Transkribering Lars Helle del 2

Velkommen til DotKom, en podkast for alle som er opptatt av kommunikasjon og formidling.

Om det som fungerer, det som ikke gjør det, og hvorfor.

Her treffer du fagfolk og praktikere som deler erfaringer og perspektiv på kommunikasjon i en verden preget av raske endringer.

Mitt navn er JanneTjensvoll Stangeland.

Jeg er universitetslektor i kommunikasjon ved Universitetet i Stavanger.

Med denne podkasten skal vi utforske kommunikasjonsfaget sammen med dyktige gjester.

Og målet er å gjøre kunnskapen mer tilgjengelig, relevant og anvendbar.

Velkommen til en ny episode av DotKom.

Denne samtalen er ment som en faglig ressurs for kommunikasjonsstudenter ved UiS.

Men temaene vi tar opp, er så aktuelle at vi legger det ut på podkastplattformen til UiS.

Der du ellers hører podkaster.

I dag skal vi snakke om offentlighet, om medier og makt.

Og da har jeg vært heldig å få tak i en gjest jeg har gleda meg til å snakke med her.

Lars Helle, har du lyst til å introdusere deg sjøl litt med din bakgrunn?

[SPEAKER_00]

Ja.

Min bakgrunn er at jeg er utdanna jurist.

Men det varte ikke så lenge fra jeg var ferdig med jusstudiet i Oslo før jeg havna inn i Dagbladet, og det er 40 år siden nå i vinter.

Og etter hvert så tok journalistikken overhånd, prøvde meg litt som byråkrat.

Og var i Dagbladet som journalist i åtte år, bl.a.

på det lokalkontoret de hadde i Stavanger på den tida.

Den tida hadde jo avisene kontorer rundt omkring.

Og så skulle Rogalands Avis ha ny redaktør i 1996, og så fikk jeg den jobben og var der i fire og et halvt år, før jeg kom tilbake til Dagbladet som en del av redaktørkollegiet.

Jeg hadde mange redaktørstillinger der fram til 2010.

Jeg var da konstituert sjefredaktør en periode, og så ble jeg fast sjefredaktør i 2010.

Og fra 2012 var jeg sjefredaktør i Stranger Aftenblad her i byen igjen.

Så jeg har vært litt fram og tilbake til Oslo.

Så var jeg ti år der.

Og så har jeg vært tilbake i Dagbladet i fem år, siste årene som politisk redaktør.

Frem til jeg slutta og gikk av i månedsskiftet august-september.

[SPEAKER_03]

Ganske tung bakgrunn innenfor journalistikk også, men kjekt òg med den bakgrunnen som jurist.

[SPEAKER_00]

Ja, det ble 40 år, og i tillegg fikk jeg ganske god praksis fra borebransjen i Nordsjøen mens jeg studerte.

Så jeg har litt kjennskap til den viktigste næringen her i distriktet òg.

[SPEAKER_03]

Ikke sant.

Og da forstår dere jo hvorfor jeg har invitert deg, når vi skal starte med å snakke om journalistikkens samfunnsoppdrag.

For det er jo et begrep vi ofte bruker i journalistikken.

Og det handler jo om å samle inn informasjon, om å kritisk undersøke makthavere og gjøre informasjon tilgjengelig for offentligheten.

Men i 2026, hva tenker du samfunnsoppdraget betyr da?

[SPEAKER_00]

Jeg tror det betyr akkurat det samme, og det er litt av fordelen.

Journalister er på en måte allmennhetens advokater uti det.

For det journalister har som oppdrag og har tid til, og som jobb, å undersøke, utforske, dekke det som blir tildekket osv.

Og kunne formidle det på en forståelig måte på alle nye plattformer.

Det er mange nye plattformer, men det grunnleggende er jo akkurat det samme.

Så det består nå på samme måte som det gjorde da jeg begynte, og før det igjen òg.

[SPEAKER_03]

Da svarer du egentlig på det som jeg lurte på også, for har det oppdraget endra seg?

[SPEAKER_00]

Det er nok sikkert endringer, selv om de grunnleggende prinsippene er der akkurat.

Men det er blitt et mer komplisert samfunn, det er blitt mye mer overvåka.

Samtidig har jo òg hjelpemidlene og verktøykassa blitt utvida på mange måter.

[SPEAKER_03]

Er det riktig at det først og fremst er arbeidsmetodene som har endra seg?

[SPEAKER_00]

Ja, arbeidsmetodene har endra seg dramatisk.

Både fordi vi skal publisere på nye måter på nye plattformer, men òg fordi de digitale hjelpemidlene òg hjelper på i innhentingsfasen.

Og det er faktisk sånn at da jeg begynte i1987 skrev vi på skrivemaskinen.

Da du ringte fra fasttelefonen for å få tak i kilder, fikk du ikke tak i dem måtte du ut å lete etter dem.

Det var ikke noen e-post- eller tekstmelding.

Det er utallige ganger jeg sto på ringeklokka til folk jeg skulle ha tak i.

[SPEAKER_03]

Det er kanskje det som sånne journalister bør opptre i dag òg.

Du må faktisk være ute.

[SPEAKER_00]

Det har falt litt vekk, dessverre.

Det med å gå ut og ta bilder, det husker jeg at vi på morgenmøter i Dagbladet kunne omtale ting som hadde skjedd 200 meter vekk.

Så fant de et bilde på Google map i stedet for å gå ut å ta et skikkelig bilde,

og kanskje traff de et menneske de kunne snakket med som kunne gi litt koloritt til saken.

Det er en ting som ikke har gått rett vei.

Den digitale hverdagen gjør ting litt for lett, det sitter litt lenger inne å gå ut og oppsøke folk og oppsøke virkeligheten.

[SPEAKER_03]

Og da mister du kanskje noe?

[SPEAKER_00]

Du mister mye.

Så det beste er jo alltid å kunne være til stede og kunne referere fra det.

Et godt eksempel er det som skjedde under pandemien, når vi ikke kunne gå ut.

Og Teams-møtene slo igjennom, ikke bare i hvert enkelt sitt arbeidsliv og undervisningssituasjoner, men òg i Dagsnytt 18 og Dagsrevyen og nyhetsformidlingene òg.

Da ble det ikke den umiddelbarheten som jeg mener er viktig.

I domstolene er det lovfesta at vitner skal møte opp og snakke.

De skal ikke bare avgi et skriftlig vitnemål eller lese inn på bånd, de skal være der og da.

Det har noe for seg at folk er på plass.

[SPEAKER_03]

Du har jo mange års erfaring som redaktør, og som klassisk, altså tilbake i tid, så tenker vi jo at ofte så fungerte redaktøren som en portvokter.

Det var redaktøren som bestemte hva som skulle publiseres, og hvilke saker som skulle få oppmerksomhet.

Og i dag så publiseres det jo enorme mengder utenfor de redaktørstyrte mediene.

Hvordan tenker du at redaktørrollen har endra seg?

[SPEAKER_00]

Prototypen på en redaktør for 40-50 år siden var nok en mann, kanskje godt opp i åra, stor mage, røykte sigar. De sa vel òg at de drakk doble konjakker til kvelds, da.

Nå er de vel mer ute på joggetur og i treningsstudio.

De er ikke så synlige. De har nok en mye mer innadvendt rolle.

Men det som er det samme og som er så fint med de redaktørstyrte mediene i Norge, er at redaktøransvaret er personlig.

Selv om redaktøren ikke har sjanse til å lese eller se gjennom alt som blir publisert på plattformene, f.eks. til VG eller NRK,

så har hun eller han det personlige ansvaret for alt som blir publisert.

Det er det viktig å skape forståelse for nedover i systemet.

Det er òg viktig at det er en person som står til ansvar for det som blir publisert.

Du nevnte de andre som publiserte, som ikke har redaktøransvar.

Som ikke omfatter det som nå heter medieansvarsloven.

Det mener jeg på mange måter er noe som mange ville kanskje sagt at det var et aber, en konkurransesvekkelse for de tradisjonelle mediene, eller mainstream media.

Men vi kan lige gjerne se på det som et konkurransefortrinn at de har det rammeverket og et personlig ansvar som de må stå opp for og stå til ansvar for.

Det kan ses på begge måter.

Jeg mener det er et fortrinn.

[SPEAKER_03]

Ja, det er interessant.

Den største forskjellen da, for du har jo vært med og vært redaktør i papiravisenes tid, og nå i dagens digitale offentlighet, med de ikke-redaktørstyrte mediene òg.

Hva vil du si er den største forskjellen for redaktørrollen?

[SPEAKER_00]

Når det var et papirmedium, så var det ett format som begynte et sted og slutta et sted.

Som du fullførte kvelden før under dette deadline-presset.

Som vi så romantisert i amerikanske filmer.

Der sto det ofte noen menn i et glassbur og brølte.

Det var litt sånn òg, da.

Særlig i de løssalgsmediene.

Jeg jobbet jo mange år i Dagbladet, og det var en ganske intens konkurranse mot VG.

De sto ved siden av hverandre i stativene i 12 000 utsalgssteder over hele landet.

Og det var kamp om å få siste nytt før deadline.

Og så plutselig har du deadline hele tida.

Og det er ingen begynnelse og slutt.

Det bare pøser på med over 100 saker, kanskje 200 saker hver dag, og det skal video inn og sånne ting.

Du har ikke den strukturen på dagen, selv om du har en plan. Alle har en plan om når de skal publisere ting. Det er ikke sånn at hver gang en sak er ferdigskrevet, så publiseres den der og da. Det skal inn i en miks. Det skal passe inn tidsmessig. Så er jo dette ganske store forskjeller.

[SPEAKER_03]

Kan det bli for mye?

[SPEAKER_00]

Ja, det er jo klart.

Og jeg tror nok òg, og det har vi ofte i de stedene jeg har vært og tenkt på,

kunne vi klart oss med å lage halvparten av de sakene?

Svaret på det er egentlig ja.

For både konsumentene, altså lesere, seere og lyttere, klarer ikke å ta til seg alt og høre på alt.

Og vi kunne kanskje brukt enda mer tid på å lage eksklusive egne saker, istedenfor å bare publisere, publisere, publisere korte små snutter av nyhetene.

Folk liker å snakke om at de gode reportasjene er viktige.

Bakgrunnsartikler og kommentarer, det er de.

Men så er det et behov der ute for folk for å få en løpende nyhetsdekning.

Det må alltid ligge i bunnen for et tradisjonelt medium, hvis du ikke er et nisjemedium.

Så du må finne en balanse der, da.

[SPEAKER_03]

I tillegg til det behovet du skisserer der, så er det jo flere av de redaktørstyrte mediene som tar på seg et underholdningsansvar.

Hvordan tenker du rundt den utviklingen?

[SPEAKER_00]

Det er jo noe som alltid har vært det.

Du skal informere folk, men også stimulere dem.

Det trenger ikke bare å være underholdningssak, altså det å skrive om kjendiser.

Det kan være at du skriver saken på en god og underholdende måte.

Men det kan òg være at folk har behov for en pause i hverdagen.

Sjøl her på universitetet, hvor det skjer mye forskning og sånne ting, så må noen få lov å snakke om noe annet over kaffekoppen.

Og det kan til og med være noen Kardashian-damer eller sånne ting som alle er interessert i, eller det generelle nyhetsbildet.

Og de store allmenne publikasjonene i Norge, både på papir og nett, og ikke minst lyd og bilder, de har oppdrag på den fronten òg.

Se på NRK, så store de er med hvordan de klarer å på imponerende måte løse oppdraget sitt med å ha disse store sendingene sine, som alle før i tida flokka seg rundt, type Dagsrevyen.

Men at de òg eksperimenterer med ungdomsserier og lager høydevideosendinger og er på de store sosiale mediene.

Så det er en del av det hele.

Og det skal òg dekke det behovet hos folk, som er hos alle.

[SPEAKER_03]

I kommunikasjonsfaget snakker vi ofte om offentligheten som arenaen der samfunnsspørsmål blir diskutert, hvor meninger brytes.

Dette er et stort spørsmål, men hvilken rolle spiller journalistikken for demokratiet, og har den rollen endra seg?

[SPEAKER_00]

Ja, den har nok endra seg, men det er ingen tvil om at journalistikken sin oppgave med å referere ting som skjer, alt fra trafikkulykker og rettssaker til fotballkamper og sånne ting, det er jo at de på en måte igjen opptrer som en slags agent for folk der ute.

Og så er det jo dette med selve debatten, den offentlige debatten, den har jo flytta seg mye fra leserbrevspalter og debattsider i papiravisene, nå til sosiale medier hvor det går i et voldsomt tempo, og hvor det blir slengt ut påstander.

Det er et annet debattklima.

Men fortsatt tror jeg at ikke minst bidraget til å opplyse debatten, der har de tradisjonelle mediene ganske stor rolle.

Og de gjør så godt de kan, men

[SPEAKER_03]

For har den rollen blitt vanskeligere?

[SPEAKER_00]

Både ja og nei.

Jeg merker jo, nå har jeg de siste årene som politisk redaktør vært mye rundt i gangene på Stortinget, og jeg merker jo at sjøl de reporterne som bruker hele tida på å være på politikken, får ikke med seg alt som virkelig skjer i politikken.

Jeg kunne tenkt meg å være tre måneder på innsida av et styrende politisk parti, eller i regjeringsapparatet.

For det er mye som vi faktisk ikke får tak i, og ikke forstår.

Og mange analyser er feil, kort og godt.

Samtidig så er det jo folk å passe på her.

Det er alltid journalister i Stortinget.

Det er alltid journalister om vandrer i gangene i departementene.

Og på regionalt nivå i kommunene, og sånne som følger med.

Og det er jo viktig for samfunnsdebatten.

[SPEAKER_03]

Så journalister har fremdeles en rolle som maktkorrektiv?

[SPEAKER_00]

Ja, å få opp opplysninger og sånne ting.

Det kan handle om traseen for Bussvei i Stavanger som et eksempel på ting som ruller og går i debatten.

Hvis ikke de lokale mediene hadde dekket denne bussveien, som nå har vært en debatt og utbygging av i 15-20 år, så hadde ikke folk kunne tatt del i å være med å mene noe og bestemme noe om f.eks. hvordan traseen langs Madlaveien i Stavanger skal være for å ta et nært eksempel.

[SPEAKER_03]

Hvem tenker du har mest makt over offentligheten?

Er det politikere, er det medier, er det kommunikasjonsbransjen, eller er det teknologiplattformer?

[SPEAKER_00]

Det er ingen tvil om at teknologigigantene har en helt annen rolle. De hadde ingen rolle for 20-25 år siden.

Nå har de en helt annen rolle, og måten de styrer debatt på, måten de trekker folk inn og utenfor, måten de styrer innlegg på, måten du til og med kan kjøpe deg framtredende plass på hos teknologigigantene, har mye å si.

Samtidig så er det jo ingen tvil om at i en sånn liberal rettsstat som Norge, folkestyrt, så vil det nok si at politikere òg har fortsatt mye makt.

De kan bestemme. Hver eneste dag er det en debatt om hva de skal tillate, bl.a.

når det gjelder teknologigantene, f.eks. de prøver å få aldersgrensa på sosiale medier,

de prøver å regulere dette etter beste evne, både nasjonalt og internasjonalt.

Og så har alle de andre du nevnte også på forskjellig måte en rolle i samfunnet.

Den kjente influenseren Oscar Westerlin var på Dagsrevyen denne uka, og det visste jeg at han har begynt å lese bøker, og de bøkene han leser blir det nå kø over på bibliotekene.

Det endrer ikke samfunnet, men det viser at han kan bevege folk i retning.

Enkelte av disse influenserne er forbilder og kan få folk til å bruke en bestemt type neglelakk og til å lese bestemte bøker.

[SPEAKER_03]

Ikke sant.

Et annet litt aktuelt tema er jo Isabel Raad.

Som òg, da, i forhold til TV2 som har brukt henne i en del serier.

Og samtidig setter litt søkelyset på influenserindustrien.

De havner jo i en sånn litt skvis der, da, en dobbeltrolle.

[SPEAKER_00]

Du bruker ordet industri, og det er det det er blitt.

De produserer ting mer enn at de bidrar til meningsmangfold og den offentlige debatten, egentlig.

Det er uten tvil et rom for den type ting òg.

[SPEAKER_03]

Hvis vi går litt tilbake til politikk, så handler jo det selvfølgelig om å sette dagsorden.

Og de sakene som får oppmerksomhet, påvirker jo òg hva saker folk oppfatter som viktige.

Hvordan syns du politisk kommunikasjon har endra seg gjennom dine år,

både som journalist og redaktør, og nå til sist politisk redaktør?

[SPEAKER_00]

Det har jo forandra seg noe enormt, blant annet fordi at det er venta at politikere, både lokalt og nasjonalt, skal bidra på så mange plattformer til så mange tider av døgnet.

Jeg tror at en valgkamp i 1987 eller 1991 eller 1995 var helt annerledes. De følte de hadde det travelt, òg politikerne, men nå er det jo venta at de skal bistå på en annen måte.

Og så har de et helt annet apparat rundt seg.

Det har ikke bare de store rikspolitikerne.

Alle folkevalgte har på en måte en annen form for rådighetsapparat, folk som kan hjelpe dem med å være på sosiale medier, legge timeplan for dem og være til stede.

Og mediene venter òg at de stiller opp i tide og utide, da.

Selv om det ikke skal være sånn å knipse, så kommer Sylvi Listhaug. Det er det ikke.

Men det er en helt annen rolle, og de må være forberedt på å stille og være fit for fight.

Og passe på at de har fått gnidd søvnen ut av øynene hele veien.

Det er krevende.

[SPEAKER_03]

Du er inne på dette med kommunikasjonsrådgivere. Du sier apparatet rundt,

Med spinn-doktorer.

Det å komme med strategiske medieutspill.

Vi kjenner igjen de som har fått medietrening.

Det går med måten de svarer på.

Men tenker du at politikere har blitt flinkere til å styre mediebildet?

[SPEAKER_00]

Nei, jeg tror ikke de styrer mediebildet, men sammen med rådgivere så kan de jo fortsatt prege litt om hva de stiller opp på og hva de skal svare på og den type ting, men de kan ikke forme debatten.

Det er klart at ta regjeringen Støre nå har vært relativt lite turbulens rundt statsrådene det siste året, men de første årene så bytta han jo de ut på løpende bånd.

Det var jo ikke noe han egentlig ønsket.

Mange av de sakene var jo mediedrevne, som avslørte f.eks.

aksjehandel av uheldig art og inhabilitet osv. som gjorde at statsråder måtte gå av.

Hvis regjeringen og statsministeren kunne styrt dette sjøl, ville de sett det på en annen måte.

[SPEAKER_03]

Det er et godt eksempel, da.

Men, tenker du at det er mulig å manipulere offentligheten gjennom å bruke politisk kommunikasjon?

[SPEAKER_00]

Jeg tror det er mulig å manipulere. Det er helt andre krav til å være kritisk.

Først kom internettet, det begynte så vidt i Norge, det var noen som holdt på med det under OL på Lillehammer i 94, men i1995 begynte folk å selge abonnement og sånne ting.

Da var det sånn at de som hadde tilgang og hadde lest noe på internett, så var det sant.

Nå er jo alt på nettet og folk har lært seg en kritisk greie.

Det første vi gjør når vi ser et oppsiktsvekkende bilde nå, er å spørre oss sjøl om det er kunstig intelligens eller ikke.

Folk er blitt mer skeptiske, men det er mange synkehull å gå i der fortsatt.

Og folk blir lurt hele veien. Det gjør de.

[SPEAKER_03]

Da du starta din karriere, så konkurrerte jo mediene mot hverandre.

Du sier VG og Dagbladet konkurrerte om å selge flest aviser. I dag konkurrerer journalistikken med alt som finnes på mobilen.

Hva har sosiale medier gjort med journalistikken?

[SPEAKER_00]

Den har først og fremst gjort at mange har sosiale medier som sin hovednyhetskanal.

Det er mange som ikke leser Dagbladet og VG eller Rogalands Avis eller Stavanger Aftenblad eller hva det måtte være.

De mener de får den oppdateringen de trenger fra TikTok, f.eks.

Og kanskje er det sånn at journalistikken har hengt litt etter.

Jeg har jo også prøvd litt sånn, f.eks. når jeg skrev en tradisjonell lederartikkel om f.eks hva Dagbladet mente om aldersgrense på sosiale medier.

Så måtte jeg etterpå gå i studio og ta opp en TikTok-mikrofon og snakke TikTok-journalistene våre, og fortelle det på en annen måte.

Så det har jo endra at jeg da på 25 sekunder skal prøve å forklare det vi ellers mener på 2500 tegn, eller 4000 tegn, eller hva det var for noe på en gammeldags og lang tekst som et begrenset antall mennesker leste.

I alle fall et begrenset antall mennesker under 40 år.

Så det har jo gjort at vi òg må ta i bruk de formatene, bruke andre virkemidler.

Kanskje konsentrere alle de ordene våre på en annen måte.

[SPEAKER_03]

Og da mister du kanskje noe på veien òg, kjenner du på det?

[SPEAKER_00]

Nei, jeg tror egentlig at det har jo alltid vært sånn.

Når Dagbladet og VG konkurrerte i stativene, så handler det jo mye om utstråling.

At du skulle ha en god sak, men òg vise den fram på en god måte.

Du skulle ha et godt bilde. Du skulle ha en førsteside som gjorde at folk på ti meters avstand, når de kommer inn og skal betale for bensinen sin. Oi, da må jeg ta med meg den avisen.

Det handler litt om det òg nå. At du tilpasser deg den virkeligheten og sånn.

Og det tror jeg òg den andre part, gjerne innen kommunikasjon og sånn, òg tenker.

Hvordan kan vi få fram budskapet på en måte som gjør at det når er gjennom denne voldsomme strømmen av nyheter.

[SPEAKER_03]

Det å nå igjennom - vi ser jo at det ofte, eller det kan belønne konflikt, når det er dramating, polarisering, sterke følelser.

Er det sånn at den oppmerksomhetsøkonomien som det har blitt, belønner den disse voldsomme konfliktene?

[SPEAKER_00]

Det med konflikt er nok litt grunnleggende.

For å si det litt banalt, så går det jo ca. 25 fly mellom Oslo og Stavanger hver dag.

Vi skriver ikke hver gang at det gikk bra, dette.

Hvis vi må nødlande på Kjevik på veien, så blir det en sak.

Det er et eller annet med at det ofte er det som er unormalt, som ofte får stor plass.

Det er mye frustrasjon over hva man skriver der ute.

Hvorfor skriver du ikke om alt det vi gjør, den harde jobben vi har, og alle de gode tingene som lekeplasser vi har fått bygd?

Hvorfor skriver du om alt det bråket og den støyen?

Det er et poeng i det.

Men det er også sånn at vi skal få fram det som er annerledes enn det som er.

Det er òg sånn du avdekker ting som er kritikkverdige.

At du er litt på jakt etter det og åpne for de tingene.

[SPEAKER_03]

Tillit i en så endra, eller fragmentert, offentlighet. Norge er jo fremdeles et høytillitssamfunn.

Samtidig er det økende debatter om mediumistillit, om polarisering og disse alternative Ikke mainstream-media.

Hvorfor er tillit så utrolig viktig for journalistikken?

[SPEAKER_00]

Det er et enormt fortrinn for Norge at vi er et tillitssamfunn.

Vi er det fortsatt selv om det blir innsnevra på mange ting.

Det andre store fortrinnet vi har, er at vi har et eget språk.

Som gjør at vi kan pakke inn ting på egen måte, på en helt annen måte enn de som snakker et mer verdensspråk.

Men jeg tror at vi skal ta vare på den tilliten.

Det handler ikke bare om tillit til mediene, det handler om tillit til hverandre.

Tillit òg til de ikke-mainstream-media.

Det er jo mange folk med aller beste mening som holder på med det.

Vi skal ikke bare kategorisere dem som noe farlig eller noe vi ikke vil ha.

De har en oppgave, de òg.

Det må vi bare akseptere.

Tillit handler òg om at de journalister skriver om.

Det skal gå begge veier.

Vi skal ha tillit til dem, og de skal ha tillit til oss.

Hvordan de opptrer, enten det er en organisasjon, et kommersielt foretak eller en kommune.

At de òg har en tillit den andre veien, og at vi kan ha tillit til dem.

Det tror jeg vi skal ta vare på.

Det er et stort fortrinn at det fortsatt er et tillitssamfunn i Norge.

[SPEAKER_03]

Du har nevnt noen av tingene som må til for å bevare tilliten.

Vi snakker mye om det i kommunikasjonsfaget òg, at tillit er gjennomgående og gjennomsyrer alt du gjør.

Hvis du skal prøve å oppsummere med en setning eller veldig kort - hvorfor er det at demokratiet trenger journalistikken?

[SPEAKER_00]

Det vil forvitre. “Democracy dies in darkness”, er det ikke det som er slagordet til Washington Post?

Ting vil forsvinne, ting vil ikke bli overvåket.

Du vil få små Putiner og små diktatorer overalt.

Og du ser hvor fort det kan gå også, i en del stater ganske nær oss.

Ta Ungarn fram til valg, iallfall under Orbán.

Hvordan han kunne destabilisere og nedbygge de institusjonene som skulle sørge for at det var tillit og åpenhet.

Det handlet om den frie redaktørstyrte pressen, det handla om domstolene, det handla om frie valg.

Det er forsøksvis rasert, det er delvis rasert rundt omkring.

Og du ser på sånne indekser som internasjonale organisasjoner gjør, både om ytringsfrihet og pressefrihet, at det synker rundt omkring.

Det er derfor Norge blir en sånn grønn øy ute i denne verdenen.

Norge, Estland og Nederland pluss de andre skandinaviske landene, og Canada kanskje, som fortsatt klarer å bestå.

For det går ganske fort å rive det ned.

Og det gjør du hvis du tar vekk en del av de tingene vi har.

[SPEAKER_03]

Hva tenker du rundt media og økonomi?

Hvordan skal vi klare det når det er stadig færre som abonnerer, spesielt den yngre generasjonen?

[SPEAKER_00]

Det har vært slått alarm i 15 år, jeg har sjøl stått i spissen for ganske omfattende nedbemanningsprosesser i store mediehus fordi at medieøkonomien har blitt snudd helt opp ned.

Bare for å ta en avis og Stavanger Aftenblad.

Når de var en ren papiravis, så levde de av at nesten 80 % av inntekten til Aftenbladet,

det var ikke abonnentene.

Det var annonsørene i Rogaland som skulle selge biff og kjøttdeig og biler.

Folk fikk ikke jobb hvis de ikke hadde lest Stavanger Aftenblad.

De forsvant ganske fort.

Og nå, uten at jeg har vært inne i de siste regnskapene, tror jeg at 80 % av inntektene er betalt av abonnenter.

Men størrelsen på inntektene er ikke de samme.

De er mye lavere enn det de var.

Det var en pengemaskin.

Aftenposten og alle de store avisene.

Helt annen økonomi.

Og pengene er ikke vekke, de har bare gått til andre aktører.

Det betyr at det er mindre penger til å finansiere den journalistikken som vi nå har snakket om en stund, er så viktige for å opprettholde den gode debatten, åpenheten i samfunnet, tillitssamfunnet og den liberale rettsstaten, som er et begrep jeg bruker mye.

Der er det jo bare mørke skyer framover òg.

Det er all grunn, når jeg ser på mine gamle kollegaer redaktører, til at de har rynker i pannen over hvordan skal dette gå.

Hvordan skal dette gå?

[SPEAKER_03]

Det er ikke lys i tunnelen?

[SPEAKER_00]

Det er masse lys, og mange av lysene er jo at det lages utrolig mye bra journalistikk.

Og det er jo forhåpentlig noe av det som skal gjøre at mediebransjen overlever.

At folk setter pris på det, og kjøper avisen for det.

Det er ikke alltid sånn at det er den beste journalistikken som utløser flest abonnementssalg.

Men det er en del av det som, i den pakken, med litt underholdning, med de løpende nyhetene og de store både graveprosjekter og andre ting som gjør at folk får lyst til å lese dem.

Men hvordan dette går, både om tre år og om seks år, er vanskelig å si.

Men det har vært, særlig de siste ti årene, en mye større omstillingsevne og vilje i norske medier enn det var før det.

Det var nok sånn at folk i mediene trodde at det gikk over, det med nettet, fram til 2010 ca.

[SPEAKER_03]

Jeg tror vi skal avslutte på det, og tenke at den omstillingsevnen vil fortsette.

[SPEAKER_00]

Ja, den er viktig.

Og jeg tror det er viktig for landet og folket her at den består.

Og at vi der må ha frie medier som er i stand til å sette samfunnet i en situasjon hvor vi kan ha de gode debattene og den åpenheten vi trenger.

[SPEAKER_03]

Da tror jeg vi lar det være siste ord i denne episoden.

Tusen takk for at du hørte på oss.

[SPEAKER_02]

Du har hørt en podkast fra Universitetet i Stavanger.