men og konstituerer, held ved like og bidreg til å endre det omtalte fenomenet.

Artikkelgjennomgang og intervju

Pr mai 2008 har eg samla ca 2300 avisutklypp i papirformat, for perioden frå 2005, og 1000 presseartiklar på nett, i tida frå november 2007. Denne innsamlinga av materiale vil halde fram ut 2008 og til den mest omfattande oppsummeringsdekninga er ferdig tidleg i 2009. Det vil verte gjort intervju med redaksjonelle medarbeidarar i byens aviser. Analysearbeidet vil finne stad utover 2008 og inn i 2009. Slutføringa av arbeidet vil verte gjort i 2009 innan forskingsdel av stillinga.

For 2008 disponerer prosjektet 80 000 kroner i frikjøpsmidlar. Av dei kr 25 000 kroner som IRIS har løyvd til studien, er det nytta ca kr 1 500.

Litteratur

Aglen, Tone Sofie 2007: "Nyhetsverdier og medieslitasje" i Anders Todal Jenssen og Toril Aalberg (red.): *Den medialiserte politikken*, Oslo. Universitetsforlaget.

Allern, sigurd 2000: "Nyhetsmediene og PR-bransjen" i Berit von der Lippe og Odd Nordhaug (red) *Medier, påvikrning og samfunn*, Oslo, Cappelen.

Asp, Kenneth 1986: *Mäktiga massmedier. Studier I politisk opinionsbildning*. Stockholm. Akademilitteratur.

Bang, Tor 2006: *Makt og spin I mediene*. Trondheim. Abstrakt forlag.

Bakhtin, Mikhail 1986: *Speech Genres and Other Late Essays*. Austin. University of Texas Press.

Bech-Karlsen, Jo 2000: "Intimsfæren i medieoffentligheten", i Berit von der Lippe og Odd Nordhaug (red) *Medier, påvikrning og samfunn*, Oslo, Cappelen.

Bro, Peter, Rasmus Jønsson og Ole Larsen 2006: "Politikkens nye sprog", i Bro, Peter, Rasmus Jønsson og Ole Larsen (red.) *Politisk journalistikk og kommunikation, Forandringer i forholdet mellom politikk og medier*. Fredriksberg. Forlaget Samfunslitteratur.

Christensen. Jan Juul 2006: "I samme fly", i Bro, Peter, Rasmus Jønsson og Ole Larsen (red.) *Politisk journalistikk og kommunikation, Forandringer i forholdet mellom politikk og medier*. Fredriksberg. Forlaget Samfunslitteratur.

Eide, Martin og Gudmund Hernes 1987: *Død og pine! Om massemedia og helsepolitikk*. Oslo. FAFO.

Ericsson, R.V., Baranek, P.M. og Chan, J.B.L. 1989: *Negotiating Control. A Study of New Sources*. Milton Keynes. Open University Press.

Foucault, Michel 1999: *Diskursens orden*. Oslo Spartacus

Goffman, Erving *The presentation of self in everyday life*. Garden City, N.Y. Doubleday

Gripsrud, Jostein 2007: *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo. Universitetsforlaget

Habermas, Jürgen 1984 *The theory of communicative action*. London : Heinemann.

Hansen, Lotte 2006:90): ”Dagsordenkarrusellen: Fart, form og folkefornæmmelse”, i Bro, Peter, Rasmus Jønsson og Ole Larsen (red.) *Poltisk journalistikk og kommunikation, Forandringer i forholdet mellom politikk og medier*. Fredriksberg. Forlaget Samfunslitteratur.

Hansen, Sissel Kr 1966: *Best i klassen? Kva sier informantene og kva sier journalistene?* Hovedoppgave. Oslo. Institutt for medier og kommunikasjon. UiO.

Helland, Knut 2002 *Den opprinnelige symbiosen mellom fotball og presse* Bergen. Rokkandsenteret, Notat 11-2002

Hesmondhalgh, David 2006: ”Discourse analysis and content analysis”, i Marie Gillespie og Jason Toynbee (red.): *Analysing Media Texts*. Maidenhead. Open University Press

Jønsson, Rasmus 2006: ”den profesjonelle politiske kommunikation kræver nye journalistiske perspektiver”, i Bro, Peter, Rasmus Jønsson og Ole Larsen (red.) *Poltisk journalistikk og kommunikation, Forandringer i forholdet mellom politikk og medier*. Fredriksberg. Forlaget Samfunslitteratur.

Kestler, Amalie 2006: ”Fra ggerssiomnskultur til innsigtsskultur”, i Bro, Peter, Rasmus Jønsson og Ole Larsen (red.) *Poltisk journalistikk og kommunikation, Forandringer i forholdet mellom politikk og medier*. Fredriksberg. Forlaget Samfunslitteratur.

Kjeldstadli, Knut 1997: ”Å analysere skriftlige kilder” i Erik Fossåskaret, Otto Laurits Fuglestad og Tor Halfdan Aase (red.) 1997: *Metodisk feltarbeid. Produksjon og tolkning av kvalitative data*. Oslo. Universitetsforlaget

McCombs, Maxwell 2004: *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge. Polity Press.

Mcquail, Denis og Sven Windahl 1982: *Communication Models. For the Study of Mass Communication*. New York. Longman.

Ottosen, Rune 2000: ”Journalistikk, politikk og samfunn” i Berit von der Lippe og Odd Nordhaug (red) *Medier, påvirkning og samfunn*, Oslo, Cappelen.

Petersson, Olof 1994: ”Journalisten som klass. Journalismen som ideologi” i Terje Steen Edvardsen: *Media och samfunnsstyring*. Bergen. Fagbokforlaget.

Schwebs, Ture og Helge Østbye 1999: *Media i samfunnet*. Oslo. Samlaget.

Sejersted, Francis 2000: "Ytringsfriheten og informasjonsfriheten", i Berit von der Lippe og Odd Nordhaug (red) *Medier, påvirkning og samfunn*, Oslo, Cappelen.

Shoemaker, Pamela og Reese, Stephen 1991: *Mediating the Message. Theories of Influence on Mass Media Content*. New York. Longman.

Todal Jenssen, Anders 2007: "Den medialiserte politikken", i Anders Todal Jenssen og Toril Aalberg (red.): *Den medialiserte politikken*, Oslo. Universitetsforlaget.

Treds, David 2006: "Den postmoderne journalistik", i Bro, Peter, Rasmus Jønsson og Ole Larsen (red.) *Poltisk journalistikk og kommunikation, Forandringer i forholdet mellom politikk og medier*. Fredriksberg. Forlaget Samfunslitteratur.

Aalberg, Toril og Tove Brekken 2007: "Når spill og enkeltepisoder blir viktigst", i Anders Todal Jenssen og Toril Aalberg (red.): *Den medialiserte politikken*, Oslo. Universitetsforlaget.

Aase, Tor Halfdan og Erik Fossåskaret 2007: *Skapte virkeligheter. Om produksjon og tolkning av kvalitative data*. Oslo. Universitetsforlaget.