

 DANMARKS MEDIE- OG
JOURNALISTHØJSKOLE



**MEDIERNES UDVIKLING
I DANMARK**

2016

**LOKAL- OG REGIONALMEDIERS INDHOLD,
ROLLE OG BETYDNING I LOKALOMRÅDER 2017**

Lokal- og regionalmediers indhold, rolle og betydning i lokalområder

Udarbejdet af

Flemming Svith

Peter From Jacobsen

Steen K. Rasmussen

Jakob Linaa Jensen

Helle Tougaard Andersen

Danmark Medie- og Journalisthøjskole

Januar 2017

Executive summary

De lokale og regionale medier påkalder sig sædvanligvis ikke nær så stor opmærksomhed som de nationale medier. Hovedparten af dem befinder sig langt fra det nationale magtcenter, og de dækker geografiske områder, som af toneangivende politiske og kulturelle grupper tildeles det lidet flatterende navn Udkantsdanmark. Det er i disse områder, at hovedparten af de lokale og regionale nyhedsmedier finder deres eksistensberettigelse, og mange lokaljournalister bor. De skal på samme tid håndtere denne samfundsmæssige og kulturelle kontekst og de professionelle journalistiske normer om tilstræbt objektivitet og neutralitet. Lokalmedier har i en årrække lidt under nedgang i oplag, annoncer og opmærksomhed. Spørgsmålet er, om de stadig er den væsentligste kilde til informationer om aktuelle forhold, til sammenhæng, lokal identitet og tilhørsforhold.

Denne rapport belyser på tre måder tilstanden i de lokale og regionale nyhedsmedier. Det er ud fra journalisters og redaktører synsvinkel, ud fra nyhedsindholdet i lokal- og regionalmedierne og ud fra borgernes synsvinkel. Rapporten undersøger, i hvilket omfang lokal- og regionalmedierne fungerer som informerende, drivende, talerør eller opslagstavle i lokalsamfundet, eller om nye sociale medier er ved at tage over. Rapporten undersøger, om lokal- og regionalmedierne kritisk gransker lokalområdet, og hvor de placerer ansvaret for problemer. Rapporten undersøger, om nyhederne i aviser, radio og tv bærer præg af konkurrencen fra online nyheder eller sociale medier.

Undersøgelserne inddrager nyhedsdækningen af tre meget forskellige lokalområder med henholdsvis en større provinsby, en mellemstor provinsby og en lille provinsby. De tre områder er Esbjerg, Fredericia og Nordfyn, der dækkes af 28 lokal- og regionalmedier. Rapporten undersøger desuden danskernes holdning til lokal- og regionaljournalistikken. Hvad siger borgerne til lokal- og regionalmediernes vigtighed, mediernes dækning af lokalområdet, den journalistiske indsats, mediernes større eller mindre lokalpatriotisme og mediernes demokratiske orientering? Dertil kommer borgernes ønsker til lokal- og regionalmedierne, og hvad borgerne i de tre lokalområder selv gør på Facebook.

Undersøgelserne viser, at journalister og redaktører på lokal- og regionalmedier har et professionelt og interessebåret engagement for det lokalområde, som de fleste både bor og arbejder i. Imidlertid handler kun halvdelen af lokal- og regionalmediernes nyheder specifikt om et af de tre lokalområder eller regionen. Den anden halvdel af nyhederne

har enten et nationalt fokus på Danmark eller intet geografisk fokus, hvilket næppe fremmer et lokalt tilhørsforhold hos borgerne.

Ser vi på lokal- og regionalnyhedernes episodiske eller kontekstuelle karakter, viser det sig, at en fjerdedel af nyhederne rummer en forklarende kontekst, mens tre fjerdedele ikke gør det. Hovedparten af de nyheder, som fokuserer på et lokalområde, og som har en forklarende kontekst, favoriserer lokalområdet, fordi nyhederne placerer et problems årsager uden for området ("vi er ikke selv skyld i det") eller problemets løsning i området ("vi kan selv klare det"). Hovedparten af nyheder om Danmark med en forklarende kontekst gør det modsatte, fordi nyhederne defavoriserer Danmark. Denne favorisering og defavorisering får de forklarende nyheder til at fremstå lokalpatriotiske.

De tre fjerdedele af de lokale og regionale nyheder uden forklarende kontekst er alene beskrivelser af begivenheder eller episoder, som derfor fremstår som neutrale, når det gælder udpegning af, hvem eller hvad der forårsager eller kan løse problemer.

De tre lokalområder dækkes forskelligt af lokal- og regionalmedierne. Dækningen af Esbjerg er mest lokalt fokuseret, og lokalområdet favoriseres mest. Dækningen af Fredericia er både mindre lokalt fokuseret og favoriserende. Dækningen af Nordfyn er både mindst lokalt fokuseret og favoriserende. Forskellen på dækningen af de tre lokalområder stemmer overens med opfattelsen af nyhedsdækningen blandt borgerne i de tre lokalområder.

Mediernes nyheder på Facebook og borgernes Facebook-kommentarer har et relativt mindre lokalt fokus og journalistisk bearbejdede nyheder. Der er også færre nyheder med et vitalt emneindhold og med forklarende kontekst i forhold til nyhederne på de traditionelle medieplatforme.

Dagsordensættende, kritisk undersøgende journalistik er stort set fraværende i nyhederne. Mange borgere ønsker en kritisk og gravende lokaljournalistik, mens journalisterne fremhæver, at de har en kritisk tilgang i de mere rutineprægede daglige nyheder.

Ser vi på de forskellige roller, medier kan have i forhold til demokratiet, så mener flest borgere, at medierne informerer om velfærdssamfundets servicetilbud, færre mener, at medierne orienterer om de politiske diskussioner, endnu færre borgere mener, at

medierne engagerer dem i de lokale beslutningsprocesser, og færrest borgere mener, at lokal- og regionalmedierne bidrager til et bredere beslutningsgrundlag i lokalsamfundet med oplysninger hentet uden for lokalområdet. Spørger vi borgerne, hvordan medierne skal være, ser vi det samme mønster. Imidlertid er der flere borgere, der mener, at medierne skal opfylde de fire demokratiske roller, end borgere, der mener, at medierne allerede gør det.

Konkluderende fremstår lokal- og regionalmedierne uden skarpe kanter. I forhold til lokalområdet er de hverken meget kritisk undersøgende, meget forklarende eller meget venligt favoriserende. De informerer først og fremmest om ting, der sker. De er stadig gatekeeperen, der sorterer, hvilke begivenheder i lokalområdet som skal præsenteres som nyheder. Lokal- og regionalmedierne er stort set uden konkurrence fra nationale medier eller internationale medieaktører som Facebook, hvorfor lokal- og regionalmedierne også fremstår uden alternativ på de lokale nyheder. Der er en positiv sammenhæng mellem borgernes interesse for lokale nyheder, deres lokale tilhørsforhold og lokale engagement.

De væsentlige resultater for de fem centrale fokusområder er:

1. Geografisk fokus

- Journalister og redaktører på lokal- og regionalmedier har både et professionelt og interessebåret engagement for det lokalområde, som de (bor og) arbejder i, og som i deres øjne berettiger eksistensen af lokal- og regionalmedierne. Det er imidlertid kun halvdelen af lokal- og regionalmediernes nyheder, der er relevante for borgernes tilhørsforhold i de tre lokalområder. 41 procent af nyhederne har fokus på det kommunale område og 9 procent på det regionale område. Den anden halvdel af nyhederne fokuserer på et mindre geografisk område eller har intet geografisk fokus, mens 17 procent af lokal- og regionalmediernes nyheder har et større nationalt fokus på Danmark.
- Dagblade, lokalradio og lokal-tv har klare intentioner om at være lokale, men nyheder med kommunalt eller regionalt "vi"-perspektiv fylder kun omkring en tredjedel i dagblade (35 procent), lokal-tv (37 procent) og lokalradioer (30 procent). Mest i overensstemmelse med mediernes lokale intentioner er ugeaviserne med et meget stort fokus på det kommunale område (80 procent).

2. Emnemæssigt fokus

- Lokal- og regionalmedierne prioriterer på de traditionelle platforme (avis, tv, radio, online) i høj grad de vitale emner (82 procent). Også i langt højere grad end i deres opdateringer på Facebook (42 procent), der er mere symbolpolitisk, følelsesladet og underholdningsmæssigt fokuseret, bl.a. med konkurrencer, quizzer og sladder om lokale og nationale kendte, mens de "hårdere" politiske emner som miljø, transport og økonomi får mere begrænset dækning.

3. Journalistisk bearbejdningsgrad

- I lokal- og regionalmedierne slår journalisters og redaktørers opfattelser og hensigter tydeligt igennem, når det gælder andelen af mere eller mindre arbejdskrævende nyheder. Godt halvdelen (52 procent) af nyhederne i de regionale og lokale nyhedsmedier fremstår som servicejournalistik, en tredjedel (32 procent) som rutinejournalistik, en sjettedel (16 procent) som telegramstof og stort set intet (0,1 procent) som fokusjournalistik. Professionen realiserer sit ideal om at være kritisk og undersøgende i det, vi betegner som rutinejournalistik, og sjældne gange som fokusjournalistik.
- Lokal- og regionalmediernes miks af mere eller mindre arbejdskrævende nyheder passer nogenlunde sammen med danskernes ønsker. Imidlertid indfrier lokal- og regionalmediernes rutinejournalistik måske ikke mange danskeres ønske om historier, der graver og bringer kritisable ting eller forhold frem i lyset.

4. Lokalpatriotisme

- Lokal- og regionalmedierne har en stor andel af nyheder uden kausale faktorer som årsager eller løsninger (74 procent) på de traditionelle platforme (avis, tv, radio, online) og en endnu større andel i deres opdateringer på Facebook (92 procent). Nyhedsmedierne skildrer hovedsageligt virkeligheden i episodiske nyheder, som er uden problem og kausale faktorer som årsag og løsning.
- To ud af tre nyheder (67 procent) med kausale faktorer (årsag eller løsning) på lokal- og regionalmediernes traditionelle platforme favoriserer lokalområderne Esbjerg, Fredericia og Nordfyn. På Facebook gælder favoriseringen i tre ud af fire nyheder (78 procent).
- Lokal- og regionalmediernes lokalpatriotiske placering mellem favorisering og defavorisering af lokalområdet fremstår nogenlunde ensartet i mediechefers og journalisters opfattelse, i mediernes nyheder og i borgernes opfattelse af nyhederne. Nyhedsjournalistikken er ikke massivt lokalpatriotisk, den er ikke tænkt sådan fra journalisters og redaktørers side, og den opfattes heller ikke sådan

af borgerne. Den er imidlertid stærkt lokalpatriotisk, når der skal placeres et ansvar, findes årsager til eller løsninger på problemer.

5. Demokratisk orientering

- To ud af tre danskere ønsker informationer om viften af lokale servicetilbud som skoler, veje og ældrepleje, hvilket ugeaviserne fokuserer på, mens mediechefer og journalister i dagspressen fokuserer på svigt i velfærdsinstitutionernes ydelser.
- Kun hver sjette dansker mener, at lokal- og regionalmedierne formidler viden og løsninger til lokalsamfundet, som de henter andre steder, hvilket kan harmonere med, at nogle mediechefer og journalister ikke ser det som deres opgave, mens andre prioriterer den.
- Journalister og mediechefer opfatter primært politikernes uenigheder og standpunkter som "mellemløbet" og mener, at kun politikernes beslutninger har nyhedsinteresse, mens halvdelen af danskerne mener, at lokal- og regionalmedierne "skal" dække politikernes meninger, beslutninger og handlinger.

Executive summary.....	2
Kapitel 1. Rapportens baggrund.....	9
1.1 Indledning.....	9
1.2 Rapportens teori, kvalitetsparametre og data.....	11
Kapitel 2. Analysen af de fem kvalitetskriterier	15
2.1 Kvalitetsparameteret geografisk fokus.....	15
2.1.1 Medierepræsentanter om dækning af lokalområder	15
2.1.2 Geografisk fokus i lokal- og regionalmediernes nyheds- og opinionsstof.....	19
2.1.3 Danskernes tilknytning til geografiske områder og deres holdning til dækning af dem	22
2.1.4 Geografisk fokus i medieopdateringer og borgerkommentarer på Facebook	27
2.1.5 Tværgående sammenfatning af geografisk fokus	29
2.2 Kvalitetsparameteret emnemæssigt fokus	31
2.2.1 Medierepræsentanter om stofområder.....	31
2.2.2 Emner i lokal- og regionalmediernes nyheder	33
2.2.3 Fokusgrupperes holdning til emner i lokal- og regionalmedier	36
2.2.4 Emner i medieopdateringer og borgerkommentarer på Facebook	37
2.2.5 Tværgående sammenfatning af emnemæssigt fokus	39
2.3 Kvalitetsparameteret journalistisk bearbejdning.....	40
2.3.1 Medierepræsentanter om prioriteringer af deres arbejdsindsats.....	40
2.3.2 Journalistisk bearbejdningsgrad i lokal- og regionalmediers nyheder	43
2.3.3 Danskernes holdninger til typer af historier.....	46
2.3.4 Journalistisk bearbejdningsgrad i mediernes opdateringer på Facebook og borgernes reaktioner	49
2.3.5 Tværgående sammenfatning af journalistisk bearbejdningsgrad	53
2.4. Kvalitetsparameteret lokalpatriotisk orientering	55
2.4.1 Medierepræsentanter om favorisering af lokalområdet.....	55
2.4.2 Nyheders forklarende kontekst og favorisering af geografiske områder.....	58
2.4.3 Danskernes holdning til mediernes lokale roller	62
2.4.4 Medieopdateringers forklarende kontekst og favorisering og borgerkommentarer på Facebook	67
2.4.5 Tværgående sammenfatning af lokalpatriotisk orientering	69
2.5 Kvalitetsparameteret demokratorientering	70
2.5.1 Medierepræsentanters orientering mod demokratiets dimensioner	70
2.5.2 Danskernes ønsker til og opfattelse af lokal- og regionalmediernes demokratiske orientering.....	75
2.5.3 Tværgående sammenfatning af demokratorientering	83
Kapitel 3. Rapportens undersøgelsesmetoder	85
3.1 Projektets kvalitetsparametre.....	85
3.1.1 Geografisk fokus	85
3.1.2 Emnemæssigt fokus	86
3.1.3 Journalistisk bearbejdningsgrad	86
3.1.4. Lokalpatriotisk orientering.....	87
3.1.5. Demokratisk orientering.....	89
3.2 Undersøgelsens design	91
3.2.1 Valg af cases	91
3.2.2 Valg af lokale og regionale nyhedsmedier.....	91
3.2.3 Valg af ugedage.....	92
3.2.4 Valg af enheder i nyhedsmedier	93
3.2.5 Valg af medierepræsentanter	94
3.2.6 Valg af borgere til fokusgruppeinterview.....	94
3.2.7 Valg af danskere – opinionsmåling.....	95
3.2.8 Valg af Facebook-sider	96
3.3 Datakonstruktion	97

3.3.1 Interview og opinionsmåling	97
3.3.2 Redaktionelt indhold	98
3.3.3 Facebook	99
Litteraturliste	103

Kapitel 1. Rapportens baggrund

1.1 Indledning

De lokale og regionale medier påkalder sig sædvanligvis ikke nær så stor opmærksomhed som de nationale medier, men et par aktuelle og markante forhold øger interessen for disse medier. Det gælder overraskelser som blandt andet den betydelige tilslutning til Dansk Folkeparti i Syddanmark ved det seneste folketingsvalg og nej'et ved folkeafstemningen om EU-retsforbeholdet. I udlandet vidner tilsvarende overraskelser som folkeafstemningen om Brexit i Storbritannien og valget af Trump som præsident i USA om de markante forskelle mellem det nationale center og store dele af det resterende land.

Hovedparten af de lokale og regionale mediehus i Danmark befinder sig langt fra det nationale magtcenter. De dækker områder, som af toneangivende politiske og kulturelle grupper tildeles lidet flatterende navne som Udkantsdanmark eller den rådne banan. Det er i disse yderområder, at hovedparten af de lokale og regionale nyhedsmedier finder deres eksistensberettigelse. Det er i disse områder, at mange lokaljournalister arbejder og bor. Det er her, de bedriver deres journalistik, og borgerne er deres publikum. Hvad betyder det for deres journalistik? Hvordan håndterer disse journalister både denne samfundsmæssige og kulturelle kontekst og de professionelle journalistiske normer om tilstræbt objektivitet og upartiskhed? Fortæller disse journalister, hvad der foregår i lokalsamfundene?

Denne rapport belyser, hvordan tilstanden er i de lokale og regionale nyhedsmedier. Den belyser nyhedsdækningen i tre forskellige lokalområder, fordi lokaljournalistikken i kommuner med henholdsvis en større provinsby, en mellemstor provinsby og en lille provinsby ikke behøver at være identisk. De tre områder er kommunerne Esbjerg, Fredericia og Nordfyn.

Kendetegnene for lokal- og regionalmedier er, at de på samme måde som nationale medier er knyttet til et territorium, som selvklart er relativt mindre, mere bestemt af markedskræfter og befolkningsgruppens særtræk og kun i nogen grad af politiske og administrative grænser. Det gælder også de 28 lokale og regionale lokale medier, der dækker de tre ovennævnte kommuner.

Mange års international forskning har understreget lokale nyhedsmediers afgørende betydning for lokalsamfund. Forskere anser lokale nyhedsmedier for at være den væsentligste kilde til informationer om aktuelle forhold og en kraft, der skaber sammenhæng, lokal identitet og tilhørsforhold (Nielsen, 2015a). Lokale medier skaber netværk og lokalbefolkningens følelse af at høre til, og de vedligeholder forbindelser og repræsentationer (Baines, 2012).

Er det, hvad lokaljournalisterne gør i de 28 lokal- og regionalmedier? Producerer de nyheder om lokalsamfundet som helhed, der for borgerne fremstår med et relevant "vi"-perspektiv? Producerer de nyheder, der favoriserer "os" i lokalsamfundet i modsætning til det omgivende samfund? Eller informerer journalisterne neutralt, distanceret og måske om noget helt andet end lokalsamfundet? Stræber lokaljournalisterne efter at fortælle lokalområdet om sig selv, at give lokalområdet et udblik til verden udenfor eller at give verden udenfor et indblik i, hvad der foregår i lokalområdet?

De lokale medier har i en årrække lidt under nedgang i oplag, annoncer og opmærksomhed. Vanskelige, ja måske ligefrem kriselignende vilkår for lokalmedierne er skabt af sociale medier og internet sammen med en række sociale faktorer som blandt andet øget mobilitet, som enten efterlader tomme landsbyer eller pendlere, der arbejder og køber ind andre steder, end hvor de bor. Har vi også lokalsamfund, som af amerikanske forskere betegnes som "nyhedsørkener" (Friedland et al., 2012), fordi ingen medier dækker dem? Eller bare noget, der ligner?

Denne rapport belyser tillige danskernes holdning til lokaljournalistikken. Finder de den overhovedet vigtig? Har danskerne samme opfattelse af lokal- og regionalmedierne som forskerne? Føler borgerne sig knyttet til deres lokalområde? Føler de sig engagerede i lokalområdet? Hvordan opfatter de medierne, der dækker det sted, de bor? Hvad synes de, at journalisterne skal bruge deres tid på? Skaber nyhedsmedierne et lokalt tilhørsforhold, engagerer de, favoriserer de?

Rapporten fremlægger seks undersøgelser relateret til dækningen af lokalområderne Esbjerg, Fredericia og Nordfyn:

- En undersøgelse af lokale og regionale medierepræsentanters holdninger baseret på kvalitative interview
- En undersøgelse af lokale og regionale mediers nyheder og opinionsartikler i traditionelle medier (avis, tv, radio, web)

- En undersøgelse af lokale og regionale mediers nyheder på Facebook
- En undersøgelse af borgernes holdning i fokusgrupper
- En undersøgelse af borgernes holdning i en Gallup-opinionsmåling
- En undersøgelse af lokale og regionale medier, offentlige myndigheder og borgere på Facebook.

Rapporten bidrager dermed til den sparsomme forskning og research i danske lokalmedier, blandt andet i ugeaviser (Explora, 2007 og 2011; De lokale ugeaviser, 2010; Lund, 2010; Obelitz, 2015), lokalradio (Jauert et al., 2013), byrådsmedlemmers opfattelse af lokale medier (Bækgaard et al., 2014) og lokalmedier i et lokalsamfund (Nielsen, 2015b). Rapporten er tillige et bidrag til litteraturen om kvalitet i medier (fx Olsen, 2006; Lewis et al., 2008; Lund et al., 2009; Willig et al., 2015).

Rapporten er udarbejdet af Danmarks Medie- og Journalisthøjskole (DMJX) for Slots- og Kulturstyrelsens "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark". Rapporten er samfinansieret af Slots- og Kulturstyrelsen og DMJX. Rapporten belyser de problemstillinger, som skitseret i Slots- Kulturstyrelsens frivillige udbud af forsknings- og udviklingsopgaver af 8. december 2014: "Projekt 3.2: Tema 1: Lokale og regionale medier", "Delelement 3: De lokale og/eller regionale mediers rolle, indhold og betydning i lokalområdet".

1.2 Rapportens teori, kvalitetsparametre og data

Vi undersøger i denne rapport *lokal- og regionalmediers indhold, rolle og betydning i lokalområder anskuet ud fra fem kvalitetsperspektiver*. Problemstillingen inkluderer alle tre led i en simpel kommunikationsmodel med afsender, budskab og modtager. "Afsenderen" er lokale og regionale nyhedsmedier, "budskabet" er redaktionelle enheder med nyheder eller opinion, og "modtagerne" er geografisk afgrænsede populationer af læsere/seere/lyttere.

Lokal- og regionalmediers rolle i lokalsamfundet som bl.a. "oplysende", "drivende", "talerør" eller "opslagstavle" bliver begrebet som mediernes orientering mod forskellige dimensioner af det parlamentariske demokrati. Der skelnes i litteraturen mellem de demokratiske dimensioner service, konkurrence, deltagelse og deliberation (Strömbäck, 2005; Svith, 2013; Albæk et al., 2015). De demokratiske dimensioner harmonerer med tilsvarende demokratiske orienteringer for nyhedsmediernes. Interessant er det i denne forbindelse, hvilke demokratiske orienteringer lokal- og regionalmediernes har?

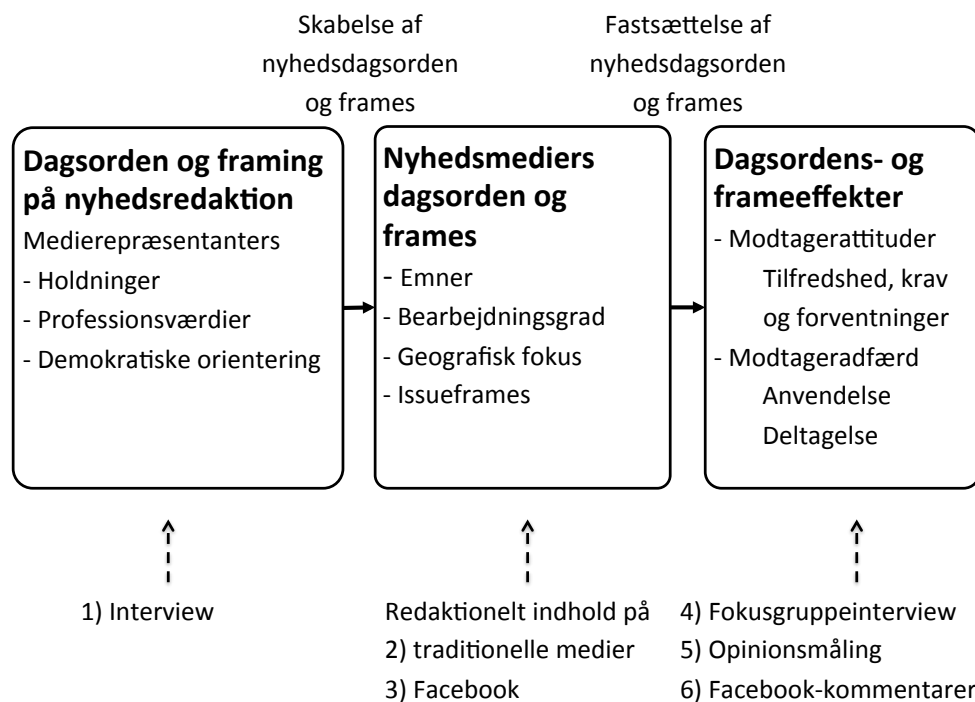
I medieforskningen er det almindeligt at behandle indholdet fra nyhedsmedier som mediernes *dagsorden* og *frames* (McCombs, 2004). Mediedagsordenen består af det, der tales om, hvorved nogle emner gennem prioritering opnår synlighed på bekostning af andre emner. Framing handler om måden, hvorpå disse emner omtales, når de tilskrives mening og tillægges bestemte egenskaber (jf. Druckman, 2010:xiii; Entman, 1993). Det leder interessen hen på, hvilke generelle træk (jf. de Vreese, 2005) det redaktionelle indhold i lokal- og regionalmediers indhold har?

Lokal- og regionalmediernes betydning bliver begrebet gennem brugerteori. Fokus er på borgernes anvendelse af de lokale og regionale lokale medier "*i deres nyhedspalet og dagligliv*", herunder læsning og deling på de sociale medier. Her trækker vi teoretisk på såvel "Uses and gratifications"-teorier (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973) som teorier om mediekonvergens (Jenkins, 2006). Vi fokuserer også på borgernes tilfredshed med mediernes evne til at "*løfte opgaven*" (jf. "worthwhileness", Schrøder, 2010) og deres krav og forventninger til lokale mediers roller. Interessant er det i denne sammenhæng, hvilke opfattelser og ønsker danskerne har til lokal- og regionalmedier.

Med udgangspunkt i disse teoretiske perspektiver opstiller vi fem kvalitetsparametre for lokal- og regionalmediers praksis. Det er geografisk fokus, emnemæssigt fokus, bearbejdningsgrad, lokalpatriotisme og demokratisk orientering. De er inspirerede af flere forskningsprojekter (bl.a. Albæk et al., 2015; Entman, 1993, 2007; Friedland et al., 2012; Mathisen, 2013; Napoli et al., 2015, 2016; Willig et al., 2015; Pew Research Center, 2015; Strömbäck, 2005; Svith, 2013). En detaljeret redegørelse for kvalitetskriterierne findes sidst i rapporten.

Rapporten undersøger de fem kvalitetsparametre ud fra forskellige perspektiver: medieledelsens, journalistens og borgerens (jf. Svith, 2006). Kvalitetskriterierne belyses gennem seks delundersøgelser, som det fremgår af nedenstående figur, der er inspireret af de Vreese (2005):

Figur 1: Model for undersøgelsesdesign



De tre bokse i modellen i figuren svarer til kommunikationsmodellens afsender, budskab og modtager. Modellens venstre boks indeholder nyhedsredaktioner på lokale og regionale medier, hvis repræsentanter interviewes. Modellens midterste boks indeholder de redaktionelle enheder (nyheder og opinionsartikler) i traditionelle medier og på Facebook, hvis indhold kodes og kategoriseres. Modellens højre boks indeholder de lokalt afgrænsede populationer af brugerne, som interviewes i fokusgrupper, udspørges i opinionsmåling, og hvis praksis på Facebook kodes og kategoriseres.

Undersøgelsens data består af følgende:

- 39 medierepræsentanter er interviewet fra de 28 lokal- og regionalmedier, som dækker områderne Esbjerg, Fredericia og Nordfyn.
- 4.537 nyheder og opinion, som disse 28 medier har publiceret i løbet af fire dage på lokale sider eller websites for henholdsvis Esbjerg, Fredericia og Nordfyn, på regionale sider eller udsendelser eller på nationale og internationale sider.
- 49 borgere fra de tre lokalområder har deltaget i fokusgrupper.
- 2.172 danskere (med en lille overrepræsentation af borgere fra de tre casekommuner) har deltaget i en opinionsmåling.
- 1.499 opdateringer fra 25 medier på Facebook.
- 1.500 relaterede borgerkommentarer på Facebook.

Sidst i rapporten er der redegjort for, hvordan medierepræsentanter, redaktionelt indhold og borgere er valgt til undersøgelserne, og der er tillige redegjort for, hvordan data er konstrueret, herunder kodningens pålidelighed.

Kapitel 2. Analysen af de fem kvalitetskriterier

Dette kapitel præsenterer de empiriske resultater for de fem kvalitetsparametre. Rækkefølgen af undersøgelserne er medierepræsentanternes holdninger, det redaktionelle indhold, opinionsmåling suppleret af fokusgruppeinterview, borgerne og nyhedsmedier på Facebook, og endelig afsluttes hvert afsnit med en opsummering af de seks delundersøgelser. Undtaget herfra er, at i afsnittet om emner er borgernes holdning alene baseret på fokusgrupper, og at afsnittet om demokratisk orientering alene er baseret på interview med medierepræsentanter, fokusgruppeinterview og opinionsmålingen.

2.1 Kvalitetsparameteret geografisk fokus

2.1.1 Medierepræsentanter om dækning af lokalområder

Journalister og mediechefer blev stillet spørgsmål om 1) lokalområdets afgrænsning, 2) journalistens eller nyhedsmediets formidlingsopgave og 3) medierepræsentantens egen tilknytning til lokalområdet. Spørgsmålene kan ses i bilagene. Formålet var at undersøge, hvilken betydning medierepræsentanterne tillægger deres personlige tilknytning og fokusering på et lokalområde for deres praksis og de mere strategiske valg af dækningsområder og -intensitet.

En gruppe af medierepræsentanter kan nemt definere, hvad lokal-/regionalområdet er for dem, og det bygger på klart definerede grænser som en eller flere kommuner, dele af eller hele regioner eller bestyrelsesvedtagne grænser. Fælles for denne gruppe er, at beslutningen om udstrækning kommer oppe- eller udefra. Den anden gruppe må konstruere en forklaring på lokal-/regionalområdets udstrækning, der udspringer af et mere brugerorienteret syn på området og levner større mulighed for at tilpasse dækningen til udviklingen i brugerinteresser og kommercielle interesser.

Det andet spørgsmål om formidlingsopgaven blev motiveret med tre muligheder: Hvorvidt det vigtigste var A) at fortælle lokalområdet om sig selv, B) at give lokalområdet et udblik til verden udenfor eller C) at give verden udenfor et indblik i lokalområdet.

De lokale mediers repræsentanter vægter opgave A) at fortælle lokalområdet om sig selv klart højest. De regionale mediers repræsentanter vægter ligeledes dette aspekt

højt, men på omtrent samme niveau ligger opgaven med at formidle således, C) at verden udenfor (regionen, hele landet) får et indblik i lokalområdet. Repræsentanterne fra såvel DR's som TV 2's regionale redaktioner betoner det vigtige i at indgå i et nyhedskredsløb, hvor deres opgave netop er tosidet: at formidle lokale og regionale historier som en del af en regional identitetsskabelse og at fortælle omverdenen om, hvad der sker af principielt interessante ting i deres region. Det er tydeligt, at lokale historier som potentielt "godt stof" i landsdækkende medier spiller en ganske betydelig rolle.

Enkelte lokale medierepræsentanter, primært fra dagbladsverdenen, vægter også det B) at give lokalområdet et udblik til verden udenfor, men altid som sekundært i forhold til at fortælle området om sig selv og som regel begrundet med, at det foregår i andre dele af den daglige avis.

Tabel 1: Medierepræsentanters opfattelse af deres formidlingsopgave

A - At fortælle lokalområdet om sig selv	B - At give lokalområdet et udblik til verden udenfor	C - At give verden udenfor et indblik i lokalområdet
<p><i>Jeg mener, den er at give overblik. Altså, hvor er vi henne med kommunen.</i> (Redaktør, ugeavis)</p> <p><i>Det lokale medies formål er at fortælle lokalområdet om sig selv.</i> (Redaktør, dagblad)</p> <p><i>"Og det er også ... noget af det eneste, de ikke kan få andre steder. ... Fordi nyheder kan du få alle steder, ikke også, men de der helt lokale, dem kan du jo kun få her.</i> (Redaktør, ugeavis)</p> <p><i>Jeg tænker: Grunden til, at vi har en eksistensberettigelse, det er jo netop, at vi kan fortælle om lokalområdet.</i> (Journalist, dagblad)</p>	<p><i>Men den måde, vi bygger vores avis op på, det er jo også, at vi også godt vil fortælle dem lidt om, hvad der sker i det store udland.</i> (Direktør, dagblad)</p> <p><i>Og så kan vi eventuelt tage nogle afstikkere og sige, nu skal du høre, hvordan det går hos dig, men LIGE ovre på den anden side, der har de faktisk gjort det på en anden måde.</i> (Radiovært, lokalradio)</p> <p><i>... vi er jo ikke en selvstændig avis, vi er to sider i en regional avis, som også har landsdækning og udlandsdækning og kulturel dækning og erhvervsstof.</i> (Redaktør, dagblad)</p>	<p><i>... jo mere og jo bedre vi kan tage en historie fra Fyn og få spredt den ud i hele landet, jo mere løser vi vores opgave.</i> (Direktør, regional-tv)</p> <p><i>Så jeg synes, at vi som et regionalt medie også har et ansvar for at sætte landsdelen på landkortet så at sige.</i> (Redaktionschef, regionalradio)</p> <p><i>Og samtidig har vi også muligheden for at LØFTE en historie perspektivmæssigt op, så den bliver interessant nok til, at den også får national interesse.</i> (Journalist, regionalradio)</p>

Undersøgelsens data understreger således, at alle tre formidlingsopgaver indgår i medierepræsentanternes overvejelser, men de finder det vigtigst at fortælle det

geografiske område om sig selv, og det begrundes med den unikke tilstedeværelse, som de lokale eller regionale nyhedsmedier har i de geografisk afgrænsede områder.

Det tredje spørgsmål handler om journalistens eller mediechefens egen tilknytning til lokalområdet. En del af de adspurgte, som ikke bor i lokalområdet, fandt, at det er en fordel, fordi det giver et "blik udefra". Modsat mener stort set alle, der bor i lokalområdet, at det er en stor fordel for deres professionelle virke. Det blev tydeligt formuleret på følgende måde: *"Jeg kan ikke se en eneste fordel ved, at man ikke bor i lokalområdet, hvis man arbejder med lokal og regional journalistik. Jeg vil sige, det er en afgørende forudsætning. Altså, du kan ikke engagere dig i dit lokalområde eller regionen, hvis du ikke bor der. Hvis du ikke hele tiden, 24 timer i døgnet, 365 dage om året, føler dig som en del af det her område, følger med i den politiske udvikling, ved, hvad der rører sig ..."* (direktør, regional-tv). En sådan holdning afspejler ikke nødvendigvis flertallet af lokalt bosatte, men den afspejler en klar tendens til at koble sammenhængen mellem rollen som professionel og rollen som borger på en positiv og aktiv måde, som øger det lokale fokus i den redaktionelle indsats. Især kildenetværket og den lokale "puls" i forhold til forandringer og begivenheder blev fremhævet som en kvalitet for det lokale fokus.

Medierepræsentanterne blev også spurgt, om de følte sig som en del af et kollektivt "vi" i lokal- eller regionalområdet. Det fik de fleste journalister og mediechefer til at kredse om det klassiske "clash" mellem journalistisk integritet og tilhørsforholdet til kilder og læsere/seere/lyttere/brugere, som det fremgår af nedenstående tabel.

Tabel 2: Medierepræsentanter om en "vi-følelse" til lokalområdet

Fordelen ved at føle et "vi"	Ulempen ved at føle et "vi"
<p><i>Det betyder jo, at – altså, hvis jeg tog hjem, når jeg var færdig med mit arbejde, så ville jeg ikke have den kontakt med mennesker om aftenen eller i weekenderne, som jeg har. (Redaktør, dagblad)</i></p> <p><i>Altså, det har en betydning for din indsigt i de historier, der er i gang, og hvad de betyder for folk, der bor det ene eller andet sted, og din fornemmelse for, hvad der er en interessant historie. Det betyder meget, det gør det, det er der ingen tvivl om. (Studievært, regionalradio)</i></p> <p><i>Der tror jeg simpelthen, det er afgørende, at man gider være. At man kan se, at ting kan lade sig gøre, og man kan medvirke med det, vi laver. [...] tværtimod, så mener jeg, at hvis man er på et lokal-medie, så bør man også bo her, man bør være her. (Redaktør, ugeavis)</i></p> <p><i>Altså, jeg kan ikke tælle på hverken 100 hænder eller mere, hvor mange gange jeg har været til et aftenarrangement eller weekendarrangement både jobmæssigt og interesse-mæssigt, og det tror jeg simpelthen er helt afgørende, hvis du vil spille en rolle som lokal ugeavis i et samfund. (Redaktør, ugeavis)</i></p>	<p><i>Ulempen, risikoen er jo, at man kommer for TÆT på. Man kommer for tæt på kilderne, man kommer for tæt på de mennesker, kommer til at kende dem for GODT, dem, man skal skrive om. Og så kan det være svært at være kritisk. (Journalist, regional-tv)</i></p> <p><i>Hvis du begynder at tale om lokalområdet som "vi", så kan du måske også, qua du kender folk, qua du møder dem nede over disken i brugsen, kan du måske få en lille smule berøringsangst for ... (Redaktionsleder, regionalradio)</i></p> <p><i>Der er jo helt klart – der kan [være] en ulempe med habiliteten. Altså, simpelthen fordi man jo nogle gange kommer tæt på de mennesker, og så er det dem, man skal skrive om næste gang, og det kan jo gå hen og give nogle problemer. (Journalist, dagblad)</i></p> <p><i>Man kan sige, at i og med at jeg bor her, så er der mange netværk, som giver sig selv. Det gør også, at ... Folk oplever det måske en kende mere troværdigt, men jeg kan også blive hindret i situationer – skal jeg lade kameraet køre her og udlevere personen, eller skal jeg slukke kameraet ... (Redaktør, lokal-tv)</i></p>

Tabellen viser, hvordan de to modsatrettede holdninger koblet til en "vi-følelse" udfordrer den journalistiske faglighed. På den ene side fordelene, som kommer til udtryk gennem ord som kontakt, indsigt, medvirke, være her og interesse-mæssigt. Og over for dette ulemperne, der kommer til udtryk i ord som for tæt på, berøringsangst, habiliteten og hindret.

Opsummerende kan medierepræsentanternes holdning sammenfattes således:

- Medierepræsentanterne fokuserer i høj grad på at være "til stede" i det lokale og regionale område og anser geografisk tilstedeværelse og dækning som en vigtig kvalitet ved lokal- og regionalmedier.
- Medierepræsentanterne identificerer sig i større eller mindre grad med et lokalt kollektivt "vi", hvilket opfattes som et dilemma i forhold til en identitet som professionel, kritisk og distanceret journalist.

- Medierepræsentanterne finder opgaven med at fortælle lokalområdet om sig selv vigtigere end at fortælle andre om lokalområdet eller give lokalområdet indsigt i omverdenen.

2.1.2 Geografisk fokus i lokal- og regionalmediernes nyheds- og opinionsstof

I 2016 publicerede de 28 lokal- og regionalmedier 4.537 nyheder og opinionsartikler i løbet af fire dage i de udvalgte udsendelser, sites og trykte aviser. I gennemsnit var der 1.134 nyheder og opinion pr. dag. Der er tale om en bruttoopgørelse, der kan inkludere den samme nyhed i forskellige medier. Lokal- og regionalmediernes fokuserer mest på kommunen, næstmest på Danmark og mindst på regionen. Tabellen nedenfor er baseret på den enkelte enheds geografiske fokus.

Tabel 3: Geografisk fokus i nyheder og opinion

Geografisk fokus	Nyhed og opinion	Andel
Casekommuner	1849	41%
Ingen eller anden lokalitet i eller uden for Danmark	1506	33%
Danmark	760	17%
Region Syddanmark	422	9%
Total	4537	100%

Det fremgår tillige af tabellen, at en tredjedel af de redaktionelle enheder enten ikke har en geografisk lokalitet eller har en anden geografisk lokalitet end en af de tre casekommuner, Region Syddanmark eller Danmark.

Som det fremgår af den næste tabel, er der flest nyheder og opinion med fokus på det kommunale område i Esbjerg (16 procent), næst flest på Fredericias kommunale område (15 procent) og mindst på Nordfyns kommunale område (10 procent).

Tabel 4: Geografisk fokus i nyheder og opinion

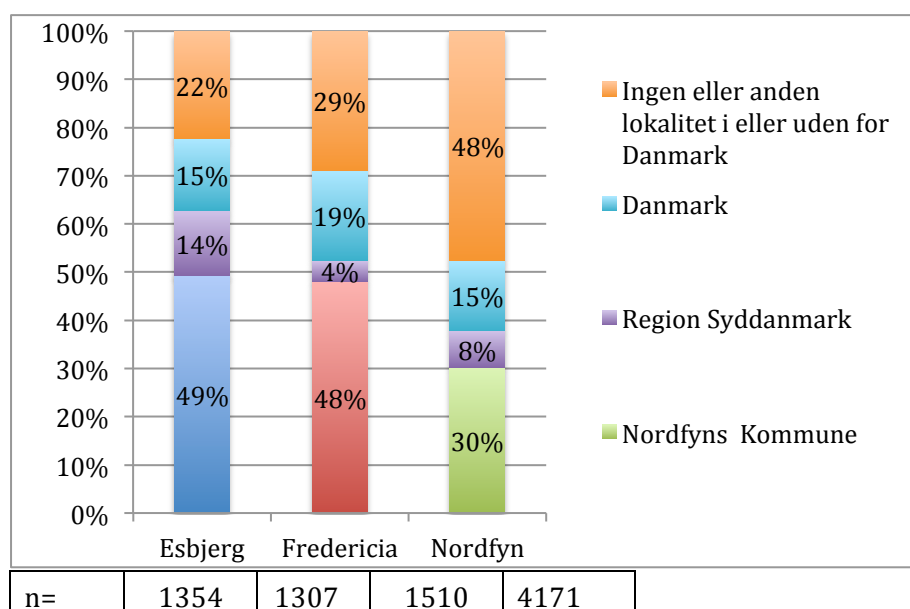
	Antal	Andel
Esbjerg kommunale område	732	16%
Fredericia kommunale område	660	15%
Nordfyns kommunale område	457	10%
Total	1849	41%

Hvis antallet af kommunefokuserede nyheder og opinionsartikler kontrolleres for kommunens indbyggertal, bliver rækkefølgen af de tre casekommuner omvendt. Opgjort

pr. 10.000 indbyggere er der dagligt 39 nyheder og opinion med fokus på området Nordfyns, 33 med fokus på området Fredericia og 16 med fokus på området Esbjerg. Det vil sige, at indbyggerne i Nordfyns Kommune har færre lokale nyheder til rådighed end indbyggerne i Esbjerg og Fredericia, men at de i forhold til kommunens indbyggertal har relativt flest lokale nyheder.

I figuren nedenfor er de redaktionelle enheders geografiske fokus kategoriseret efter, hvilket område medierne dækker. Procenterne angiver den relative andel i hver af de tre casekommuner.

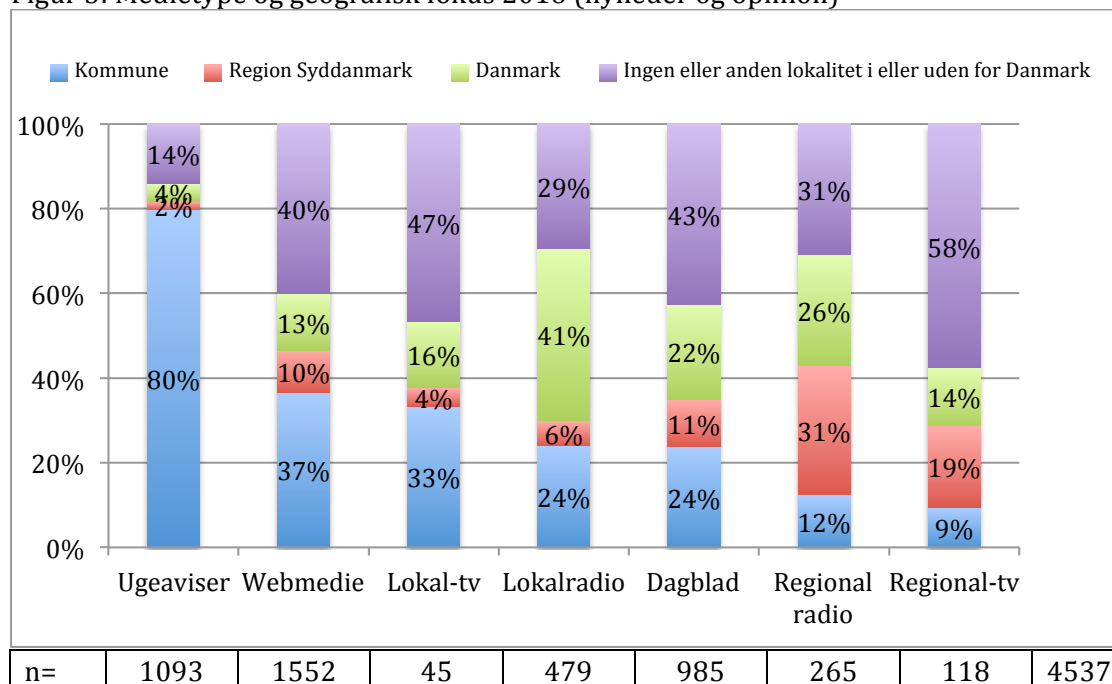
Figur 2: Mediers dækningsområde og geografiske fokus (nyheder og opinion)



Eksklusive 366 enheder fra medier, der dækker mere end en casekommune.

Af figuren fremgår det tydeligt, at der er en sammenhæng mellem den casekommune, medierne dækker, og deres geografiske fokus. I Esbjerg har 8 ud af 10 nyheder og opinionsartikler et geografisk "vi" (kommunen plus regionen eller nationen som helheder), mens det er 7 ud af 10 i Fredericia og 5 ud af 10 i Nordfyn. Som det fremgår af nedenstående figur, er der forskel på medietypers geografiske fokus.

Figur 3: Medietype og geografisk fokus 2016 (nyheder og opinion)



Webmedier leverer en tredjedel af det samlede antal nyheder og opinionsartikler efterfulgt af ugeaviser og dagblade. Ugeaviserne har relativt størst "vi"-fokus med næsten 9 ud af 10 artikler, heraf primært med et geografisk fokus på kommuneniveau. Regional-tv har kun "vi"-fokus i 2 ud af 5 indslag, mens regionalradio har "vi"-fokus i 2 ud af 3 indslag. Lokalradio har det relativt største fokus på Danmark, også større end lokalradioens lokale fokus. Regionalradio og -tv har ikke overraskende relativt størst fokus på Region Syddanmark, mens tillige mindst fokus på kommuneniveau.

Opsummerende er der forskel på mediernes dækning af de tre casekommuner:

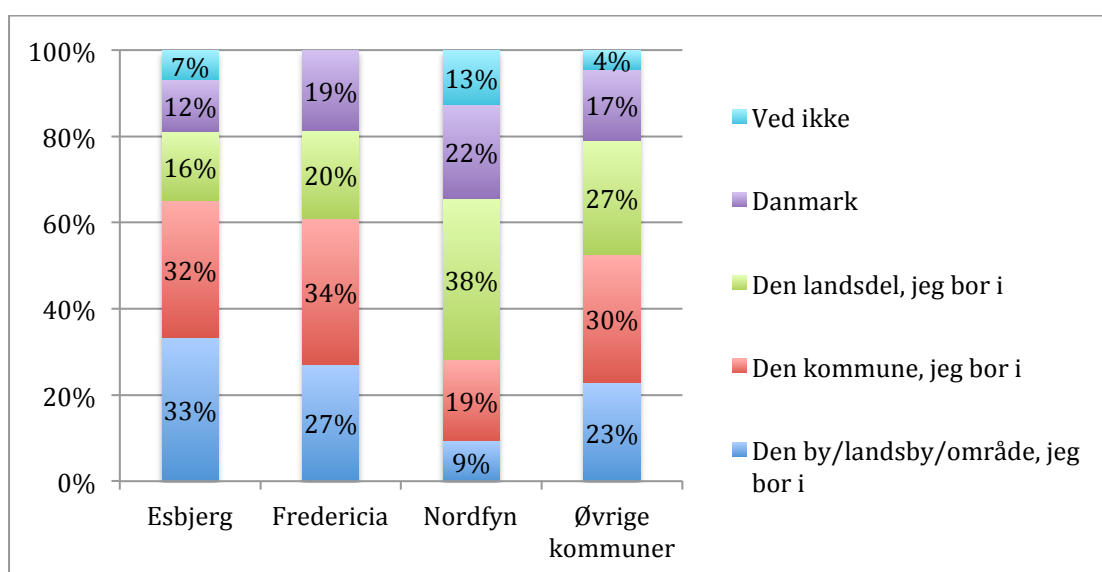
- I de 28 lokal- og regionalmedier er der flest nyheder og opinionsartikler med fokus på Esbjerg (16 procent), tæt fulgt af Fredericia (15 procent) og med noget afstand til Nordfyn (9 procent). Sættes antallet af lokale nyheder i forhold til indbyggertallet, har indbyggerne i Nordfyn til gengæld relativt flest nyheder pr. indbygger.
- Størst er dækningen med et "vi"-perspektiv af det kommunale område i Esbjerg med 49 procent, dernæst Fredericia med 48 procent og mindst Nordfyn med 30 procent.
- Dækningen med et "vi"-perspektiv i nyheder og opinion med fokus på enten det kommunale, regionale eller nationale område er med 8 ud af 10 størst i

medierne, der dækker Esbjerg, næststørst i Fredericia med 7 ud af 10 og mindst i Nordfyn med "vi"-perspektiv i 5 ud af 10 nyheder og opinionsartikler.

2.1.3 Danskernes tilknytning til geografiske områder og deres holdning til dækning af dem

Et repræsentativt udsnit af danskere har svaret på seks spørgsmål om deres geografiske tilknytning. Første spørgsmål lød: "Hvilket geografisk område føler du dig mest knyttet til?" Som det fremgår af grafikken, er der symmetri mellem det lokale tilhørsforhold og kommunestørrelsen.

Figur 4: Danskernes geografiske tilknytning



n=	132	59	32	1949	2172
----	-----	----	----	------	------

Kilde: TNS Gallup A/S, "ved ikke"-svar ekskluderet.

I den største kommune Esbjerg er det 7 ud af 10 borgere, der primært har et lokalt tilhørsforhold, mens det i Fredericia er 6 ud af 10 borgere og i Nordfyn 3 ud af 10 borgere. Forskellen er markant, og især Nordfyn skiller sig ud ved, at den største del af borgerne føler sig tilknyttet landsdelen, altså som fynboer, mens den lokale tilknytning til byer eller kommunen er langt under borgerne i de resterende kommuner. Kun i Esbjerg er der flere borgere, som føler sig mere knyttede til et nærområde end borgere, der føler tilknytning til et større område.

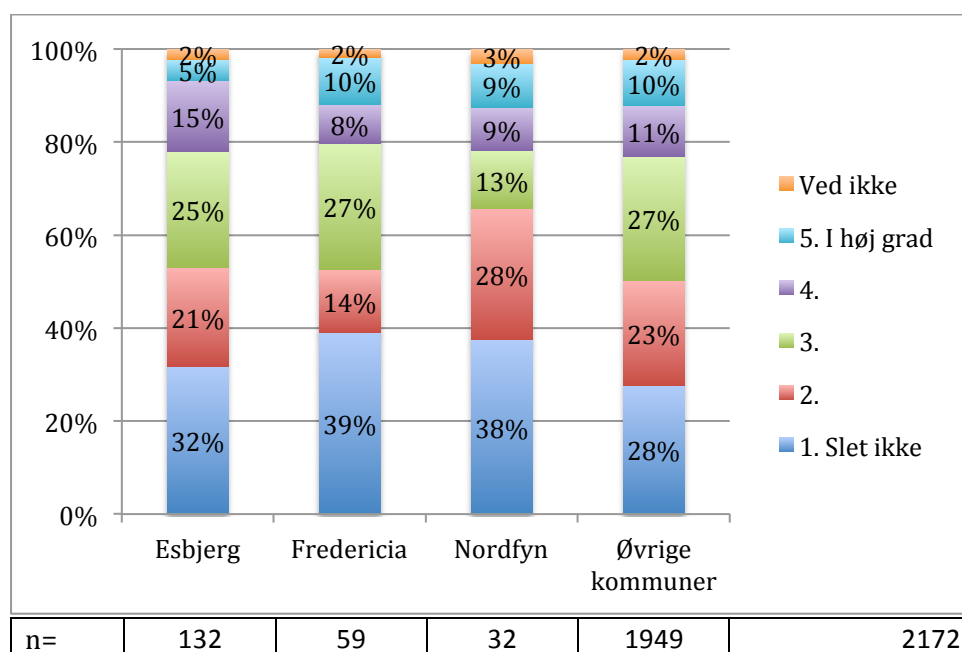
Med kun 32 borgere fra Nordfyns Kommune i opinionsmålingen giver det ikke mening at splitte gruppen op i undergrupper. Men sammenligner vi folk med lange og mellemlange uddannelser med folk med korte uddannelser (kortere eller ingen

uddannelse), så er der markant flere kortuddannede, der føler tilknytning til kommunen, end dem med længere uddannelser. Og det gælder i alle tre kommuner.

De tre casekommuner er bl.a. valgt ud fra størst mulig variation på kommune- og bystørrelse, og der viser sig tilsvarende stor variation i borgernes geografiske tilknytningsforhold. Jo mindre kommune, jo mindre tilhørsforhold. Borgerne i Esbjerg føler sig signifikant mere lokale end danskerne i de øvrige kommuner, borgerne i Fredericia ligner de øvrige kommuner, mens borgerne i Nordfyn føler et signifikant mindre lokalt tilhørsforhold.

Det næste spørgsmål lød: "I hvilken grad er du engageret i dit lokalområde?" Svaret fremgår af nedenstående figur.

Figur 5: Danskernes engagement i lokalområdet



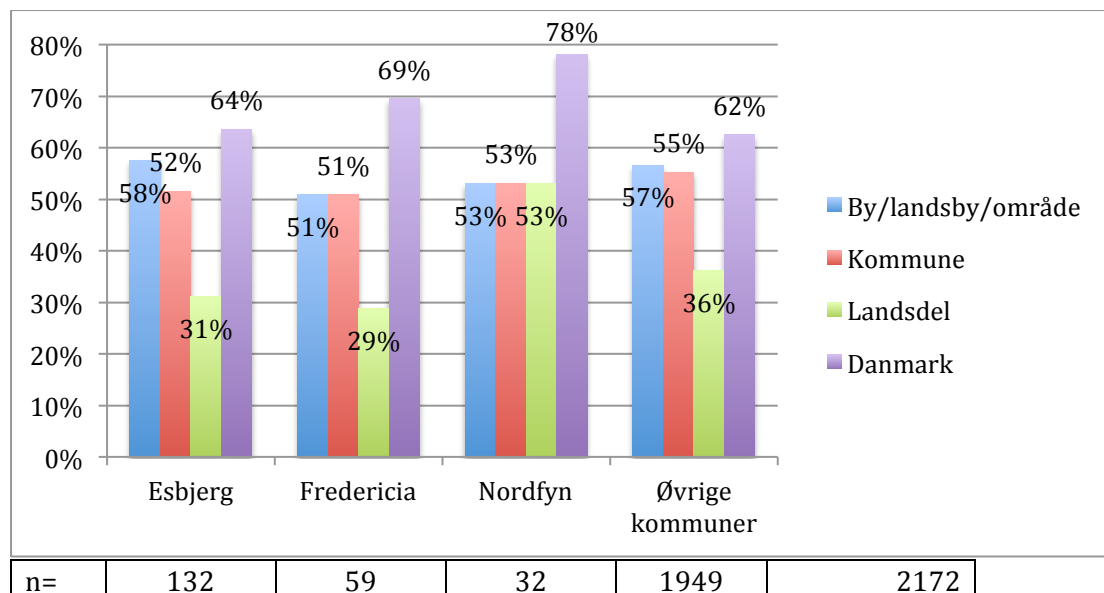
Kilde: TNS Gallup A/S

Betydeligt færre i Nordfyns Kommune er engagerede i deres lokalområde end i Esbjerg, Fredericia og det resterende Danmark. Forskellen på stort engagement (skalaens kategori 4+5) og lille engagement (skalaens kategori 1+2) er på minus 48 procentpoint i Nordfyns Kommune mod minus 34 procentpoint i de to andre kommuner.

Fire spørgsmål handler om, hvor vigtige danskerne finder nyheder om de geografiske områder af forskellig størrelse, de befinder sig i. Respondenterne blev bedt om at

angive, hvor vigtige nyheder er på en skala fra "1. Slet ikke vigtige" til "5. Meget vigtige". Figuren nedenfor angiver andelen af danskere, der har svaret "vigtige" (skalaens kategori 4+5).

Figur 6: Danskernes opfattelse af vigtigheden af nyheder om geografiske områder

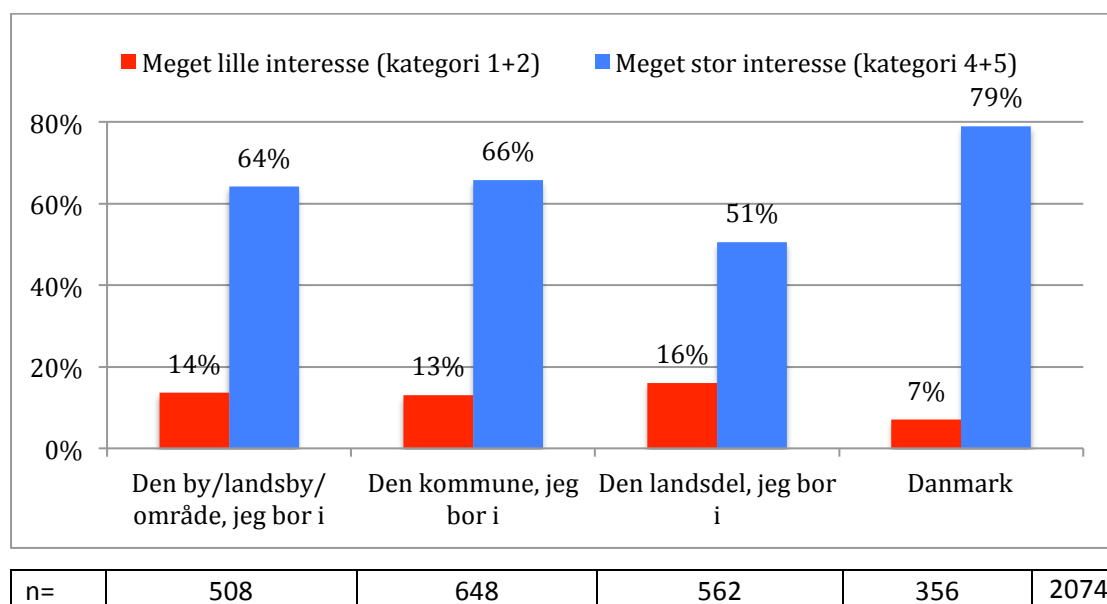


Kilde: TNS Gallup A/S. Inkluderet svar "4" og "5. Meget vigtige" på en skala fra 1-5.

Figuren viser, at danskerne finder nyheder om Danmark vigtigst, også når de bliver spurgt om deres syn på regionale og lokale medier. Borgerne i de tre casekommuner ligger over gennemsnittet i de øvrige kommuner, og vigtigheden af nyheder om Danmark stiger, jo mindre casekommunen er.

Imidlertid dækker dette generelle billede over, at interessen for nyheder er størst for det område, som danskerne føler sig knyttede til – uanset om de er mest knyttede til landsbyen, kommunen, landsdelen eller landet, som det fremgår af nedenstående figur.

Figur 7: Interesse for nyheder om det geografiske område, man føler sig mest knyttet til



Interessen for nyheder om et område stiger entydigt med tilknytningen til området. Blandt danskerne, der føler sig mest knyttede til et område, er der mindst 3 gange flere med stor nyhedsinteresse end lille nyhedsinteresse i dette område. Blandt disse mest tilknyttede danskere har flest nyhedsinteresse for "deres område", når området er Danmark (79 procent), dernæst kommunen (66 procent), så landsbyen (64 procent) og mindst for landsdelen (51 procent).

Der viser sig også en sammenhæng mellem lokalt engagement og interessen for lokale nyheder. Blandt de meget lokalt engagerede danskere (kategori 4+5) finder 76 procent lokale nyheder vigtige, mens det blandt de lokalt uengagerede danskere (kategori 1+2) er 44 procent, der finder de lokale nyheder meget vigtige.

Fokusgrupperne består af borgere med et særligt engagement i deres lokalområde som for eksempel fodboldtræner, skolebestyrelsesmedlem eller frivillig i Ældresagen. Stort set alle 49 deltagere i de 9 fokusgrupper tilkendegav (i modsætning til det mere repræsentative udsnit af danskerne i Gallups opinionsmåling), at deres primære geografiske tilknytning var kommunen eller den by/landsby, de boede i. De følgende to udsagn er typiske for fokusgrupperne: "Så hele området omkring Skovløkkeskolen er jo ligesom det område, jeg forstår som det lokale. Og selvfølgelig også Nordfyn ... jamen, vi er jo en del af Nordfyns Kommune. Men man skal også huske de der små enklaver. At det er her, vi har det godt, og det er her, vi trives med vores ting, ikke?" Og "Mit område, det er helt klart Vester Vedsted – og Ribe. Dem syd for hører ikke med. Og Bramming hører heller

ikke med. Og Esbjerg er heller ikke "mit" område. Det tror jeg aldrig, det bliver ..." Disse lokalt engagerede borgere har en helt klar fornemmelse af deres lokale tilhør – og hvor langt det rækker.

Fokusgruppernes deltagere er tillige mere interesserede i lokalstoffet end den gennemsnitlige dansker i opinionsmålingen fra Gallup, især i det helt nærlokale. Som én sagde: *"Jeg gider sgu egentlig ikke læse en notits om, at der er taget en trillebør i Bogense, men hvis der står, at der er taget en trillebør i Otterup, så skal jeg lige se, om det er i nærheden af mig."*

Fokusgrupperne afslørede en stor spændvidde i brugen af lokale medier: *"Personligt holder jeg Dagbladet, for jeg vil gerne følge med i, hvad pokker der foregår. Det kan jeg ikke i de andre. Lokalavisen skriver lidt, og det gør Elbobladet også. Men det er stadigvæk sådan mere foreningsmæssigt, sportsresultater, og når arrangementerne har været afholdt."* Andre, især yngre fokusgruppemedlemmer, som var mindst lige så lokalt engagerede, anvendte de lokale Facebook-grupper og -sider: *"Jeg kan da godt sådan engang imellem lige se Ugeavisen eller Lokalavisen, men det er ... kun, hvis der er en, der skriver, ej se, jeg er i avisen. Så er man jo nysgerrig for at se, hvad der står om dem, man kender, ikke? Ellers bruger jeg mit Facebook."*

Opsummerende ser der ud til at være en sammenhæng mellem danskerens lokale tilknytning, nyhedsinteresse og engagement.

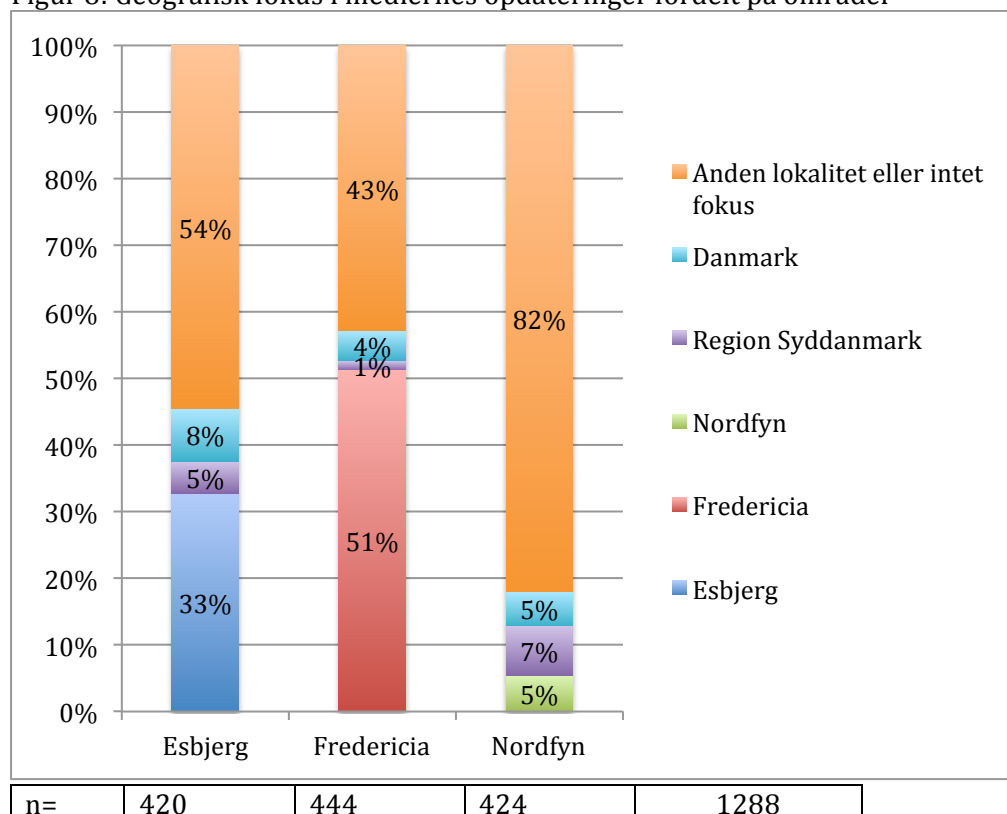
- Flest danskere føler sig mest knyttede til kommunen (30 procent), dernæst til landsdelen (26 procent), så nærområdet (23 procent), og færrest føler sig mest knyttede til Danmark (16 procent).
- Vigtigheden af nyheder om et område stiger entydigt med tilknytningen til området. Blandt danskerne, der føler sig mest knyttede til et område, er der mindst 3 gange flere med stor nyhedsinteresse end lille nyhedsinteresse.
- Andelen af danskere, der finder nyheder om "deres område" vigtige, er størst blandt dem knyttet til Danmark (79 procent), dernæst dem knyttet til kommunen (66 procent), så landsbyen (64 procent) og mindst landsdelen (51 procent).
- Lokalt engagement og nyhedsinteresse følges ad. En femtedel af danskerne (21 procent) giver udtryk for, at de har stort lokalt engagement. Interessen for lokale nyheder er langt større (76 procent) hos disse lokalt engagerede danskere end hos de lokalt uengagerede danskere (27 procent).

- For de tre casekommuner gælder: Jo mindre kommune, jo mindre tilhørsforhold. Borgerne i Esbjerg føler sig mere lokale end danskerne i de øvrige kommuner, borgerne i Fredericia ligner de øvrige danske kommuner, mens borgerne i Nordfyn føler et mindre lokalt tilhørsforhold.
- Borgerne i Nordfyn føler sig mindre engagerede i deres lokalområde end borgerne i Esbjerg, Fredericia og de øvrige danske kommuner. Forskellen på stort engagement og lille engagement er på 48 procentpoint i Nordfyns Kommune mod 34 procentpoint i Esbjerg og Fredericia.

2.1.4 Geografisk fokus i medieopdateringer og borgerkommentarer på Facebook

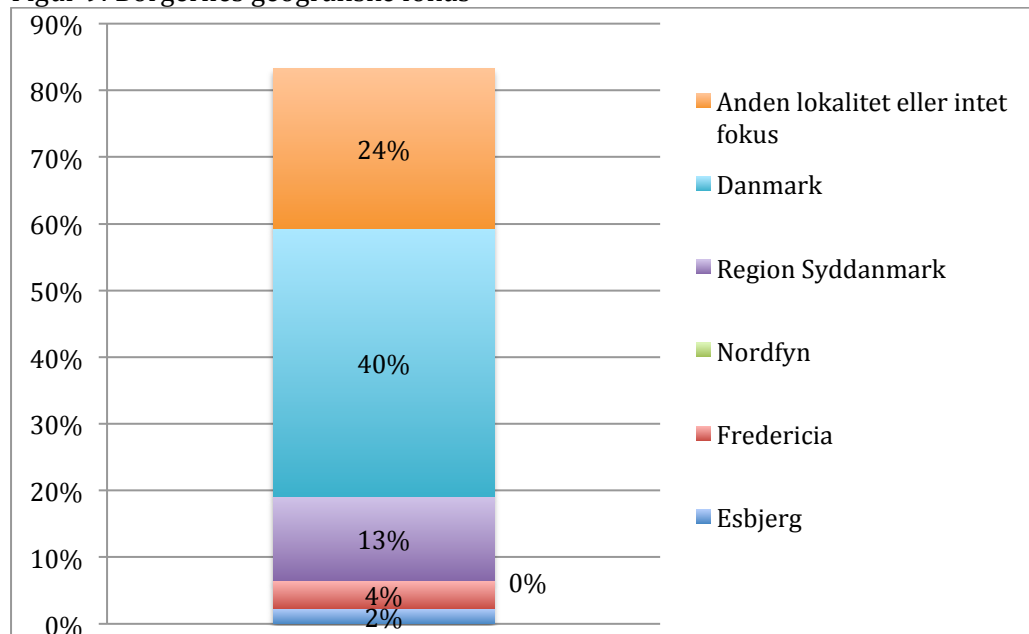
Figuren nedenfor viser det geografiske fokus for mediers Facebook-sider fordelt på de tre casekommuner. Den viser, at det lokale fokus er særligt dominerende i Fredericia. Dette kan skyldes, at lokale historier om vejarbejde og brand på havnen fylder meget i datamaterialet fra Fredericia-medierne. Men det kan også skyldes, at Fredericia-medierne simpelthen har et større lokalt fokus. I Esbjerg fylder det lokale fokus godt en tredjedel af historierne, mens det på Nordfyn er nede på en tyvendedel. Region Syddanmark og det øvrige Danmark er kun i begrænset omfang i fokus, mens omkring halvdelen af alle historier enten ikke har noget fokus eller fokuserer på verden i øvrigt.

Figur 8: Geografisk fokus i mediernes opdateringer fordelt på områder



Hvis man kigger på det geografiske fokus i de 1.500 analyserede borgerkommentarer, ses det, at Danmark som område dominerer borgernes geografiske fokus, mens det lokale fylder endnu mindre end i mediernes opdateringer.

Figur 9: Borgernes geografiske fokus



n = 1.497

Esbjerg og Fredericia er i begrænset fokus, mens Nordfyn slet ikke adresseres direkte i nogen af de 1.500 kodede kommentarer. Region Syddanmark udgør også et vist fokus, bl.a. på grund af megen debat om tidligere regionsrådsformand Carl Holst, grænsekontrollens indvirkning på regionen og sagen om en dagplejer fra Kolding, der blev uretmæssigt fyret.

Opsummerende kan vi sige følgende:

- Lokal- og regionalmediernes har et større lokalt fokus i deres opdateringer på Facebook, end borgerne har i deres kommentarer.
- Borgernes kommentarer på Facebook om lokale forhold følger samme mønster som nyhedsmediernes opdateringer, blot på et meget lavere niveau. Mest lokale er Fredericia-kommentarerne (4 procent), mindre lokale er Esbjerg-kommentarerne (2 procent), og helt fraværende er lokale Nordfyn-kommentarer.

2.1.5 Tværgående sammenfatning af geografisk fokus

Vi har analyseret lokal- og regionalmediernes geografiske fokus i nyheder og opinionsstof på de traditionelle platforme og Facebook. Journalister og mediechefer har vi spurgt om dækningsområdets afgrænsning og deres egen tilknytning til lokalområdet. Danskerne spurgte vi om deres geografiske tilknytning, engagement og nyhedsinteresse.

Undersøgelserne af geografisk fokus viser følgende:

- Journalister og redaktører på lokal- og regionalmedier giver udtryk for både et professionelt og interessebåret engagement for det lokalområde, som de (bor og) arbejder i, og som i deres øjne berettiger eksistensen af lokal- og regionalmediernes. Det er imidlertid kun halvdelen af lokal- og regionalmediernes nyheder, der med et lokalt "vi"-perspektiv kan være relevante for alle i et område. 41 procent af nyhederne har fokus på det kommunale område og 9 procent på det regionale område. Den anden halvdel af nyhederne har et mindre eller intet geografisk fokus og dermed mindre relevans for borgernes lokale tilhørsforhold, mens 17 procent af lokal- og regionalmediernes nyheder har et nationalt fokus på Danmark, som borgerne i lokalområder også er en del af.
- Dagblade, lokalradio og lokal-tv har klare intentioner om at være lokale, men nyheder med kommunalt eller regionalt "vi"-perspektiv fylder kun omkring en tredjedel i dagblade (35 procent), lokal-tv (37 procent) og lokalradioer (30 procent). Mest i overensstemmelse med mediernes lokale intentioner er ugeaviserne med et meget stort fokus på det kommunale område (80 procent).
- DR's regionalradioer og TV 2's regionale tv-stationer har intentioner om at være regionale, og de har med 31 procent af nyhederne for P4-regionernes vedkommende og 19 procent for TV 2-regionerne også flere nyheder med et regionalt "vi"-perspektiv end de øvrige typer af medier. Langt størstedelen af regionalstationernes nyheder har imidlertid på enkelte, mindre dele af regionen, på hele Danmark, eller også er der intet geografisk fokus.
- I Esbjerg Kommune mener flere borgere (end det modsatte), at lokal- og regionalmediernes skaber et lokalt "vi". I Nordfyns Kommune mener færre borgere (end det modsatte), at lokal- og regionalmediernes skaber et lokalt "vi". Borgernes opfattelse harmonerer med den måde, nyhedsmediernes dækker de to kommunale områder på.
- På Facebook er medierne i dækningen af Esbjerg med 33 procent betydeligt mindre lokale i deres opdateringer, end de er på de traditionelle medieplatforme

(avis, radio, tv, online). Det samme gælder Facebook-dækningen af Nordfyn med lokalt fokus i 5 procent og 30 procent på de traditionelle platforme. I dækningen af Fredericia er der stort set ingen forskel på det lokale fokus med 48 procent på Facebook og 51 procent på de traditionelle platforme.

2.2 Kvalitetsparameteret emnemæssigt fokus

2.2.1 Medierepræsentanter om stofområder

Data fra de interviewede medierepræsentanter viser, at de adspurgte generelt forholder sig professionsorienteret til valget af emner. Et udsagn som "Vi beskæftiger os med de stofområder, som man kender fra klassisk nyhedsjournalistik, det vil sige samfundsjournalistik, erhvervsjournalistik, kulturjournalistik, politik, begivenheder i den fynske region" (redaktionschef, regionalradio) er dækkende for en lang række af medierepræsentanternes oplevelse af den emnemæssige prioritering. Valg af emner har dermed sit udspring organisatorisk eller kommercielt i mediet som virksomhed, som det fremgår af nedenstående display.

Tabel 5: Virksomhedsbestemte valg af emner

Hierarki	Arbejdsdeling	Økonomisk
<p>Det er min opgave at lægge den redaktionelle linje og ligesom udføre den retning, som bestyrelsen har ansat mig til. (Direktør, regional-tv)</p> <p>... hvor jeg sidder som redaktør, så er det mig, der mikser, hvad vi skal have i radioen. Så jeg holder selvfølgelig øje med, at jeg holder mig indenfor skiven af strategien og forsøger at ramme så præcist som muligt. (Redaktionsleder, regionalradio)</p> <p>Når jeg røgter og varetager mit område, så melder jeg egentlig ind, hvad for nogle historier jeg har, men det er klart, at så drøfter man med redaktøren, lokalredaktøren og så med vores jourhavende. (Journalist, dagblad)</p>	<p>Vi har (...) det, vi kan kalde nogle regionale fokusområder, der bl.a. handler om hele Velfærdsdanmark, så de prioriteringsdebatter, der er i forhold til altså de penge, vi har, hvordan skal vi bruge dem, hvad skal vi bruge dem på? (Redaktionschef, regionalradio)</p> <p>Det (skal) jo gerne være relativt ukomplicerede nyheder, altså radionyheder med tal er vanskelige at formidle, og så dybt komplicerede kommunalpolitiske fordelingsnøgler i forhold til regionen, og hvad ved jeg, det er ting, som vi vælger fra, fordi vi har simpelthen ikke tiden til at fortælle dem. (Radiodirektør, lokalradio)</p> <p>Det kan godt være, at vi har fået fat i den fodboldspiller, der brækkede benet ude i virkeligheden, som var nyheden, og så har vi snakket med ham i stedet for. Og sådan prøver vi at komme bag om tingene ... (Redaktør, ugeavis)</p>	<p>Det er jo lokalstoffet, der er det altafgørende for os. Det er også derfor, vi bruger så meget krudt på det. Laver ni forskellige lokaludgaver hver dag. Det er en meget DYR måde at lave avis på (...) men vi gør det, fordi vi tror på, at det er den eneste måde, vi kan klare os på. (Chefredaktør, dagblad)</p> <p>Vores verden handler jo meget om salg og annoncer, det er jo det, vi lever af – og det journalistiske er jo en, det er jo en flødeskum, kan man sige, det er noget, der faktisk kun kommer i for at få folk til at åbne avisen, ikke? (Redaktør, ugeavis)</p> <p>Vi går meget efter at få nogle detailnyheder, også fordi vi kan se, at de bonner ud, når vi lægger dem ud (... dvs.) en ny forretning, der åbner, det er en forretning, der lukker. Det kan være alt lige fra frisører, der skifter ejer. I den dur der, hvem står bag disken. (Redaktør, ugeavis)</p>

Displayet viser, at prioriteringen af emner begrundes med beslutninger taget i toppen af mediernes hierarki, en arbejdsdeling mellem de forskellige typer af medier og mediekommercielle hensyn. Hierarkiet beskrives særdeles tydeligt i de udsagn, som deltagerne kommer med fra alle medietyper og cases. Det er den traditionelle opbygning med en bestyrelse, som lægger retningslinjerne, en chefredaktion, som gør retningslinjerne operationelle, og journalister, der dækker emnerne med nyheder.

Den arbejdsdelingsbestemte prioritering af emner er en slags erkendelse af, hvilke emner den enkelte medietype og det enkelte medie primært er sat i verden for at beskæftige sig med. Medierepræsentanterne beskriver deres plads i det lokale medieøkosystem. Her ses blandt andet tydeligt, hvordan repræsentanterne fra de regionale stationer taler om at prioritere dækningen af især regionernes indsatser, hvordan dagbladene repræsentanter fokuserer på at være superlokalt fokuserede, hvordan lokalradiopositioneringen er på formidling af relativt lette emner, mens ugeavisene gerne vil gå bagom de "hårde" nyheder og beskæftige sig med de menneskelige aspekter.

Her er det ord som fokusområder, relativt ukomplicerede og bagom, der bruges for at beskrive positioneringen.

Den rent økonomiske betragtning bag emnevalgene udspringer bl.a. af hensynet til annoncørernes interesser – hvilket er tydeligst i ugeavisernes prioriteringer. Ord og begreber som "klare os på", "leve af" og "bonner ud" viser, at emner vælges bevidst ud fra ønsket om økonomisk rentabilitet.

Nyhedsmediernes emner, som de kommer til udtryk i nyhederne, er imidlertid ikke alene bestemt af virksomhedshensyn, hvilket indikeres i følgende citat: *"Det er sgu sådan instinktiv journalistik, altså nøjagtig ligesom man ville gøre det, hvis man sad på en avis og prioriterede nyhederne. Det tænker man jo heller ikke så forbandet meget over i hverdagene, vel. Det mærker man et eller andet sted i maven, at det er sgu en god historie, ikke?"* (radiator, lokalradio). Danske journalister oplever generelt en ret høj grad af autonomi i valg af historie, vinkel og kilder (Skovsgaard et al., 2012:165), og det samme giver de adspurgte i denne undersøgelse udtryk for.

Opsummerende kan medierepræsentanternes opfattelse sammenfattes således:

- Lokal- og regionalmediers emnemæssige indhold er enten strategisk besluttet af en central medieledelse placeret uden for lokalredaktionen, eller det er betinget

af mediets økonomiske rentabilitet, specielt hvad angår ugeavisernes prioriteringer, og hertil kommer journalisters professionelle nyhedsvurderinger.

2.2.2 Emner i lokal- og regionalmediernes nyheder

Det vitale informationsbehov består som beskrevet ovenfor af otte emner:

Kriminalitet, blå blink, nødsituationer og risici, sundhed, uddannelse, transport, miljø og planlægning, økonomi, civilsamfund og politik. Foruden disse emner er nyhederne blevet kodet for emnerne sport, demografi, forbrug og livsstil og andet. De ikke-vitale emner som for eksempel sportsjournalistisk kan sagtens have en funktion med at skabe en følelse af fællesskab gennem fælles erfaringer. Tabeller og figurer i dette underafsnit inkluderer kun nyheder med et geografisk fokus på de tre casekommuner, Region Syddanmark eller Danmark, hvoraf seks nyheder ikke kunne kodes for emne.

Tabel 6: Nyheder fordelt på informationsvitale emner og andre emner

	Antal	Andel
Emner, som dækker et vitalt informationsbehov	2327	82%
Andre emner	519	18%
Total	2846	100%

Af tabellen ovenfor fremgår det, at fire ud af fem artikler retter sig mod det vitale informationsbehov. Det er en betydeligt større andel end i amerikanske lokalmedier, hvor det var cirka halvdelen (Napoli et al., 2016). Det kan skyldes, at kategorien "kriminalitet, blå blink, nødsituationer og risici" er blevet mere inkluderende end i den amerikanske undersøgelse ved at inddrage flere hændelser fra politiets døgnrapport, men som det fremgår af nedenstående tabel, udgør den kategori kun 15 procent, hvorfor der er belæg for at sige, at de danske lokal- og regionalmedier har en større andel vitale nyheder end lokalmedierne i den amerikanske undersøgelse.

Tabel 7: Nyheder fordelt på emner

	Antal	Andel
Civilsamfund	847	30%
Økonomi	513	18%
Kriminalitet, blå blink, nødsituationer og risici	356	13%
Politik	286	10%
Sport	236	8%
Andet	160	6%
Sundhed	141	5%
Uddannelse	92	3%
Demografi	65	2%
Miljø og planlægning	63	2%
Forbrug og livsstil	52	2%
Transport	29	1%
Ikke kodet for emne	6	0%
Total	2846	100%

Som det fremgår af tabellen, handler næsten en tredjedel af artikler og indslag om civilsamfundet, som omfatter private institutioner, foreninger (ikke konkurrencesport), biblioteker, kultur og kunst, religiøse institutioner og medier. Økonomiske og politiske emner tæller også godt i mediernes dagsorden. I den følgende figur er de 15 emnekategorier fordelt efter det geografiske fokus i nyhederne.

Tabel 8: Nyheder fordelt på emne og geografisk fokus

	Esbjerg	Fredericia	Nordfyn	Region Syddanmark	Danmark
Civilsamfund	36%	46%	44%	14%	7%
Økonomi	13%	17%	14%	18%	27%
Kriminalitet, blå blink, nødsituationer og risici	16%	16%	8%	10%	10%
Politik	6%	2%	2%	18%	23%
Sundhed	3%	1%	4%	14%	6%
Uddannelse	6%	1%	4%	3%	2%
Miljø og planlægning	1%	3%	1%	3%	3%
Transport	1%	1%	1%	1%	2%
Sport	11%	4%	10%	10%	8%
Andet	3%	6%	12%	4%	5%
Demografi	3%	0%	1%	3%	4%
Forbrug og livsstil	1%	3%	0%	1%	3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
n=	712	646	435	403	644

Tabellen viser, at 4 ud af 10 nyheder med geografisk fokus på kommunen handler om civilsamfund, mens det gælder 1 ud af 10 nyheder fokuseret på regionen eller nationen. Halvdelen af alle nyheder om Danmark handler om politik og økonomi, og ikke overraskende handler en tredjedel af nyhederne om regionen om økonomi og sundhed, mens kun knap hver femte artikel med geografisk fokus på kommunen handler om økonomi eller politik. Relativt flest nyheder om vitale emner har Fredericia-medierne med 87 procent, hvilket er signifikant flere end Esbjerg-mediernes 83 procent, som igen er signifikant flere end de 76 procent i medierne, der dækker Nordfyn.

Medierne prioriterer forskellige emner, alt efter hvilken type medie det er, viser nedenstående figur.

Tabel 9: Medietype og emner

	Dagblad	Lokal-tv	Lokal-radio	Regional-tv	Regional-radio	Ugeavis	Web-medie
Civilsamfund	23%	46%	18%	24%	8%	50%	22%
Økonomi	18%	13%	27%	6%	22%	17%	15%
Kriminalitet, blå blink, nødsituationer og risici	20%	17%	10%	12%	8%	5%	19%
Politik	12%	8%	16%	30%	25%	2%	11%
Sundhed	4%	0%	9%	2%	8%	3%	5%
Uddannelse	2%	4%	1%	10%	3%	5%	2%
Miljø og planlægning	2%	8%	2%	2%	6%	2%	2%
Transport	1%	0%	3%	0%	1%	1%	1%
Sport	12%	0%	2%	4%	10%	6%	11%
Andet	4%	4%	6%	8%	1%	5%	9%
Demografi	1%	0%	5%	2%	7%	1%	2%
Forbrug og livsstil	1%	0%	1%	0%	2%	3%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
n=	450	24	336	50	183	889	908

Det er markant, at halvdelen af alle nyheder i ugeaviser er om civilsamfundet, mens kun 2 procent af nyhederne handler om politik. I TV 2-stationernes regionalindslag handler næsten hvert tredje indslag om politik. På dagblade og websites fokuseres mindre på specifikke emner, mens transport og forbrug og livsstil dækkes i mindre grad.

Tabel 10: Nyheder, der dækker det vitale informationsbehov

Dagblad	Lokal-tv	Lokal -radio	Regional -tv	Regional- radio	Ugeaviser	Web- medie	Total
82%	96%	87%	86%	80%	84%	78%	82%
450	24	336	50	183	889	908	2840

Bortset fra lokal-tv, hvorfra der kun er 24 indslag, er der kun 10 procentpoints forskel på omfanget af emner, der opfylder det vitale informationsbehov i forskellige typer af medier. Lokalradio har relativt flere nyheder om vitale emner end de øvrige medier, og webmedier har relativt færre.

Opsummerende viser indholdsanalysen af den emnemæssige dækning:

- Langt hovedparten af nyheder i lokal- og regionalmedier er om emner, som forskere betegner som vitale for lokalsamfund og danskerne. De lokale og regionale nyhedsmedier, der dækker Fredericia, har med 87 procent relativt flest nyheder om vitale emner. Dækningen af Esbjerg har 83 procent nyheder om vitale emner, dækningen af Nordfyn har 76 procent nyheder om vitale emner.

2.2.3 Fokusgruppers holdning til emner i lokal- og regionalmedier

Vi har ingen resultater fra gallupundersøgelsen om danskernes interesse for forskellige emner, fordi spørgsmål om 12 forskellige emner ikke blev prioriteret i telefoninterviewene. De lokalt engagerede borgere i fokusgrupperne mente, at lokaljournalistikken skulle fokusere mere på emner, der omfattede områdets generelle udvikling og fremtidsmuligheder, og endelig, at medierne burde prioritere positive historier om udviklingen i lokalområdet. Det illustreres af de følgende citater. Først fra Esbjerg-området: *"Nu med den nye omfartsvej for eksempel eller mølletransporter gennem Tjæreborg – er det godt for fremtiden for vores områder – og hvad er fremtiden så? Altså, der kunne man godt perspektivere lidt og sige, at ... Nogle gange så tænker man, at det (for journalisterne) handler lige så meget om at finde nogle historier, hvor man kan skælde hinanden ud!"*. Det andet citat er fra Fredericia-området: *"Noget mere om Fredericia C, altså udvikling, hvordan kan byen blive noget andet end en fæstningsby?"*.

Opsummerende om fokusgruppernes syn på emner:

- De lokalt engagerede borgere i fokusgrupperne er mere interesserede i emner, der peger på mulighederne i lokalområdet end på problemer i lokalområdet.

2.2.4 Emner i medieopdateringer og borgerkommentarer på Facebook

Hvilke emner dominerer opdateringer og borgerkommentarer på Facebook? Og er der forskelle i mediernes og borgeres emnemæssige fokus? Vi starter med at kigge på emner i mediernes historier. Der er alt i alt en tilbøjelighed til, at det, vi ovenfor kaldte vitale emner, fylder mindre på Facebook end i de gængse medier.

Tabel 11: Mediernes Facebook-opdateringer fordelt på vitale emner og andre emner

	Antal	Andel
Emner, som dækker et vitalt informationsbehov	625	42%
Andre emner	851	57%
Total	1496	99%

Hvis vi skal gå mere i detaljer med, hvad der fylder på Facebook, har vi foruden kategorierne ovenfor måttet tilføje nogle ekstra kategorier på baggrund af en *grounded* tilgang i første fase af kodningen. Hermed menes, at vi udover de oprindelige kategorier, baseret på vores teoretiske ramme, har medtaget kategorier baseret på andre tendenser, der sprang i øjnene ved en gennemlæsning, og som er specielle for Facebook i forhold til andre medier. Det drejer sig blandt andet om "underholdning", "lokale og regionale begivenheder" og "historier om lokale mennesker", der alle fylder meget på Facebook.

Tabel 12. Emnefordelingen i mediernes opdateringer på Facebook.

	Antal	Andel
Kriminalitet, blå blink, nødsituationer og risici	246	16%
Underholdning	231	15%
Lokale begivenheder og mennesker	229	15%
Sport og kultur	168	11%
Forbrug og livsstil	103	7%
Civilsamfund	95	6%
Politik	77	5%
Social og sundhed	70	5%
Andet	54	4%
Demografi	50	3%
Transport	41	3%
Energi, miljø og planlægning	41	3%
Uddannelse	37	3%
Konkurrencer og quizzer	36	2%
Økonomi	18	1%
n=	1496	

Historier om kriminalitet mv. fylder meget på Facebook, hvilket også gælder historier med lokalt fokus på mennesker eller begivenheder. Derimod er mere tekniske emner som miljø, økonomi mv. underrepræsenteret i forhold til andre medietyper.

Vi vender os nu til borgernes kommentarer. Overordnet set har mediernes opdateringer og borgernes kommentarer samme karakter. 2 ud af 5 opdateringer eller kommentarer kan henføres til vitale emner, mens hovedparten handler om andre emner.

Tabel 13: Borgernes Facebook-kommentarer fordelt på vitale emner og andre emner

	Antal	Andel
Emner, som dækker et vitalt informationsbehov	603	41%
Andre emner	894	59%
Total	1496	100%

Hvad angår emner i borgernes kommentarer ser vi igen nogle markante forskelle i forhold til opdateringerne ovenfor. Demografi er her det helt dominerende emne, primært forårsaget af den megen debat om grænsekontrol og flygtninge/indvandrere, der falder ind under denne emnekategori. Andre emner er mere ligeligt fordelt, mens fx stof om lokale mennesker og begivenheder ikke fylder meget i kommentarerne, er det de mere kontroversielle, nogle ville sige symbolpolitiske emner, der ofte dominerer i borgernes kommentarer.

Tabel 14: Emnefordelingen i borgernes kommentarer på Facebook

	Antal	Andel
Demografi	500	33%
Forbrug og livsstil	242	16%
Kriminalitet, blå blink, nødsituationer og risici	206	14%
Social og sundhed	174	12%
Politik	86	6%
Underholdning	71	5%
Økonomi	68	5%
Andet	41	3%
Civilsamfund	29	2%
Sport og kultur	22	1%
Energi, miljø og planlægning	18	1%
Lokale begivenheder og mennesker	18	1%
Uddannelse	15	1%
Transport	7	0%
n=	1497	

Opsummerende kan vi tegne følgende billede af det emnemæssige fokus i mediernes opdateringer og borgernes kommentarer på Facebook:

- Nyhedsmedierne fokuserer i deres opdateringer på Facebook mere på det kommunale eller regionale lokalområde end borgerne i deres kommentarer.
- Langt hovedparten af nyhederne er om emner af vital betydning for lokalsamfundet.

2.2.5 Tværgående sammenfatning af emnemæssigt fokus

Vi har analyseret lokal- og regionalmediernes emnemæssige fokus i nyheder på de traditionelle platforme og Facebook ud fra en forskningsbaseret skelnen mellem emner af vital og ikke-vital betydning for lokalsamfundet og dets borgere. Vi har ikke præsenteret hverken medierepræsentanter eller borgere for denne skelnen, men spurgt til, hvilke emner de henholdsvis dækker og gerne vil informeres om.

Undersøgelserne af geografisk fokus viser følgende:

- Lokal- og regionalmediernes prioriterer på de traditionelle platforme (avis, tv, radio, online) i langt højere grad de vitale emner (82 procent) end i deres opdateringer på Facebook (42 procent). Facebook-dækningen er mere symbolpolitisk, følelsesladet og underholdningsmæssigt fokuseret, bl.a. ved at konkurrencer, quizzer og sladder om lokale og nationale kendte fylder mere end i de traditionelle medier, mens de "hårdere" politiske emner som miljø, transport og økonomi får mere begrænset dækning.
- Der er et stort sammenfald mellem medierepræsentanternes praksis og forskernes opfattelse af lokalsamfundets vitale informationsbehov. Lokal- og regionalmediernes tilkendegiver, at de vælger emner ud fra publicistiske og kommercielle interesser og journalistikkens nyhedskriterier, hvilket har som resultat, at nyhedsmediernes dagsorden i høj grad består af vitale emner (82 procent).
- De lokale og regionale nyhedsmedier, der dækker Fredericia, har med 87 procent relativt flest nyheder om vitale emner. Dækningen af Esbjerg har 83 procent nyheder om vitale emner, dækningen af Nordfyn har 76 procent nyheder om vitale emner.

2.3 Kvalitetsparameteret journalistisk bearbejdning

2.3.1 Medierepræsentanter om prioriteringer af deres arbejdsindsats

For at undersøge medierepræsentanternes opfattelse af den journalistiske bearbejdningsgrad blev de både spurgt om, hvor mange historier de skal producere dagligt, og hvor disse historier typisk kommer fra, og blev samtidig bedt om at fremhæve egne satsninger. De blev ikke bedt om at forholde sig til kategorierne telegramstof, service-, rutine- og fokusjournalistik, fordi disse kategorier ikke er veletablerede i den journalistiske profession og mediebranche. Som det fremgår af nedenstående tabel, er nyheder ikke et produkt, der anvendes samme mængde tid og ressourcer på.

Tabel 15: Journalister og mediechefer om forbrug af tid og ressourcer på nyheder

De hurtige nyheder	De lidt mere tidskrævende nyheder	De mest tidskrævende nyheder
<p><i>De kortere er jo typisk en pressemeddelelse.</i> (Journalist, dagblad)</p> <p><i>Hvis vi lige pludselig mangler at skulle fylde en side, så kan det godt være, der ryger nogle af de her grydeklare pressemeddelelser.</i> (Redaktør, dagblad)</p> <p><i>Men selvfølgelig er der også pressemeddelelser. Og det kan jo også nogle gange være en udmærket kilde til at lave en dækning af et område.</i> (Redaktionschef, regionalmedie)</p> <p><i>Som vært afleverer jeg mellem 16 og 24 elementer hver morgen (... når) jeg ikke er vært, der laver jeg måske ... fra nul til tre historier om dagen.</i> (Journalist, regionalmedie)</p>	<p><i>Der er måske en mængde historier, lad os sige 50 procent, det er det, jeg vil kalde fælleshistorier. Der er byrådsmøder, der er motorvejslukninger, der er hændeshistorier, folk falder ned fra kraner, eller heste løber over vejene eller borgermøder.</i> (Direktør, regionalmedie)</p> <p><i>Og så er der de ting, som vi får op at stå på selve dagen, som tager udgangspunkt i en hændelse eller en begivenhed eller i et politisk møde, der skal være senere på dagen. Eller bare en historie, som har ramt nyhedsstrømmen den dag.</i> (Journalist, regionalmedie)</p>	<p><i>Solohistorier, ting, vi selv sætter på dagsordenen, det har altid højeste prioritet.</i> (Direktør, regionalmedie)</p> <p><i>De bærende historier. De er sådan mere tidskrævende. Det er dem, som vi planlægger flere dage frem.</i> (Redaktør, dagblad)</p> <p><i>Så de mere tidskrævende vil som regel altid være noget, hvor vi selv tager initiativ, uden at der er kommet en eller anden og har skubbet idéen til os.</i> (Redaktionschef, regionalmedie)</p> <p><i>Vi bruger længere tid på de sager, som det selvklart tager længere tid at sætte sig ind i.</i> (Redaktør, dagblad)</p> <p><i>Vi har i al den tid, jeg har været her, haft en nytårskur, hvor vi laver en brainstorm og vælger noget, vi i løbet af foråret vil beskæftige os med.</i> (Redaktionschef, dagblad)</p>

Alle medierepræsentanter – fra store som små medier, fra alle medietyper og fra alle tre geografiske områder – beretter, at de bestræber sig på at producere og prioritere deres egne historier. Til egne historier regnes både de historier, som redaktionen selv tager initiativ til, og de historier, der er fælleshistorier, og som det enkelte medie laver egne vinkler på og finder kilder til.

De peger på, at nyhedsstrømmen er en vigtig leverandør af journalistiske nyhedshistorier, og det gælder både dagbladene og de elektroniske medier. Kun ugeaviserne skiller sig ud, idet repræsentanterne herfra peger på, at i og med man på grund af en længere deadline ikke kan være med i det daglige nyhedsflow, er man i nogen grad nødt til at prioritere egne historier. Samtidig vedkender repræsentanterne fra ugeaviserne sig i højere grad end repræsentanterne fra dagblade og de elektroniske medier, at de benytter pressemeddelelser og dermed stof af servicejournalistisk karakter for at fylde deres sider.

Nyhedsstrømmen defineres som det, der kommer fra andre medier, fra nettet, fra de sociale medier og fra pressemeddelelser, og den spiller sammen med de begivenheder, der finder sted i området, og den dagsorden, som virkeligheden i øvrigt sætter. Også den kommunale og regionale forvaltning er storleverandør af nyheder, idet flere nævner, at mange nyheder – både lokalt og regionalt – udspringer af kommunale eller regionale dagsordener forud for fx rådsmøder eller kommer direkte fra kommunernes kommunikationsfolk.

Produktionen af egenhistorier sker på baggrund af en journalistisk vurdering af primært væsentlighed og aktualitet. Beslutningen om, hvilke historier der skal satses på, tages på redaktionsmøder, hvor redaktionen bliver enig om, hvilke historier der kræver høj prioritet. Journalister og redaktører oplever generelt en høj grad af autonomi, idet langt de fleste – uanset om de er ansat på et dagblad, en ugeavis eller en radio- eller tv-station – anfører, at de selv bestemmer, hvilke historier de vil arbejde med og satse på. Det er således i vid udstrækning op til den enkelte journalist at vurdere, hvornår en historie af servicejournalistisk karakter får en rutinejournalistisk bearbejdning.

Det varierer markant, hvor lang tid den enkelte journalist har til at producere en historie. Særligt journalister på de skrevne medier – og det gælder både dagbladene og ugeaviserne – har svært ved at sætte antal på, hvor mange historier de skal producere

om dagen eller ugen, udover at det er et krav, at avisen eller sektionen bliver fyldt. Journalister på regionalradioer og tv-stationer er i højere grad underlagt krav om produktion af et vist antal historier dagligt. En regional tv-journalist skal således producere mindst et indslag om dagen, mens en vært på en regionalradio skal producere adskillige historier, der kan karakteriseres som telegramstof eller servicejournalistik, idet der ikke finder nogen eller kun ringe bearbejdning sted.

Såvel journalister som redaktører holder øje med, hvad konkurrenterne bringer frem i en blanding af almindelig konkurrentovervågning og til inspiration. Men hvor fx tv-stationerne gør en dyd ud af, at de ikke "planker" historier fra dagbladene, lægger såvel redaktører som journalister på regionalradioerne ikke skjul på, at de af og til bruger dagblade som inspiration til at udvikle deres egne vinkler af rutinejournalistisk karakter.

Generelt forsøger de fleste redaktioner at være fremadrettede i deres journalistik, og flere peger på, at bærende historier så vidt muligt skal pege fremad. En dagbladsredaktør nævner, at de laver mindre og mindre journalistik om ting, der er sket, mens flere redaktører på regionalradioerne fortæller, at de ofte har historier i deres morgenudsendelser om begivenheder, møder og arrangementer, der har fundet sted aftenen før. En række journalister og redaktører fortæller, at de gerne bedriver journalistik om emner, mens der stadig er plads til at påvirke beslutninger, og at det er en vigtig journalistisk disciplin at tage fat i ting, før de bliver besluttet. Medierepræsentanterne giver altså udtryk for et ønske om at bedrive rutinejournalistik fremfor servicejournalistik.

Alle redaktioner modtager dagligt rigtig mange pressemeddelelser, der bliver brugt som notestof til at "lukke huller" med en ringe eller ingen bearbejdning til følge. Enten fordi der ikke er tid til at bearbejde dem, eller fordi de redaktionelle kræfter bruges på andre historier. Den journalistiske indsats bruges på servicejournalistik og på at forvandle servicejournalistik til rutinejournalistik. Som fx når man bygger videre på en henvendelse fra en kilde. Eller når man tager fat i en politisk beslutning og dækker intern uenighed mellem politiske magthavere uden at tage selvstændig stilling til problematikken. Eller når man forsøger at gøre andre mediers historie til sin egen ved at vinkle anderledes og finde nye kilder. Fokusjournalistik bliver der kun plads til i særlige tilfælde, som når flere peger på, at de fra tid til anden planlægger artikelsierier eller større satsninger over en periode, eller at der sker ting, som appellerer til

journalisternes kritiske sans. Her nævner medierepræsentanterne ambulancekørsel i Region Syddanmark med selskabet Bios, forsvarsminister og tidligere regionsformand Carl Holsts afgang som minister, radikaliserung af unge i Vejle, dårligt psykisk arbejdsmiljø på kommunale arbejdspladser på Nordfyn, manglende sikkerhed i helikopterselskab i Esbjerg, stem og vind-kampagne i forbindelse med kommunalvalget og massiv social dumping på det tidligere Lindøværft.

Opsummerende tegner der sig følgende billede af medierepræsentanternes holdning til journalistisk bearbejdning:

- Lokale og regionale medierepræsentanter skelner mellem historier med forskellig arbejdsindsats, og de opfatter tidsforbruget på en nyhed som en kvalitet i sig selv.
- Journalisterne giver udtryk for, at de i høj grad selv bestemmer, hvor stor en arbejdsindsats de skal lægge i en nyhed, men tid og ressourcer til en historie afhænger af journalistens arbejdsfunktion og typen af medie.
- Opfattelsen af "lang tid" til at producere en nyhed opfattes forskelligt i forskellige redaktionelle funktioner og medietyper.
- Dagblade og regionalmedierne har en ambition om fokusjournalistik, der som regel tager længst tid. Imidlertid taler journalisterne om undersøgende, kritiske og afslørende projekter som undtagelser, mens selvstændige historier baseret på mundtlige kilder fremstår som den professionelle norm. Det vil sige rutinejournalistik fremfor fokusjournalistik. De undersøgte ugeaviser, lokalradio og lokal-tv stræber ikke efter at lave fokusjournalistiske nyheder.

2.3.2 Journalistisk bearbejdningsgrad i lokal- og regionalmediers nyheder

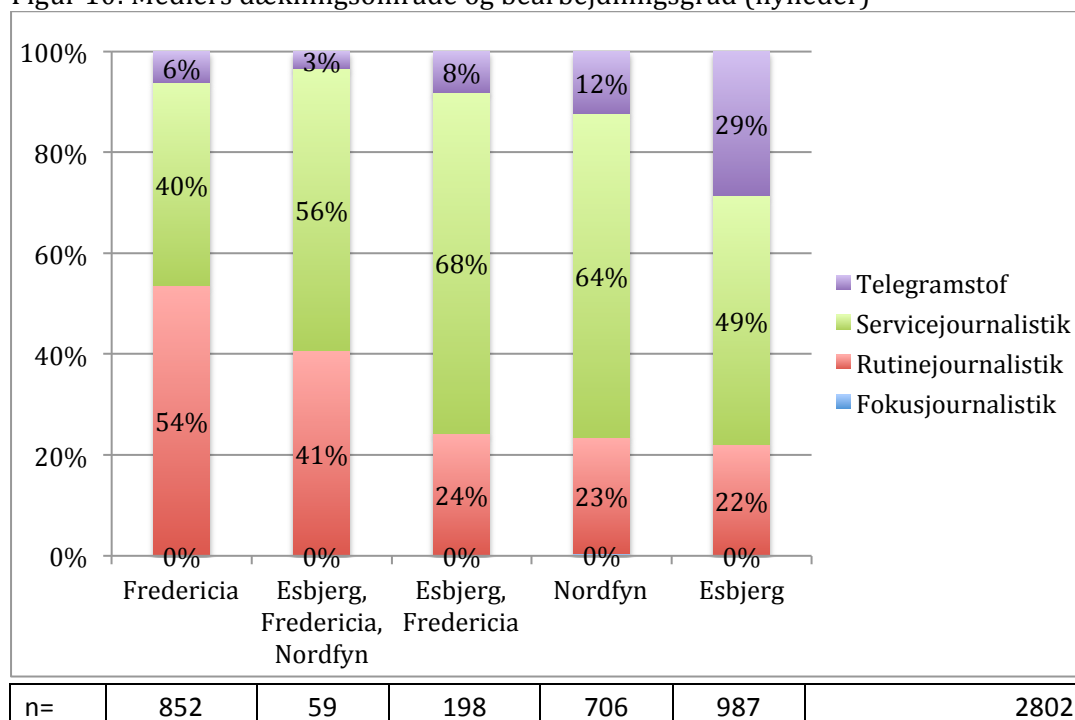
Tabeller og figurer i dette underafsnit inkluderer kun nyheder med et geografisk fokus på de tre casekommuner, Region Syddanmark eller Danmark, og heraf kunne 44 nyheder ikke kodes for bearbejdningsgrad. Bearbejdningsgraden i 2.802 nyheder fremgår af nedenstående tabel.

Tabel 16: Journalistisk bearbejdningsgrad (nyheder)

	Antal	Andel
Fokusjournalistik	4	0,1%
Rutinejournalistik	909	32%
Servicejournalistik	1448	52%
Telegramstof	441	16%
Total	2802	100%

Af tabellen fremgår det, at halvdelen af alle nyheder er servicestof, mens en tredjedel af nyhederne er den mere arbejdskrævende rutinejournalistik. Det mindre arbejdskrævende telegramstof udgør en sjettedel, mens der kun er få eksempler på den mest arbejdskrævende fokusjournalistik i de fire hverdage, der er indsamlet nyheder fra. Figuren nedenfor viser bearbejdningsgraden i nyheder i medier, der dækker hver af de tre casekommuner.

Figur 10: Mediers dækningsområde og bearbejdningsgrad (nyheder)

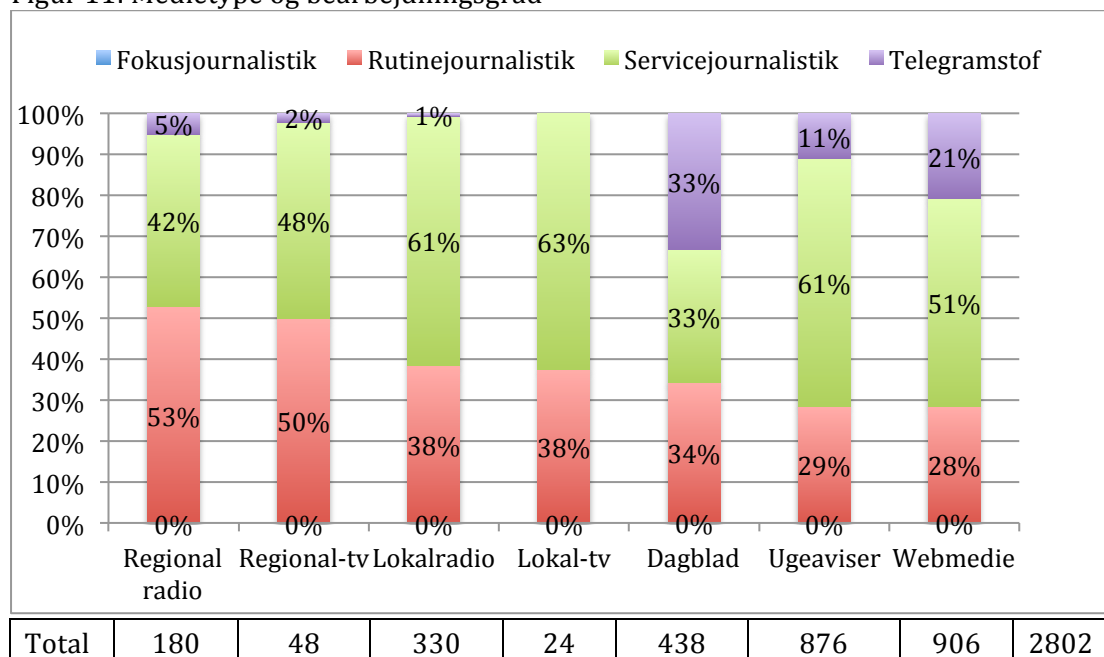


Note til kategorierne: Skala FM dækker alle tre casekommuner. TV Syd og tvsyd.dk dækker Esbjerg og Fredericia. Derfor er der i denne oversigtstabel fem geografiske kategorier i stedet for tre.

Som det fremgår af ovenstående figur, prioriterer medierne, der dækker de tre casekommuner, forskelligt. Hvis den stigende bearbejdningsgrad tildeles værdierne 1 for telegramstof, 2 for servicejournalistik, 3 for rutinejournalistik og 4 for fokusjournalistik, kan der beregnes en gennemsnitlig arbejdsindsats pr. nyhed. Fredericia-medierne får den højeste gennemsnitlige bearbejdningsgrad på 2,5, mens

Esbjerg-medierne får den laveste gennemsnitlige bearbejdningsgrad på 1,9. Med andre ord ser det ud som om, der gennemsnitligt lægges en større arbejdsindsats i den enkelte artikel i Fredericia-medierne end i de øvrige dækningsområder. Figuren nedenfor viser nyhedernes bearbejdningsgrad i forskellige medietyper.

Figur 11: Medietype og bearbejdningsgrad



Foretages der samme tildeling af værdier til de fire bearbejdningsgrader som ovenfor, opnår regionalradio og regional-tv den højeste gennemsnitlige score med 2,5, laveste gennemsnit har dagbladene med 2,0, hvilket skyldes en stor andel af telegramstof. Lokalradioernes lave andel af telegramstof dækker over, at de typisk henviser til nyhedsmedier nævnt i telegrammet og ikke til nyhedsbureauet.

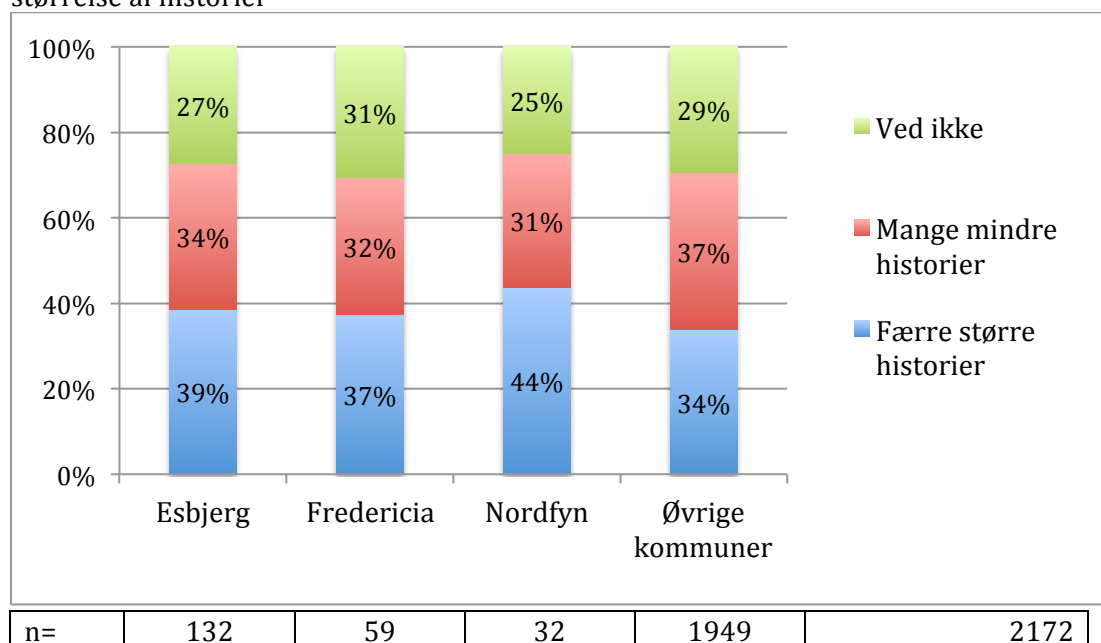
Opsummerende viser indholdsanalysen af den journalistiske bearbejdningsgrad følgende:

- De hurtige nyheder (telegramstof og servicejournalistik) ser ud til at udgøre tre fjerdedele af nyhederne, og de kommer fx direkte fra kommunernes kommunikationsfolk, mens de langsommere nyheder (rutine- og fokusjournalistik) udgør den sidste fjerdedel, og de udspringer fx af kommunale eller regionale dagsordener forud for rådsmøder eller tip fra borgere.
- Nyheder i medierne, der dækker Fredericia, fremstår med en markant større bearbejdningsgrad end nyhederne i medierne, der dækker Esbjerg og Nordfyn.
- De regionale medier fremstår med den højeste bearbejdningsgrad og den største andel af rutinejournalistik.

2.3.3 Danskernes holdninger til typer af historier

Journalistisk bearbejdningsgrad og kategorierne telegramstof, servicejournalistik, rutinejournalistik og fokusjournalistik er ikke begreber, som den almindelige dansker er bekendt med og dermed kan spørges om. I stedet er danskerne først blevet stillet spørgsmålet: "Hvad vil du foretrække, at de lokale nyhedsmedier bruger tid på?" Svaret fremgår af nedenstående figur.

Figur 12: Danskernes holdning til lokale nyhedsmediers tidsforbrug på antal og størrelse af historier



Kilde: TNS Gallup A/S.

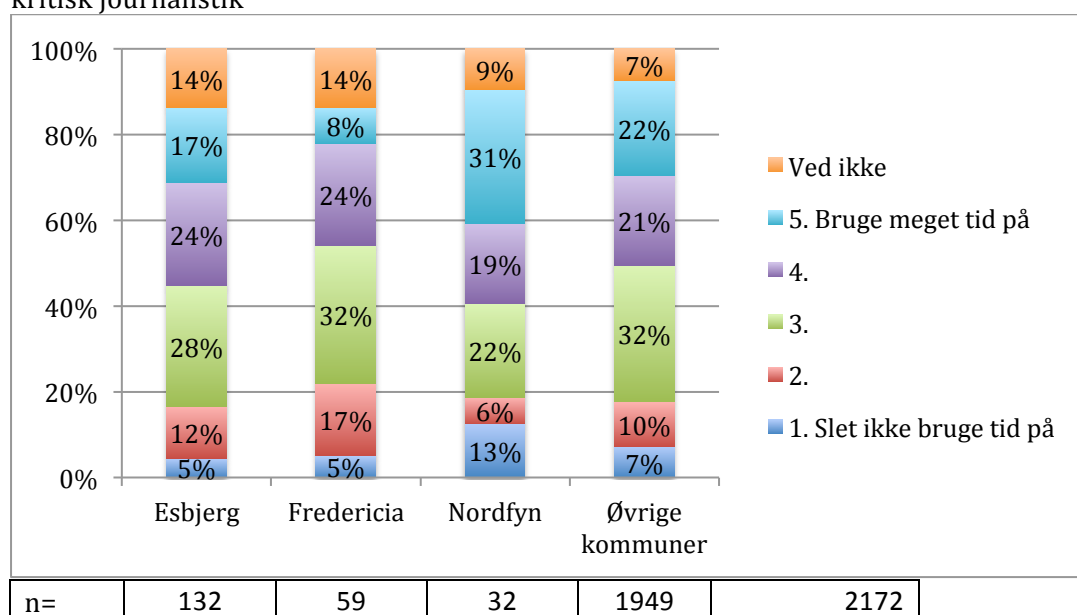
I de tre casekommuner svarer flere borgere, at de ønsker færre frem for flere historier, men kun i Nordfyn er forskellen signifikant (90 procent). I det "øvrige Danmark" er der en lille signifikant forskel mod "mange mindre historier". Bemærkelsesværdigt mange danskere (29 procent) har ikke nogen holdning til spørgsmålet, eller også er forenklingen med kun to arbejdsindsatser for unuanceret.

I fokusgrupperne var der generelt stor forståelse for et lokalt medies udfordringer, at det kan være svært at dække læsernes interesser, fordi de er så forskellige både emnemæssigt og geografisk. Samtidig var forventningen, at professionelle mediefolk kan levere journalistik af en kvalitet, der adskiller sig fra borgeres skriverier på sociale medier: *"Altså, jeg har det stadigvæk sådan, at når det er professionelle journalister, der laver en historie – og det ikke bare er Peter, der skriver på Facebook, at det hele det er*

noget lort – så vil jeg godt have nuancerne. Og det er altså ofte, jeg alligevel ikke får det, synes jeg.”

Dernæst er danskerne i opinionsmålingen blevet bedt om at tage stilling til, om de lokale nyhedsmedier skal bruge tid på ”at grave i sager og bringe kritisable ting/forhold frem i lyset?”.

Figur 13: Danskernes ønske til lokale nyhedsmediers tidsforbrug på undersøgende og kritisk journalistik

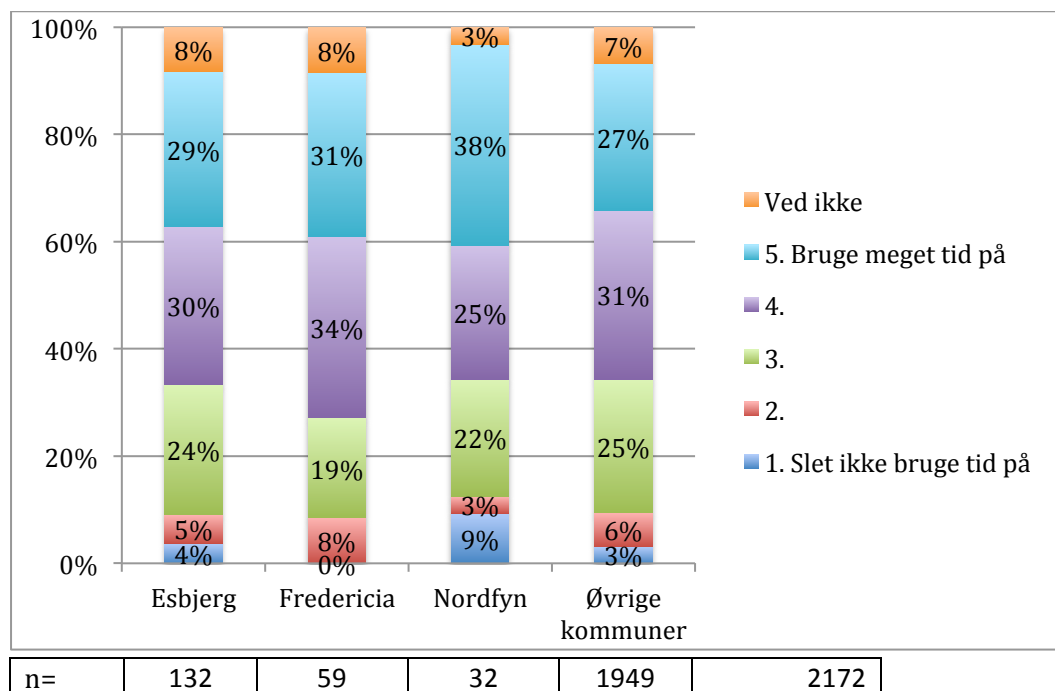


Kilde: TNS Gallup A/S .

Danskerne går generelt ind for, at de lokale nyhedsmedier skal lave undersøgende og kritisk journalistik. 43 procent af befolkningen har holdningen ”bruge tid på” (skalaens kategori 4+5), mens 18 procent har holdningen ”ikke bruge tid på” (skalaens kategori 1+2). Forskellen er på 25 procentpoint i den undersøgende og kritiske journalistiks favør. Det gælder også holdningen i Esbjerg og Nordfyn, mens de i Fredericia er mere delte.

Endelig er danskerne blevet bedt om at tage stilling til, om de lokale nyhedsmedier skal bruge tid på ”at deltage i og berette om lokale begivenheder?”.

Figur 14: Danskernes holdning til lokale nyhedsmediers tidsforbrug på lokale begivenheder



Kilde: TNS Gallup A/S.

Flertallet af danskerne mener, at de lokale medier skal berette om de lokale forhold. Tre ud af fem danskere mener, at de lokale nyhedsmedier skal "bruge tid på lokale begivenheder" (skalaens kategori 4+5), mens kun en ud af ti mener, at nyhedsmedierne "ikke skal bruge tid på de lokale begivenheder" (skalaens kategori 1+2). Holdningen i de tre casekommuner adskiller sig ikke fra den generelle holdning blandt danskerne. Danskerne forventer altså, at de lokale medier er engagerede i det lokalsamfund, de dækker.

Opsummerende viser den landsdækkende opinionsundersøgelse vedrørende journalistisk bearbejdningsgrad følgende:

- 59 procent af danskerne mener, at nyhedsmedierne skal prioritere dækning af lokalområdet. Det harmonerer med, at 56 procent af danskerne finder nærlokale nyheder vigtige, og 55 procent finder kommunale nyheder vigtige.
- Flere danskere mener, at lokalmedierne skal bruge tid på undersøgende og kritisk journalistik end det modsatte, men opbakningen er mindre end til, at nyhederne skal være lokale.
- Danskerne mener både, at journalisterne skal bruge tid på færre større historier (34 procent) og på flere mindre historier (36 procent). Det gælder også borgerne i Esbjerg, Fredericia og Nordfyn.

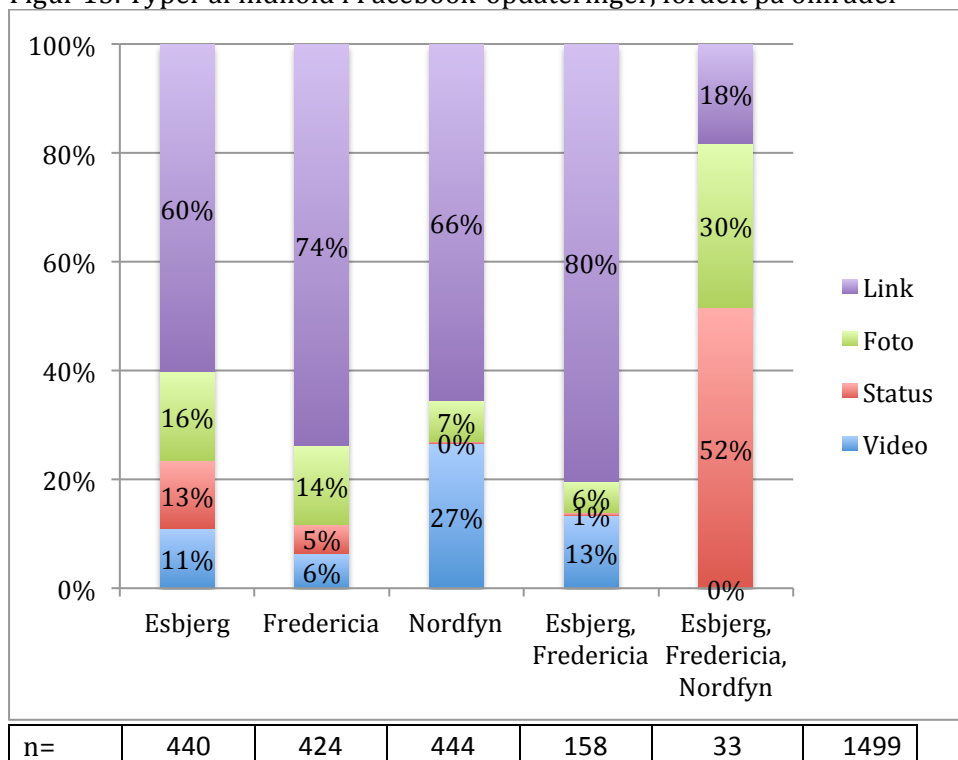
- Den undersøgende og kritiske journalistik har flest tilhængere i Nordfyn (50 procent), færre i Esbjerg (42 procent) og færrest i Fredericia (32 procent).
- I Nordfyn (41 procent) ser borgerne også gerne, at nyhedsmedierne bruger tid på at fremføre deres holdninger i kommentarer og ledere, mens det er mindre populært i Esbjerg (26 procent) og Fredericia (24 procent).

2.3.4 Journalistisk bearbejdningsgrad i mediernes opdateringer på Facebook og borgernes reaktioner

Hvad sociale medier angår, er traditionelle medier fanget i et dilemma, når det gælder journalistisk bearbejdning og kvalitet. På den ene side vil man gerne efterleve kriterier om journalistisk kvalitet. På den anden side er man optaget af at få læsere, klik og delinger for at skabe opmærksomhed og tilfredsstille annoncørerne. Dette gøres bl.a. typisk ved at bruge Facebook-opdateringer som "clickbait", hvor formålet er at lede brugere hen til historier i hovedmediet eller på mediets webside. Her er altså en mulig konflikt.

I første omgang er det oplagt at spørge, hvad der postes på Facebook? Hvilken type historier er der tale om? Den nedenstående tabel illustrerer typen af opdateringer fordelt på områder. Der er skelnet mellem historier med links, typisk til artikler fra mediets egen webside, historier med foto, historier med video og historier, der blot har karakter af almindelige statusopdateringer uden noget af ovenstående indhold.

Figur 15. Typer af indhold i Facebook-opdateringer, fordelt på områder



Det er helt tydeligt, at de fleste opdateringer indeholder links, oftest til mediernes egne historier. Facebook bruges derfor ikke bare som kommunikativt redskab i sig selv, men også som reklame for øvrige medieplatforme, ikke mindst websiden. Mest udtalt er tendensen i Fredericia og hos TV Syd, som dækker Fredericia og Esbjerg. Fotoopdateringer er mest almindelige i Esbjerg og Fredericia, mens videodeling er størst på Nordfyn. Det er slående, hvor få historier der er rene opdateringer, dvs. ikke indeholder medier eller henvisninger. Dette er i modsætning til de fleste almindelige borgeres opdateringer, men siger også noget om, at medierne agerer i en multi- og tværmedial virkelighed. Forskellene i typer af opdateringer på tværs af områderne er i øvrigt signifikante på 95 procents niveau.

Dette bliver særligt tydeligt, når vi undersøger, hvorvidt der i historierne henvises til egne eller andre medier, eller der er tale om selvstændige historier, skrevet til og for Facebook. Det viser sig, at to ud af tre historier henviser til egne websider gennem et link. Henvisninger til eksterne medier er nærmest ikke eksisterende. Til gengæld er lige under en tredjedel af Facebook-opdateringerne historier, der er lavet kun til Facebook. Det drejer sig i høj grad om opdateringer om konkurrencer, lokal information eller historier om kendte mennesker, som man måske ikke finder egnede til hovedmediet, eller som man bringer i forsøget på at generere klik og interaktion.

Tabel 17. Fordelingen af opdateringer baseret på links eller selvstændige Facebook-historier

	Esbjerg	Fredericia	Nordfyn	Esbjerg, Fredericia	Esbjerg, Fredericia, Nordfyn	Total
Link til eget medie	60%	72%	69%	82%	0%	67%
Link til andre medier	3%	3%	1%	0%	6%	2%
Selvstændig Facebookhistorie	38%	25%	30%	18%	94%	31%
Total	101%	100%	100%	100%	100%	100%
n	440	422	440	158	33	1493

Facebook bruges altså i overvejende grad til at skabe opmærksomhed om historier på mediernes øvrige internetstedeværelse. Gennemlæsningen af historierne indikerer, at både henvisninger til egne medier og historier eksklusivt for Facebook indgår i den sociale mediestrategi. Men det er alligevel overraskende, at henvisningerne fylder så meget i forhold til Facebook-historierne.

Det næste relevante spørgsmål er at se på, i hvilket omfang opdateringer modtager "synes godt om"-tilkendegivelser, "likes" eller måske ligefrem deles. Dette siger både noget om viralt potentiale og om interaktionen mellem medier og borgere. Tabellen nedenfor viser det gennemsnitlige antal likes og delinger for alle medier. De mest *likede* medier er nævnt først. Den gennemsnitlige historie scorer 50 likes mod kun 12 delinger.

Det er en generel tendens til, at folk liker langt mere, end de deler. Det ses, at kommunale sider som Mit Esbjerg, Esbjerg Kommune og Fredericia Kommune topper, typisk med historier, der dækker vitale informationsbehov som fx servicemeddelelser om vejarbejder, infrastruktur eller andre oplysninger, som borgerne reagerer på. Fredericia Kommunes opdateringer deles også flittigt. En nærmere udforskning indikerer, at mange af de delte historier har handlet om store vejarbejder eller meddelelser om en brand på Fredericia Havn. Her formår kommunen at udnytte Facebook til at komme endnu bredere ud end med de gængse meddelelser. Regionale medier som TV Syd og DR P4 Fyn ligger højt på listen, mens tilsvarende medier findes langt nede.

Som sagt er Fredericia Kommune det mest delte medie. De eneste andre medier, der deles over gennemsnittet, er TV Syd, DR P4 Fyn, Fyens.dk og JydskeVestkysten. Dette

tyder på, at det er en fordel at være et stort, kendt, traditionelt medie, hvis man vil opnå delinger, noget, der understøttes af forskning i deling af nyheder fra landsdækkende medier (Linaa Jensen, 2016).

Tabel 18: Gennemsnitligt antal likes og delinger fra de 27 medier. Sorteret efter antal "likes"

	Antal likes	Antal delinger
Mit Esbjerg	118,67	8,33
Fredericia Kommune	104,06	43,76
TV SYD	91,67	22,42
DR P4 Fyn	86,16	25,35
Esbjerg Kommune	82,10	8,10
Radio Globus	81,00	9,50
Fyens.dk	76,92	15,02
Lokalavisen Esbjerg	51,76	10,87
JydskeVestkysten	48,04	14,70
Radio Globus – Vækkelsesprædikanterne	47,84	1,84
DR P4 Syd og Esbjerg	39,34	9,03
TV 2/FYN	37,92	9,52
DR P4 Trekanten	33,63	5,65
Dynebanden	24,36	0,93
Fredericia Dagblad	22,58	5,19
Lokalavisen Fredericia	17,85	3,42
Morgenministeriet Skala FM	17,73	1,87
VLR Workzone	17,00	11,42
Vores Nordfyn	16,94	5,44
skala.fm	16,61	1,78
Nordfyn	15,60	4,20
Radio VLR	11,75	2,00
Ugeavisen Esbjerg	10,12	4,29
DanmarkC TV	7,54	2,61
Radio Mælkebøtten	2,50	0,00

Hvis vi sammenfatter disse tal fordelt på områder, ses det i tabellen nedenfor, at især Nordfyn og Esbjerg/Fredericia hitter, sidstnævnte pga. de mange likes til TV 2 Syd, der også her slår ud i forhold til delinger.

Tabel 19: Gennemsnitligt antal likes og delinger fordelt på områder

	Antal likes	Antal delinger	N
Esbjerg	46,51	10,79	440
Fredericia	24,92	5,93	424
Nordfyn	63,48	15,85	444
Esbjerg, Fredericia	91,67	22,42	158
Esbjerg, Fredericia, Nordfyn	17,12	1,82	33
Total	49,54	11,94	1499

Alt i alt viser tallene, at traditionelle og store medier står stærkt, også på Facebook, med hensyn til at få historier liked og delt. De regionale tv- og radiostationer samt de største aviser dominerer det regionale medie billede, har mange fans og følgere og evner at skabe en tværmedialitet, hvor de bruger Facebook som blikfang for og ledetråd til deres øvrige medieindhold.

Opsummerende viser analysen af medieopdateringer og borgerkommentarer på Facebook følgende om journalistisk bearbejdningsgrad:

- Nyheder fra andre af mediernes platforme bruges som spinoff eller lokkemad på Facebook for at trække publikum til det oprindelige medie.
- Mediernes opdateringer på Facebook med links kræver ikke den store journalistiske arbejdsindsats eller bearbejdning. Nyheder postet kun til Facebook kræver større indsats. Det er radiostationerne, der i særlig grad producerer selvstændige Facebook-nyheder.

2.3.5 Tværgående sammenfatning af journalistisk bearbejdningsgrad

Vi har analyseret den journalistiske bearbejdningsgrad som telegramstof, service-, rutine- eller fokusjournalistik i lokal- og regionalmediernes nyheder på de traditionelle platforme og Facebook. Da disse kategorier hverken er almindeligt kendte eller journalistfagligt sprog, har vi spurgt medierepræsentanter og danskerne om forskellige typer af historier som udtryk for journalistisk arbejds mængde.

Undersøgelserne af journalistisk bearbejdningsgrad viser følgende:

- I lokal- og regionalmediernes slår journalisters og redaktørers opfattelser og hensigter tydeligt igennem i den arbejds mængde, som nyhederne fremstår med i medierne. Godt halvdelen (52 procent) af nyhederne i de regionale og lokale nyhedsmedier fremstår som servicejournalistik, en tredjedel (32 procent) som rutinejournalistik, en sjettedel (16 procent) som telegramstof og stort set intet (0,1 procent) som fokusjournalistik. Professionen realiserer sit ideal om at være kritisk og undersøgende i det, vi betegner som rutinejournalistik og sjældne gange som fokusjournalistik.
- Danskernes og journalisternes opfattelse af nyhedsmediernes indhold stemmer nogenlunde overens. Lokal- og regionalmediernes miks af hurtige og langsomme historier, mindre og større historier og fordelingen af arbejdsindsatsen i nyheder passer nogenlunde sammen med danskernes ønsker. En mislyd kan

være, om lokal- og regionalmediernes rutinejournalistik harmonerer med mange danskeres ønske om historier, der graver og bringer kritisable ting eller forhold frem i lyset.

- Dækningen af Fredericia fremstår med den højeste bearbejdningsgrad med 54 procent rutinejournalistik mod 23 procent i dækningen af Nordfyn og 22 procent i dækningen af Esbjerg. På Facebook fremstår nyhedsmediernes i den omvendte rækkefølge. Medierne, der dækker Esbjerg, producerer relativt flere nyheder til Facebook (38 procent) end medierne, der dækker Nordfyn (30 procent) og Fredericia (25 procent).
- Overensstemmelsen mellem borgernes holdninger til journalisterne tidsforbrug og journalisterne anvendelse af deres tid er mindst i Fredericia, der har en større andel af rutinejournalistik end Esbjerg og Nordfyn og færrest borgere, der ønsker kritisk og undersøgende journalistik. Nordfyn har flest tilhængere af den kritiske og undersøgende journalistik, men relativt færre rutinejournalistiske nyheder end Fredericia.

2.4. Kvalitetsparameteret lokalpatriotisk orientering

2.4.1 Medierepræsentanter om favorisering af lokalområdet

Medierepræsentanterne fik under interview at vide, at det drejede sig om deres rolle i lokalsamfundet, og blev så præsenteret for en fiktiv, omend realistisk case. Lokalområdet var på linje med en sjællandsk kommune i betragtning til udflytning af 250 statslige arbejdspladser. Spørgsmålet var, hvordan medierepræsentanten ville dække sådan en historie, og deres svar rummer tre positioner.

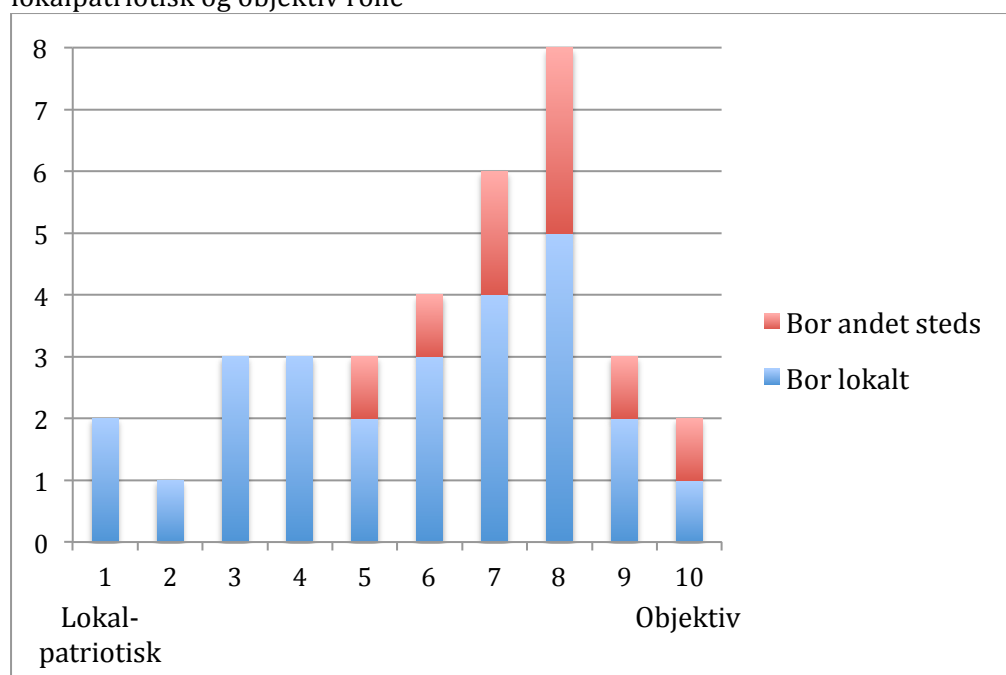
Tabellen nedenfor viser, at de to modsatrettede hensyn, det objektivistiske og det lokalpatriotiske, findes som intakte og uantastede positioner, og at der tillige er en tredje mere tvetydig position. Den objektivistiske position kommer til udtryk gennem ord som nuanceret, fair, neutral, pro/kontra og klassisk journalistik. Den tvetydige position kommer til udtryk gennem ord som både-og, gråzone og upartisk dækning, svært. Endelig kommer den lokaljournalistiske position til udtryk i ord som kæmpe, gå all-in og aktivt påvirke.

Tabel 20: Journalisters og mediecheferes behandling af sag om potentielle statslige arbejdspladser

Kritisk og fair behandling	Positiv særbehandling	Partisk behandling
vi dækker den grundigt og nuanceret ... Altså, vi kommer ikke ind og laver en eller anden kampagne for at få styrelsen hertil ... vigtigt for mig, at vi er nuancerede og troværdige. (Direktør, regionalstation)	Vi er jo inde i en gråzone med, at vi føler det naturligt at prioritere historier, som også har betydning for Fyn. Men det må jo aldrig stå i vejen for ... vores journalistiske kerneværdier ... en forlænget kampagne for en eller anden fynsk sag, der kommer vi ikke ud. (Journalist, regional station)	Og det er klart, der hvor man kunne påvirke politikerne til det, der ville jeg også prøve at gøre det ... det vil jeg kæmpe for ... Og jeg har ikke noget at skulle have sagt, men jeg vil arbejde med det journalistisk. (Journalist, lokalradio)
Journalistisk ville jeg bede journalisterne om at dække det, altså fuldstændig inden for de helt almindelige regler for journalistik med at høre flere af hinanden uafhængige kilder og så videre. (Redaktør, dagblad)	Vi er et talerør for dækningsområdet ... [vi vil kæmpe] ... på en hæderlig måde ... Det er et lidt både og-svar ... Men det er sådan, det er. (Redaktør, dagblad)	Jeg synes ikke, at der er noget i den her case, der taler for, at man i virkeligheden skulle angribe den mere nuanceret. Der vil vi gå all-in ... (Journalist, regionalstation)
Vi vil ikke kæmpe for, om det bliver den ene eller anden løsning ... vi vil også dække ... pro og kontra ... Der vil vi spille en rolle for at holde sagen journalistisk på dagsordenen, men ikke for, om det kommer til at ligge det ene sted frem for det andet. (Journalist, regionalstation)	Vi vil typisk vælge udkantsvinklen, fordi det er meget udkant ... i det her område. (Journalist, regionalstation)	Jeg ville kæmpe som en sindssyg ..., at det her kunne lade sig gøre, så det kom til min kommune, hvis her til min by ... (Journalist, ugeavis)
Så er vi pludselig inde i en mudderkastekamp, hvor vi bliver brugt som en del af kasteskytset. Det er ikke vores formål. (Journalist, lokalstation)	Man kan sige, at vi vil nok beskæftige os mest med potentialet for Esbjerg. (Journalist, dagblad)	Så jeg ville også gå ... aktivt ind i det som avis ... og se, om vi kunne påvirke på en eller anden måde. (Journalist, ugeavis)
Altså, vi vil dække det journalistisk, men vi går ikke ind og laver en eller anden kampagne for at sikre, at de kommer den her vej. (Journalist, regionalstation)	Så ville jeg jo objektivt ... bringe andre folks ideer sammen, men jeg vil stadigvæk sige, at når det er lokalområde, så er det vigtigt for mig at vise, at folk står sammen og kæmper for det her. Men hvis det så viser sig, at det er allerbedst ikke at lægge det her, og jeg kæmper for, at det skal ligge her, så har jeg taget parti. Der er faren nok for stor til, at vi overhovedet ville grave ind i det. (Journalist, lokalstation)	
I princippet er det jo klassisk journalistik. (Journalist, webmedie)		

Bredden i spektret af holdninger kom tillige til udtryk i et spørgsmål af mere generel karakter. 35 journalister og redaktionelle mediechefer repræsenterer 24 ud af de 28 medier eller redaktioner, der er med i undersøgelsen. De blev i løbet af interviewet bedt om at markere deres egen position på en skala mellem en lokalpatriotisk rolle og en objektiv rolle. Den lokalpatriotiske rolle blev defineret som medier, der arbejder for lokalområdets fremtid, mens den objektive rolle blev defineret som medier, der ikke tager hensyn til lokalområdets interesser. Fordelingen af de 35 medierepræsentanter på skalaen fremgår af figuren nedenfor.

Figur 16: Journalisters og redaktionelle mediechefers positionering mellem en lokalpatriotisk og objektiv rolle



n= 35

Figuren viser, at størstedelen af journalister og mediechefer befinder sig et sted mellem objektivisme og lokalpatriotisme, og at flere hælder mod objektiv end mod lokalpatriotisk. Den rent objektive position, som to journalister og mediechefer indtager, harmonerer med den journalistiske professions norm om en uafhængig og tilstræbt objektiv journalistik. Den rent lokalpatriotiske position, som to journalister og mediechefer indtager, kan harmonere med en rolle som politisk aktør kombineret med et lokalt tilhørsforhold. Således fremgår det af figuren, at ingen af de 9 medierepræsentanter, der bor uden for dækningsområdet, positionerer sig som overvejende lokalpatriotisk (skalaens punkt 1-4), mens dem, som bor i dækningsområdet, fordeler sig over hele spektret.

Medierepræsentanternes svar på de to spørgsmål viser tillige, at der kan være forskel på den mere specifikke stillingtagen i sagen om statslige arbejdspladser og den mere ideale placering på skalaen. En redaktør, der opfattede sig selv som helt objektiv (10 på skalaen), fremhævede en dækning, der ansvarliggør de lokale politikere for ikke at have gjort tilstrækkeligt for at tiltrække statslige arbejdspladser. Sådan en dækning bygger på den moralske dom, at det burde lokalpolitikere have gjort, hvilket hører til en lokalpatriotisk framing.

Opsummerende viser medierepræsentanternes holdning til favorisering af lokalområdet følgende:

- Mediechefer og journalister vægter i forskellig grad hensynet til journalistiske normer om objektivitet og neutralitet og hensynet til tilhørsforhold og fællesskab i lokalområdet. For nogle journalister tæller kun de professionelle normer og for andre kun det lokale tilhørsforhold; mest almindeligt er en mellemting.
- Mediechefers og journalisters bopæl i lokalområdet ser ud til at fremme en lokalpatriotisk holdning.

2.4.2 Nyheders forklarende kontekst og favorisering af geografiske områder

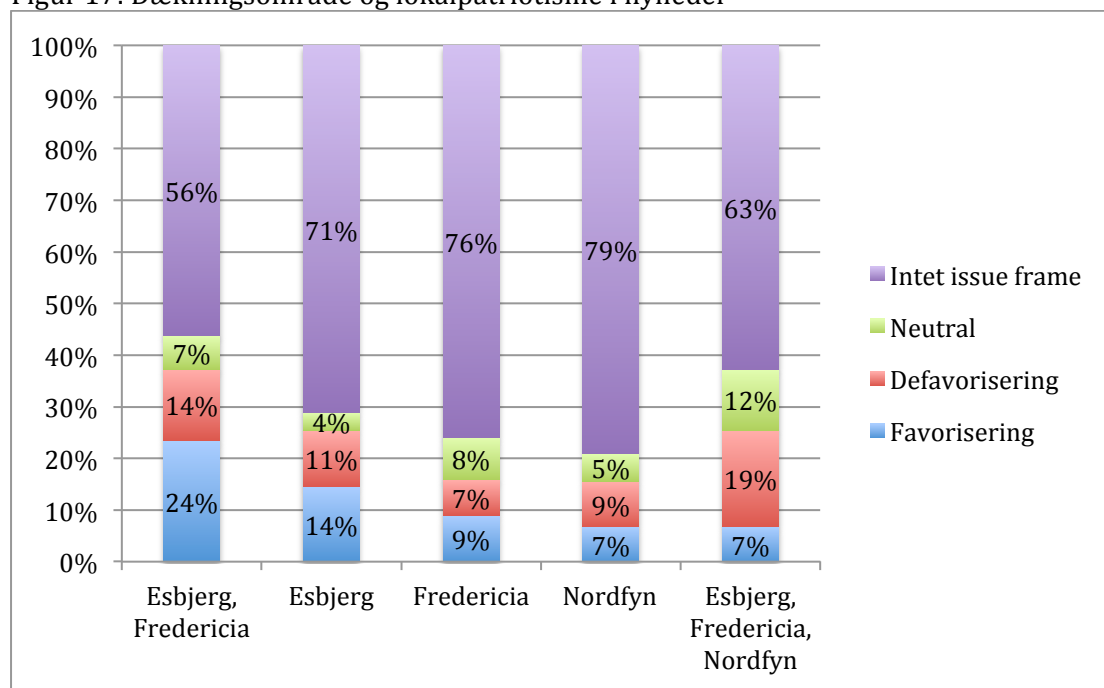
Lokal- og regionalmediernes nyheder er med *issue frames* undersøgt for en geografisk bias, hvilket vil sige en favorisering af et geografisk område på bekostning af andre områder. Nyhederne er kodet i fire kategorier: Nyheder 1) uden issue frame (intet problem eller ingen årsag eller løsning), med issue frame, der 2) favoriserer, 3) defavoriserer eller er 4) neutrale. Tabeller og figurer i dette underafsnit inkluderer kun nyheder med et geografisk fokus på de tre casekommuner, Region Syddanmark eller Danmark. 634 artikler med færre end 100 ord er desuden ekskluderet fra den kvalitative analyse af nyheders issue frames. Som beskrevet ovenfor anses et favoriserende issue frame som udtryk for patriotisk orientering, mens det ikke gælder et defavoriserende eller neutralt issue frame.

Tabel 21: Nyheders patriotiske orientering

	Antal	Andel
Favorisering	243	11%
Defavorisering	210	9%
Neutral	131	6%
Intet issue frame	1628	74%
Total	2212	100%

Flertallet af de lokale og regionale mediers nyheder beskriver begivenheder eller fænomener uden kontekst. Tre ud af fire nyheder indeholder ikke et issue frame, hvilket betyder, at nyheden ikke eksplicit angiver årsager eller løsninger til et problem. Der er lidt flere nyheder, der favoriserer end defavoriserer det geografiske område, som nyheden har fokus på. Den forholdsvis lille forskel på favorisering og defavorisering er et gennemsnit, der dækker over større forskelle mellem medier og de tre casekommuner.

Figur 17: Dækningsområde og lokalpatriotisme i nyheder

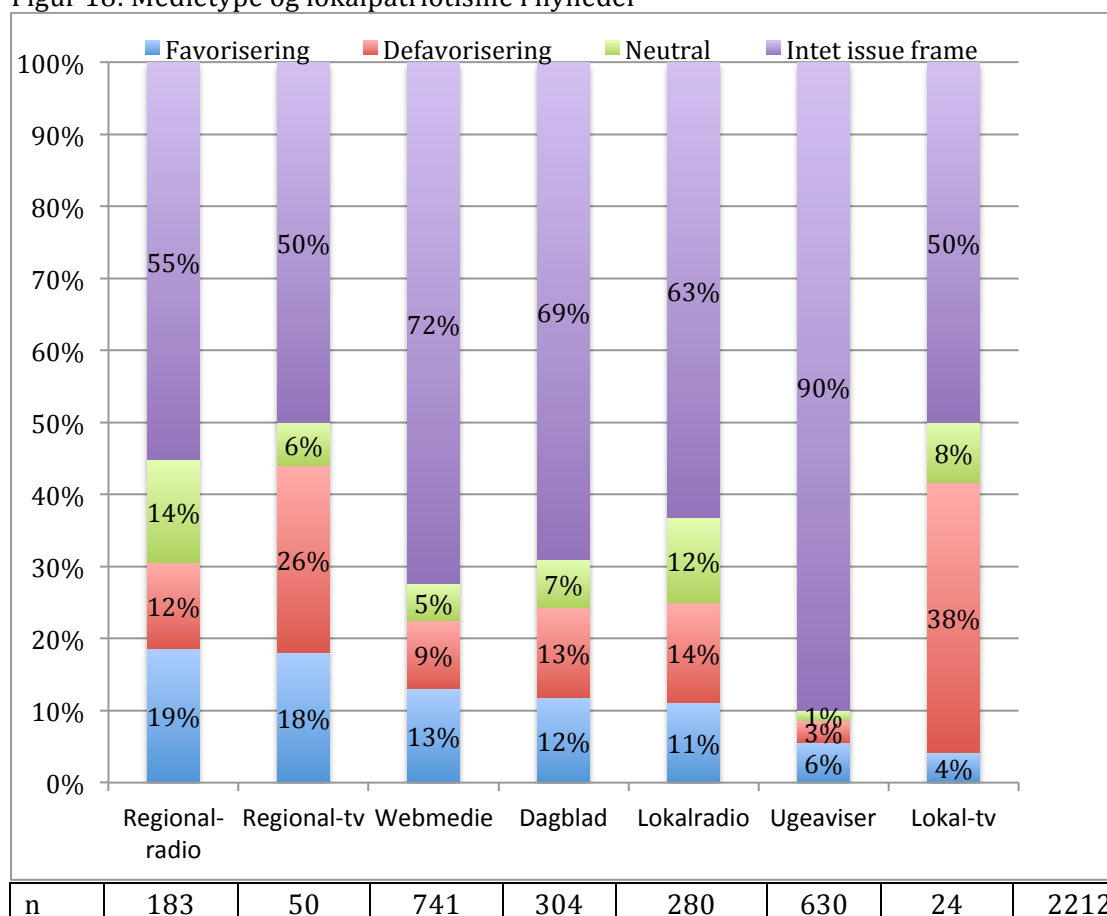


n=	153	684	667	649	59	2212
----	-----	-----	-----	-----	----	------

TV Syd og tvsyd.dk dækker Esbjerg, Fredericia. Skala FM dækker Esbjerg, Fredericia, Nordfyn.

Nyhedsmediernes, der dækker Nordfyn, har færrest nyheder med issue frames, derefter følger Fredericia og Esbjerg. I Nordfyn er det kun hver femte nyhed, mens det er to ud af fem nyheder i Esbjerg. Der er også forskel på andelen af nyheder med issue frames i de forskellige typer af medier, som det fremgår af nedenstående figur.

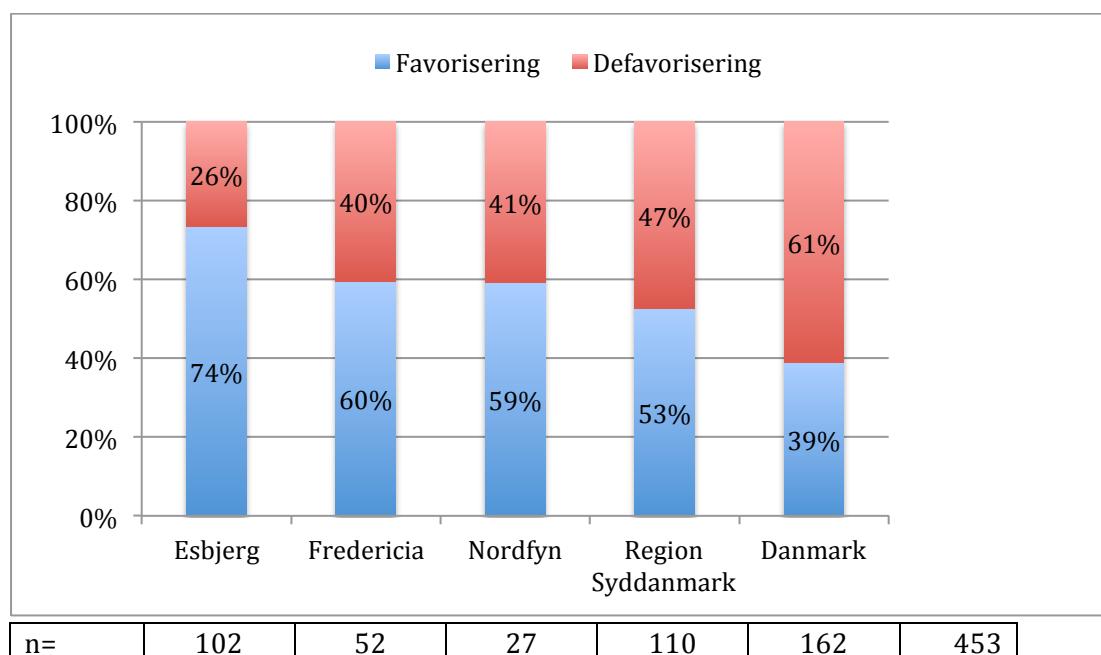
Figur 18: Medietype og lokalpatriotisme i nyheder



Ugeaviserne skiller sig ud ved kun at indeholde issue frames i hver tiende nyhed, mens det i de øvrige medier i gennemsnit er hver tredje nyhed. Ugeavisernes nyheder, der udgør godt en fjerdedel af nyhederne med flere end 100 ord og et geografisk fokus, trækker dermed den samlede andel af nyheder med issue frames ned. Flest nyheder med issue frames har regionalstationerne fra DR og TV 2 sammen med lokal-tv, der har et ret lille antal nyheder.

Nedenstående figur viser alene nyheder med favoriserende eller defavoriserende issue frames fordelt på nyhedernes geografiske fokus.

Figur 19: Nyheders geografiske fokus og lokalpatriotisk orientering



Der er flere favoriserende end defavoriserende nyheder om de tre casekommuner og Region Syddanmark, mens der er flere defavoriserende nyheder om Danmark. Forskellen er statistisk signifikant for Esbjerg, Fredericia og Danmark (95 procent) og Nordfyn (90 procent), men ikke for Region Syddanmark, hvor forskellen alene kan skyldes usikkerhed i målingen. For hver gang der er tre favoriserende nyheder om Esbjerg, er der kun en defavoriserende, mens der for hver to favoriserende nyheder om Danmark er tre defavoriserende nyheder.

Opsummerende viser indholdsanalysen af nyhedernes geografiske favorisering:

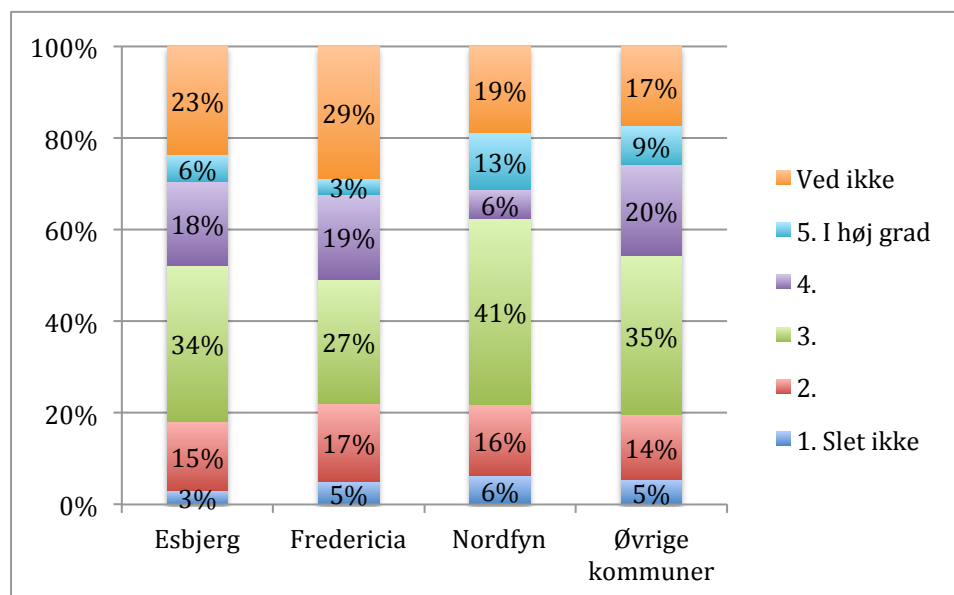
- Langt de fleste nyheder (74 procent) i lokal- og regionalmedierne synliggør ikke kausale faktorer som årsager eller løsninger, hvilket særligt gælder ugeaviserne. Nyhedsmedierne skildrer dermed hovedsageligt en virkelighed, der fremstår som enkeltstående begivenheder uden sammenhænge. Nyhederne beskriver – men forklarer ikke og sætter ikke fænomener ind i en kausal kontekst. Nyhederne fremstår dermed episodiske og overfladiske.
- Lokal- og regionalmedierne favoriserer (67 procent) langt oftere end de defavoriserer (33 procent) lokalområderne Esbjerg, Fredericia og Nordfyn i de nyheder, der har fokus på de tre casekommuner, og som inkluderer kausale faktorer.
- Lokal- og regionalmedierne defavoriserer (61 procent) langt oftere end de favoriserer (39 procent), når historierne fokuserer på Danmark som nationalt område, og de inkluderer kausale faktorer.

- De lokale og regionale medier favoriserer og defavoriserer i samme omfang i nyhederne om Region Syddanmark.
- Favoriseringen af det geografiske område i nyhedernes fokus stiger i lokal- og regionalmediernes, jo mere nært det geografiske område er – fra nation til region til kommune.
- Lokal- og regionalmediernes forskelsbehandling af nære lokalområder og det nationale område tyder på en patriotisk nyhedsdækning af lokalområdet.

2.4.3 Danskernes holdning til mediernes lokale roller

Det er ikke muligt at spørge den almindelige dansker om nyhedsmediernes lokalpatriotiske orientering i issue frames. I stedet er danskerne stillet fire spørgsmål – både i opinionsmålingen og i fokusgrupperne. I det følgende gengives først svaret fra opinionsmålingen og bagefter svar fra fokusgrupperne. Det første spørgsmål er: "I hvilken grad skaber de lokale nyhedsmedier samhørighed, identitet og et lokalt "vi?" Svaret fremgår af nedenstående figur.

Figur 20: Danskernes opfattelse af, om de lokale nyhedsmedier skaber et lokalt "vi"



n=	132	59	32	1949	2172
----	-----	----	----	------	------

Kilde: TNS Gallup A/S.

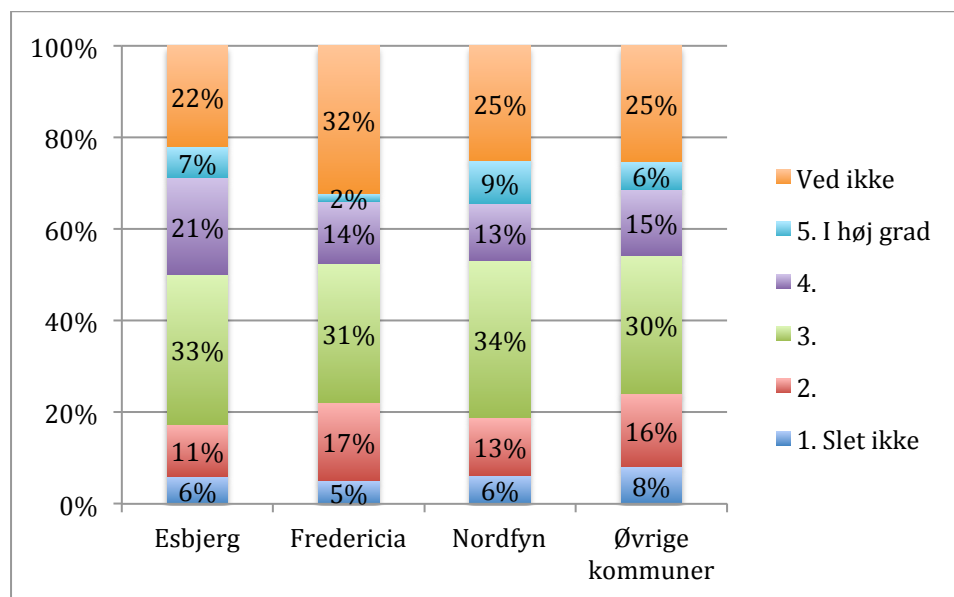
Det har danskerne svært ved at forholde sig til. Det indikerer de mange svar med "ved ikke" og den neutrale kategori "3". Sammenligner vi de positive svar (skalaens

kategorier 4+5) med de negative svar (skalaens kategorier 1+2), er der flest positive i Esbjerg og flest negative i Nordfyn, mens der er lige mange i Fredericia, men da der er et begrænset antal borgere fra de tre kommuner, er forskellen ikke statistisk signifikant. På landsplan er der til gengæld signifikant flere, der finder, at de lokale og regionale medier skaber samhørighed, identitet og et lokalt "vi" end det modsatte.

I alle fokusgrupper var der folk, der straks svarede ja til spørgsmålet om, hvorvidt medierne styrker det lokale sammenhold, mens andre var mere tøvende. Især var betragtningen, at især ugeavisernes grundige omtale af lokale begivenheder, både før og efter, er med til at styrke det lokale "vi". Eksempelvis sagde en deltager i Nordfyns Kommune: *"Det synes jeg, de (ugeaviserne) er, fordi de er med til at styrke følelsen af "os mod dem" indefra i Nordfyns Kommune. Det styrker fornemmelsen, følelsen for lokalområdet, at hov, der var et billede af vores børnehave, eller hvad det nu måtte være, ikke? Der bliver det lille fællesskab mod de andre."* Også længere vestpå blev især ugeaviserne fremhævet: *"Ugeavisen i Ribe støtter virkelig op om alt, hvad der sker i byen! De støtter op om fællesskaber!"* I Fredericia blev det af flere fremhævet, at Fredericia Dagblad nu også selv var begyndt at arrangere events og på den måde også mere aktivt støtter op om det lokale fællesskab i byen. Især i Esbjerg og Nordfyn var det også klart, at i mindre lokalsamfund, hvor de traditionelle medier ikke dækker særlig tæt, opleves det af flere sådan, at Facebook i stedet bliver platform for fællesskabs- og identitetsopbyggende aktiviteter via nærlokale grupper eller sider.

Dernæst blev danskerne i opinionsmålingen spurgt: *"I hvilken grad hjælper de lokale nyhedsmedier til udvikling og økonomisk fremgang i lokalområdet?"* Svarene fremgår af nedenstående figur.

Figur 21: Danskernes opfattelse af, om de lokale nyhedsmedier hjælper til lokal fremgang



n=	132	59	32	1949	2172
----	-----	----	----	------	------

Kilde: TNS Gallup A/S.

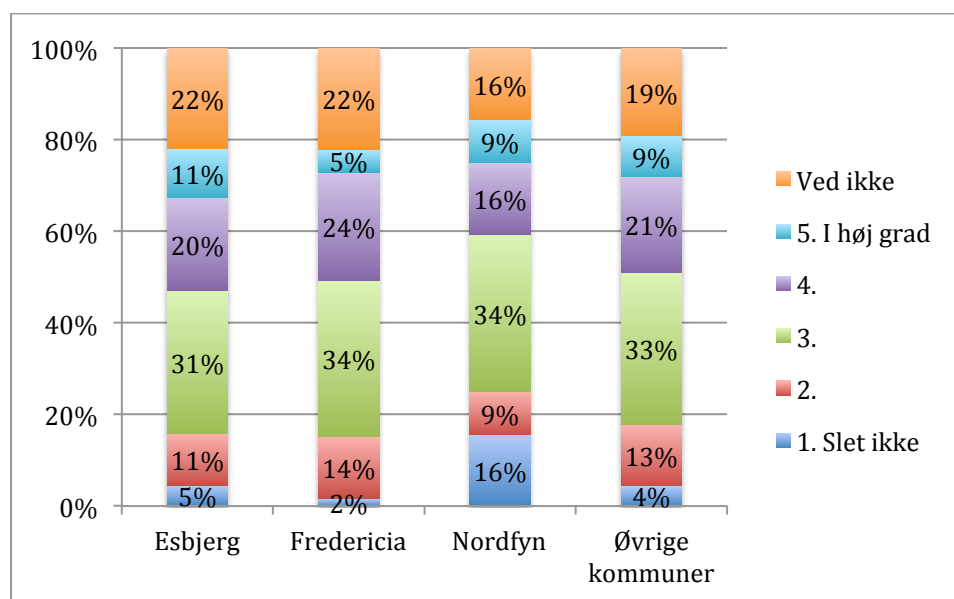
Forskellen på de positive svar (skalaens kategorier 4+5) og de negative svar (skalaens kategorier 1+2) er med 10 procentpoint statistisk signifikant i Esbjerg, hvor borgerne mener, at de lokale nyhedsmedier hjælper med økonomisk fremgang og udvikling. Tendensen er den samme i Nordfyn, men forskellen er for lille til at være statistisk signifikant med det antal borgere, der blev spurgt i kommunen. I Fredericia og i Øvrige kommuner er der omvendt en statistisk signifikant overvægt af borgere, som ikke mener, at lokal- og regionalmedier hjælper deres lokalområde til økonomisk fremgang.

Der var i fokusgrupperne meget delte meninger om de lokale mediers rolle i forhold til lokalområdets økonomiske udvikling, men stemningen i de fleste grupper var, at de lokale medier *kunne* spille en rolle i forhold til at understøtte økonomisk fremgang for områderne. Mest positiv var stemningen i Fredericia, hvor én blandt andet sagde: *"Vores forretningsliv får generelt mere positiv omtale end tidligere. Det er også med til at give fremgang i økonomien."* Omvendt mente flere i Nordfyn, at medierne kunne være med til at hæmme den lokale udvikling. For eksempel sagde én: *"Jeg mener nærmest det modsatte. At medierne fokuserer på negativ omtale ... Så rent faktisk, den måde, medierne opfører sig på herude, minus, kan man sige, de sociale medier, som styres af enkeltpersoner, så synes jeg faktisk, de er med til at marginalisere området."*

Sammenfattende var der dog i fokusgrupperne forholdsvis få stærke menings-tilkendegivelser omkring dette spørgsmål.

Det tredje spørgsmål lyder: "I hvilken grad forsvarer de lokale nyhedsmedier lokalområdets interesser i forhold til det resterende samfund?" Svaret fremgår af nedenstående figur.

Figur 22: Danskernes opfattelse af, om de lokale nyhedsmedier forsvarer lokalområdet over for resten af Danmark



n=	132	59	32	1949	2172
----	-----	----	----	------	------

Kilde: TNS Gallup A/S.

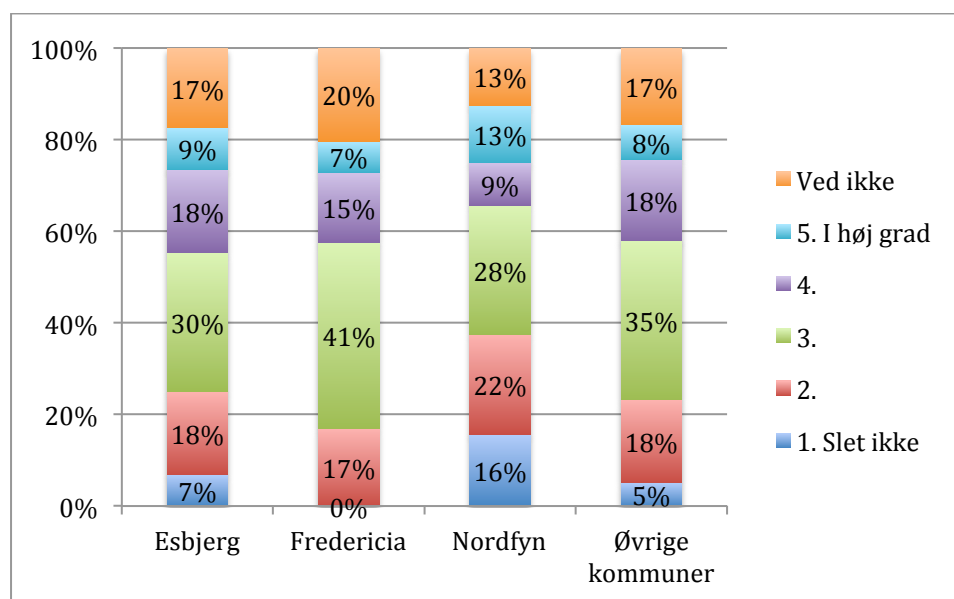
Tendensen er klar blandt borgerne i Fredericia, Esbjerg og Øvrige kommuner, hvor 29-31 procent mener, at de lokale medier forsvarer området udadtil (skalaens kategorier 4+5) mod 15-18 procent, der ikke mener det (skalaens kategorier 1+2). Forskellen er statistisk signifikant for Esbjerg og Øvrige Danmark (95 procent) og for Fredericia (90 procent). Borgerne i Nordfyn skiller sig ud ved, at der er lige så mange borgere, der mener, at medierne forsvarer, som at de ikke forsvarer området udadtil.

Fokusgrupperne var uenige om, hvorvidt medierne forsvarer lokalområdets interesser. Forholdsvis få oplevede, at de lokale medier forsøger at spille en aktiv rolle. Flere fokusgruppemedtagere fra Ribe var meget positive: "Ribe er jo en turistby i dén grad. Og det er de lokale medier, både ugeavisen og JydskeVestkysten, med til at støtte op omkring." En del andre deltagere fra de tre områder hæftede sig især ved betydningen af kritisk

dækning af lokale sager: "Nej, tværtimod bringer medierne ofte området i et dårligt lys med kritisk dækning, for eksempel på skoleområdet", bemærkede en deltager fra Esbjerg.

Det fjerde og sidste spørgsmål lyder: "I hvilken grad lokale nyhedsmedier kritisk overvåger lokalområdet og bringer kritisable forhold frem?". Befolkningens svar fremgår af nedenstående figur.

Figur 23: Danskernes opfattelse af, om de lokale nyhedsmedier overvåger lokalområdet og bringer kritisable forhold frem



n=	132	59	32	1949	2172
----	-----	----	----	------	------

Kilde: TNS Gallup A/S.

Borgernes svar viser ikke nogen statistisk signifikant tendens i nogen af casekommunerne eller Øvrige kommuner. Omkring en fjerdedel af danskerne mener, at de lokale nyhedsmedier overvåger og bringer kritisable forhold frem (skalaens kategorier 4+5), samtidig med at omkring en fjerdedel mener, at det gør de lokale nyhedsmedier ikke (skalaens kategorier 1+2). Den sidste halvdel af danskerne er neutrale, eller også ved de det ikke. Kun i Nordfyn svarer flere borgere negativt end positivt på, at de lokale nyhedsmedier bringer kritisable forhold frem.

Der var i fokusgrupperne bred enighed om, at de lokale medier spiller rollen som kritisk vagthund. Men der var uenighed om, hvor godt de løser opgaven, og hvor vigtig indsatsen er. Først og fremmest var der enighed om, at det er dagbladene, der står for den kritiske overvågning, som borgerne trods alt mener, der er. En deltager fra

Fredericia sagde for eksempel: *"Hvis der er nogen, der er kritiske, så er det dagbladet. De er mere kritiske end de andre tilsammen!"* Der blev i alle tre kommuner nævnt en række eksempler, hvor de lokale dagblade havde behandlet lokale forhold kritisk, og den journalistiske dækning blev typisk rost. Der blev dog også advaret mod, at journalistikken bliver for *"sensationslysten"*, og dækningen af politikerens Carl Holsts aktiviteter blev af en del nævnt som eksempel på, at det kan ske. For mange er der tydeligvis en hårfin balance mellem at være kritisk og at være meningsdanner: *"Jeg mener, man skal passe meget på som lokalt dagblad med at forsøge at være meningsdannere. De lokale medier skal bidrage til samfundet, bidrage med viden om godt og ondt, og så er der nok andre steder, man kan tage de der beslutninger ..."*, sagde en deltager fra Fredericia.

Opsummerende viser den landsdækkende opinionsundersøgelse om mediernes lokale roller:

- Mange danskere har ikke en holdning til, om lokale og regionale medier bidrager til lokalsamfundets identitet, sammenhold, udvikling og fremgang.
- På landsplan mener signifikant flere danskere, at de lokale og regionale medier skaber samhørighed, identitet og et lokalt "vi", end det modsatte.
- En lille, men statistisk signifikant overvægt (3 procentpoint) af danskerne mener, at lokal- og regionalmedier ikke hjælper deres lokalområde til økonomisk fremgang.
- En stor overvægt af danskerne (12 procentpoint) mener, at lokal- og regionalmedierne forsvare lokalområdet udadtil.
- Der er lige mange danskere, der mener, at de lokale nyhedsmedier overvåger og bringer kritisable forhold frem, som danskere, der mener det modsatte.
- Borgerne i Esbjerg opfatter deres lokale medier som mere lokalpatriotiske, end borgerne i Fredericia og Nordfyn opfatter deres medier.

2.4.4 Medieopdateringers forklarende kontekst og favorisering og borgerkommentarer på Facebook

Facebook-opdateringer og borgernes kommentarer er også kodede med hensyn til det lokalpatriotiske issue frame. Det viste sig dog meget svært at påvise ret meget issue framing i det hele taget. De fleste enheder er under 100 ord, som er den nedre grænse for kodning af issue frame i undersøgelsen i trykte medier og webmedier. Derfor har langt de fleste opdateringer og kommentarer ikke kunnet kodes, mens en mindre del er

neutrale. De to sidste kategorier er her slået sammen; samtidig er der alene kodet enheder med et lokalt geografisk fokus.

I mediernes opdateringer på Facebook kan der identificeres 110 enheder med et issue frame. Af disse indlæg er flere favoriserende end defavoriserende, som det fremgår af tabellen nedenfor.

Tabel 22: Opdateringers lokalpatriotiske orientering

	Antal	Andel
Favorisering	86	6%
Defavorisering	24	2%
Neutral eller intet issue frame	1.363	93%
Total	1.473	

Favorisering forekommer altså fire gange så ofte som defavorisering. Favorisering er mest udtalt i Esbjerg, mens den er mindst udtalt i Fredericia. Andelene for defavorisering er næsten ens, men det er altså ikke et udbredt fænomen i Facebook-opdateringerne.

Hvis vi nu ser på borgernes opdateringer, er det lokalpatriotiske issue frame endnu mindre udbredt. Det kan kun spores i 52 ud af de 1.497 kommentarer.

Tabel 23: Kommentarerens lokalpatriotiske orientering

	Antal	Andel
Favorisering	8	1%
Defavorisering	44	3%
Neutral eller intet issue frame	1.445	97%
Total	1.497	

I forhold til mediernes opdateringer er det dog interessant, at en negativ frame, defavorisering, dominerer i forhold til en positiv frame, favorisering. Borgerne er altså mere negative end medierne i forhold til at bakke op om lokalområdet. Mange af de negative kommentarer omhandler Region Syddanmarks håndtering af ambulance-udbuddet til hollandske Bios og er altså kritiske over for regionens håndtering af sagen.

Opsummerende viser analysen af medieopdateringer og borgerkommentarer på Facebook om forklarende kontekst og favorisering følgende:

- Nyhedsmediernes opdateringer på Facebook er mere lokalpatriotiske end borgernes tilknyttede kommentarer.
- Nyheder med både et lokalt geografisk fokus og kausale faktorer (årsag eller løsning) forekommer sjældent på Facebook.

2.4.5 Tværgående sammenfatning af lokalpatriotisk orientering

Vi har analyseret lokal- og regionalmediernes lokalpatriotiske orientering i nyheder og på de traditionelle platforme og Facebook. Vi har ikke spurgt medierepræsentanter eller danskerne om favorisering eller defavorisering i nyhedernes kausale sammenhænge, men i stedet spurgt til vedligeholdelse, skabelse eller forbedring af et områdes sammenhold, økonomi eller image som indikatorer på geografisk favorisering.

Undersøgelserne af lokalpatriotisk fokus viser følgende:

- Lokal- og regionalmediernes har en stor andel af nyheder uden kausale faktorer som årsager eller løsninger (74 procent) på de traditionelle platforme (avis, tv, radio, online) og en endnu større andel i deres opdateringer på Facebook (92 procent).
- To ud af tre nyheder (67 procent) med kausale faktorer (årsag eller løsning) på lokal- og regionalmediernes traditionelle platforme favoriserer lokalområderne Esbjerg, Fredericia og Nordfyn. På Facebook gælder favoriseringen i tre ud af fire nyheder (78 procent).
- Lokal- og regionalmediernes nyheder med kausale faktorer (årsag eller løsning) er mere lokalpatriotiske om Esbjerg (74 procent) end om Fredericia (60 procent) og Nordfyn (59 procent). Forholdet mellem favoriseringen af de tre kommuner harmonerer med borgernes opfattelse af nyhederne. Et gennemsnit af de borgere, der mener, at de lokale og regionale medier har et lokalt "vi"-perspektiv, forsvarer områdets interesser udadtil eller hjælper til økonomisk udvikling og fremgang, er større i Esbjerg (28 procent) end i Fredericia (22 procent) og Nordfyn (22 procent).
- Lokal- og regionalmediers lokalpatriotiske orientering fremstår nogenlunde ensartet i mediechefers og journalisters opfattelse, mediernes nyheder og borgernes opfattelse af nyhederne. Nyhedsjournalistikken er ikke massivt lokalpatriotisk, den er ikke tænkt sådan fra journalisters og redaktørers side, og den opfattes heller ikke sådan af borgerne. Den er svagt lokalpatriotisk.

- Den lokalpatriotiske dækning ser ud til både at være tilsigtet og utilsigtet, og særbehandlingen af et lokalområdet ville formentligt være tydeligere, hvis flere nyheder beskrev virkeligheden mere sammenhængende med flere kausale faktorer.

2.5 Kvalitetsparameteret demokratorientering

2.5.1 Medierepræsentanternes orientering mod demokratiets dimensioner

Medierepræsentanterne blev præsenteret for en fiktiv case om skolelukninger i deres lokalområde: *"I forbindelse med budgetforhandlingerne for 2016 har et flertal i byrådet netop indstillet, at det er nødvendigt med en ny skolestruktur, som medfører lukning af en eller to skoler i kommunen. I mulighedskataloget fra Børne- og Ungeudvalget peges der på to landsbyskoler og/eller en byskole. I forbindelse med at byrådet har fået præsenteret forslaget på et budgetseminar, har et medlem af oppositionen skrevet om sagen på Facebook, hvilket har medført, at nyheden er kommet ud før tiden. Vedkommende har fået en røffel fra borgmesteren – men på Facebook hyldes han af borgere med tilknytning til de lukningstruede skoler, der straks er gået i gang med at organisere modstanden. Ritzau har netop udsendt en historie om en rapport fra Nordjylland, der viser, at transportomkostninger ikke er tilstrækkeligt medregnet i de nordjyske kommuners besparelser ved skolelukninger."*

Casen indeholder fire indgange til, hvordan nyhedsmedier kan orientere sig mod demokratiets dimensioner: lukningen af skoler (servicedemokratisk), uenigheder i byråd (konkurrencedemokratisk), borgernes modstand (deltagedemokratisk) og informationer om skolelukninger i Nordjylland uden for lokalområdet (deliberativdemokratisk).

Vi spurgte medierepræsentanterne, hvordan de ville dække sådan en sag. Spørgsmålet er åbent, og det gav medierepræsentanterne mulighed for at orientere sig mod en eller flere dimensioner ved demokratiet. Casen blev af medierepræsentanterne opfattet som realistisk, og flere henviste til, hvordan de havde dækket tilsvarende sager.

Som det fremgår af nedenstående tabel, blev alle fire demokratidimensioner i skolelukningscasen prioriteret.

Tabel 24: Medierepræsentanters demokratorienteringer i skolelukningscase

Service-demokratisk	<p><i>Der er jo selve nyhedshistorien. Altså nyheden om, at der skal ... indføres en ny skolestruktur, og der er to skoler, der skal lukkes. Den er sådan meget ... klassisk og meget enkel at gå til. (Journalist, regional-tv)</i></p> <p><i>Vi ville da servere nyheden, hvis den siver ud, at der skal lukkes skoler, så ville vi da fortælle den historie, vi ville da indhente kommentarer fra ikke mindst de påvirkede skoledistrikter. (Lokalredaktør, dagblad)</i></p>
Konkurrence-demokratisk	<p><i>Så vil vi simpelthen forsøge at belyse de synspunkter, der er omkring det, og vi vil også forsøge at belyse ..., at det faktisk kun stadig er et forslag, så det ligesom er fifty-fifty, om det bliver til noget eller ej. (Redaktør, ugeavis)</i></p> <p><i>At være objektiv og beskrive, hvad er dilemmaet, hvad er det, de skal vælge imellem ..., fordi man kunne nemt forfalde til, at man ringer til de to landsbyskoler og siger ..., at I skal lukke, og så ville man få en lang og spids fortælling om, hvor dårligt det ville være. (Lokalredaktør, ugeavis)</i></p>
Deltage-demokratisk	<p><i>Vi [tager] jo ud med mikrofonen og siger, vi har hørt, at jeres skole skal lukkes, hvad synes du om det? ... og så kan folk få lov til at sige, nu kan I lige tage at stoppe deroppe. (Journalist, lokalradio)</i></p> <p><i>Jeg tror ikke, den ... [politiske proces vil ændre sig], uden at der var mindst et stort medie som vores til hele tiden at facilitere debatten og kritikken og nuancerne i diskussionen, ... vi giver folk stemme, mulighed for at ytre sig, deltage i debatten, ... altså ikke bare stille pladsen til rådighed, men faktisk motivere mange borgere til at deltage aktivt i debatten ved at skrive synspunkter og indlæg og deltage i vores debattmøder. (Redaktør, dagblad)</i></p> <p><i>For altså, vi var så hurtigt ude, at det betød også, at borgerne var hurtigt ude. Og ... sådan set mene, at der var flere ting i det budget, der blev ændret på grund af det. (Lokalredaktør, ugeavis)</i></p> <p><i>Det er i høj grad borgernært ... det er en historie, der er nem at få en case på. Der er ikke nogen så nemme at få fat i som ... som vrede mennesker, og er der vrede mennesker i det her samfund, så er det forældre til et barn hvis skole skal lukkes. Og det er jo også en, i høj grad, en historie, der handler om ... om demokrati og nærdemokrati og borgerindflydelse, så den rummer det hele. (Journalist, regional-tv)</i></p>
Deliberativ-demokratisk	<p><i>Det væsentlige er jo at få belyst problemstillingerne til bunds, så der er beslutningsgrundlag. (Bestyrelsesmedlem, Sydfynske Medier)</i></p> <p><i>Der er altid hensyn, der taler imod hinanden. Er det vigtigt at skabe en større enhed med bedre kvalificeret undervisning? Er det vigtigere end at holde landsbyer kørende ... og så få det diskuteret og afdækket? (Redaktionschef, regionalradio)</i></p> <p><i>Vi ville have ... nogle debatter om, hvorvidt det var godt eller dårligt at lukke de her skoler ... ret hurtigt ville vi også gå i gang med at kigge på, hvordan var det gået andre steder, hvor man havde fortsat det her. Altså døde landsbysamfund, da skolen blev lukket? (Journalist, regionalradio)</i></p> <p><i>Vi skal dække det nuanceret, så vi skal også fortælle, der er ulemper ved at fastholde de små skoler ... man kan sagtens forestille sig, at vi for eksempel tog ud og lavede en debat ... på de skoler. (Direktør, regional-tv)</i></p> <p><i>Det har vi også lært af Fynboerne, vi prøver også at perspektivere og sige, hvad har de gjort andre steder ... (Redaktør, dagblad)</i></p>

Samlet set orienterede medierepræsentanterne sig mod de fire demokratidimensioner, men ikke alle dimensioner kom i spil hos den enkelte journalist eller mediechef, når de tog udgangspunkt i journalistiske normer om at "belyse en sag fra begge sider" eller lade "dem, det var synd for", komme til orde, eller "vi er i princippet på de svagestes side". Disse medierepræsentanter vægtede typisk to ud af fire demokratidimensioner, hvilket tillige harmonerer med den journalistiske grundfortælling om offer (forældre, børn) og skurk (kommunalbestyrelse). Medierepræsentanter fra dagblade og regionalradio og -tv orienterede sig mod alle fire demokratidimensioner, hvilket fremgår af nedenstående tabel.

Tabel 25: Medierepræsentanternes vægtning af alle fire demokratiorienteringer

<p><i>De tre af dem [demokratiske orienteringer] er lige vigtige. Og politikernes meningsudvekslinger er lidt mindre vigtige. (Redaktør, dagblad)</i></p> <p><i>Vi ville vinkle historien på organiseringen, altså på den ... borgermodstand, der opstår ... Vi ville gå til politikerne, vi ville indhente erfaringer. Har vi andre områder i vores region, som har oplevet det her? Så ville vi kigge på perspektivet og se, om der er andre områder, og hvordan gik det ... zoom ud og få perspektivet med i det hele. (Journalist, regionalradio)</i></p> <p><i>Altså tage forældrene og få deres synspunkter frem. Hvis vi så beskæftiger os mere med det, så vil vi måske også kigge lidt på, hvordan børnetallet har udviklet sig, om det fornuftige i at se virkeligheden og blive ved med at bevare de små skoler. Vi vil nok også lave vinklen, hvad skete der med andre landsbyer, der mistede skolen for nogle år siden, døde de så, ligesom de sagde, de ville, faldt huspriserne? (Journalist, regional-tv)</i></p> <p><i>Vi er nødt til at arbejde med vores rolle i lokalsamfundet, for den, vi blev opflasket med i forrige århundrede, sidste århundrede, den holder ikke mere, den rækker som en skrædder i helvede ... vi er uinteressante, hvis ikke vi kan det hele, men i min optik så er det en udvidelse af den klassiske rolle, og det er egentlig, hvad der er vigtigt for mig. (Redaktør, dagblad)</i></p>
--

Medierepræsentanterne opererer med en "klassisk" journalistrolle, der ikke inkluderer alle fire demokratidimensioner, der er en "udvidelse af den klassiske rolle". En journalist på en ugeavis afviste helt, at skolelukningssagen ville blive dækket.

Medierepræsentanterne blev efterfølgende bedt om at fortælle, "hvor godt hver enkelt af de fire demokratiorienteringer passer på deres praksis". Svarene faldt i tre grupper: "det bruger vi faktisk rigtig meget," "vi vil gerne gøre lidt mere ud af det" og "nej. Det gør vi ikke". Medierepræsentanternes beskrivelse af deres generelle praksis er i samklang med deres prioriteringer i skolelukningssagen. Nedenstående tabel viser fravalg i forhold til de fire demokratidimensioner.

Tabel 26: Medierepræsentanters fravalg af (dele af) demokratorienteringer

Service	<p><i>Vi [fokuserer] jo nok mest på, når der er svigt, og når der er ting, der ikke er, som de skal være ... vi føler ikke, vi har ikke nogen forpligtelse til at fortælle generelt om, hvordan kommunen servicere alle mulige, det går vi sådan set ud fra, at det gør man. (Lokalredaktør, dagblad)</i></p> <p><i>Vi informerer [kun] om de gode tiltag. (Journalist, lokal-tv)</i></p> <p><i>[Vi fokuserer] på tilbuddene, de tilbud, der bliver givet ... Igen, vi er jo ikke den kritiske hund. (Journalist, ugeavis)</i></p>
Konkurrence	<p><i>Det synes jeg ikke er kæmpestort. Det kan godt være, det er et problem faktisk, men det synes jeg egentlig ikke ... Har de [politikere] lovet noget, som de ikke har holdt? Det kunne man sagtens ... Det har vi bare ikke. (Direktør, regional-tv)</i></p> <p><i>Det er jo næsten altid noget, der bliver ... sat til side, fordi processer og diskussioner ... Det har ingen gang på jord i tv. Altså – desværre. (Journalist, regional-tv)</i></p> <p><i>Nej. Det gør vi ikke (Journalist, lokal-tv)</i></p> <p><i>Jeg er ikke så glad for at bruge en masse spalteplass på den politiske proces, og det er jo tit der, holdningerne kommer til udtryk. (Journalist, ugeavis)</i></p> <p><i>Det sidste gør man ubetinget ikke [kritisk om løftebrud, magtmisbrug]. Det første det gør vi jo heller ikke [refererer politikeres holdninger]. (Journalist, ugeavis)</i></p>
Deltagelse	<p><i>Nej, det ville vi ikke. Vi ville dække, hvis der er nogen, der gør, men vi går ikke ind og bliver en aktiv hverken med- eller modspiller for nogen, der kæmper for en sag, det kan vi ikke. (Journalist, regional-tv)</i></p> <p><i>Altså, det sker, at vi laver den der med, har du oplevet noget, så vil vi gerne høre fra dig, men vi gør det ikke ret meget. (Journalist, dagblad)</i></p> <p><i>Ikke noget, som vi som sådan skal sætte i gang. (Lokalredaktør, ugeavis)</i></p> <p><i>Det er det ikke. Nej. (Journalist, lokal-tv)</i></p> <p><i>Jeg tror måske, jeg kan komme i tanke om et eksempel, men nej, det er ikke en del af den redaktionelle linje. (Journalist, ugeavis)</i></p> <p><i>Nej, det er det ikke. (Lokalredaktør, ugeavis)</i></p> <p><i>Nej, vi går ikke ind på den måde. (Journalist, ugeavis)</i></p>
Deliberativ	<p><i>Øhh, ja ... men jeg kan ikke komme med noget eksempel. (Lokalredaktør, ugeavis)</i></p> <p><i>Men vi tænker ikke ... vi skal også finde den konstruktive løsning på det. (Journalist, regional-tv)</i></p> <p><i>Det gør vi heller ikke. (Journalist, lokal-tv)</i></p> <p><i>Det sker ikke ret tit ... vi er ikke nået dertil endnu. (Journalist, ugeavis)</i></p> <p><i>Det er ikke sådan noget, jeg lige har gjort. (Lokalredaktør, ugeavis)</i></p> <p><i>Vi skal ikke finde løsninger, nej ... men vi vil dokumentere objektivt, hvordan man kommer til løsningen. Vi vil aldrig være dem, der siger, at man skal ændre holdninger til noget, fordi så er vi pludselig part i sagen, og det er jeg ikke interesseret i. (Redaktør, lokal-tv)</i></p> <p><i>Nej. (Journalist, ugeavis)</i></p>

De enkelte demokratidimensioner inddrages på forskellig vis. Fx ser ugeaviser typisk ud til at vægte demokratiets servicetilbud med positive historier om åbning af nye tilbud og arrangementer og undlade kritiske historier om svigt i velfærdsydelserne. Det modsatte gælder for dagbladene, der prioriterer den kritiske tilgang, mens den positive tilgang måske finder plads som små notitser.

I den konkurrencedemokratiske dimension betragter medierepræsentanter politikernes uenigheder og standpunkter som "*mellemregninger*", som kun er væsentlige at dække i valgkampe. I stedet dækker nyhedsmedierne enten enkeltsager, før de behandles af kommunalbestyrelsen, eller de fokuserer på konsekvenserne af de politiske beslutninger.

I forhold til den deltagendemokratiske dimension ser nogle medierepræsentanter sig selv som "*det lokale, demokratiske talerør, hvor folk kan komme og blive hørt*" (direktør, dagblad), og flere opfordrer og motiverer borgerne til at blande sig. Mens andre afstår fra organisering af borgerne, fordi de opfatter det som at tage parti for en bestemt beslutning.

Medierepræsentanter opfatter deres rolle i forhold til den deliberativ-demokratiske dimension som læsningsorienteret eller konstruktiv journalistik, som fremhæves som institutionaliseret på flere medier – især Fyns Stiftstidende og DR. Som en journalist fra Fyns Stiftstidende sagde: "*Vi har ovenikøbet et format i avisen, der hedder 'sådan gør andre'.*"

Opsummerende har medierepræsentanterne følgende demokratorienteringer:

- Medierepræsentanter mener, at en "klassisk" journalistrolle ikke inkluderer alle fire demokratidimensioner: service, konkurrence, deltagelse og deliberation, men at rollen (kan) udvides til at orientere sig mod alle fire demokratidimensioner.
- Journalisters rolle i forhold til demokratiets forskellige dimensioner ser ud til at være strategisk bestemt og institutionaliseret i den daglige praksis af et medies ledelse. På enkelte medier vælger redaktion og journalister selv roller i forhold til demokratiet.
- Nogle lokale dagblade og regionale medier fokuserer på de fleste af demokratiets dimensioner: på velfærdsinstitutionernes svigtende service, på at

være talerør og motivator for borgerne, på at bidrage med løsningsmuligheder hentet uden for lokalområdet og i mindre grad på at give politiske fraktioner en stemme, men de færreste journalister eller mediechefer fokuserer på alle fire medieroller i forhold til demokratiets dimensioner.

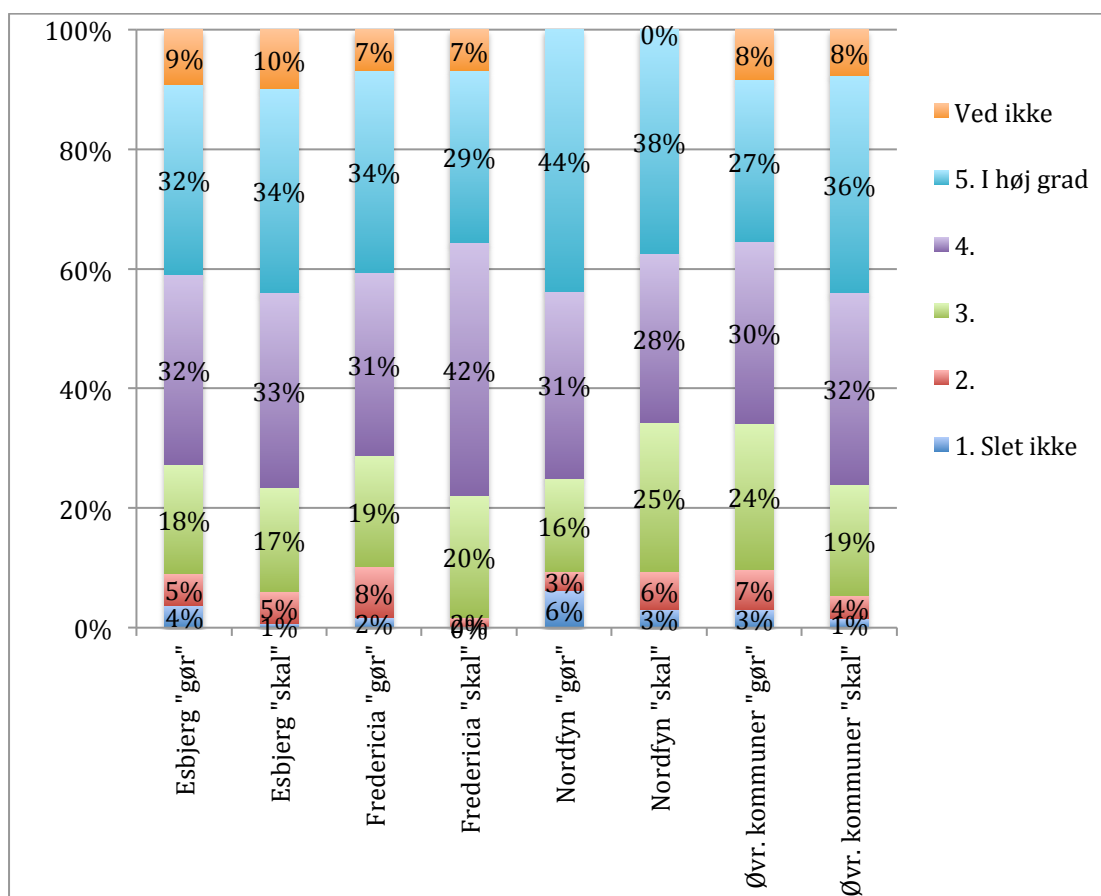
- Nogle redaktioner på ugeaviser fokuserer på de positive nyheder om velfærdsinstitutionernes service.

2.5.2 Danskernes ønsker til og opfattelse af lokal- og regionalmediernes demokratiske orientering

Danskerne er i opinionsmålingen blevet stillet otte spørgsmål om lokal- og regionalmediernes demokratiske orientering. Der er fire spørgsmål om "sådan *gør* medierne" og fire spørgsmål om "sådan *skal* medierne gøre". De to grupper af spørgsmål belyser, dels hvordan danskerne synes, at nyhedsmedierne dækker de fire dimensioner ved demokratiet, og dels hvordan danskerne synes, at nyhedsmedierne skal dække de fire dimensioner. Fokusgrupperne med borgere fra de tre casekommuner blev stillet tilsvarende spørgsmål.

De to første spørgsmål, der relaterer sig til mediernes servicedemokratiske rolle, lyder: "I hvilken grad synes du, de lokale nyhedsmedier fortæller om skoler, veje eller ældrepleje og anden lokal service?" ("*gør*"-spørgsmålet) og "I hvilken grad skal de lokale nyhedsmedier fortælle om skoler, veje eller ældrepleje og anden lokal service?" ("*skal*"-spørgsmålet). Svarene på de to spørgsmål fremgår af nedenstående figur.

Figur 24: Danskernes holdning til nyhedsmediernes servicedemokratiske rolle



n=	132	132	59	59	32	32	1949	1949
----	-----	-----	----	----	----	----	------	------

Kilde: TNS Gallup A/S.

I Esbjerg og Fredericia mener knap to tredjedele og i Nordfyn tre fjerdedele af borgerne, at de lokale nyhedsmedier indtager en servicedemokratiske rolle. Det er relativt flere end de øvrige kommuner med 57 procent, men kun borgerne i Nordfyn udgør en statistisk signifikant større andel end "øvrige kommuner".

I alle tre casekommuner og på landsplan er det to tredjedele af danskerne, som mener, at lokale og regionale nyhedsmedier *skal* indtage den servicedemokratiske rolle.

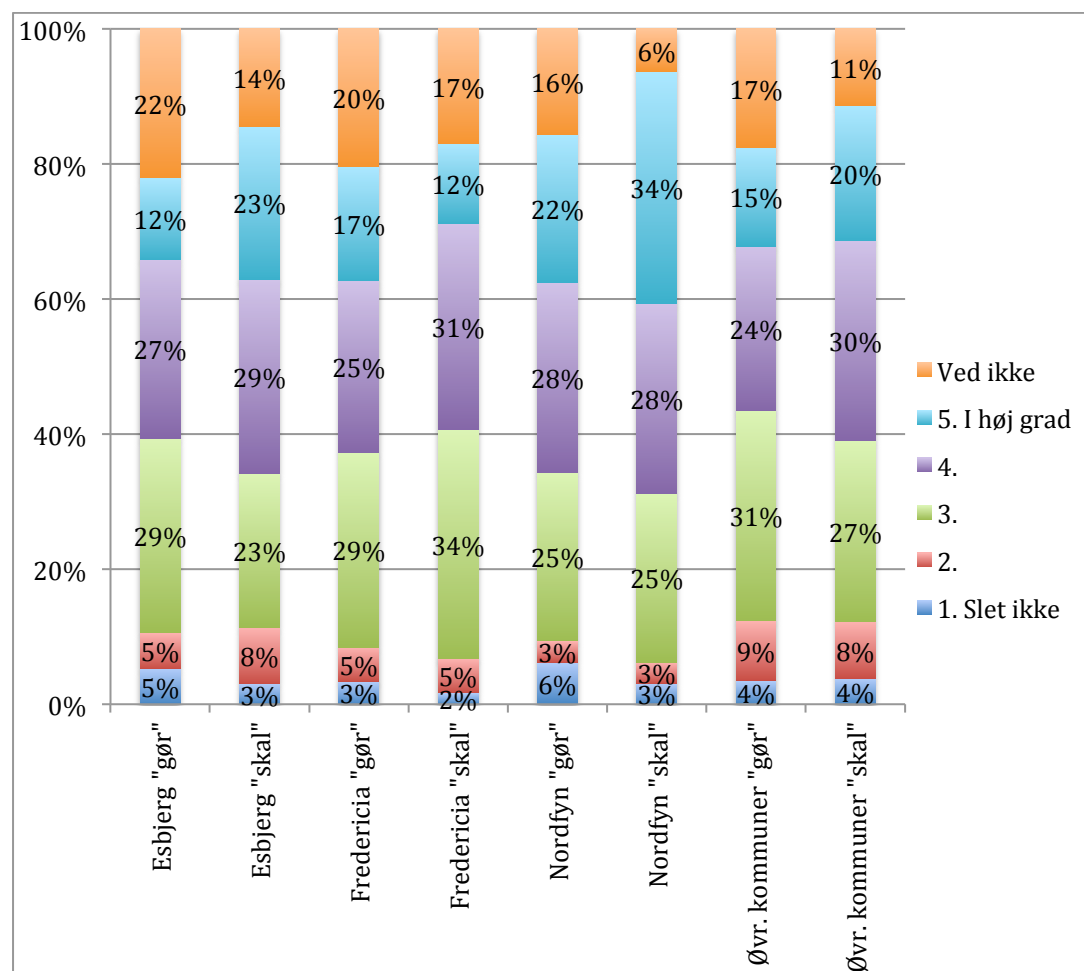
I de tre casekommuner er der overensstemmelse mellem borgernes holdning til, hvad medierne "gør", og hvad de "skal". På landsplan siger 10 procentpoint flere danskerne, at medierne *skal* tage en servicedemokratiske orientering, end danskere, der siger, at det *gør* medierne allerede.

I alle fokusgrupper var der fuldstændig enighed om, at de lokale medier bør have den servicedemokratiske rolle. Det var tillige den generelle holdning, at især dagbladene spiller denne rolle. En deltager fra Esbjerg mindede dog om, at de lokale medier skal

huske det brede perspektiv: "Det er vigtigt, at man ser overordnet på det og ikke kun nærløst, hvorfor man politisk prioriterer, som man gør!" En deltager fra Fredericia fandt et andet aspekt vigtigt: "Husk, at det skal være neutralt gengivet – ikke partisk – ellers kan det let give splid mellem forskellige dele af lokalsamfundet."

De to næste spørgsmål, der relaterer sig til mediernes konkurrencedemokratiske rolle, lyder: "I hvilken grad synes du, de lokale nyhedsmedier fortæller om de lokale politikeres meninger, beslutninger og handlinger?" ("gør"-spørgsmålet) og "I hvilken grad skal de lokale nyhedsmedier fortælle om de lokale politikeres meninger, beslutninger og handlinger?" ("skal"-spørgsmålet). Svarene på de to spørgsmål fremgår af nedenstående figur.

Figur 25: Danskernes holdning til nyhedsmediernes konkurrencedemokratiske rolle



n=	132	132	59	59	32	32	1949	1949
----	-----	-----	----	----	----	----	------	------

Kilde: TNS Gallup A/S.

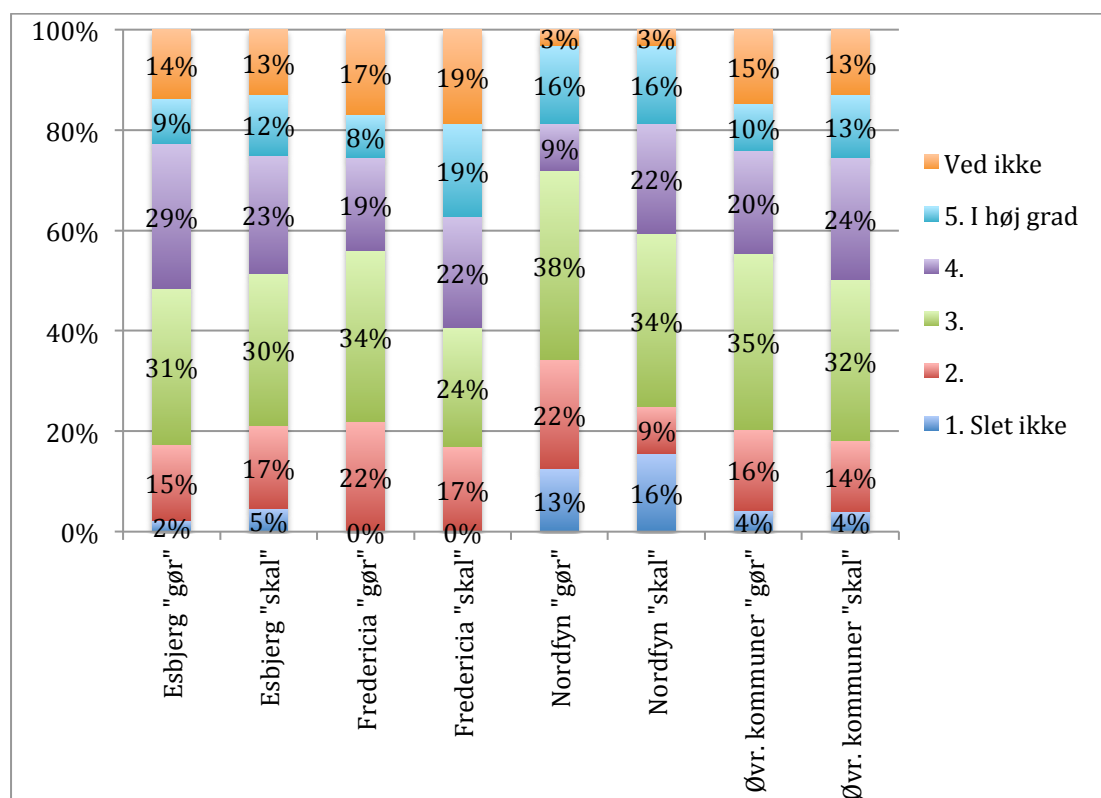
To ud af fem borgere i Esbjerg og Fredericia mener, at de lokale medier varetager en konkurrencedemokratisk rolle, hvilket svarer til landsgennemsnittet. I Nordfyn er det hver anden borger, men forskellen til landsgennemsnittet er ikke signifikant.

Når det gælder borgernes ønsker, så er der 11-13 procentpoint flere borgerne i Esbjerg og på landsplan, der mener, at lokale medier *skal* være mere konkurrencedemokratisk orienterede, end borgere, der mener, at medierne allerede "gør" det. I Fredericia er der færre borgere for *skal* end *gør*, og i Nordfyn er det omvendt, men forskellene er ikke statistisk signifikante.

I fokusgrupperne var der fuldstændig enighed om, at de lokale medier har en afgørende rolle i forhold til demokratiets konkurrenceaspekt. I de fleste grupper blev det understreget, at nyhedsmediernes konkurrencedemokratiske rolle var den vigtigste overhovedet. En deltager fra Nordfyn svarede med et smil: *"Selvfølgelig. Det betyder jo noget, næste gang du skal ud og stemme. Det kan godt være, at de siger, at vælgerne har en kort hukommelse, men så kort er den altså heller ikke!"* Samme holdning kom frem igen og igen: De lokale medier bør holde fast i at informere om politikernes meninger og beslutninger. Om de også gør det godt nok, var der delte meninger om. Dels er det ikke altid, at de centrale argumenter kommer frem i tide – inden beslutningerne er truffet. Et andet forbehold blev bragt frem af en fra Nordfyn: *"Hvis det er reelt politisk stof, så ja. Hvis det bare er mikrofonholderi, som det nogle gange har status af, så er jeg ligeglad med det!"*

De to næste spørgsmål, der relaterer sig til mediernes deltagendemokratiske rolle, lyder: "I hvilken grad synes du, de lokale nyhedsmedier engagerer og organiserer borgerne i løsningen af lokale problemstillinger?" og "I hvilken grad skal de lokale nyhedsmedier engagere og organisere borgerne i løsningen af lokale problemstillinger?" Svarene på de to spørgsmål fremgår af nedenstående figur.

Figur 26: Danskernes holdning til nyhedsmediernes deltagendemokratiske rolle



n=	132	132	59	59	32	32	1949	1949
----	-----	-----	----	----	----	----	------	------

Kilde: TNS Gallup A/S.

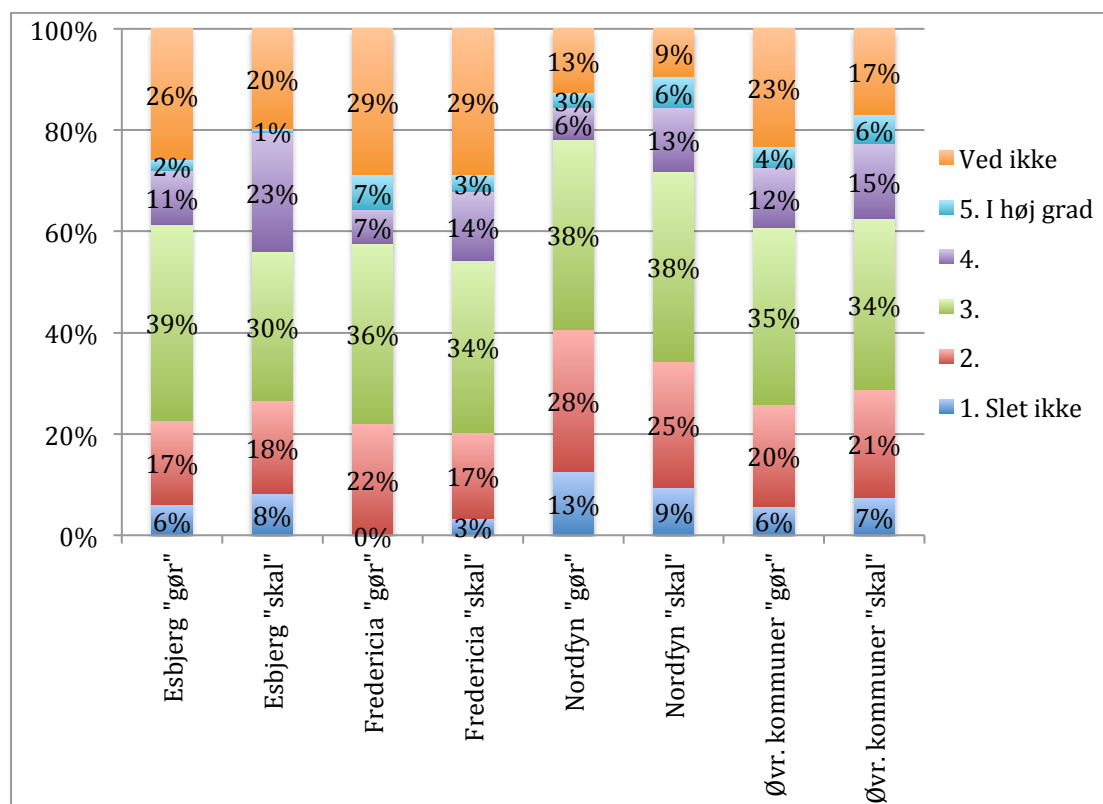
Danskerne er mindre entydige i deres holdning til de lokale nyhedsmediers deltagendemokratiske rolle. Tre ud af ti danskere mener, at de lokale nyhedsmedier indtager den deltagendemokratiske rolle (kategori 4+5), mens lidt færre med to ud af ti danskere mener det modsatte (kategori 1+2). I Esbjerg er der flere end dobbelt så mange borgere, der mener, at medierne er deltagendemokratisk orienterede, som det modsatte. Hverken for Fredericia eller Nordfyn er forskellen på de to grupper af borgere statistisk signifikant.

Noget mere ensartet fremstår danskernes holdning til, om de lokale nyhedsmedier *skal* indtage en deltagendemokratisk rolle. Knap to ud af fem danskere svarer positivt (kategori 4+5) på "skal"-spørgsmålet eller dobbelt så mange, som svarer negativt (kategori 1+2). Der er ikke nogen signifikant forskel i borgernes holdning til, hvad medierne deltagendemokratisk *gør* og *skal* gøre i de tre casekommuner. På landsplan er der signifikant flere danskere, der mener, at de lokale nyhedsmedier *skal* have en deltagendemokratisk rolle, end danskere, der mener, at medierne allerede har den rolle.

I fokusgrupperne var der meget stor tilslutning til, at de lokale medier bør lade borgerne komme til orde, og at medierne også i meget vid udstrækning tilbyder, at alle involveredes holdninger kan komme frem. Til gengæld var der langt større uenighed, når det kommer til spørgsmålet om, hvor aktive medierne bør være i den sammenhæng. Et mindretal ønskede, at medierne var mere aktivistiske og for eksempel kunne arrangere borgermøder og engagere borgerne på anden måde, mens de fleste afviste, at medierne bør tage sådanne skridt. *"Det er ikke en forventning, jeg ville have til noget som helst medie. Man skal jo ikke skabe nyhederne, man skal formidle dem"*, understregede en deltager fra Nordfyn.

De to sidste spørgsmål, der relaterer sig til mediernes deliberativ-demokratiske rolle, lyder: "I hvilken grad synes du, de lokale nyhedsmedier formidler viden og løsninger, som de har hentet fra andre steder som grundlag for beslutninger i lokalsamfundet?" ("gør"-spørgsmålet) og "I hvilken grad skal de lokale nyhedsmedier formidle viden og løsninger, som de henter fra andre steder som grundlag for beslutninger i lokalsamfundet?" ("skal"-spørgsmålet). Svarene fremgår af nedenstående figur.

Figur 27: Danskernes holdning til nyhedsmediernes deliberativ-demokratiske rolle



n=	132	132	59	59	32	32	1949	1949
----	-----	-----	----	----	----	----	------	------

Kilde: TNS Gallup A/S.

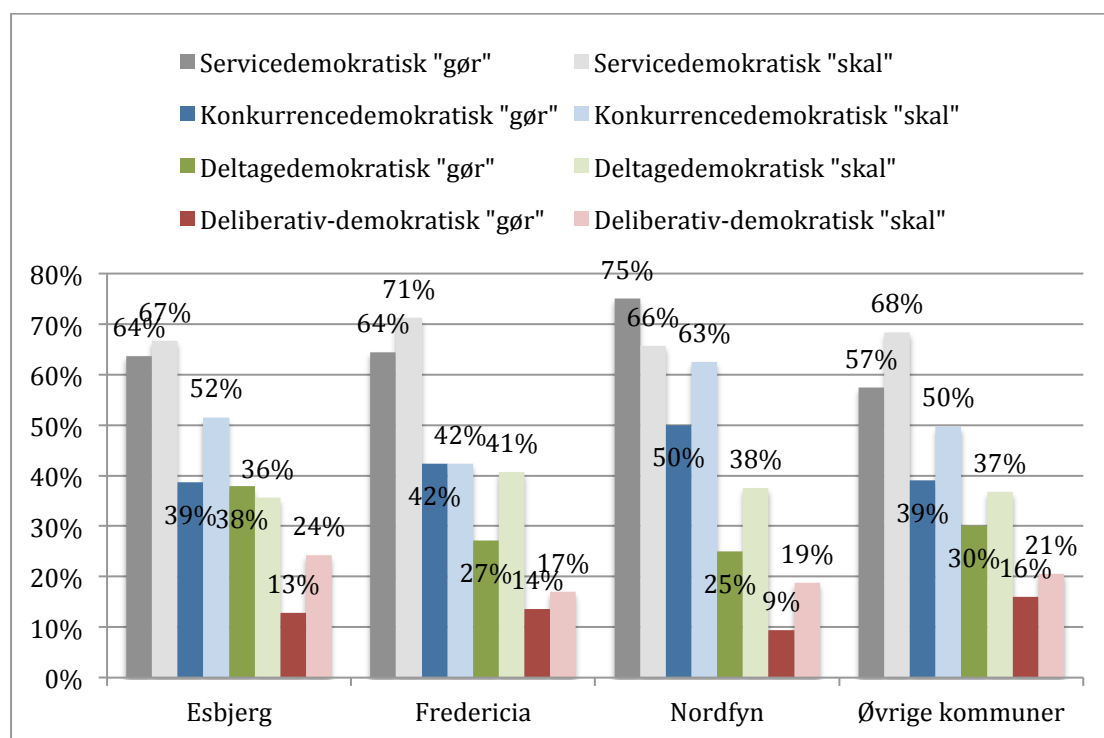
Danskerne har endnu mindre dannet sig en holdning til mediernes deliberativ-demokratiske rolle. Halvdelen af danskerne svarer enten "ved ikke" eller neutralkategorien "3". For de danskere, der udtrykker en holdning, er der signifikant flere danskere, der mener, at medierne ikke har den deliberativ-demokratiske rolle, end danskere, der mener, at medierne indtager den rolle. Tendensen er den samme i de tre casekommuner; kun i Fredericia er forskellen ikke signifikant.

Der er også signifikant flere danskere, der mener, at de lokale medier ikke skal indtage den deliberativ-demokratiske rolle, som danskere, der mener, at medierne skal indtage den. Forskellen på skal-spørgsmålet er ikke signifikant i de tre casekommuner.

Stemningen var i fokusgrupperne overvejende positiv i forhold til, om de lokale medier bør spille en sådan rolle. Og i Nordfyn var man opmærksomme på, at Fyens Stiftstidende også faktisk prøver at spille en sådan rolle med fokus på "*Sådan kan det løses*" og tilsvarende formater. Igen var der også advarsler fra nogle fokusgruppemedlemmer om, at medierne ikke selv skal forsøge at løse problemerne, men kun bringe forslag frem. Deltagere i Fredericia advarede mod, at en risiko ved mange forskellige forslag kunne være, at der bliver for meget "støj". Men generelt var deltagerne positive – som denne deltager fra Nordfyn: "*Jeg synes egentlig, det er godt nok. Vi ser det jo engang imellem, at der bliver bragt en eller anden artikel om et problem eller en opgave (... og at mediet så siger) 'i Fredericia har man gjort sådan og sådan, eller i Nørre Djurs har man gjort det og det'. Og så kan man jo så som beslutningstager eller almindelig borger sige, nå, jamen det var måske værd at undersøge.*"

Opsummerende er andelen af positive svar (kategori 4+5) på de otte spørgsmål om mediernes fire demokratiske roller samlet i figuren nedenfor.

Figur 28: Danskernes holdning til lokal- og regionalmediernes demokratiske roller



n=	132	59	32	1949
----	-----	----	----	------

Kilde: TNS Gallup A/S.

n= 2.172. Alene svar "4" og svar "5. I høj grad" på en skala fra 1-5.

I de tre casekommuner og i det øvrige Danmark er der flere danskere, der mener, at de lokale og regionale nyhedsmedier *skal* indtage disse fire demokratiske roller, end danskere, der mener, at medierne allerede *gør* det. Undtagelsen er Nordfyn om mediernes deltagendemokratiske rolle, men forskellen er ikke signifikant.

De fire demokratiske roller er ikke lige kendte og ikke i samme grad noget, danskerne har taget stilling til, hvilket fremgår af en stigende andel "ved ikke"-svar ved "skal"-spørgsmålet. 8 procent har svaret "ved ikke" ved den servicedemokratiske medierolle, 12 procent ved konkurrencedemokratisk, 13 procent ved deltagendemokratisk og 17 procent ved mediernes deliberativ-demokratiske rolle.

Tilslutningen blandt danskerne, der har afgivet en holdning, følger tendensen i "ved ikke"-svarene. Flest foretrækker den servicedemokratiske rolle, dernæst den konkurrencedemokratiske, den deltagendemokratiske og færrest danskere den deliberativ-demokratiske rolle til lokale og regionale medier. De engagerede borgere i fokusgrupperne har i store træk samme holdning som respondenterne i

opinionsmålingen, men de var mere positive overfor, at medierne bidrager med supplerende viden i den deliberative rolle, end at medierne aktivt arrangerer borgernes deltagelse i lokalsamfundets demokratiske processer.

Opsummerende viser den landsdækkende opinionsundersøgelse, når det gælder ønsker til og opfattelse af lokal- og regionalmediernes demokratiske orientering:

- 58 procent af danskerne mener, at medierne dækker demokratiets servicedimension, og 68 procent mener, at medierne *skal* dække servicedimensionen (fortælle om skoler, veje eller ældrepleje og anden lokal service).
- 39 procent af danskerne mener, at medierne dækker demokratiets konkurrencedimension, og 50 procent mener, at medierne *skal* dække konkurrencedimensionen (fortælle om lokale politikeres meninger, beslutninger og handlinger).
- 30 procent af danskerne mener, at medierne dækker demokratiets deltagedimension, og 37 procent mener, at medierne *skal* dække deltagedimensionen (engagere og organisere borgerne i løsningen af lokale problemstillinger).
- 16 procent af danskerne mener, at medierne dækker demokratiets deliberative dimension, og 21 procent mener, at medierne *skal* dække den deliberative dimension (formidle viden og løsninger fra andre steder som grundlag for beslutninger i lokalsamfundet).
- Danskerne har i forskellig grad en holdning til mediernes fire demokratiske roller. På spørgsmål om, hvad borgerne ønsker af medierne, steg andelen af "ved ikke"-svar fra 8 procent ved den servicedemokratiske medierolle til 12 procent ved den konkurrencedemokratiske, 13 procent ved den deltagedemokratiske og 17 procent ved mediernes deliberativ-demokratiske rolle.

2.5.3 Tværgående sammenfatning af demokratorientering

Vi har spurgt medierepræsentanter om deres roller i forhold til fire dimensioner ved demokratiet og danskerne om deres opfattelse af og ønsker til lokal- og regionalmediernes demokratiske roller.

- To ud af tre danskere ønsker informationer om viften af lokale servicetilbud som skoler, veje og ældrepleje, mens mediechefer og journalister i dagspressen

fokuserer på svigt i velfærdsinstitutionernes ydelser, fokuserer ugeaviserne på at orientere om mulighederne.

- Kun hver sjette dansker mener, at lokal- og regionalmedierne formidler viden og løsninger til lokalsamfundet, som de finder andre steder, hvilket kan harmonere med, at nogle mediechefer og journalister ikke ser det som deres opgave, mens andre prioriterer den.
- Journalister og mediechefer opfatter primært politikernes uenigheder og standpunkter som "*mellemløbet*", og at kun deres beslutninger har nyhedsinteresse, mens halvdelen af danskerne mener, at lokal- og regionalmedierne "*skal*" dække politikernes meninger, beslutninger og handlinger.

Kapitel 3. Rapportens undersøgelsesmetoder

3.1 Projektets kvalitetsparametre

Nedenfor redegør vi detaljeret for de fem kvalitetsparametre, geografisk fokus, emnemæssigt fokus, bearbejdningsgrad, lokalpatriotisme og demokratisk orientering.

3.1.1 Geografisk fokus

Et centralt kvalitetsparameter ved lokale og regionale medier er de redaktionelle enheders geografiske fokus. Disse medier er geografisk placeret i lokalsamfund, som i mere eller mindre grad kan være til stede i de redaktionelle enheder som et geografisk fokus på lokalområdet, andre lokalområder, regioner i hele landet eller udlandet. Dette geografiske fokus kan begrebsliggøres som generiske frames, der enten er geografisk afgrænsede til dækningsområdet eller geografisk åbne for begivenheder og emner uden for det geografiske dækningsområde.

Forskningen i lokaljournalistik inddrager hyppigt geografisk fokus som et vigtigt modtagerperspektiv. Således viser et aktuelt amerikansk studie fra Pew Research Center, at lokalmedier tager det geografiske fokus meget alvorligt. Undersøgelsen "Local News in a Digital Age" er gået i dybden med den lokale nyhedsstrøm i byerne Denver, Sioux City og Macon. Her viser et entydigt billede, at især lokalaviserne fokuserer deres indsats på det helt nære som et enkelt specifikt nabolag frem for historier om hele byen eller regionen (Pew Research Center, 2015:119). Den norske journalistforsker Birgit Røe Mathisen har i flere omgange undersøgt lokalmediernes rolle og betydning for det geografiske tilhørsforhold. Hun understreger betydningen af lokalmediernes rolle som geografisk bindemiddel og deres bidrag til at opretholde den lokale og regionale kultur (Mathisen, 2013:32).

Geografisk fokus er et kvalitetsparameter, som bygger på et tragtprincip for geografisk nærhed. Tragten rummer de tre områder lokalt, regionalt og nationalt, der hver især kan være en enhed, som inkluderer et "vi". Der er fem geografiske kategorier, hvoraf de tre repræsenterer dette "vi" på lokalt, regionalt og nationalt niveau. De to andre kategorier repræsenterer et andet geografisk udgangspunkt end casekommunerne. Hvis artikler og indslag fx både fokuserer på lokalsamfund, region og nation, kategoriseres enheden under mindste geografiske enhed, hvilket vil sige casekommunerne.

Tabel 27: Geografiske kategorier

Lokalt "vi"	Byen eller kommunen	Lokalt fokus
Regionalt "vi"	Region Syddanmark som helhed	Regionalt fokus
Nationalt "vi"	Danmark som helhed	Nationalt fokus
	Anden lokalitet i eller uden for Danmark	Andet fokus
	Intet specifikt geografisk fokus	

Det betyder, at nyheder, der fx fokuserer på Odense, København eller Rold Skov, geografisk har et "andet" fokus, mens nyheder om regeringen eller landsholdet har et "nationalt fokus" på Danmark som helhed, som borgeren hører til. Kvalitetsparameterets geografiske fokus undersøger med "vi"-perspektivet et områdes synlighed på mediedagsordenen.

3.1.2 Emnemæssigt fokus

Et andet kvalitetsparameter ved nyhedsmediernes indhold er de emner, nyhedsmediernes fokuserer på og prioriterer. I denne rapport anlægger vi et samfundsperspektiv på emner, som er inspireret af amerikanske forskere, der på baggrund af forskningslitteraturen har identificeret et "vitalt informationsbehov" (*Critical Information Needs*) hos det amerikanske samfund og dets indbyggere (Friedland et al., 2012). For lokalsamfund er det den information, som er nødvendig, for at lokalsamfundets medlemmer kan leve et sikkert og sundt liv, som oplyser om muligheder for uddannelse, beskæftigelse og virksomheder, og som giver mulighed for fuld deltagelse i lokalsamfundets civile og demokratiske liv. En empirisk undersøgelse af amerikanske lokalmedier i tre lokalsamfund viser, at cirka halvdelen af alle nyheder opfylder kriterierne for dette vitale informationsbehov (Napoli et al., 2016).

Registret består af otte emner, som afspejler generelle informationsbehov i vestlige demokratier, mens som også afspejler den amerikanske kultur, som de er skabt i og rettet mod. Tilpasset danske forhold er de otte emner: 1) Kriminalitet, blå blink, nødsituationer og risici, 2) Sundhed, 3) Uddannelse, 4) Transport, 5) Miljø og planlægning, 6) Økonomi, 7) Civilsamfund og 8) Politik. De otte kategorier anvendes til at vurdere, hvor meget disse vitale emner fylder i nyhedsmediernes dagsorden.

3.1.3 Journalistisk bearbejdningsgrad

Journalistisk bearbejdningsgrad er et tredje kvalitetsparameter, hvis udgangspunkt er de professionelle journalistiske normer. Perspektivet er derfor afsenderens, og bearbejdningsgraden giver således et billede af, hvilke emner og områder journalister

og medier prioriterer at bruge arbejdsindsats på. Parameteret måler mængden af den journalistiske arbejdsindsats i en nyhed.

Internationalt er journalistisk bearbejdningsgrad blevet anvendt som et kvalitetsparameter i fx projektet "The Quality and Independence of British Journalism" (Lewis et al., 2008), hvor forskere fra Cardiff University bl.a. har analyseret selvstændigheden i bearbejdningen af artikler og indslag i britiske medier. Bearbejdningsgrad indgår også som kvalitetsparameter i projektet "Redaktionel Kvalitet" fra Norge (Olsen, 2006). I denne undersøgelse følger vi specialrapporten "Journalistiske kvaliteter" ved at anvende fire kategorier for øget bearbejdningsgrad. Det er telegramstof, servicejournalistik, rutinejournalistik og fokusjournalistik (Willig et al., 2015).

Telegramstof er typisk noter eller artikler fra nyhedsbureauer, mens servicejournalistik består af leveringer udefra, idet det kan betegnes som en blanding af historier, der kun har været udsat for en begrænset redaktionel bearbejdning som fx omskrevne pressemeddelelser, genbrug på tværs af medier og platforme og historier, hvor medierne agerer talerør for fx en politiker. Rutinejournalistikken fremstår som selvstændige historier, der er produceret af mediet selv, det er typisk fællesstof som begivenheder og politisk uenighed, og det er ofte andre mediers historier, som medierne bygger videre på. Fokusjournalistikken derimod er den klart prioriterede indsats fra redaktionen. Den er overvejende formuleret på journalistens præmisser og har en kritisk vinkel. Typisk er det historier, som medierne og journalisterne selv har snuset op, og som er med til at sætte dagsordenen. Mens de to første kategorier har en betydelig grad af lån og ran, så rummer de sidste to kategorier en betydelig grad af selvproduceret, originalt stof.

3.1.4. Lokalpatriotisk orientering

Lokalpatriotisk orientering som kvalitetsparameter tager udgangspunkt i begreberne magt og identitet ("os"/"dem"). Dette "os" er en parallel til det lokale, regionale eller nationale "vi", der blev beskrevet ovenfor under geografisk fokus. Geografisk patriotisme består i favorisering af et lokalt, regionalt eller nationalt område.

Mathisen skelner i sin undersøgelse af lokalpatriotisme mellem "os" i et geografisk afgrænset lokalområde i periferien og "de andre" i centrum (jf. Mathisen, 2013:98). Mens "vi'et" er en følelse af geografisk tilknytning og fællesskab, kommer lokalpatriotisme til udtryk som handlinger til fordel for det geografiske område og

fællesskab. Lokalmediernes praksis har været betegnet som provinsiel lokalpatriotisme (Lund, 2002), mens en række lokale og regionale lokale medier ikke selv anser sig for lokalpatriotiske (Buch & Svith, 2013). Mathisen (2013) har i en undersøgelse af lokalmediernes dækning af det lokale erhvervsliv i Norge fundet frem til, at lokale virksomheder hovedsageligt dækkes positivt med historier om succesfuld etablering, igangsætning af noget nyt eller nye kontrakter.

Lokalpatriotisme i lokal- og regionalmedier kommer bl.a. til udtryk i måden at frame virkeligheden på. I denne rapport anvendes issue frame-begrebet til at undersøge bias i framingen, dvs. i hvilket omfang lokal- og regionalmedier anvender geografisk favoriserende frames. Medieforskningen har med begrebet issue frame relateret nyhedsmediers indhold til magt frem for sandhed (Entman, 2007). Begrebet "slant" dækker over favorisering af en part over en anden part i en enkel artikel, mens "content bias" dækker over systematisk mediefavorisering af en part på bekostning af andre parter. Et issue frame minder om det, der i det journalistiske fagsprog betegnes som 'vinkel' (Lund, 2004:398). Imidlertid er frame-begrebet teoretisk mere velfunderet i forhold til at analysere nyheder. Ifølge Entman har et issue frame fire funktioner: definere problemer, diagnosticere årsager, foretage moralske domme og foreslå løsninger på problemet (Entman, 1993:52; Entman, 2007:164). En tekst har et issue frame, såfremt der både er angivet et problem og problemets årsager eller dets løsninger i teksten.

Enhver ikke-triviell del af virkeligheden kan udlægges i mindst to frames, hvilket harmonerer med den samfundsvidenskabelige opfattelse af, at der til ethvert fænomen ikke er en givet årsag, men altid en mængde årsager, hvoraf nogle er nære og andre fjerne (Gerring, 2005). Det er med andre ord journalisten, der vælger årsager til et problem og dermed hvilket issue frame, artiklen har.

Vi har specifikt undersøgt synligheden af årsager og løsninger til problemer i nyheder, eller med et andet ord nyhedernes issue frames. I denne rapport består lokalpatriotisme i en favorisering i issue frames af "os i et geografisk område" og en defavorisering af "dem andre steder".

Tabel 28: Issue frames' favorisering og defavorisering

	Problem i nyhed	Årsag(er) i nyhed	Løsning(er) i nyhed
Favorisering af "os"	Ja	Ja, lokaliseret uden for område i geografisk fokus: "Vi er ikke selv skyld i det"	Ja, lokaliseret i området i geografisk fokus: "Vi kan selv klare det"
Defavorisering af "os"	Ja	Ja, lokaliseret i område i geografisk fokus: "Vi er selv skyld i det"	Ja, lokaliseret uden for området i geografisk fokus: "Vi kan ikke selv klare det"
Neutral	Ja	Ja, både i og uden for område	Ja, både i og uden for område

Som det fremgår af ovenstående tabel, er favorisering i et geografisk område synliggørelsen af eksterne årsager til et områdes problemer eller synliggørelsen af interne løsninger på et områdes problemer, fordi området ikke selv er skyld i problemerne eller selv har magt til at løse dem. Det modsatte er tilfældet med defavorisering, hvor nyhederne fremstiller det sådan, at området selv er skyld i problemerne eller ikke er i stand til at løse dem. Såfremt en redaktionel enhed både rummer årsager og løsninger til et problem, kategoriseres artiklen efter, hvad nyheden er vinklet på.

Lokalpatriotisk orientering ligger i spændingsfeltet mellem hensynet til journalistiske normer om objektivitet og hensynet til tilhørsforhold og fællesskab i et lokalområde.

3.1.5. Demokratisk orientering

Lokal- og regionalmediernes demokratiske orientering er det femte kvalitetsparameter. Nyhedsmedier tildeles traditionelt en rolle i demokratiet med at oplyse borgerne og være kritiske over for politiske, økonomiske og kulturelt magtfulde aktører. I denne rapport anvender vi en mere nuanceret opfattelse af det parlamentariske demokrati med demokratidimensionerne service, konkurrence, deltagelse og deliberation.

1) Medierne orienterer sig mod servicedimensionen, når de synliggør velfærdsstatens outputside og individerne som konsumenter af det offentliges (statslig, regional, kommunal) serviceproduktion. Det gælder både tilbud i fx ældrepleje, dagpleje, handicaptilbud, folkeskoler eller ringe kvalitet og svigt i de offentlige institutioners velfærdsydelse.

2) Medierne orienterer sig mod konkurrencedimensionen, når de synliggør individets valgmuligheder ved at fokusere på politiske diskussioner og uenigheder mellem

repræsentanter for partier, foreninger, institutioner eller organisationer. Det er journalistik om kampen mellem det politiske demokratis folkevalgte repræsentanter, om deres holdninger og standpunkter eller at sætte kritisk lys på de folkevalgtes varetagelse af deres opgaver med fokus på løftebrud eller magtmisbrug.

3) Medierne orienterer sig mod deltagedimensionen, når de mobiliserer borgere og faciliterer deltagelse i beslutningsprocesser eller direkte organiserer civilsamfundet gennem fx borgermøder eller medieplatforme i løsningen af problemer eller konflikter.

4) Medierne orienterer sig mod deliberationsdimensionen, når de tilvejebringer det bedste grundlag for beslutninger i samfundet, dvs. tilbyder alternativ viden og løsninger som supplement til de gængse forestillinger i (lokal)samfundet eller faciliterer en dialog, der også inddrager mere oversete synspunkter.

3.2 Undersøgelsens design

Denne rapport anvender kodningsdata fra 2016 fra Jysk Fynske Medier, som tillige bliver benyttet til specialrapporten *Mediefusioners effekter på lokalmediers strategi og indhold*. Mens denne rapport belyser lokal- og regionalmediernes tilstand på et specifikt tidspunkt i foråret 2016, så undersøger fusionsrapporten udviklingen i lokalmedier fra 2014 til 2016. Den giver dermed en tidsmæssig kontekst til denne rapport. Mønsteret i lokal- og regionalmediernes dækning af de tre casekommuner eksisterede også i 2014, for så vidt angår medierne, der senere blev til Jysk Fynske Medier. Udviklingen fra 2014 til 2016 har forstærket mønsteret.

3.2.1 Valg af cases

Region Syddanmark danner den geografiske ramme for valg af cases, fordi området opfylder formål at indeholde et bredt spektrum af lokal- og regionalmedier, der egner sig til undersøgelse af indhold, rolle og betydning. Rapportens tre cases i region Syddanmark er kommunerne Esbjerg, Fredericia og Nordfyn. De tre kommuner er forskellige i størrelse og karakter, hvilket gør dem velegnede til at belyse eventuelle forskelle i mediernes rolle, indhold og betydning (jf. Pew Research Center, 2015).

Kommunestørrelse (2016)

- Esbjerg Kommune er landets femte største med 115.748 indbyggere
- Fredericia er nr. 36 med 50.689 indbyggere
- Nordfyn er nr. 75 med 29.298 indbyggere

Bybefolkning (2015)

- Esbjerg Kommune: Esbjerg er femte største by med 72.050 indbyggere
- Fredericia Kommune: Fredericia er nr. 16 med 40.046 indbyggere
- Nordfyns Kommune: Otterup er nr. 119 med 4.978 indbyggere, mens Bogense med 3.751 indbyggere huser den kommunale administration.

De tre kommuner egner sig til at undersøge problemstillingen, fordi de dækkes af forskellige lokale og regionale typer af medier: dagblad, regionalradio, regional-tv, ugeavis, nyhedssite, lokalradio og lokal-tv.

3.2.2 Valg af lokale og regionale nyhedsmedier

Nyhedsmedierne, der indgår i denne rapport, er strategisk valgt ud fra to kriterier: En af de tre casekommuner skal befinde sig i mediets dækningsområde, og mediets dækningsområde må ikke være landsdækkende. Alle nyhedsmedier, der opfylder

kriterierne, er inkluderet i undersøgelsen, og det har resulteret i 28 nyhedsmedier, hvoraf hovedparten kun dækker en af de tre kommuner; undtagelserne er TV Syd og tvsyd.dk, der dækker Esbjerg og Fredericia, og Skala FM, der dækker alle tre casekommuner. Tabellen nedenfor viser, at de tre casekommuner hver især dækkes af syv forskellige medietyper.

Tabel 29: Nyhedsmedier i de tre casekommuner

	Esbjerg	Fredericia	Nordfyn
Dagblade	Jyske Vestkysten (<i>K</i>)	Fredericia Dagblad (<i>K</i>)	Fyens Stiftstidende (<i>K</i>)
Ugeaviser	Lokalavisen/Esbjerg (<i>K</i>) Ugeavisen Esbjerg (<i>K</i>)	Lokalavisen/Fredericia (<i>K</i>) Elbo Bladet (<i>K</i>)	Lokal Journalen (<i>K</i>) Ugeavisen Nordfyn (<i>K</i>)
Net-nyheder	tvsyd.dk (<i>PS</i>) jv.dk & jv.dk/esbjerg (<i>K</i>)	tvsyd.dk (<i>PS</i>) Fredericia Avisen (<i>K</i>) frdb.dk (<i>K</i>)	tv2fyn.dk (<i>PS</i>) fyens.dk & fyens.dk/nordfyn (<i>K</i>)
Lokalradio	Radio Globus (<i>K</i>) Skala FM (<i>K</i>)	Radio Mælkebøtten (<i>IK</i>) Radio VLR/Fredericia (<i>K</i>) Skala FM (<i>K</i>)	Radio Nordfyn (<i>IK</i>) Skala FM (<i>K</i>)
Lokal-tv	TV Esbjerg (<i>K</i>)	DanmarkC TV (<i>IK</i>)	Fynbo tv (<i>K</i>)
Regional-radio	P4 Esbjerg (<i>PS</i>)	P4 Trekanten (<i>PS</i>)	P4 Fyn (<i>PS</i>)
Regional-tv	TV Syd (<i>PS</i>)	TV Syd (<i>PS</i>)	TV 2 Fyn (<i>PS</i>)

Note: *PS*=Public Service, *K*=Kommerciel, *IK*=Ikke-kommerciel

Udvalget af lokal- og regionalmedier giver en undersøgelse af et dækkende udbud af nyheder og opinionsartikler i de tre lokalområder.

3.2.3 Valg af ugedage

Data fra lokal- og regionalmedierne er indsamlet på ugedage, der er valgt ud fra hensynet til repræsentativitet og tilstrækkelighed. Det er sikret gennem konstruktion af en uge, der består af forskellige ugedage i løbende uger for at minimere risikoen for, at enkelte sager fylder uhensigtsmæssigt meget, eller at der skal være en systematisk skævhed i udvalget (jf. Andersen & Larsen, 2016). For enkelte medier har de udvalgte dage ikke været tilgængelige, og de er erstattet af andre dage. Tilstrækkeligheden er sikret gennem valg af redaktionelle enheder fra fire dage, som det fremgår af nedenstående tabel.

Tabel 30: Ugedage i 2016

	Uge 7	Uge 8	Uge 9	Uge 10
Dagblade, lokal-tv, lokalradio, regional-tv, regionalradio, webmedie	Fredag 19.2.16	Mandag 22.2.16	Tirsdag 1.3.16	Onsdag 9.3.16
Ugeaviser	1	1	1	1

For ugeavisen Nordfyn erstattes uge 8 med uge 12. For Radio VLR erstattes 19.2. og 22.2. med 12.4.16 og 13.4.16. Radio Nordfyn har kun udsendelse søndag.

Indsamlingsprincipperne og tilgængeligheden i 2016 har givet et datamateriale, der er repræsentativt tilstrækkeligt til at belyse problemstillingen.

3.2.4 Valg af enheder i nyhedsmedier

I trykte dagblade er der foretaget en udvælgelse af nyheder og opinion ud fra det geografiske tragtpincip. Nederst i tragten er der avissider eksplicit rubriceret som lokalsider om "Esbjerg", "Fredericia" eller "Nordfyn". Midt i tragten er der avissider rubriceret som "Regionalt". Øverst i tragten er der sider af national eller international karakter rubriceret som fx "Indland", "Udland", "Kultur", "Erhverv" eller "Sport". For de trykte dagblade ekskluderes derved sider rubriceret som andre lokalsamfund eller kommuner som fx Middelfart, Ribe, Odense eller Faaborg-Midtfyn. I dagbladene er desuden inkluderet opinionsartikler, der består af ledere, klummer, kommentarer, blogs lavet af mediets egne skribenter og fx læserbreve, debatindlæg og kronikker af medieeksterne skribenter. I dagbladene er tv-omtaler, fødselsdagsomtaler og andet småstof, som ikke har karakter af en journalistisk note, ikke medtaget i datasættet.

For websites anvendes tillige tragtprincippet, hvilket vil sige, at nederst i tragten indsamles nyheder fra undersites med de tre casekommuner, og øverst i tragten er mediets hovedsite. Den mere specifikke udvælgelse fremgår af tabellen.

Tabel 31: Enheder i nyhedsmedierne

Medietype	Redaktionelle enheder
Lokalradio og lokal-tv Regional-tv	Alle redaktionelle enheder i nyhedsudsendelser Alle redaktionelle enheder i 19.30/22.25-nyhedsudsendelser (fredag ingen 22.25-udsendelse)
Regionalradio	Alle redaktionelle enheder i nyhedsudsendelser 6.30-17.30
Ugeaviser	Alle redaktionelle enheder
Trykt dagblad	Papiravisens generelle (første) del og specifikke del om enten Esbjerg, Fredericia eller Nordfyn
Website	Alle redaktionelle enheder ca. kl. 20 på hovedsite og undersite: - jv.dk og jv.dk/esbjerg - fyens.dk og fyens.dk/nordfyn - tvsyd.dk og tvsyd.dk/esbjerg og tvsyd.dk/fredericia - tv2fyn.dk og tv2fyn/nordfyn

Det redaktionelle indhold består af nyheder og opinion. Nyheder er fx beskrivelser/rapporteringer fra aktuelle begivenheder, baggrunde, nyhedsanalyser, interview, reportager, portrætter og noter. Opinion består af ledere, klummer, kommentarer, blogs lavet af mediets egne skribenter og fx læserbreve, debatindlæg og kronikker af medieeksterne skribenter. Ekskluderet er tv-omtaler, fødselsdagsomtaler og andet småstof, som ikke har karakter af en journalistisk note.

3.2.5 Valg af medierepræsentanter

Informanterne er valgt strategisk som repræsentanter for nyhedsmedier, der dækker de tre casekommuner. Herefter er udvalgt journalister eller lokalredaktører, som havde ansvar for en eller flere af de tre casekommuner. Der er foretaget 30 interview med journalister, fire med redaktører og fem med bestyrelsesmedlemmer om nyhedsmediernes rolle. Af de 28 nyhedsmedier nævnt ovenfor er der ikke foretaget specifikke interview med repræsentanter fra frdb.dk, fyens.dk, fyens.dk/Nordfyn og Fredericia Avisen.

3.2.6 Valg af borgere til fokusgruppeinterview

Undersøgelsen af brugere/borgeres attituder og adfærd i relation til lokal- og regionalmedier foretages ved hjælp af fokusgruppeinterview med strategisk udvalgte brugere med en geografisk, demografisk og social spredning. Informanter til fokusgrupperne blev rekrutteret via Facebook eller hjemmesider for lokale foreninger

og institutioner som fx idrætsforeninger, Ældre Sagen, skolebestyrelser og Venligboerne, og de skulle være bosiddende i én af de tre casekommuner. Fokusgrupperne består dermed af borgere med et særligt engagement i deres lokalområde som fodboldtræner, skolebestyrelsesmedlem eller frivillig i Ældre Sagen. Undersøgelser viser, at brug af lokale nyhedsmedier øger dette lokale engagement (Nielsen, 2015a:15; Wang, 2016).

Der blev etableret tre fokusgrupper i henholdsvis Esbjerg, Fredericia og Nordfyn.

- En gruppe af borgere med klar demografisk spredning
- Yngre familie med hjemmeboende børn (kun en fra hver familie)
- Ældre familie uden hjemmeboende børn (kun en fra hver familie)

De ni fokusgruppeinterview blev foretaget fra 30. november 2015 til 19. januar 2016. Fokusgrupperne skulle hver have bestået af seks til otte informanter, men i praksis var der i gennemsnit 5,4 deltagere pr. fokusgruppe.

Fokusgruppeinterview med borgere giver på den ene side mulighed for at komme i dybden med borgernes vurdering af og tilfredshed med, hvordan lokal- og regionalmediernes indhold *er*, og på den anden side borgernes krav, forventninger og ønsker til lokal- og regionalmedier, altså hvordan de ifølge borgernes vurdering *bør* være. Fokusgruppeinterview anvendes i undersøgelsen til at informere udformningen af den efterfølgende opinionsmåling og til at sætte ord på tendenser fundet i opinionsmålingen.

3.2.7 Valg af danskere – opinionsmåling

Undersøgelsen af brugere/borgeres holdninger og adfærd i relation til lokal- og regionalmedier er foretaget som en national befolkningsundersøgelse med en oversampling af respondenter fra de tre casekommuner. Opinionsmålingen er foretaget af TNS Gallup baseret på telefoninterview med henblik på en repræsentativ undersøgelse af befolkningen over 15 år (CATI-interview via Index Danmark/Gallup). Opinionsmålingen har 2.172 respondenter, heraf 223 fra de tre casekommuner. Målingen blev foretaget i maj 2016. Opinionsmålingen giver et indblik i danskernes generelle holdning til lokal- og regionalmedier og specifikt et indblik i holdningen hos borgerne i kommunerne Esbjerg, Fredericia og Nordfyn. Dermed giver opinionsmålingen tillige et indblik i, om borgerne i de tre casekommuner afviger fra

danskerne i de øvrige danske kommuner. Refereres resultater, hvor samtlige respondenter fra opinionsmålingen indgår, anvendes betegnelsen "danskerne", mens betegnelsen "borgere" anvendes om respondenter i de tre casekommuner.

3.2.8 Valg af Facebook-sider

Udgangspunktet for undersøgelsen af Facebooks rolle er de samme områder som i den øvrige undersøgelse. Der blev i undersøgelsens indledende fase lokaliseret relevante Facebook-sider for lokale og regionale medier fra den øvrige undersøgelse. Ikke alle medieaktører havde Facebook-sider. På den anden side havde flere medier både deres egne generelle Facebook-sider samt specialsider for særligt populære og relevante programmer, fx Morgenministeriet fra Skala FM, Dynebanden fra Radio VLR og Vækkelsesprædikanterne fra Radio Globus. Desuden er kommunale Facebook-sider for Fredericia, Esbjerg og Nordfyn inkluderet, ligesom to uafhængige Facebook-grupper, Mit Esbjerg og Vores Nordfyn, er med i undersøgelsen.

Tabel 32: Facebook-sider

	Esbjerg	Fredericia	Nordfyn
Nyheds-medier	Jyske Vestkysten Lokalavisen/Esbjerg Ugeavisen Esbjerg Radio Globus Vækkelsesprædikanterne Morgenministeriet Skala FM P4 Esbjerg P4 Syd TV Syd	Fredericia Dagblad Lokalavisen/Fredericia Radio Mælkebøtten Radio VLR/Fredericia Dynebanden Morgenministeriet Skala FM VLR Workzone DanmarkC TV P4 Trekanten TV Syd	Vores Nordfyn Fyens.dk Morgenministeriet Skala FM P4 Fyn TV 2 Fyn
Offentlige	Esbjerg Kommune Mit Esbjerg	Fredericia Kommune	Nordfyns Kommune
Andre	Mit Esbjerg		Vores Nordfyn

Facebook-siderne er valgt ud fra deres fokus på de tre casekommuner, på vitale informationsemner og med størst aktivitet, hvilket indebærer, at Facebook-sider relateret til sportsklubber er fravalgt.

3.3 Datakonstruktion

Undersøgelsen bygger på data, der er blevet til gennem kondensering af kvalitative interview, opinionsmåling med kvantitative interview, kodning af det redaktionelle indhold i regionale og lokale nyhedsmedier og kodning af indlæg på Facebook.

3.3.1 Interview og opinionsmåling

Alle kvalitative interview er foretaget som semistrukturerede interview baseret på forskellige interviewguides. Guiden består af spørgsmål relateret til mediernes rolle, indhold og betydning. Den er udformet i fire forskellige versioner tilpasset journalister, chefredaktører, administrerende direktører og bestyrelsesmedlemmer og endelig borgerne i fokusgrupperne. Efter de første seks interview blev interviewguiden tilpasset, hvorefter de første seks informanter blev kontaktet igen. Hensigten er at afdække, hvordan chefer og journalister dels begrundet lokal- og regionalmediernes organisering og produktion af medieindhold, dels opfatter mediets faktiske og tilstræbte indhold, rolle og betydning. Dels afdækkes medierepræsentanternes positionering i forhold til de fem skitserede kvalitetskriterier

De semistrukturerede interviewdata er transskriberet med undtagelse af to fokusgruppeinterview, hvor der er anvendt noter.

Interviewdata består af 1.046 normalsiders udskrift, der er importeret i det kvalitative analyseprogram Nvivo. Interviewene er først kodet efter spørgsmålsnumre i interviewguiden. Dernæst er svarene på to eller flere spørgsmål kondenseret (jf. Kvale, 1997:192-197) med henblik på at belyse de fem kvalitetsparametre. Konstruktionen af medierepræsentanternes positioneringer baserer sig på anvendelse af displays (Dahler-Larsen, 2010).

Opinionsmålingen består af 35 spørgsmål om danskernes geografiske tilknytning og deres mediebrug samt spørgsmål om danskernes viden om og holdning til den journalistiske bearbejdningsgrad, den lokalpatriotiske orientering og den demokratiske orientering. Respondenterne er blevet opfordret til at tænke på de lokale og regionale aviser, radio- og tv-stationer og disses internetsider, som de har benyttet i den seneste uge, når de bliver spurgt om deres holdning til de lokale medier. Vi anvender opinionsmålingen til at undersøge borgerne i de tre casekommuner, og hvordan de harmonerer med det resterende Danmark, som derfor betegnes som "Øvrige kommuner". Svar fra alle danskere i opinionsmålingen betegnes "Danmark".

3.3.2 Redaktionelt indhold

Kodning er en konstruktion af data foretaget af kodere. I vores undersøgelse af fire studentermedhjælpere. Interreliabiliteten tester, hvor gode koderne er til at kode nyheder og opinionsstof på en ensartet måde, og dermed, hvor pålidelige kodningsdata er. Metodebøger anbefaler, at der ikke bør laves indholdsanalyser, der bygger på kodning, uden test af kodningens reliabilitet. Kodning af de redaktionelle enheder fra 2016 er foretaget af de samme fire kodere. De blev trænet i kodning af nyheder og opinion, og kodeguiden blev præciseret, indtil testkodningen opnåede en tilstrækkelig høj kvalitet. Pålideligheden af testkodningen blev testet ved hjælp af Krippendorffs Alpha, der er et konservativt mål for overensstemmelse mellem kodninger.

Tabel 33: Interkoderreliabilitet af variable

Variabel	Krippendorffs Alpha
Antal ord	0,95
Side i avis	0,99
Geografisk fokus	0,87
Prioritering på side	0,82
Bearbejdning	0,83
Genre	0,77
Emne	0,71
Issue frame	0,69

Ifølge Krippendorff skal kvotienten være større end 0,67 for at give anvendelige data, og større end 0,8 giver det gode data (2004:241). Pålidelighedstesten er relativt streng sammenlignet med fx Cronbach's Alpha, der for lavest scorende variabel, issue frame-favorisering, viser 0,87. Kodningen af det redaktionelle indhold er med andre ord tilstrækkelig pålidelig til at belyse de to problemstillinger. Alle enheder er efterfølgende kodet ud fra den endelige kodeguide (se bilag).

Den kvantitative analyse af de godt 4.537 enheder er foretaget som frekvenstabeller og krydstabeller med beregning af statistisk signifikans på primært et 0,05-niveau (95%) og sekundært på et 0,1-niveau (90%). Når begge niveauer anvendes, er det fordi, det forekommer som en relevant oplysning, at man ved 90% har ret i 9 ud af 10 tilfælde, når man generaliserer en forskel i stikprøven til populationen, frem for at forskellen alene fremstår som usikkerhed ved stikprøveundersøgelsen.

Undersøgelsen af kvalitetsparametrene anvender forskellige udsnit af de kodede enheder. Det skyldes, at artikler og indslag uden relevant geografisk fokus (1.506 enheder) af ressourcehensyn ikke indgår i undersøgelsen af emnemæssigt fokus, journalistisk bearbejdningsgrad og lokalpatriotisme. Opinionsartikler indgår logisk nok ikke i undersøgelsen af journalistisk bearbejdningsgrad og lokalpatriotisme. Endelig indgår små artikler med færre end 100 ord ikke i undersøgelsen af lokalpatriotisme, fordi issue frames er mindre til stede i små enheder, og kodningen bliver mindre pålidelig.

Tabel 34: Kodede nyheder og opinionsartikler

	Nyheder	Opinion	Total	Total
Artikler og indslag med fokus på Esbjerg, Fredericia og Nordfyn kommuner, Region Syddanmark eller Danmark som helhed	2846 ^c	185	3031 ^b	67%
Heraf artikler med flere end 100 ord eller indslag uden ordtælling	2212 ^d			
Artikler og indslag uden fokus eller med fokus på anden lokalitet end ovennævnte			1506	33%
Artikler i alt			4537 ^a	100%

- a) Anvendt i geografisk fokus
 b) Anvendt i emnemæssigt fokus
 c) Anvendt i journalistisk bearbejdning
 d) Anvendt i lokalpatriotisme

3.3.3 Facebook

Relationen mellem lokal- og regionalmedier og borgernes/brugernes adfærd på Facebook undersøges gennem analyser af lokale og regionale mediers aktiviteter på Facebook og på borgernes kommentarer med henblik på at afdække feedbackmekanismer i forhold til de lokale og regionale mediers hovedprodukt samt tilhørende websider.

Som vist i tabellen blev der identificeret 25 Facebook-sider, hvis indhold blev høstet i en periode på 2 måneder, fra 1. februar til 31. marts 2016. Dette foregik ved hjælp af teknologien Digital Footprints, udviklet på Aarhus Universitet (www.digitalfootprints.dk), som tillader høst af data fra offentlige Facebook-sider.

Datamaterialet omfatter såvel opdateringer eller historier fra mediet selv (N=4658 i perioden) og kommentarer fra brugerne/borgerne (N=92000 i perioden).

Desuden var der opslag fra brugerne direkte på Facebook-siderne. Imidlertid tillader ikke alle siderne denne mulighed, og af tekniske grunde kan opslagene ikke knyttes unikt til et bestemt medie. Dertil kommer, at en eksplorativ læsning afslørede, at mange sådanne opslag havde karakter af spam og under alle omstændigheder oftest adskilte sig væsentligt substantielt fra de øvrige opslag. De er derfor ikke medtaget i den egentlige analyse, men berøres i den afsluttende kvalitative diskussion af datamaterialet.

Analysen af data muliggør en udvidet analyse af dagsordensfastsættelsen på sociale medier og af, hvorledes den måtte adskille sig fra det øvrige medielandskab.. Der er stadig flere eksempler på, at borgere via sociale medier har held til at skabe alternative dagsordener eller bringer sager op, der ikke har fundet vej til de mere etablerede medier. Ofte tages tråden dog op her, således at de sociale mediers dagsordensmæssige gennemslagskraft i høj grad finder sted i samspil med andre medier. I denne forbindelse undersøges tværmedialiteten, dvs. i hvilket omfang sociale medier bruges til at linke til eller omtale historier fra øvrige medier.

Analysen foregår i to dele. Mediernes opdateringer er umiddelbart sammenlignelige med øvrige nyhedshistorier. Derfor vil disse blive analyseret med henblik på emner, lokal tilknytning osv. Borgernes kommentarer kan derimod bruges til at sige noget om alternativ dagsordensfastsættelse, demokratisk dialog og følelsen af lokal og mediemæssig tilknytning. Tilsammen kan de to aspekter belyse sociale mediers rolle i forhold til de teoretiske diskussioner og aktuelle demokratiske problemstillinger, der blev skitseret ovenfor.

På grund af datamaterialets størrelse var det nødvendigt at udvælge en stikprøve til den detaljerede kodning og indholdsanalyse. Der er fra datasættet tilfældigt udvalgt 1.499 opdateringer fra medierne og 1.500 kommentarer fra borgerne. De sidstnævnte er udvalgt ud fra kontekst, dvs. at de er klynget i forhold til en given opdatering, således at man får alle kommentarer med til en bestemt opdatering. Dette er nødvendigt for at kunne forstå indlægget og kode det i en kontekst, men det betyder også, at enkelte opslag, som genererede mange kommentarer, fylder forholdsvis meget i datasættet. Som sagt blev der anvendt forskellige kodeskemaer til henholdsvis opdateringer og kommentarer. Kodeskemaerne kan ses i bilagene.

Tabellen viser fordelingen af opdateringer på Facebook fra de medier, der er inkluderet i undersøgelsen. DR's regionale kanaler, TV Syd og de to store aviser Jydske Vestkysten og Fyens Stiftstidende tegner sig hver for mellem 7 og 11 procent af opdateringerne.

Næst efter kommer de to Fredericia-medier, Lokalavisen Fredericia og Fredericia Dagblad. Lokalradiostationerne og de kommunale Facebook-sider fylder i opdateringerne meget lidt.

Tabel 35: Mediernes historier på Facebook

	Antal	Andel
DanmarkC TV	67	4,5%
DR P4 Fyn	137	9,1%
DR P4 Syd og Esbjerg	116	7,7%
DR P4 Trekanten	101	6,7%
Dynebanden	28	1,9%
Esbjerg Kommune	10	0,7%
Fredericia Dagblad	108	7,2%
Fredericia Kommune	17	1,1%
Fyens.dk	133	8,9%
JydskeVestkysten	161	10,7%
Lokalavisen Esbjerg	99	6,6%
Lokalavisen Fredericia	85	5,7%
Mit Esbjerg	3	0,2%
Morgenministeriet Skala FM	15	1%
Nordfyn	5	0,3%
Radio Globus	2	0,1%
Radio Globus - Vækkelsesprædikanterne	32	2,1%
Radio Mælkebøtten	2	0,1%
Radio VLR	4	0,3%
skala.fm	18	1,2%
TV 2/FYN	153	10,2%
TV SYD	158	10,5%
Ugeavisen Esbjerg	17	1,1%
VLR Workzone	12	0,8%
Vores Nordfyn	16	1,1%
Total	1499	100%

440 af enhederne er fra medier, der dækker Esbjerg, 424 fra medier, der dækker Fredericia, og 444 fra medier, der dækker Nordfyn. TV Syd, der dækker Esbjerg og Fredericia, er meget aktive med 158 opdateringer. De sidste 33 kommer alle fra Skala.fm, der dækker alle tre casekommuner, men ikke hører til de mest aktive på Facebook.

Der blev i forbindelse med kodningen foretaget test af interkoderreliabiliteten mellem den ansvarlige forsker og studentermedhjælperen, der stod for kodningen. En initial test viste en reliabilitet, målt ved Cronbach's Alpha, på 0,65. Efterfølgende møder og

afstemning af kodningskriterier bragte værdien op på 0,98, hvilket må betegnes som meget højt.

Litteraturliste

- Andersen, Kim & Erik Gahner Larsen (2016). Hvilken periode skal analyseres? Uge 46 som dataindsamlingsstrategi i journalistikforskningen, *Journalistica* 1, 2016.
- Albæk, Erik, Arjen van Dalen, Signe Pihl-Thingvad, Morten Skovsgaard & Claes de Vreese (2015). *Den danske journalist. Værdier, produktion indhold*, Odense: Syddansk Universitetsforlag
- Baekgaard, Martin, Carsten Jensen, Peter B. Mortensen, og Søren Serritzlew (2014). "Local News Media and Voter Turnout", *Local Government Studies*, 40(4): 1-15. doi:10.1080/03003930.2013.834253
- Baines, David (2012). "Hyper-local news: A glue to hold rural communities together?", *Local Economy*, 27(2) 152-166, <http://lec.sagepub.com/content/27/2/152.full.pdf+html>
- Buch, Roger & Flemming Svith (2013). "Hvordan trives ytringsfriheden i det regionale demokrati?", s. 115-142 i Ejvind Hansen (red.). *Ytringsfrihed til forhandling*, Hans Reitzels Forlag
- Dahler-Larsen, Peter (2010). "Display", s. 192-214 i Andersen, Lotte Bøgh, Kasper Møller Hansen og Robert Klemmensen (red.). *Metoder i statskundskab*, København: Hans Reitzels Forlag
- De lokale Ugeaviser (2010). *Det lokale værdi- og aktørfællesskab*, De lokale Ugeaviser
- de Vreese, C. H. (2005). "News framing: Theory and typology", *Information Design Journal + Document Design*, 13 (1), 48-59
- Entman, Robert M. (1993). "Framing. Toward Clarification of a Fractured Paradigm", in *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4, 51-58
- Entman, Robert M. (2007). "Framing bias: Media in the distribution of power", in *Journal of Communication*, 57(1), 163-173
- Explora (2007). *Hvordan og hvorfor læses ugeaviserne*, <http://www.delokaleugeaviser.dk/cgi-files/mdmgfx/file-615-193749-11049.pdf>
- Explora (2011). *Den lokale tilknytning: Lokalisme*, <http://www.delokaleugeaviser.dk/cgi-files/mdmgfx/file-615-369184-23065.pdf>
- Friedland, L., Napoli, P., Ognyanova, K., Weil, C., & Wilson III, E.J. (16. juli 2012). *Review of the literature regarding critical information needs of the American public*, [FCC submission]. Retrieved from Federal Communication Commission website: http://transition.fcc.gov/bureaus/ocbo/Final_Literature_Review.pdf
- Gerring, John (2005). "Causation: A Unified Framework for the Social Sciences", *Journal of Theoretical Politics*, vol. 17, nr. 2, 163-198
- Jauert, Per, Hans-Peter Degn, Anders Taylor Hansen & Katrine Broe Sørensen (2013). *Forslag til ny ikke-kommerciel lokalradio og -tv-ordning. Baggrundsrapport til Kulturstyrelsen*, Kulturstyrelsen: http://www.kulturstyrelsen.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/KS/medier/radio/Tilskud/Korrigeret_baggrundsrapport_Per_Jau

Jensen, Jakob Linnaa. (2016). "The Social Sharing of News: Gatekeeping and Opinion Leadership on Twitter", s. 142-161 i Jakob Linnaa Jensen, Mette Mortensen, Jacob Ørmen (edt.). *News Across Media: Production, Distribution and Consumption*, London: Routledge

Katz, Elihu, Jay G. Blumler & Michael Gurevitch (1973). "Uses and Gratifications Research", *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 37, No. 4 (Winter, 1973-1974), 509-523

Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An introduction to its methodology*, second Edition. Thousand Oaks, CA: Sage

Kvale, Steiner (1997). *Interview, en introduktion til det kvalitative forskningsinterview*, København: Hans Reitzel

Lewis, Justin, Andrew Williams & Bob Franklin (2008): "A compromised Fourth Estate?", *Journalism Studies*, 9 (1), 1-20

Lund, Anker Brink (2002). *Den redigerende magt – nyhedsinstitutionens politiske indflydelse*, Århus: Århus Universitetsforlag

Lund, Anker Brink (2004). "Mediernes magt – magten over medierne", i *Politica*, nr. 36, 393-406

Lund, Anker Brink (2010). "De lokale nyhedsmedier og kommunikationsstrategien", Kommunernes Jubilæumsfond:
http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAAahUKEwjdxuCXoLDHahVJ1SwKHV8RDnY&url=http%3A%2F%2Fwww.kl.dk%2FImageVaultFiles%2Fid_41050%2Fcf_202%2FDe_lokale_nyhedsmedier_og_kommunikationsstrategien.PDF&ei=ouXRVd3tM8mqswHforiwBw&usq=AFQjCNEV9F19KwbBcCLVgMUuuLFRDct0UQ&sig2=136mkkiu7IdifbL1FB-ZuA&bvm=bv.99804247,d.bGg

Lund, Anker Brink, Ida Willig & Mark Blach-Ørsten (red.)(2009). *Hvor kommer nyhederne fra? Den journalistiske fødekæde i Danmark før og nu*, Århus: Ajour

Mathisen, Birgit Røe (2013). *Gladsaker og suksess historier. En sosiologisk analyse av lokal næringslivsjournalistikk i spenning mellom lokalpatriotisme og granskningsoppdrag*, Universitetet i Nordland:
http://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/id/92814/Mathisen_BR.pdf

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

Napoli, Philip M., Sarah Stonbely, Kathleen McCollough & Bryce Renninger (2015). *Assessing the Health of Local Journalism Ecosystems: A Comparative Analysis of Three New Jersey Communities*, Rutgers: http://wp.comminfo.rutgers.edu/mpii-new/wp-content/uploads/sites/129/2015/06/Assessing-Local-Journalism_Final-Draft-6.23.15.pdf

Napoli, Philip M., Sarah Stonbely, Kathleen McCollough, & Bryce Renninger (2016). *Local Journalism and the Information needs of Local Communities*, Journalism Practice <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2016.1146625>

Nielsen, Rasmus Kleis (2015). "Introduction: The Uncertain Future of Local Journalism", 1-25 in Rasmus Kleis Nielsen (edt.). *Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media*, London: I.B.Tauris & Co. Ltd.

Obelitz, Mette, Mette Bryde Rydal & Ida Klausen (2015). *Medier som relationsskaber*, De lokale Ugeaviser, <http://www.delokaleugeaviser.dk/cgi-files/mdmgfx/file-615-482163-16800.pdf>

Olsen, Ragnhild (2006). *Måling av redaksjonell kvalitet*, Fredrikstad: Institut for journalistikk

Pew Research Center (2015). *Local News in a Digital Age*, <http://www.journalism.org/2015/03/05/local-news-in-a-digital-age/>

Schrøder, Kim (2010). "Danskernes brug af nyhedsmedier: et nyt landkort. En pejling af danskernes navigation i nyhedsuniverset", *Journalistica*, 1, 2010. s. 8-37

Skovsgaard, Morten, Erik Albæk, Peter Bro & Claes de Vreese (2012). "Media Professionals or Organizational Marionettes? Professional Values and Constraints of Danish Journalists", s. 155-170 in David Weaver & Lars Willnat (eds.). *The Global Journalist in the 21st century*, New York: Routledge

Strömbäck, Jesper (2005). "In search of a standard: four models of democracy and their normative implications for Journalism", in *Journalism Studies*, Volume 6, no. 3, 2005, s. 331-345

Svith, Flemming (2006). "Kvalitet i journalistik", *Journalistica*, nr. 3, s. 45-64

Svith, Flemming (2013). *Journalism – neo-modern and deliberative. An alternative journalistic approach*, Paper presenteret på 3rd World Journalism Education Congress WJEC-3, 4. juli 2013

Wang, Shan (2016). *Avid consumers of local news are often also more engaged members of their local communities*, <http://www.niemanlab.org/2016/11/avid-consumers-of-local-news-are-often-also-more-engaged-members-of-their-local-communities/>

Willig, Ida, Mark Blach-Ørsten, Jannie Møller & Hartley Sofie Flensburg (2015). *Journalistiske kvaliteter 1999-2014*. Specialrapport, Kulturstyrelsen, www.kulturstyrelsen.dk/medieudviklingen