

Notat – nr. 4/2022

Paul Bjerke og Lars J. Halvorsen

Shifters form og formål – utgivelsesåret 2021



Forfatter	Paul Bjerke og Lars J. Halvorsen
Ansvarleg utgjevar	Høgskulen i Volda
ISSN	1891-5973
Sats	Forfattar
Distribusjon	http://www.hivolda.no/

Shifters form og formål – utgivelsesåret 2021.

© Forfattar/Høgskulen i Volda

Føresegnene i åndsverklova gjeld for materialet i denne publikasjonen. Materialet er publisert for at du skal kunne lese det på skjermen eller framstille eksemplar til privat bruk. Utan særskild avtale med forfattar/Høgskulen i Volda er all anna eksemplarframstilling og tilgjengeleggjering berre tillate så langt det har heimel i lov eller avtale med Kopinor, interesseorgan for rettshavarar til åndsverk.

Om notatserien

Ulike slag publikasjonar av mindre omfang, t.d. forprosjektnotat, papers, artikkelutkast o.a. Eit hovudføre mål med serien er å stimulere til publisering og fagleg debatt i miljøet. Kvar forfattar er ansvarleg for sitt arbeid, og dekan skal vere orientert om utgjevinga på førehand. Manusset må vere gjennomarbeidd med omsyn til språk og struktur.

Innhold

1. Om oppdraget og undersøkelsesopplegget.....	4
2. Formålet med tilskuddsordningen.....	6
3. Er allmennheten Shifters målgruppe	8
Om Shifter	8
Språk.....	9
Dekning av temaet og hendelsene i andre medier	10
Retter Shifter stoffet til leseren i rollen som borger eller som næringslivsaktør?.....	13
Debattstoff.....	15
4. Oppsummering	17
Referanser.....	18

1. Om oppdraget og undersøkelsesopplegget

Utgangspunktet for denne undersøkelsen er at Medietilsynet har mottatt en søknad om produksjonstilskudd for nyhets- og aktualitetsmedier til publikasjonen Shifter.

Som et ledd i saksbehandlingen av denne søknaden har Medietilsynet gitt Høgskulen i Volda i oppdrag å gjøre en kvalitativ innholdsanalyse av et utvalg artikler publisert i Shifter 2021.

Innholdsanalysen skal benyttes for å vurdere publikasjonens innhold opp mot kravene i Forskriften om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier § 3. *Generelle vilkår*¹ a) og b).

Det kan etter forskriften gis tilskudd til medier som:

- a) har som hovedformål å drive journalistisk produksjon og formidling av nyheter, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt til allmennheten. Tilskudd gis ikke til medium som har som hovedformål å drive med reklame eller markedsføring. Tilskudd gis heller ikke til medium som hovedsakelig er rettet mot medlemmer eller ansatte i bestemte organisasjoner, foreninger eller selskap.
- b) inneholder et bredt tilbud av nyhets-, aktualitets- og debattstoff fra ulike samfunnsområder. Tilskudd gis ikke til medium som inneholder en overvekt av annonser. Tilskudd gis heller ikke til medium som i all hovedsak inneholder stoff om ett eller noen få samfunnsområder, eller som i hovedsak inneholder stoff vinklet ut fra en spesiell faglig, politisk, ideologisk, religiøs eller etnisk bakgrunn.

I sin uttalelse om Medietilsynets avslag på søknaden om produksjonsstøtte fra Dagbladet Pluss for 2019, presiserte Medieklagenemda at vurderinger av denne typen må basere seg på begge kriteriene hver for seg. Først må det derfor slås fast om søkerens publikasjon tilfredsstillende kravet i punkt a) om å drive «journalistisk produksjon og formidling av nyheter, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt til allmennheten». Her må det vurderes om publikasjonens innhold er journalistikk slik det vanligvis forstås, dernest om det formidles til allmennheten. Alt dette krever en analyse av publikasjonens *formål* og *form*.

¹ <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2018-06-26-1033>

Dernest må det etter punkt b) vurderes om publikasjonen inneholder et «bredt tilbud av nyhets-, aktualitets- og debattstoff fra ulike samfunnsområder». Dette krever en analyse og kartlegging av *temaene* som omtales i publikasjonen og sjangersammensetningen.

Medietilsynet har selv foretatt innholdsanalyser av et utvalg artikler fra Shifter. I disse innholdsanalysene, som vi verken har hatt tilgang til eller forholder oss til her, undersøkes det om:

- Shifter er et resultat av journalistisk arbeid
- innholdet i Shifter er av dagspressekarakter
- Shifter inneholder et tilstrekkelig *bredt* tilbud av nyhets-, aktualitets- og debattstoff fra ulike samfunnsområder.

Vårt arbeid er avgrenset til å vurdere om Shifters innhold har en *form* som tyder på at *formålet* er å formidle stoffet til allmennheten.

For å gjennomføre denne undersøkelsen har vi gjennomført næranalyser av 32 tilfeldig trekte nyhetsartikler fra utgivelsesåret 2021. Vi har analysert disse kvalitativt langs tre dimensjoner.

- Om språk og begrepsbruk er forståelig for en alminnelig orientert leser.
- Om saken/temaet i de undersøkte Shifter-artiklene har vært omtalt i breddemedier eller om de har en karakter som gjør det plausibelt at de kunne ha vært det
- I hvilke roller Shifter kommuniserer med leserne sine

2. Formålet med tilskuddsordningen

Produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier ble første gang tildelt i 1969.

Støtteordningen var demokratisk og mediepolitisk begrunnet. Formålet var å bevare en differensiert dagspresse, det vil si et mangfold av aviser og dermed et mangfold av redaksjonelle stemmer. Selv om mediestøtten ble etablert i en tid med partipresse, som ble avvirket på 1990-tallet, har det overordnede formålet med tilskuddsordningen bestått.

Produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier ytes for å bidra til et mangfold i nyhets- og aktualitetsmedier med dagspressekarakter (aviser) som bidrar til å styrke demokratiet.

Dette blir blant annet understreket av Dagspresseutvalget (NOU 2000:15),

Mediestøtteutvalget (NOU 2010:14) og Mediemangfoldsutvalget (NOU 2017:7).

Etter en høringsrunde i 2012 ble produksjonsstøtten for aviser i 2014 gjort «plattformnøytral».

I denne prosessen ble kravet til innhold konkretisert. Departement skrev i høringsnotatet av 25. mai 2012 følgende begrunnelse for forslaget til endringer:

I en plattformnøytral støtteordning legger departementet til grunn at innholdet vil bli et langt viktigere avgrensningskriterium. Dette stiller større krav til reguleringen på dette punktet. Departementet foreslår derfor kriterier knyttet dels til formålet med virksomheten og dels til det publiserte innholdet, og legger til grunn at dette til sammen kan gi en tilstrekkelig klar avgrensning, jf utkastet § 4 nr. 1 og 2.

Begrunnelsen fra departementet viser at det ligger en klar intensjon om å avgrense produksjonstilskuddet mot medier som hovedsakelig er rettet mot avgrensede publikumsgrupper.

Den politiske intensjonen bak tilskuddsordningen har altså ikke endret seg ved omlegging til en plattformnøytral ordning fra 2014. I stedet er dagens forskrift med innholdskrav utformet nettopp for å bevare innretningen på tilskuddsordningen og samtidig kunne støtte digitale nyhets- og aktualitetsmedier med dagspressekarakter.

Det fremgår også av Departementets begrunnelse for endringene i forskriften:

Dagens forskrift setter som vilkår for tilskudd at avisen ”inneholder nyhets- og aktualitetsstoff av dagspressekarakter som gjør at avisen klart skiller seg fra andre typer publikasjoner”. I praksis er det imidlertid ikke først og fremst innholdskravet, men kravet om publisering på papir som avgrenser ordningen. Medier som publiseres daglig på papir, vil i de fleste tilfeller inneholde et bredt tilfang av nyhets- og aktualitetsstoff. Dermed er det ikke behov for detaljerte innholdskrav.

I en plattformnøytral støtteordning legger departementet til grunn at innholdet vil bli et langt viktigere avgrensningskriterium. Dette stiller større krav til reguleringen på dette punktet. Departementet foreslår derfor kriterier knyttet dels til formålet med virksomheten og dels til

det publiserte innholdet, og legger til grunn at dette til sammen kan gi en tilstrekkelig klar avgrensning, jf utkastet § 4 nr. 1 og 2.

Her finner vi en rød tråd helt tilbake til arbeidet med innføringen av Pressestøtten. En sentral premisleverandør var Hellerudkomiteens (1967, s.17) som definerer støtteberettigede aviser slik: «*Avisen er kommunikasjonsmediet mellom den ene og de mange, mellom borger og samfunn*». I Pressestøttens historie har det vært et helt klart krav at en støtteverdig publikasjon må være rettet til leserne som borgere, ikke som «klienter» for å bruke Helle Sjøvaags (2015) distinksjon. Sigurd Høst (2004) fulgte en analog logikk da han avgrenset de støtteverdige «avisene» mot ikke-støtteverdige «bransjetidsskrift». Her brukte han Computerworld som et eksempel på den siste kategorien publikasjoner. Han skriver:

Computerworld har en annen karakter (enn Fiskaren, vår anm.). Det skyldes dels at IT-næringen har et annet forhold til politikk og forvaltning enn fiskerinæringen. Alle som arbeider med fiske er avhengig av kvoter, reguleringer og regler for omsetning, dvs de blir direkte berørt av den politikken som til enhver tid fores på området. Slik er det ikke for databransjen (og de fleste andre bransjer). Politikken på området er ikke så altomfattende og detaljert og den er langsiktig. Det er også tydelig at Computerworld i sin dekning har lagt mest vekt på å informere om ny teknologi og om datatekniske spørsmål (Høst 2004, s.69).

Avgrensningen mot medier med klientalistisk stoff omfattes av forvaltningspraksis etter at dagens forskrift ble innført. Forvaltningen begrunnet avslaget på søknaden fra Korsets Seier i 2016, med at publikasjonen ikke tilfredstilte kravet til allmennhet. Avslaget ble anket, men anken ble ikke tatt til følge. Her er det verdt å merke seg Medieklagenemndas begrunnelse for å opprettholde avslaget, der det framgår at: «Det sentrale i vurderingen er ikke om det er mange lesere, ulike aldersgrupper eller kjønn, men om avisen rent faktisk retter seg mot allmennheten eller mot smale lesergrupper». Korsets Seier søkte på ny om produksjonstilskudd i 2019, men fikk også da avslag.

3. Er allmennheten Shifters målgruppe

Kravet i forskrift om produksjonstilskudd at publikasjonen skal være rettet til allmennheten. I forskriften fra 2014 er det dessuten sterkt understreket et breddekrav til publikasjoner som skal motta støtte, og i Pressestøttens historie er det et helt klart krav at en støtteverdig publikasjon må være rettet til leserne som borgere, ikke som «klienter». Om dette skriver Helle Sjøvaag (2015):

Problemet som gjerne trekkes frem i forbindelse med klientalisme i journalistikken er at leseren gjøres til “kunde” i alle henseender. Ikke bare i forhold til forbruk, rettigheter og statsapparatet, men også i sin rolle som velger, hvor politisk journalistikk blir mer individualistisk – hvilket parti er best for deg og dine behov? – fremfor å fokusere på hva som er best for det kollektive samfunn.

En versjon av klientalismen i næringslivspublikasjoner vil være at journalistikken henvender seg til leserne som individuelle næringslivsaktører, ikke som samfunnsborgere. Spørsmålet er derfor om innholdet i Shifter i praksis retter seg ut over publikasjonens egendefinerte målgruppe. Vi vil her ta for oss tre dimensjoner ved stoffet som kan belyse dette:

- Om språk og begrepsbruk er forståelig for en alminnelig orientert leser.
- Om saken/temaet i de undersøkte Shifter-artiklene har vært omtalt i breddemedier eller om de har en karakter som gjør det plausibelt at de kunne ha vært det
- I hvilke roller Shifter kommuniserer med leserne sine

Om Shifter

I følge Shifters egen omtale,² ble nettavisen startet av journalistene Lucas H. Weldeghebriel og Per-Ivar Nikolaisen i 2016. Shifter presenterer seg selv og sin visjon slik:

Når samfunnet går fra analogt til digitalt, fra fossilt til fornybart eller fra manuelt til automatisk skaper det nye muligheter. Både gründere og mange etablerte næringslivsledere har grepet disse mulighetene. Noen lykkes, andre mislykkes. Vi i Shifter følger det innovative næringslivet på godt og vondt, og har som mål å bringe nyhetene, analysene, fortellingene og kunnskapen som skal til for at flere lykkes.

Shifters primære målgruppe synes derfor, etter eget utsagn, å være de personene og bedriftene som forsøker å drive næringsvirksomhet i disse feltene. Egen målformulering synes å være i strid med forskriftens ordlyd: «har som hovedformål å drive journalistisk produksjon og formidling av nyheter, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt til allmennheten.»

² <https://shifter.no/om-oss>

Språk

Den første analysen av hvorvidt Shifter er en allment orientert publikasjon er om avisa språk og begrepsbruk er forståelig for en alminnelig orientert leser.

Vi finner i vår gjennomgang at språket i Shifter i all hovedsak er normalt norsk nyhetsspråk, men ispedd en god del faguttrykk. Iblant er faguttrykkene forklart, iblant er de ikke. En grov kategorisering viser at fire artikler er såpass preget av fagsjargong at de er vanskelige å forstå for en leser som ikke er en del av Shifters målgruppe. Åtte artikler i utvalget kan periodevis være lite tilgjengelige.

Som eksempler på lite allment tilgjengelige avsnitt kan vi som eksempler nevne følgende:

«Brødrene Østhus bestemte seg for å bootstrappe selskapet ved siden av jobbene sine, bygge det opp uten eksterne investorer eller ressurser.»

«Christoffer Hernæs nye liv som rådgiver og engleinvestor begynner å ta form. Nå forteller fintech-eksperten om hva han ser etter hos et selskap, og hva det må ha i orden for at han skal engasjere seg.»

«Fixrate har laget en markeds plass for store bankinnskudd som skaper transparens, forenkler prosess og gir bedre pris for bedrifter som har overskuddslikviditet. Så langt har cirka 55 banker signert avtale med oss, og 250 bedrifter har plassert 27 milliarder kroner hos bankene gjennom vår plattform.»

«Transaksjonen skal gjøres opp med en kombinasjon av 25 millioner kroner og 700.000 Zaptec-aksjer. Det er også et prestasjonsbasert element i avtalen, som setter en øvre grense på transaksjonen til 100 millioner kroner.»

«De fikk lov til å bruke Nysnø i arbeidet med å bygge opp en dealflow de kunne presentere til andre investorer, ifølge Moulton: « Man trenger en ankerinvestor, og Nysnø var vår».

«Selvfølgelig må tallene være der. Selskapet må ha en tydelig plan om inntekter, som er kvantitativ og velbegrunnet. Hva legger de til grunn for vurderingene og hvordan kvantifiserer de usikkerhet i antakelsene og underliggende risiko. Prising av risiko har blitt litt ryggmargsrefleks etter årevis i bank.»

Som vi ser, er ikke språk og syntaks i seg selv spesielt kompliserte. Men det forekommer enkeltord og beskrivelser av - for en vanlig leser helt ukjente prosesser - som vi antar i liten grad kan forstås uten kjennskap til feltet.

Dekning av temaet og hendelsene i andre medier

Et annet krav til en allmenn publisasjon er at temaene eller hendelsene som omtales eller refereres har *allmenn* interesse, altså at de ikke bare er interessante for en publikasjons målgruppe.

For å kartlegge dette, har vi sett om saken/temaet i de undersøkte Shifter-artiklene har vært omtalt i breddemedier. Hvis ikke, har vi skjønnsmessig vurdert om de under normale omstendigheter kunne vært omtalt.

Vi har undersøkt det første ved å studere via Atekst/Retriever om saken er omtalt i andre publikasjoner i 2021. Her er en viktig feilkilde: Atekst dekker ikke Dagens Næringsliv, så det er mulig at noen av sakene er blitt omtalt der.

Av de undersøkte 32 artiklene er det *tre* som omhandler saker som faktisk er omtalt i allmenne nasjonale nyhetsorganer

Danmark utvikler digitalt vaksineprogram

Dette er en NTB-melding som ble videreformidlet i flere norske allmennmedier, f.eks. VG og Fædrelandsvennen

Norges Bank vil teste tekniske løsninger for en e-krone

Omtalt i Aftenposten

Gründerpermisjon er et av regjeringens ti grep for flere jobber

Omtalt flere steder, blant annet i NRK

I tillegg er åtte andre omtalt i nisjemedier/lokalpresse

Startuplab med ny storsatsing: skal bygge et kahoot for energi og klima

Omtalt i Frifagbevegelse.no

Droneselskapet Aviant henter 62 millioner kroner for å utvikle rørpostsystem

Omtalt i lokalavisa på Røros

Matleveringstjenesten Wolt solgt til amerikansk gigant

Omtalt i E24 og Finansavisen

Først var de med på å lande på mars nå kjøper Inventas opp Embida for å bli sterkere på elektronikk

Omtalt i MN24, Polaris' næringslivsportal for Trøndelag

Zaptec kjøper sveitsisk selskap

Omtalt i Finansavisen

Karen Dolva doblet inntektene i koronaåret. Nå går hun i pluss

Omtalt i E24

Nok en Vipps topp bytter ut betaling med apotek

Omtalt i Kampanje og Medier24 (Dreier seg om en kommunikasjonsmedarbeider)

Skal ta norsk skogluft ut i verden

Omtalt i Fremtidens Byggenæring

Bare tre av de 32 sakene i vårt Shifter-utvalg er altså omtalt i andre *allmenne* nyhetsorganer. Åtte er omtalt i mer eller mindre spesialiserte næringslivspublikasjoner.

Noen av de øvrige 21 sakene/hendingene *kunne* utvilsomt vært det, hvis hendingene vurderes etter ordinære nyhetskriterier (se f.eks. Handgaard mfl 2013). En slik analyse er naturligvis subjektiv og usikker, men i en gjennomgang finner vi at følgende åtte kunne vært omtalt i allmenntidninger

Norsk Solar signerer storavtale i Brasil

Norsk suksess i utlandet har normalt nyhetsverdi

12 gledelige takeaways fra drittåret 2021

Ulike typer oppsummeringer av året som er gått er ofte godt julestoff

Disse startupene tjener godt på folks boligdrøm - inngår samarbeid

Dreier seg om selskaper som er retta mot boligeiere og derfor på et område med høy medieinteresse

KLP og Sintef lanserer snille millionlån for å gjøre det lettere å bli gründer, men de driver ingen Blåkors-virksomhet

To store selskaper (med en viss «kjendis»status) går sammen om investor «innsats»

Ny studie: Halvparten av alle samarbeid mellom startups og corporates mislykkes

Resultater fra et forskningsprosjekt som viser til dels dårlige resultater av samarbeid mellom store selskaper og startups. Forsøk som mislykkes har ofte nyhetsverdi, særlig hvis store og kjente aktører er involvert.

Tysk matkasse til Norge

Tysk selskap etablerer seg i Norge som konkurrent til kolonial.no. Kan vinkles som en forbrukersak om ny aktør på privatmarkedet.

Historien om en Moulton som dro fra Florida til Bergen

Kunne stått i Bergensavisene som portrett e.l. av en interessant person

De øvrige artiklene omhandler etter vår oppfatning temaer/hendinger som ikke har vært eller ville kunne vært aktuelle for allmenntidningene.

Det gjelder f.eks. disse:

Nordic Capital går inn med en halv milliard i svensk Aprila konkurrent

Artikkelens nyhetspoeng er at en svensk aktør har fått kapitaltilskudd.

Norsk finansmegler kjøper dansk fintech

Et mindre oppkjøp i et naboland har ikke nyhetsverdi i allmenntidningene

Vi fjerner dørstokken i hvelvet til storbankene

Artikkelen er egentlig bare en tekstreklame for et tech-selskap

Slukte Dyrekassen i fjor nå oppretter Felleskjøpet egen enhet for å gjøre flere oppkjøp

Utgangspunktet er Felleskjøpets årsmelding. Selve oppkjøpet av Dyrekassen noen måneder tidligere ble omtalt i allmennmedia. Årsmeldinga som sådan er omtalt i allmennmedier, men at Felleskjøpet i årsberetninga åpner for flere oppkjøp har neppe allmenn nyhetsverdi.

Retter Shifter stoffet til leseren i rollen som borger eller som næringslivsaktør?

Pressestøtten har alltid vært forbeholdt publikasjoner som retter seg til leseren som borger, ikke til leseren som f.eks. forbruker, personlig kristen eller som privatperson. Det gis ikke produksjonstilskudd til publikasjoner som er dominert av forbrukertester og livsstilsstoff. På samme måte vil støtte avgrenses mot en publikasjon som hovedsakelig retter seg til mottakeren som næringslivsaktør, ikke som deltaker i et politisk fellesskap. Vi har derfor undersøkt om Shifter «snakker til» sine lesere som gründere og investorer eller som borgere.

En grovsortering viser at ni av artiklene helt klart henvender seg til leseren som borger, mens sju har elementer av både borger- og investor-tilnærming. De siste 16 henvender seg til leseren i rollene som gründer/investor/næringsdrivende.

Eksempel på titler som viser en artikkel-innretning som *veiledning* for næringsdrivende er følgende:

Slik får du Astias 100 millioner dollar-fond som investor

Slik bør du jobbe med PR

Det som ofte karakteriserer artiklene med klar investerings-innretning er ellers det høye *detaljeringsnivået* i beskrivelsen av hvordan gründere går fram/eller har fått fram, hvordan prosjektene finansieres og hvem som er aktører på alle sider i prosessene. Mange av artiklene oppfyller dermed etter alt å dømme Shifters redaksjonelle mål å «bringe nyhetene, analysene, fortellingene og kunnskapen som skal til for at flere lykkes».

Et eksempel på forskjeller i henvendelsesform finner vi en artikkel, hvis tema er dekt også i andre medier. I *Slukte Dyrekassen i fjor nå oppretter Felleskjøpet egen enhet for å gjøre flere oppkjøp* omtaler allmennmediene Felleskjøpets årsmelding med vekt på de overordnede resultatene. Shifter konsentrerer seg derimot om selskapets nye interesse for å kjøpe opp selskaper som «godt kan være gründerselskaper».

Noen andre eksempler hentet fra vårt utvalg på 32 artikler:

«Bedriften ble dårlig tatt imot i media, den generelle stemningen blant studenter fulgte den dårlige medieomtalen, og de rekrutterende bedriftene ble redde for dårlig rykte ved å bruke oss. Vår første kunde trakk derfor arrangementet og ville avvente. Til dette arrangementet hadde vi plukket ut de 25 aller råeste studentene. Vi hadde solgt inn arrangementet som referanse-event til de neste 10 til 15 kundene på lista som ønsket å bruke oss. Men den første kunden valgte å trekke seg samme uke som første arrangement skulle gjennomføres, og istedenfor en vellykket lansering ble det spikeren i kista for tjenesten vår - de beste studentene ble skeptiske til tjenesten og bedriftene som satt på gjerde ble der.» (*Lærepenger etter en startup-fiasko*)»

«Privatpersoner kan via plattformen investere i ett eller flere solpaneler og få en årlig forventet avkastning på fire til seks prosent. Switchr har i dag over 2500 registrerte brukere om bord, rapporterer selskapets CMO Christian Bråtebekken.» (*Switchr sikret investering i svensk sol etter ny-emisjon*)

«Produktutvikling i dag handler i økende grad om å utvikle de gode sammensatte produktene, påpekes det fra Pryde Pettersen. For å klare det må forretningsmodellen og produktstrategien være riktig, og det fysiske produktet, elektronikken og den digitale løsningen må alle underbygge helheten.» (Først var de med på å lande på Mars: Nå kjøper Inventas opp Embida for å bli sterkere på elektronikk)

«Vi vokser både organisk og ikke-organisk her nå fordi det vi driver med på elektronikk treffer godt og resonerer med kundens behov.» (Først var de med på å lande på Mars: Nå kjøper Inventas opp Embida for å bli sterkere på elektronikk)

«Underveis møtte han gang på gang på samme problem; Man kunne ikke lansere ferdig utviklet funksjonalitet hver uke, fordi deler av det hadde behov for mer utbredt verifisering. Målrettet testing av ny kode var krevende, enten det skulle begrenses til noen på huset eller et utvalg «ekte» brukere. Han lette etter egnede løsninger, men fant ingen.

– Det var noen tanker om hvordan man kunne integrere uferdig kode inn i en applikasjon og ha det ute i et miljø. Men på den tiden fantes det ikke noen god måte som gjorde det akkurat sånn som vi ville ha det. Jeg ville ha noe som kunne fungere på tvers, og ikke bare én applikasjon eller ett programmeringsspråk. Jeg fant ingen fullgod løsning. Så da begynte jeg å lage noe selv, forteller han. (*Brødrene fra Finn og*

Visma hentet 25 millioner kroner til ny startup – investorene elsket at de ga bort mye av produktet gratis)

«– I slike prosesser bidrar vi med vår globale markedsinnsikt og -kompetanse, og henter samtidig inspirasjon til egen innovasjon og forretningsutvikling, sier Tommy Bjørnsen, «digital director and country chair» Norway i DNV.

Han skisserer en løsning der de kan samarbeide og ta ned seg noen prosjekter og startups ut til kunder i markedet, mens de andre ganger kan investere i eller ta inn som en del av deres virksomhet.

– Vi ser på innovasjon innen nye løsninger og forretningsmodeller som viktig for den globale energi transformasjonen, sier han.» (*Startuplab med ny storsatsing: skal bygge et kahoot for energi og klima*)

Endelig er det slik at de artiklene som mest entydig er ordinære nyhetsartikler om næringslivshendinger eller -tema innrettet på publikum som borgere ofte er korte, notispregede og delvis hentet fra andre. Eksempler på slike artikler er

Danmark utvikler digitalt vaksinepass

Norsk solar signerer storavtale og Tysk matkasse til Norge.

Når Shifter legger mer journalistisk arbeid i artiklene, synes de ofte å følge opp sin forretningside, å være nyttige for gründere og investorer i deres arbeid *som næringslivsaktører.*

Debattstoff

I dette notatet har vi hovedsakelig analysert nyhetsartikler i Shifter

Men publikasjonen har også kommentar og debattstoff. I en del av disse artiklene koples gründer og investorperspektivet til det politiske feltet og politiske avgjørelser. En grov opptelling viser at av i alt 41 debatt- og kommentartikler har 12 en tydelig politisk innretting på lesernes borger-rolle, f.eks. disse:

Historier som dette sprer seg raskt og gjør det vanskeligere å rekruttere helt nødvendig utenlandsk kompetanse til Norge

America welcomed 1 million Norwegian immigrants is it time to return the favor

Begge handler om en amerikansk gründer som ikke får oppholdstillatelse i Norge

Mer kaos i høyere utdanning, please

Forslag om endret pensum/innretting i høyere utdanning

Vi klarer ikke å unngå å sitte igjen med en frykt for at Støre- regjeringen ikke klarer å levere på lovnadene

Om Hurdalsplattformen

Det sjette grepet for det nye næringslivet mangler, Erna

Om regjeringas politikk for det nye næringslivet

Gründere har klaget i årevis endelig gikk det opp for finansministeren at politikken ikke fungerte

Om skatt på opsjoner

De øvrige 29 debatt- og kommentarartiklene handler i all hovedsak om innovasjon, gründere og gründerlivet.

4. Oppsummering

Formålet med innføringen av dagens *Forskrift om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier* av var å bevare trekkene i en tilskuddsordning som alltid har rettet seg mot allmenne aviser som publiserer demokratisk relevant stoff, og samtidig kunne yte støtte til digitale utgivelser. En viktig hensikt bak forskriftens § 3. Generelle vilkår³ a) og b) er å avgrense produksjonstilskuddet mot publikasjoner som ikke først og fremst retter seg til leseren som borger.

Shifter oppgir selv at målet med publikasjonen er å bringe nyhetene, analysene, fortellingene og kunnskapen som skal til for at flere gründere og næringslivsledere skal lykkes.

Våre innholdsanalyser viser at språket i hovedsak er normalt norsk nyhetsspråk, men ispedd en god del faguttrykk. Tre fjerdedeler av artiklene er uten videre greit forståelig, mens den siste fjerdedelen kan være lite tilgjengelige for uinnvidde lesere.

I utvalget på 32 artikler vurderer vi at hele 14 artikler i utvalget dekker temaer som er uaktuelle for publikasjon i allmenne nyhetsmedier etter ordinære nyhetskriterier (se f.eks. Handgaard m fl 2013). Kun elleve saker er publisert i andre medier, og kun tre av dem er omtalt i allmenne nasjonale nyhetsmedier. Selv om ytterligere syv saker kunne vært aktuelle for allmenne medier (spesielt med en allmenn vinkling), er hovedinntrykket at temavalget er temmelig smalt.

Artiklene henvender seg i overveiende grad til leserne som gründere, næringslivsledere og eventuelt investorer, ikke som borgere. Kun ni av artiklene, henvender seg helt klart til leseren som borger. Dette preget synes å være sterkere i de mest bearbejdede artiklene i utvalget.

Vi finner det samme mønsteret i debattstoffet. Av totalt 41 debatt- og kommentartikler, har 12 en tydelig politisk innretning og lesernes en borgerrolle.

³ <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2018-06-26-1033>

Referanser

Handgaard, B. m.fl. (2013). *Journalistikk*. Oslo: Gyldendal Akademisk, s. 43ff

Hellerud, Oddvar (form.) (1967). Om tiltak for å opprettholde en differensiert dagspresse. Oslo: Stat- og pressekomiteén

Høst, Sigurd (2004). Hva er en avis Fredrikstad: IJ-rapport nr.3/2004. Fredrikstad: Institutt for journalistikk

NOU (2000:15). Pressepolitikk ved et tusenårsskifte — Dagspresseutvalgets innstilling. Oslo: Kulturdepartementet.

NOU (2010:14). Lett å komme til orde, vanskelig å bli hørt – en moderne mediestøtte. Oslo: Kulturdepartementet

NOU (2017:7). Det norske mediemangfoldet — En styrket mediepolitikk for borgerne. Oslo: Kulturdepartementet

Sjøvaag, H. (2015). Ligner NRK på de andre nettavisene?. Vox Publika 25.mars 2015.
<https://voxpublica.no/2015/03/ligner-nrk-paa-de-andre-nettavisene/>

Tumber, H. and Zelizer, B. (2019). Special 20th anniversary issue: The challenges facing journalism today. *Journalism*, 20(1), pp. 5-7. doi: [10.1177/1464884918804736](https://doi.org/10.1177/1464884918804736)