



Lokaldemokrati, sosiale medier og kommunesammenslåinger

Eiri.Elvestad@usn.no

Hva har internett og sosial medier gjort med oss som mediebrukere og samfunnsborgere?

Hvordan får internett og sosiale medier betydning for lokaldemokratiet?

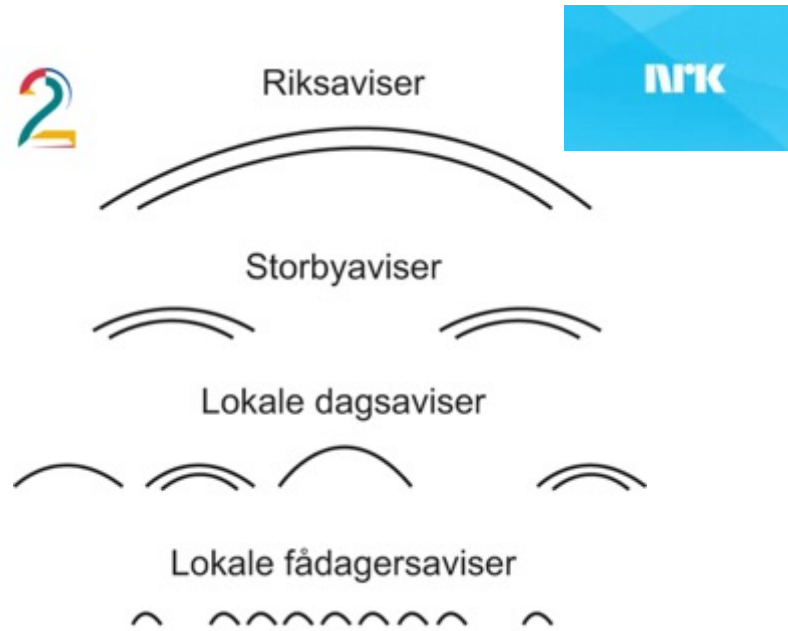
Hvilken rolle kan lokale medier spille i kommuner som sammenslås?

Myter om nyhetsmediepublikum

- Nå er vi alle blitt globale
- Personaliseringen av nyhetsmedier fører til at vi får den informasjonen vi trenger – det vi trenger kommer til oss!
- Nå er vi alle journalister
- Vi har mistet tilliten til mediene
- De «digitale innfødte» vil revolusjonere vår nyhetsmediebruk
- Fellesskap i sosiale medier erstatter tradisjonell journalistikk sin rolle i forhold til integrering og demokrati i lokalsamfunn



Det norske mediasystemet – en styrke for demokratiet



227 aviser og 186 utgiversteder

- Nordmenn lever i informasjonsrike omgivelser
- Vanskelig å slippe unna nyheter
- Selv de med liten interesse for politikk, har ganske gode kunnskaper
- Selv blant unge voksne i Norge leser majoriteten aviser (først og fremst på nett)
- Ganske høy tillit i befolkningen og ganske høy tillit til mediene

Hvordan bli kjent med kommunen via Facebook

The screenshot shows the Facebook interface for a public group named "Kommunesammenslåing - Sande/Holmestrand/Hof". The page features a search bar at the top, a navigation menu on the left with options like "Diskusjon", "Medlemmer", and "Arrangementer", and a main content area displaying a grid of colorful municipal coats of arms. Below the grid, there is a post by "Eivars Erik Rjorane" with a text update and a map of the region.

The screenshot shows the Facebook profile of "Alf Johan Svele". The profile includes a cover photo, a profile picture, and a bio. Below the bio, there is a "Presentasjon" section with a list of items, including "Har jobbet for Lokalpolitikker" and "Har jobbet for Holmestrand kommune". A post from January 14th is visible, mentioning a "fantastisk feiring" and "åpning av fjellheisen". The bottom of the page shows a group page for "Holmestrand før og nå" with a scenic photo of a harbor.

Utfordringer i forhold til å spre lokal informasjon og skape debatt gjennom sosiale medier

- Fortsatt ikke slik at alle bruker (de samme) sosiale medier
- Lettere å søke til bobler av likesinnede
- Sosiale medier, som Facebook er først og fremst et sted man er privatperson (gjelder også lokalpolitikere)
- Algoritmer på Facebook styrer det vi ser i strømmen av alt som spres
 - Man kan betale for å nå mange, men er det en styrke for demokratiet?
- Sosiale medier gjør ikke at vi ikke lenger trenger journalister og journalistikk
 - Vi trenger informasjon om det som skjer i en kommune som dekker flere syn i en sak, som kan være kritisk til kommunestyre, politikere, kommuneadministrasjon og andre aktører i lokalsamfunnet
 - Saker som deles og saker som skaper engasjement har ofte sitt utspring i saker fra de tradisjonelle/journalistiske mediene

Medier og lokaldemokrati

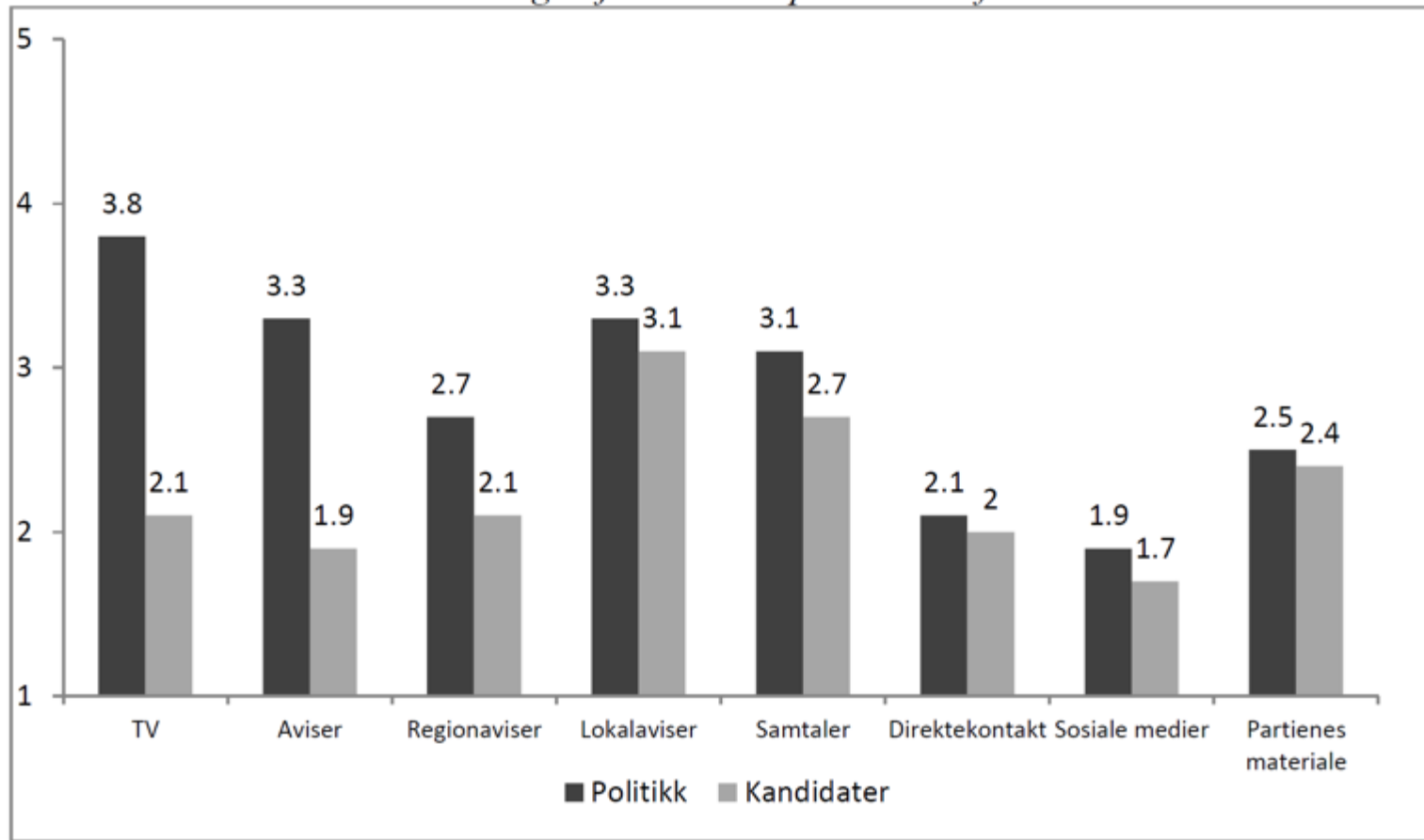
Lokalvalget 2015 som eksempel

Tabell 4 Andel som benyttet en mediekanal for nyheter om valgkampen siste uke i valgkampen etter kommunistørrelse

	<10 000	10 001 - 20 000	20 001 - 60 000	60 000+	Diff
NRK TV	59	63	65	64	-4
NRK Radio	56	53	54	53	3
Din lokalavis	47	49	62	33	14
TV 2	40	43	44	36	4
NRK distriktssendinger	40	31	33	29	11
VG	25	28	29	30	-5
Aftenposten	15	21	25	34	-19
Regionavis (BT, Adressa og andre)	25	26	19	31	-6
Facebook	23	26	25	26	-3
Dagbladet	18	23	22	25	-6
Riksdekkende meningsbærende aviser	12	8	15	16	-4
Andre radiokanaler	10	15	16	12	-2
Dagsavisen	2	3	4	6	-4
Twitter	3	2	3	5	-2
N	299	258	472	720	

Kilde: Karlsen, 2017

Figur 3 Hvor viktig er ulike kilder for informasjon om politiske spørsmål og for informasjon om kandidatene som stiller til valg? Gjennomsnitt på en skala fra 1-5.



Kilde:
Karlsen,
2017

Kan deltakelse i lokalavis og vennenettverk forklare antall personstemmer?

Eiri Elvestad og Marius Rhode Johannessen, (2017). «Facebook and local newspapers' effect on local politicians' popularity», *Northern Lights*.

Om studien

- Studie av 605 listekandidater i 2 mellomstore norske kommuner med egen lokalavis (på nett og papir) i lokalvalgkampen i 2015

Politikernes deltakelse i lokalavis. Prosent.

	Mer enn 15 ganger	6-15 ganger	2-5 ganger	En gang	Aldri	Total
Politiker nevnt i en nyhetssak eller leserbrev i lokalavis (papirutgaven)	6	9	14	20	51	100 (604)
Politiker nevnt i en nyhetssak eller leserbrev i lokalavis (nettutgaven)	3	6	11	11	69	100 (604)
Antall ganger i lokalavis på nett og/eller på papir	9	9	18	15	49	100 (603)

Facebookdeltakelse blant politikerne. Prosent.

	Ja	Nei	Total (N)
Hadde politikerens en søkbar Facebookkonto?	72	28	100 (602)
Politikere med søkbare Facebookkonto:			
Oppgir politikerens antall venner på sin konto?	74	26	100 (428)
Har politikerens en side hvor innholdet er stengt for andre enn de som er venner med vedkommende?	44	56	100 (427)
Poster politikerens privat innhold på Facebook?	36	64	100 (408)
Har politikerens brukt Facebookkontoen sin til å spre valgkampstoff?	27	73	100 (414)
Har politikerens postet mer enn 5 partipolitiske innlegg i valgkampen?	16	84	100 (427)
Antall venner	Median:398 venner Max: 4994 venner Min: 7 venner (N=318)		

	Model 1	Model 2	Model 3
Gender (1=male and 0=female)	-.046*	-.036	-.043
Alder			
31-40 år	-.048*	-.037	-.051
41-50 år	-.032*	-.071*	-.065
51-60 år	-.078*	-.119**	-.140**
61 og eldre (referansegruppe= 18-30 år)	-.218**	-.193**	-.142**
Kommune 1=1, Kommune 2 =0	-.082**	-.082**	-.051
Representant i kommunestyret 2011-15 (Ja= 1)	.048	.043	.050
Plassering på lista	-.274**	-.276**	-.252**
Stemmetillegg (Ja=1 Nei=0)	.185**	.188**	.210**
Størrelse på partiet som politikeren representerer	.560**	.558**	.507**
Deltakelse i lokalavisa (papir og nett)			
1 gang	.003	.006	.020
2-5 ganger	.159**	.148**	.131**
6-15 ganger	.184**	.180**	.171**
16 ganger -> (0 ganger =referansegruppe)	.257**	.244**	.234**
Facebook konto = 1 (nei=0)	-	.074**	-
Brukte Facebook aktivt i valgkampen (Aktiv=1. Ikke aktiv=0)	-	-	.091**
Venner på Facebook (ln.)	-	-	.105**
Adjusted R-square	.674	.679	.723
N =	602	600	316

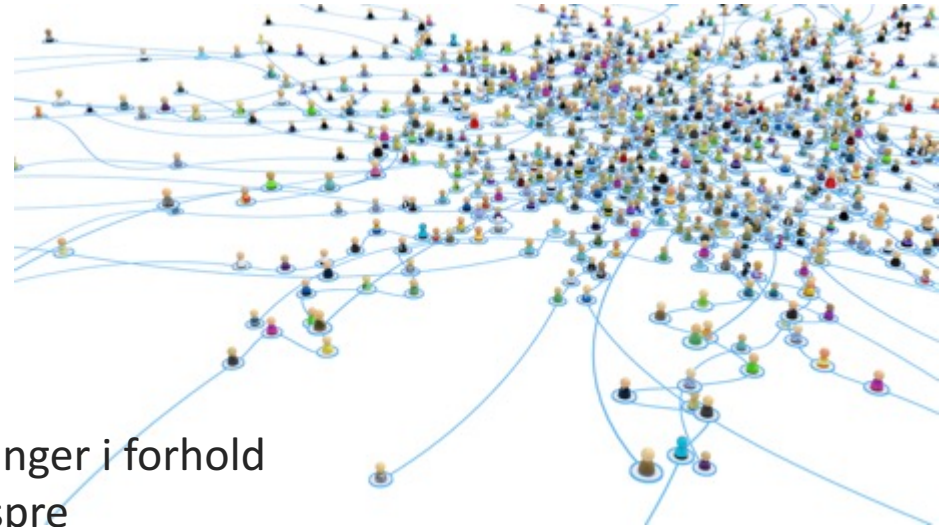
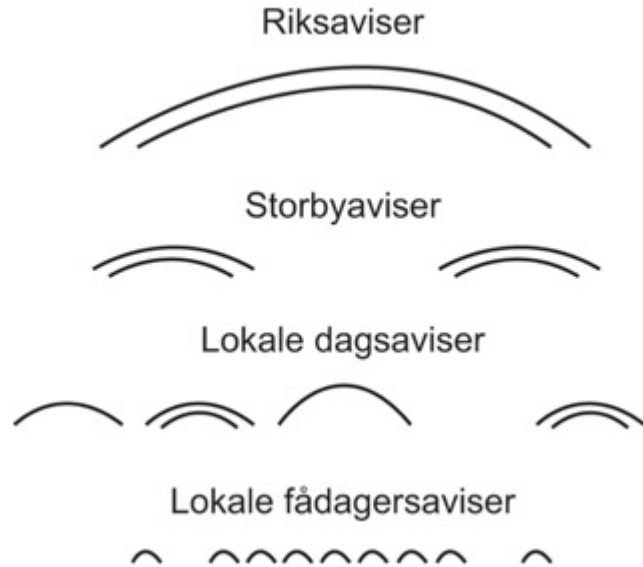
Hva fant vi?

- størrelse på parti, plassering på lista, om man satt i kommunestyret i perioden og om man var på kumulert plass hadde ikke uventet stor effekt på antall personstemmer.
- Men selv når dette ble kontrollert for, viste analysene at deltakelse i lokalavisa, **aktivitet på Facebook og antall venner på Facebook hadde betydning for antall personstemmer.**
- Antall oppslag i lokalavisa hadde større effekt enn Facebookdeltakelse og antall Facebookvenner.
- **Kan medieutviklingen gjøre vennenettverk viktigere enn politikk?**

Hvordan bruke mediene til å skape lokal identitet og styrke lokaldemokratiet etter kommunesammenslåing?

- Lokaldemokratiet trenger integrerte, informerte og engasjerte borgere
- Vi trenger en “informasjonskjerne” i et lokalsamfunn
- Vi trenger journalistikk!

Tradisjonelle lokalaviser vs kommunikasjon i sosiale medier



Utfordringer i forhold
til å få/spre
informasjon og å
skape engasjement

Figur: Endringer i nyhetsinteresse i Norge, 1995 – 2012

(Fra Elvestad og Shaker, 2017)

