

Hvordan utvide rommet for tros- og livssynsuttrykk i mediene?

Sindre Buer

Tonje Sofie Ranvik



Innhold

1. INNLEDNING - SITUASJONEN I DAG	2
1.1 Økt innvandring til Norge	2
1.1.2 Situasjonsbildet i media	3
1.1.3 - Problemstilling	4
1.2 - Relevans	4
2 - METODIKK OG VIDERE FREMSTILLING	4
3 - INTERVJUENE	5
3.1 - Tilgjengelighet og aktualitet	5
3.2 - Manglende kunnskap	8
3.3 - Debattklima	10
4 - TILTAK	12
4.1 - Undervisning om mediehåndtering i skolen	12
4.2 - Endring av journalistutdanningen	12
4.3 - Pressestøtten	12
4.5. Tiltak rettet mot tros- og livssynssamfunn	13
4.6 Tiltak rettet mot mediehusene/redaksjonene	14
5 - SAMMENFATNING: HVORDAN KAN VI LAGE ROMMET I MEDIA STØRRE FOR TROS- OG LIVSSYNSUTTRYKK?	14
6 - LITTERATURLISTE	16

1 - Innledning - situasjonen i dag

1.1 - Økt innvandring til Norge

Siden 1980-tallet har det vært en stor økning i antall innvandrere til Norge. Det kom i 1980 11 833 innflyttere med utenlandsk statsborgerskap. Antallet økte til 59 000 i 2015.¹ I dag har vi desidert flest innvandrere fra Polen og Litauen hvorav begge er katolske land. Andelen innvandrere fra Somalia, Syria, Irak, og Pakistan er også stor.² Disse landene har islam som sin hoved religion. Norge har som følge av økende innvandring³ blitt et flerkulturelt samfunn både i forhold til ulike etnisiteter, men også med tanke på religiøs tilhørighet. Likevel er fortsatt 71% av befolkningen medlemmer i Den Norske Kirke⁴. En offentlig utredning fra 2013 peker på at det har skjedd en nedgang i antall personer i Norge som anser seg selv som troende. Samtidig som de troende i større grad tilhører forskjellige religioner.⁵ Tall fra Statistisk Sentralbyrå viser at 12,7% av den norske befolkningen er medlemmer av tros- og livssynssamfunn utenfor Den Norske Kirke.⁶

¹ Statistisk Sentralbyrå "Flyttinger"

² Statistisk Sentralbyrå "14 prosent av befolkningen er innvandrere"

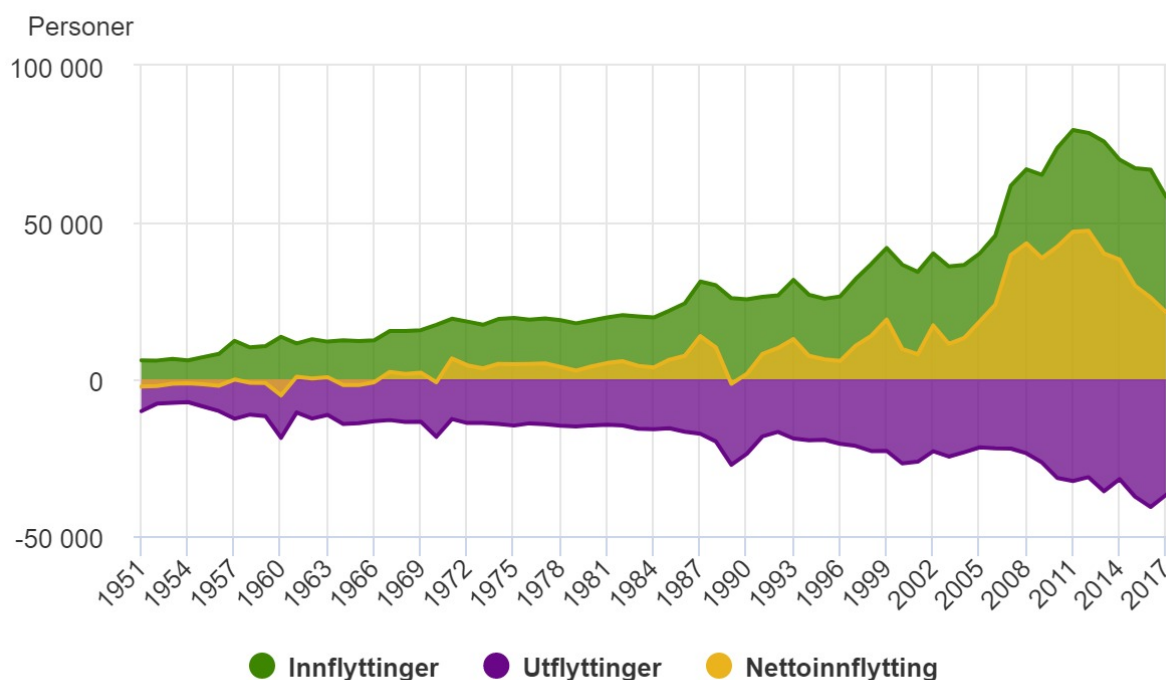
³ Antall innvandrere har økt med 32 698 fra 1990 til 2017, se figur 1

⁴ Den Norske Kirke "Medlemsstatistikk" 01.02.2018

⁵ NOU 2013:1, 49 og 50

⁶ Statistisk Sentralbyrå "Trus- og livssynssamfunn utanfor Den norske kyrkja"

Nettoinnvandring



Kilde: Folkemengde og befolkningsendringer, Statistisk sentralbyrå

Figur 1: Migrasjon til og fra Norge⁷

1.1.2 - Situasjonsbildet i media

De siste ti årene har det skjedd en stor endring i mediebildet. I 2007 lanserte Apple sin første smarttelefon, og smarttelefonen på Googles operativsystem Android ble lansert i 2008⁸. Dermed ble det også skapt et marked for tilgjengelighet gjennom flere kanaler, tablets og smarttelefoner. Dette har ført til at aviser og nyheter ble tilgjengelig i apper og på sosiale medier. Mangfoldet av kanaler har ført til høyere krav om relevans i sakene som avsenderen ønsker å nå ut med. I *Religionens tilbakekomst i offentligheten?* redigert av Inger Furseth, vises det til et skifte av type budskap aviser publiserer. I de fire avisene boken undersøker, ser man en nedgang i religiøse betraktninger fra religiøse ledere, til mer stoff om debatter rundt religion. Det har også blitt større mangfold i dekning av ulike religioner. Dekningen av Den Norske Kirke har gått tilbake, og økt dekning av islam grunnet økt innvandring.⁹ En annen tendens som også påpekes er at "redaktørene vurderer først og fremst islam og muslimske miljøer i

⁷ Statistisk Sentralbyrå "Fakta om innvandring"

⁸ Øverby "Smarttelefon"

⁹ Lundby og Gresaker "Religion i mediene - omstridt og oversett?" s.79 og 80

lys av konflikt, i tråd med de nyhetskriterier pressen arbeider etter”¹⁰. Vi ønsker å undersøke om dette er tendenser som først og fremst gjelder islam eller om endringene også gjelder mediedekningen av andre tros- og livssynssamfunn.

1.1.3 - Problemstilling

På bakgrunn av dette har vi valgt følgende problemstilling: Hvordan kan vi lage rommet i media større for tros- og livssynsuttrykk?

Vi har valgt å fokusere på uttrykk i media, primært aviser. Herunder både sekulære allmenn medier som Aftenposten og Dagbladet, og religiøst orienterte aviser som Vårt Land og Dagen. Med “rommet i media” mener vi tro- og livssynssamfunnenes tilgang gjennom mediekanalene. Videre vil vi fokusere på spillet mellom mediene og tros- og livssynssamfunnene og hvordan de opplever seg fremstilt i media.

1.2 - Relevans

Som følge av at Norge har blitt et mer flerkulturelt samfunn har det blitt viktig med dialog mellom ulike religioner og livssyn. Dette var noe av bakgrunnen til at Stortinget nedsatte et utvalg som kom med utredningen “Det livssynsåpne samfunn”¹¹. For å kunne skape en sunn dialog og debatt er media en viktig aktør. De tradisjonelle mediene har dermed en viktig oppgave med å skape rom for ulike tros- og livssynsuttrykk. De ulike medienes forhold til dette vil derfor være svært viktig. Hvordan de ulike religionene fremstilles i media påvirker også befolkningens holdninger rundt religion. I visse tilfeller kan medias fremstilling være feilaktig eller også i uoverensstemmelse med fremstillingen trossamfunn selv ønsker. Dette gjør det viktigere enn før å komme med et nyansert og korrekt bilde av religion i media. Samtidig som det er viktig å fremheve at tros- og livssynssamfunnene ikke har noe monopol på hva som er korrekt. En korrekt fremstilling vil likevel fremme forståelse og inkludering, samtidig som det motvirker utenforskap og frykt for religion.

2 - Metodikk og videre fremstilling

Vi har tatt utgangspunkt i en kvalitativ metode hvor vi har foretatt totalt ni intervjuer av både mediehus og tros-/livssynssamfunn. Herunder fem mediehus og fire tros- og livssynssamfunn. Intervjuene baserte seg på to ulike sett med spørsmål til hver av gruppene. For å samle trådene fra intervjuene med faglig

¹⁰ Lundby og Gresaker “Religion i mediene - omstridt og oversett?” s.83

¹¹ NOU 2013:1

tyngde har vi intervjuet Jens Barland, førsteamanuensis i medieledelse ved NTNU. Her har vi basert spørsmålene på det vi har funn fra intervjuene med media og tros- og livssynssamfunn. Vi kommer også underveis til å trekke paralleller til rapporter og litteratur som er relevant for tematikken.

Vi har sammenfattet funn vi har gjort med bakgrunn i intervjuene, til hovedpunkter som vi kommer til å presentere fortløpende. Etter at vi har presentert funnene vil vi forsøke besvare problemstillingen ved å presentere mulige tiltak for å fremme plass til religion- og livssynsuttrykk i media. Tiltakene vil bygge på de funn vi har sett under intervjuene.

Mediehusene vi har intervjuet er Aftenposten, Dagbladet, Vårt Land, Dagen og TV2. Av tros- og livssynssamfunn har vi intervjuet Den Katolske Kirke, Human-Etisk forbund, Norsk Luthersk Misjonssamband (NLM) og Islamic Cultural Center. I avsnittene nedenfor vil hovedfunnene fra intervjuene presentert.

3 - Intervjuene

3.1 - Tilgjengelighet og aktualitet

Det vises gjennomgående til en opplevelse av god tilgjengelighet på media i intervjuene med tros- og livssynssamfunnene. Hvor god tilgjengeligheten er må riktignok nyanseres saker og medieoppslag, påpeker biskop Bernt Eidsvig i Oslo katolske bispedømme. Spesielt blir det trukket frem som enkelt å nå frem med debattinnlegg. Dette er noe samtlige intervjuobjekter har pekt på. Herunder blir Vårt Land fremhevet som en avis med god dekning på tros- og livssynsdebatt, noe som nok er en naturlig følge av at de har et spesielt fokus på religion og livssyn. Eidsvig fremholder at det har skjedd en økning i debatter på avisenes nettsider som er tilgjengeliggjort for alle til publisering. Det er bra, for det fører til en spredning og demokratisering av debatten. Samtidig har det skjedd en nedbemanning og nedskjæring i de store mediehusene hvor den redaksjonelle og faglige dekningen av tros- og livssynsområdet er blitt nedprioritert. Avisene sparer penger ved å la leserne selv slippe til med sine innlegg, hvilket kan være et gode, men spørsmålet er om dette da skjer på bekostning av den faglige dekningen.

Førsteamanuensis i medieledelse fra NTNU Jens Barland kan bekrefte denne utviklingen og at hans inntrykk også er at volumet i antall saker om religion har økt betraktelig de siste ti årene. Han peker på to årsaker til at debattstoff har økt i mengde. For det første er det ikke lengre noen særlig omsettelig økonomisk verdi for mediehusene å formidle nyheter i den digitale verden. Dette fordi slikt

budskap kopieres fort og en avis er kanskje alene om å være først med en sak i toppen en time. Meningsstoff som debatter kopieres derimot ikke og denne egenskapen gjør det attraktivt rent økonomisk for avisene. For det andre peker Barland på at når leserne selv bidrar med innholdet trenger ikke mediehusene å ha ansatte for å betale folk til å skrive debattinnleggene. Det kan synes som debattinnleggene i egenskap gjør dem attraktive for mediehusene.

Et annet perspektiv på dette kommer frem fra intervjuene med de ulike avisene. Aftenposten påpeker at det er viktig å være en nasjonal debattflate hvor man kan nå frem til ulike grupperinger i samfunnet. Slik at også mindre grupperinger "kan prøve sine argumenter på et større publikum, på en større offentlighet" begrunner Erik Tornes, debattredaktør i Aftenposten. Geir Ramnefjell, politisk redaktør i Dagbladet påpeker at "man må åpne for de perspektivene som er der ute, og det er viktig for en avis å ha en så åpen debattarena som mulig". I og med at det norske markedet ikke er så stort vil det være viktig for aviser å henvende seg til så mange som mulig.

Aviser som Vårt Land og Dagen har et hovedfokus på saker som omhandler tro og livssynsspørsmål, men også de er opptatt av å skape bredde. Vebjørn Selbekk, sjefredaktør i Dagen påpeker at for dem er det viktig å ikke bare:

"Drive journalistikk for menigheten både i bokstavelig og overført betydning. Det må ha en relevans også på utsiden av kirke - og bedehusveggene. Det er jeg veldig opptatt av, at vi skriver på en måte og tar opp spørsmål som er relevante."

Alf Gjørund, konstituert sjefredaktør i Vårt Land, har et noe sammenfallende perspektiv, nemlig å være "ikke en avis for kristenfolket, men en kristen avis for hele folket". En slik tilnærming vil føre til at bredden i aviser som Dagen og Vårt Land vil være større. Opplevelsen trossamfunnene har med Vårt Land som en viktig aktør i å fremme tros- og livssynsdebatter kan sees også i lys av dette.

Debatter om tro og livssyn som i større grad er styrt av redaksjonen til det enkelte mediehus bestemmes i stor grad av hva media anser som aktuelt. Det som leses mest kan også synes å bli publisert mest. Aktualiteten vil nødvendigvis føre til en innsnevring i hvilke saker det skapes lett tilgjengelighet på i media for tros- og livssynssamfunnene. Det kan fort føre til en snever oppfattelse av hva det innebærer å for eksempel være kristen. Espen Ottosen, informasjonsleder for NLM, påpeker at han selv er nøye med å engasjere seg i et bredere spekter av saker enn de han oftest blir forespurt om å debattere eller kommentere. Temaet i slike verdidebatter er typisk samfunnsaktuelle temaer som gjerne knyttes opp til aktuelle nyhetssaker. Geir Ramnefjell bekrefter at det ikke er alle type saker som er relevante for Dagbladet i valg av saker som omhandler tro- og

livssynsspørsmål. Han understreker at religiøs debatt er "først interessant når den har betydelige implikasjoner for mange på en eller annen måte". Slik mener Ramnefjell at det samfunnsrelevante kommer inn. Både Aftenposten og TV2 har trukket frem hvor viktig aktualitet er for om en sak blir prioritert. Likevel styres TV2s prioriteringer mer av nyhetsbildet enn fokuset hos Aftenposten. For Aftenposten er balansen mellom det nyhetsaktuelle og det tidløse viktig. Saker som er tidløse vil ofte fungere som en motsats til det nyhetsaktuelle. Erik Tornes mener dette kan være viktige "perspektiver i en samfunnsdebatt som aldri vil nå opp i den daglige nyhetskampen". Barland støtter opp under dette og viser til at utviklingen som har skjedd fra tidligere "massemedier" til "masse medier" skaper nye premisser for hvordan en når ut i media. I utredningen Det norske Mediemangfoldet, kommer det frem at et viktig element av demokrati er meningsutveksling på ulike arenaer¹². Tidligere kunne en formulere et budskap som nådde ut til mange, men i dag avhenger spredningen av budskapets relevans, og media er i dag mer styrt av hva folk vil ha mener Barland.

Media er ofte ute etter direkte opposisjoner hvor en etterlyser en tydelig konfliktlinje for å skape interesse hos leserne påpeker Jens Brun-Pedersen, pressesjef i Human-Etisk Forbund. Alf Gjøsund påpeker at grunnen til at mediene i utgangspunktet er drevet av konflikt ikke nødvendigvis er fordi konflikt er spennende, men fordi konfliktene er egnet til å vise ståstedene tydelig. Det at media i hovedsak er drevet av konflikt kan skape en forventning blant journalistene om at en skal finne en bestemt mening hos mot-debattanten. Forventningene hos media til å finne en tydelig opposisjon sammenholdt med manglende kunnskap hos journalister kan gi grunnlag for ukorrekte forutinntattheter. Ottosen har fortalt at han har blitt oppringt av journalister som ikke ser forskjellen mellom hans avvisning av homofilt samliv og muslimske krav om dødsstraff. Ofte har Ottosen opplevd at når han formidler forskjellen og nyansene for hva han selv står for, mister journalistene fort interessen for hans bidrag til debatten. Likevel opplever Gjøsund at religionsdebatter er blitt noe mindre polarisert med tiden og trekker frem medienes hyppige bruk av Espen Ottosen som intervjuobjekt som et eksempel på det. Dette til tross for at Ottosen uttrykker sine synspunkter på en forsiktig og moderat måte, i stedet for å skape overskrifter.

På en side vil det være helt naturlig at media ønsker en konfliktlinje for å skape oppmerksomhet blant lesere. Likevel kan en stille spørsmål ved hvordan media balanserer mellom det å ta opp de viktige verdispørsmålene kontra hva som selger mest. Et eksempel på dette er Dagens engasjement av Shoab Sultan som

¹² NOU 2017:7, s.18-19

spaltist. Vebjørn Selbekk understreket at det var viktig for Dagen som ofte har sterke og ukorrekte meninger på lederplass å slippe andre stemmer til. Selbekk påpekte at hans ansettelse av Sultan, fikk konsekvenser for Dagen, da mange av deres abonnenter sa opp som en respons på denne ansettelsen. Selv om en del av Dagens lesere ikke sier seg enig med Sultan, er det viktig for Vebjørn Selbekk at Dagen gir rom for hans synspunkter.

En stadig økning av plattformer som skriker etter oppmerksomhet sett sammen med teknologisk utvikling hvor internett og smarttelefon har revolusjonert driften til avisene, skapes det krav om høy grad av aktualitet i saker. Dette har ført til en økning i antall såkalte "clickbates" hvor en skaper sensasjonelle overskrifter for å tiltrekke lesernes oppmerksomhet. De senere årene har dette eskalert ut i det som kalles "fake news" hvor nyhetshistorier blir oppdiktet for å skape trafikk. De tradisjonelle redigerte mediene som vi har intervjuet bærer lite preg av å formidle "fake news". Det anerkjennes likevel at dette er et voksende problem, hvor blant annet Medietilsynet foretok en undersøkelse som heter "Falske nyheter" i 2017¹³.

Det økende fokuset på aktualitet og relevans i saker kan gjøre at det oppleves som vanskelig å nå ut med saker i media for tros- og livssynssamfunnene. Dette til tross for at antallet innlegg og nyheter som på en eller annen måte angår religion har økt betraktelig de siste ti årene ifølge Barland. Tros- og livssynssamfunnenes opplevelse av tilgjengelighet i media vil derfor i stor grad defineres etter hvor aktuelle og relevante de greier å gjøre seg overfor journalistene. Noe som skaper høyere krav til kunnskap hos tros- og livssynssamfunnene om medienes virkemekanismer, noe vi kommer nærmere tilbake til.

3.2 - Manglende kunnskap

I de siste årene har det skjedd en nedbemanning hos ulike mediehus som påvirker antall ansatte i avisenes redaksjoner. I 2016 ble det varslet om at Aftenposten måtte kutte med 40 årsverk. TV2 skal innen 2020 kutte med 350 millioner og Discovery Networks skal kutte med 35 årsverk.¹⁴ Samtlige av tros- og livssynssamfunnene vi intervjuet har pekt på at de opplever dette i møte med media. Hvor det tidligere var egne journalister med spesifikt ansvar for religion og livssyn, virker det i dag mer tilfeldig hvilke journalister som har ansvar for å dekke slike saker ifølge Biskop Bernt Eidsvig. Alf Gjørund fra Vårt Land bekrefter

¹³ Dagbladet "40 prosent av befolkningen vet ikke om de klarer å oppdage «fake news»"

¹⁴ Henriksen, "Aftenposten kutter 40 årsverk"

at de har vanskelig for å finne gode journalister som har høy kunnskap om religion. Videre påpekte han at måten Vårt Land skriver saker på, krever journalister med høyt kunnskapsnivå. Dette fordi de ikke bare fokuserer på de ulike synspunktene i en sak, men også ønsker å hjelpe leseren til å forstå bakgrunnen for dem. Det kommer også frem i intervju med Barland at krav til journalisters produksjon rent kvantitativt i dag synes å være større enn tidligere, noe som gjør at journalistene nødvendigvis må være mer fleksible i omfanget av type saker de dekker. Større fleksibilitet og bredere nedslagsfelt fører til mindre spesialisering og lavere detaljkunnskap. Flere journalister må være allroundere, færre journalister får være spesialister på sitt felt – i hvert fall innen allmenne nyhetsmedier. Dette er med andre ord ikke et spesielt fenomen i forhold til dekning av religion, men et generelt journalistisk fenomen. Som eksempel på dette viser Barland til hvordan det samme er løftet frem når det gjelder journalister som dekker forsvaret, med saken «Få forsvarsjournalister igjen i de store mediene».¹⁵

Pressetalsmann for Islamic Cultural Center Arshad Jamil sier at han bruker mye tid med journalister “off-the record” for å oppdatere journalistene på et helhetlig bilde og islams praksis i Norge. Han opplever at det er relativt lavt kunnskapsnivå blant journalister omkring Islam. Hans opplevelse deles av Espen Ottosen, som mener det er gjennomgående et lavt nivå blant journalistene omkring religion. Både Jamil og Ottosen mener imidlertid at tros- og livssynssamfunnene selv har en jobb å gjøre overfor media med å formidle kunnskap om deres tro til journalister.

Lavere kunnskapsnivå trenger nødvendigvis ikke å være et problem i seg selv. Likevel mener biskop Bernt Eidsvig at medias respons og hva de dekker er blitt mindre forutsigbar de senere årene. Det kan tenkes at opplevelsen av tilfeldighet i dekningen av området kan være en følge av lavere kunnskapsnivå hos journalister og journalistisk nedprioritering av området. Det kan virke underlig i og med at religion tar stadig større plass i det offentlige ordskiftet og i sosiale medier. Arshad Jamil peker også på at det kan føles tilfeldig om en avis ønsker å publisere saker han kommer med eller ikke. Det kommer ifølge han helt an på hvilken journalist som tar telefonen når han ringer. En mindre forutsigbar mediehverdag for tros- og livssynssamfunn vil i hvert fall skape en mer krevende hverdag i forhold til mediehåndtering. Noe som igjen vil føre til økt krav til kunnskap om media for at en skal nå ut på ønsket måte. Alle tros- og livssynssamfunnene intervjuet har betalte stillinger for personer med ansvar for pressekontakt utenom Islamic Cultural Center. Arshad Jamil peker selv på at de

¹⁵ Akerhaug, “Få forsvarsjournalister igjen i de store mediene”

fint kunne hatt to fulltidsansatte som jobbet med media i form av pr og pressekontakt. Bildet tyder på et økende krav til mediekunnskap hos tros- og livssynssamfunnene.

Som det fremgår av notatet over, er det gjennomgående pekt på at tros- og livssynssamfunnene har en oppgave i selv å skape aktualitet. Spesielt blir dette fremhevet av Jens Brun-Pedersen, noe han trolig lykkes med sett i lys av mediedekningen Human-Etisk Forbund har. For å gjøre seg aktuelle krever det kunnskap om mediehandtering, det synes å ha skjedd en endring i dette de siste årene. Noe som tyder på at det kreves mer av tros- og livssynssamfunnene overfor media enn tidligere. Dette kan sees som følge av en lavere kunnskap om religion og tro hos journalister.

Utviklingen skaper ifølge Barland nye muligheter for tros- og livssynssamfunnene til å nå frem med det de ønsker når de skal ut i media. Journalistenes manglende kompetanse på området gjør dem er mindre kvalifiserte til å fakta sjekke det de blir servert. Likevel vil manglende kunnskap kunne føre til mindre grad av kritisk journalistikk, som gjør at mediene i mindre grad enn før evner å utfordre tros- og livssynssamfunnene på deres meninger. Jamil fremhever at han savner opplyste diskusjoner med journalister og at lav kunnskap svekker den kritiske journalistikken. Særlig gjelder dette med tanke på dekning av saker i media på initiativ fra journalister.

I intervjuene med mediehusene, er det få funn som tilsier manglende kunnskap om religion blant journalister. Noe fordi fokuset i intervjuene med avisene var mer på prosessene de har når det kommer til valg av ulike saker. Intervjuene med trossamfunnene hadde derimot mer fokus på kommunikasjonen mellom mediene og tros- og livssynssamfunnene.

3.3 - Debattklima

Mye tyder på at debattklima i media har blitt tøffere de siste årene, dette er ikke spesielt for religion men et generelt kjennetegn som går igjen. Erik Tornes påpeker at debatter om religion og innvandring ofte kan arte seg ved at en side hevder å ha monopol på sannheten. I slike debatter kan dermed stemping av andres meninger oppstå. Han mener at "man kan gjerne diskutere knallhardt så lenge man diskuterer argumenter, men det fører ikke til noe godt å stemple mennesker som det ene eller andre." Videre trekker Tornes frem at personangrep kan skremme folk fra å delta i debatter i frykt for stemping. Samtidig blir det i intervju med Biskop Bernt Eidsvig pekt på at media er opptatt av personorientering i sakene. En fremstilling av personen bak meningene i debatter vil være med å underbygge legitimiteten til meningene. Det viser at hva

personen står for ikke trenger å anonymiseres. Likevel kan det skape problemer om man tilhører minoriteter. Arshad Jamil peker på at de ofte sliter med å få folk til å stille opp med fullt navn utad i frykt for reaksjoner. I saken om reservasjonsrett for leger opplevde Erik Tornes det som vanskelig å få reservasjonsleger til å presentere sine synspunkter. Da det endelig var en som ville skrive brukte vedkommende to uker på å bestemme seg for å skrive under fullt navn. Han trekker frem at dette "er en viktig verdi for oss som et samfunn, at man kan stå frem med et navn og ansikt, og mene forskjellige ting". Geir Ramnefjell i Dagbladet mener på en annen side at det ikke er noe i veien for å ha sterke karakteristikk så lenge faktagrunnlaget er på plass.

I intervju med Jens Barland trekker han frem at det har skjedd utallige ganger at sterke reaksjoner fra lesere, som har andre meninger, har stilnet debattanter. Som følge av et tøffere debattklima vil trolig tallene av personer som blir tiet av offentligheten øke betraktelig. På områder som omhandler tro og livssyn vil sakene bære særlig grad av personlighet, noe som gjør personen bak ytringen mer utsatt for reaksjonene. Sett i lys av den teknologiske utviklingen har trolig terskelen for å gå til personangrep på debattanter blitt lavere. Gjennom internett og smarttelefoner blir distansen til personen bak ytringen større og hemningene færre. Utviklingen vil etter alt å dømme kunne virke negativt inn på rommet i media for å ytre seg omkring tro, religion og livssyn.

Jens Barland trekker frem at den personorienterte journalistikken vil måtte kreve at en i større grad finner en person som blir trukket frem som talsperson og debattant for tros-/livssynssamfunn om en skal lykkes å nå ut. Samtidig mener Barland at verdier som likestilling og likeverd må få "danke" ut andre verdier i større grad i det offentlige ordskifte omkring religion. Dette vil kunne virke dempende for direkte personangrep og usakligheter som mye debatt har vært preget av de siste årene. Det kan tenkes at konfliktlinjen og aktualiteten som preger mediebildet fører til spisset budskap, som igjen kan gli over i direkte personangrep for å skape interesse. I politikken har vi særlig sett slike tendenser de seneste årene og mye tyder på at det også gjelder innenfor feltet religion og livssyn, som heller ikke kan adskilles helt fra det politiske ordskiftet.

Det er tydelig at et tøffere debattklima vil kunne skape lavere takhøyde for å komme med ytringer i media. Noe som vil gjøre at færre aktører kommer på banen. Dette kan igjen resultere i en fattig debatt. Vi mener at tøffere debattklima etter alt å dømme er en utfordring for tros- og livssynsytringers rom i media.

4 - Tiltak

4.1 - Undervisning om mediehåndtering i skolen

Funnene fra intervjuene har pekt på at det har blitt et hardere debattklima, hvor fokus i meningsutveksling har blitt mer personorientert. Arshad Jamil påpekte at det er vanskelig å få folk som vil stå frem i media fordi de frykter represalier. Det samme påpekte Aftenposten¹⁶. I og med at det er tendenser til lavere takhøyde i debatter og toleranse for andres meninger, i både tradisjonelle og sosiale medier, vil for eksempel et tiltak kunne være undervisning for elever om hvordan man argumenterer og debatterer i media. Slik undervisning kan være en del av både norsk og samfunnsfag. Eller som et eget fag som omhandler både hvordan kommunisere på sosiale medier og god debattkultur. Utredningen "Det Norske Mediemangfoldet" har også foreslått et lignende tiltak men med fokus på digitale ferdigheter og kildekritikk¹⁷. Vi mener imidlertid at det er vel så viktig med undervisning om hvordan man kommuniserer via sosiale medier. Derfor kan slik undervisning kombinere digitale ferdigheter og hvordan sikre god debattkultur.

4.2 - Endring av journalistutdanningen

I intervjuene med trossamfunn ble det trukket frem en opplevelse av journalister med lavere kunnskap om religion. Jens Barland påpekte at dette ikke bare var en tendens for religionsjournalistikk, men også andre områder. Et tiltak kan derfor være ulike spesialiseringer i journalistutdanningen, innenfor for eksempel religion, forsvar, politikk med mer. Dette kan imidlertid være vanskelig å gjennomføre fordi journalister må være mer allsidige enn før til dels på grunn av nedbemanning hos de ulike mediehusene (del 3.2.). For å sørge for bredde i journalistutdanningen kan et annet tiltak være obligatoriske fag som gir grunnleggende kunnskap på felt som politikk, religion og forsvar. Slike fag vil gjøre journalister mer rustet til å møte en arbeidssituasjon som preges av fleksibilitet.

4.3 - Pressestøtten

"Det følger av Mediemangfoldsutvalgets målformulering at utvalget anser bruksmangfold som det mest sentrale aspektet ved meningsmangfold"¹⁸. I utredningen kommer det frem at digitalisering og økt bruk av sosiale medier har

¹⁶ Tornes, Erik "Takhøyden i debatt-Norge er i ferd med å senkes"

¹⁷ NOU:2017:7, s.175

¹⁸ NOU:2017:7, s.155

ført til tilgang på nyheter gjennom flere kanaler og dermed at det blitt et større bruksmangfold¹⁹. Utvalget foreslo ulike endringer i pressestøtten for å følge utviklingen som har skjedd. De foreslo for eksempel endringer i minstebeløpet en avis kan få av produksjonsstøtte, og reduksjon i hvor høyt tilskudd de kan få, til 27% av driftskostnader. Forslagene Mediemangfoldsutvalget kom med ble støttet av regjeringen i deres forslag for statsbudsjettet for 2018. Reduksjon i produksjonstilskudd ville ha påvirket meningsbærende og lokale aviser, deriblant Klassekampen, Nationen og Vårt Land²⁰. Dette ble møtt med bekymring hos flere aviser og hos KrF og Venstre²¹. Alf Gjørund tok også opp dette i intervjuet, og påpekte at kutt i pressestøtten ville gjøre det vanskelig for dem å drive god journalistikk. I forhandlingene med regjeringspartiene, Høyre og FrP, fikk KrF og Venstre gjennomslag for å beholde produksjonsstøtten²².

Hos mediehusene og tros- og livssynssamfunnene vi intervjuet ble viktigheten av å representere meningsmangfold i Norge uttrykt. Mediemangfoldsutvalget anerkjenner også at et meningsmangfold er viktig. I tillegg til dette har ulike mediehusene måttet kutte i årsverk (del 3.2). Dermed vil produksjonstilskudd og pressestøtte være viktige for å sikre avisers kapasitet til å sikre et meningsmangfold i sine aviser. Deriblant rom for tro- og livssynsuttrykk. Et viktig tiltak for å sikre dette, vil da være å sikre pressestøtten fremover.

4.5 - Tiltak rettet mot tros- og livssynssamfunn

I intervjuene med både tros- og livssynssamfunnene og mediene kom det frem at tøft debattklima ofte gjorde det vanskelig å få noen som var villige til stille i media og at å ytre seg i media kan føre til negative konsekvenser. Dette i tillegg til at medieutviklingen har ført til flere plattformer, krever det økt fokus på aktualitet og relevans fra avsender. Et tiltak for å sikre god mediehandtering i å være aktuell og samfunnsrelevant hos tros- og livssynssamfunn, kan være kurs og skolering i dette. Fokus i slike kurs kan da være hvordan en må forholde seg til mediene, samt hvordan en gjør seg aktuell i samfunnsdebatten. Det vil også være vel så viktig for tros- og livssynssamfunn å ha en person som har hovedansvar for mediehandtering.

¹⁹ NOU:2017:7, s.152 og 153

²⁰ Aldridge, "Foreslår å endre pressestøtten, frita medier for arbeidsgiveravgift og gjøre NRK til en stiftelse"

²¹ Aune, "Skuffelse og bekymring over kutt i pressestøtten"

²² Glomnes, "Her er endringene i kulturbudsjettet"

4.6 - Tiltak rettet mot mediehusene/redaksjonene

Det har i denne oppgaven blitt nevnt at nedbemanning og kutt hos mediehus har ført til at journalister har blitt mer allsidige i hvilke saker de må jobbe med. Dette er en mulig grunn til at tros- og livssynssamfunn opplever lavere kunnskap om religion hos journalister. Et tiltak for å møte denne utfordringen kan være tilbud om etterutdanning eller kurs om viktige samfunnsområder. Her kan ulike religioner og livssyn bli presentert, samt hvordan tros- og livssynssamfunn opplever møte med journalister. Slik kan kunnskapsnivået rundt tro- og livssyn samt forståelsen hos journalister økes. Sett i samsvar med tiltak i del 4.2, kan ansettelse av journalister med spesialisering føre til at representanter fra tros- og livssynssamfunn møter journalister som kan formidle saker på en troverdig måte. For å sikre meningsmangfold og representasjon av ulike synspunkter vil et tiltak være å aktivt jobbe for at ulike stemmer kommer frem enten gjennom bidrag fra lesere eller gjennom spaltister som har ulik bakgrunn. Debattforum kan også være et godt tiltak for dette.

5 - Sammenfatning: Hvordan kan vi lage rommet i media større for tros- og livssynsuttrykk?

I denne oppgaven har vi tatt for oss problemstillingen *Hvordan kan vi lage rommet i media større for tros- og livssynsuttrykk?* ved å først ta for oss dagens situasjon med fokus på Norge som et flerkulturelt land og endringer i mediebildet. Deretter har vi presentert de viktigste funnene fra intervjuene vi har foretatt. Det kom frem i intervjuene med mediehusene viktigheten av å være brede debattarenaer, hvor mange synspunkter får komme frem. Trossamfunnene opplevde på sin side at det er utfordrende å være aktuelle, noe som følge av at media er drevet av konflikt hvor nyanser ikke nødvendigvis alltid kommer frem. Det kom også frem en opplevelse hos trossamfunnene om lav kunnskap hos journalister om religion. Fra videre undersøkelser viste det seg at dette ikke bare var gjeldende for religion, men også for andre viktige fagområder. På grunn av kutt i økonomi, har også staben av journalister blitt mindre, noe som har ført til at journalister må jobbe mer fleksibelt. Det kom også frem fra intervjuene at tøft debattklima er en trend, hvor personorientering i saker ofte forekommer. På bakgrunn av disse funnene foreslår vi følgende tiltak for hvordan en kan lage rommet i media større for tros- og livssynsuttrykk:

- Tiltak for å skape bedre debattkultur i tradisjonelle og sosiale medier gjennom undervisning i skolen.
- Gi muligheter for flere spesialiseringer i journalistutdanningen.

- Videreføre pressestøtten slik at meningsbærende aviser får den støtten de trenger for å ha kapasitet til å sikre meningsmangfold.
- Ansettelse av presseansvarlige i tros- og livssynssamfunn
- Tilbud om skolering/kurs i mediehåndtering for tros- og livssynssamfunn
- Skolering om viktige områder i samfunnet, deriblant religion slik at kunnskapsnivået hos journalister økes.
- Ansette journalister med spesialiseringer på ulike samfunnsområder.

6 - Litteraturliste

Akerhaug, Lars, "Få forsvarsjournalister igjen i de store mediene"
Journalisten 19.mars 2018 Hentet fra: <https://journalisten.no/2018/03/fa-forsvarsjournalister-igjen-i-de-store-mediene>

Aldridge, Øystein "Foreslår å endre pressestøtten, frita medier for arbeidsgiveravgift og gjøre NRK til en stiftelse"
Aftenposten 7.mars 2017, Hentet fra:
https://www.aftenposten.no/kultur/i/mozag/Foreslar-a-endre-pressestotten_-frita-medier-for-arbeidsgiveravgift-og-gjore-NRK-til-en-stiftelse

Aune, Oddvin, "Skuffelse og bekymring over kutt i pressestøtten"
NRK 12.oktober 2018. Hentet fra <https://www.nrk.no/kultur/skuffelse-og-bekymring-over-kutt-i-pressestotten-1.13730307>

Dagbladet "40 prosent av befolkningen vet ikke om de klarer å oppdage «fake news»" 3.april 2017. Hentet fra <https://www.dagbladet.no/kultur/40-prosent-av-befolkningen-ved-ikke-om-de-klarar-a-oppdage-fake-news/67456889>

Den Norske Kirke "Medlemsstatistikk" 01.februar 2018. Hentet fra <https://kirken.no/nb-NO/om-kirken/bakgrunn/om-kirkestatistikk/medlemsstatistikk/>

Glomnes, Lars Molteberg, "Her er endringene i kulturbudsjettet",
Aftenposten 22.november 2017 Hentet fra:
<https://www.aftenposten.no/norge/politikk/i/jP91mn/Her-er-endringene-i-kulturbudsjettet>

Henriksen, Arve "Aftenposten kutter 40 årsverk"
Aftenposten 15.september 2016, i . Hentet fra:
<https://www.aftenposten.no/kultur/i/zwKVq/Aftenposten-kutter-40-arsverk>

Lundby og Gresaker "Religion i mediene - omstridt og oversett?". I Religionens tilbakekomst i Offentligheten? Religion, politikk, medier, stat og sivilsamfunn i Norge siden 1980-tallet. Inger Furseth, s.69-101
Oslo: Universitetsforlaget, 2015

Michalsen, Gard L. "VG kutter 40 årsverk og legger ned de tre siste lokalkontorene,
Aftenposten 07.januar 2016. Hentet fra:
<https://www.aftenposten.no/kultur/i/zOl4/VG-kutter-40-arsverk-og-legger-ned-de-tre-siste-lokalkontorene>

NOU:2013:1 Det livssynsåpne samfunn: En helhetlig tros- og livssynspolitikk.
Oslo: Kulturdepartementet. Hentet fra
<https://www.regjeringen.no/contentassets/eecd71cd8f2a4d8aabdf5a7742e96b4d/no/pdfs/nou201320130001000dddpdfs.pdf>

NOU:2017:7 Det norske mediemangfoldet: En styrket mediepolitikk for borgerne.
Oslo: Kulturdepartementet. Hentet fra
<https://www.regjeringen.no/contentassets/1e0e03eacdad4c2f865b3bc208e6c006/no/pdfs/nou201720170007000dddpdfs.pdf>

Statistisk Sentralbyrå "Fakta om innvandring" 2018
<https://www.ssb.no/innvandring-og-innvandrere/faktaside/innvandring>

Statistisk Sentralbyrå "14 prosent av befolkningen er innvandrere" 5. mars 2018
<https://www.ssb.no/befolkning/artikler-og-publikasjoner/14-prosent-av-befolkningen-er-innvandrere>

Statistisk Sentralbyrå "Flyttinger" 24. april 2017
<https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/flytting>

Statistisk Sentralbyrå "Trus- og livssynssamfunn utanfor Den norske kyrkja" 1. desember 2017, <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/statistikker/trosamf/aar>

Øverby, Harald "Smarttelefon" 14. desember 2017 I
Store Norske Leksikon. Hentet fra: <https://snl.no/smarttelefon>