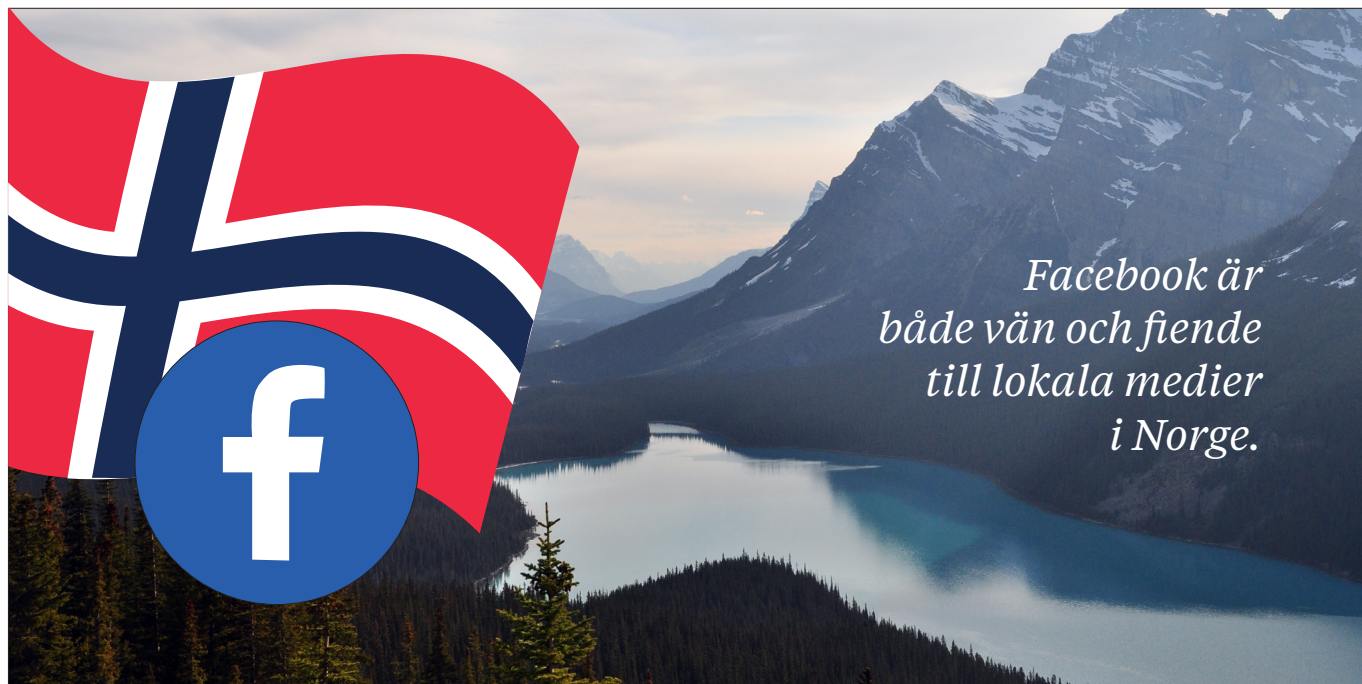


Programansvarig: Martin Holmberg
Lindholmen Science Park
Datum: 2018-03-20

2018:1
Användning av lokala nyhetskällor i Norge

Baserad på rapporten "Digitalisering av lokal mediebruk"
av Ragnhild Olsen, Mona Solvoll och Anne-Britt Gran,
DnD-rapport nr. 1 2018. Oslo: BI: Centre for Creative Industries.



Facebook nu jämsides med norska lokalmedier

Facebook är en lika viktig källa till lokal information som lokala tidningar och public service-medier i Norge. Det visar en stor undersökning gjord som en del av forskningsprojektet "Digitization and Diversity" vid Handelshögskolan BI i Oslo. Sett till daglig användning är Facebook klart störst, och särskilt när det gäller mjuka nyheter har Facebook tagit en central position.

Undersökningen innehåller också intressanta siffror om människors inställning till att allt fler lokala medier tar betalt för digitalt material. Bland annat tycker bara en av fyra att betalmaterial är bättre än gratismaterial.

Innehåll

Medier & demokratis rapporter	3
Sammanfattning	4
Projektets bakgrund och genomförande	5
Kort om metoden i projektet	6
Resultat	7
Intresse för lokala nyheter	7
Källor till nyheter om lokalsamhället	9
Digitala vägar till lokala nyheter	10
Relation till lokala nyheter	12
Ragnhild Kr. Olsen om Facebooks frammarsch	13
Inställning till betalmurar	14
Ragnhild Kr. Olsen om utmaningarna med betalmurar	21
Tack	21
Kontakt	22

Medier & demokratis rapporter

Den historiskt snabba medieutvecklingen innebär både möjligheter och utmaningar. För individer, för samhället, för medierna. En kärnfråga är hur demokratin påverkas.

Programmet Medier & demokrati vid Lindholmen Science Park stimulerar spjutspetsprojekt för nya kunskaper och innovationer – just inom gränssnittet medie- och demokratiutveckling.

Programmet har även en nyckelroll för att sprida relevanta kunskaper och erfarenheter. Därför kommer Medier & demokrati att regelbundet publicera aktuella rapporter.

Detta är den andra rapporten i serien, och den första under 2018. Materialet är en komprimerad version av den intressanta och nyutkomna norska rapporten ”Digitalisering av lokal mediebruk” som är utarbetad inom ramen för projektet ”Digitization and Diversity” vid Handelshögskolan BI i Oslo. I den här versionen från Medier & demokrati utvecklar och analyserar också en av forskarna, Ragnhild Kristine Olsen, de mest intressanta resultaten.

Medier & demokrati är ett nationellt innovations- och forskningsprogram. Visionen är att stärka journalistiken, det offentliga samtalet och demokratin. Tillsammans driver medieaktörer, akademier och samhällsinstitutioner innovation och forskning som genererar ny kunskap och nya verktyg. Samverkan sker i laborativa testmiljöer med Lindholmen Science Park som neutralt nav.

Läs mer: medierochdemokrati.lindholmen.se

Martin Holmberg, *programansvarig* 031-764 70 61
martin.holmberg@lindholmen.se

Lindholmen Science Park

i Göteborg är en världsledande samverkansmiljö inom områdena transport, ICT, media och visualisering. Den erbjuder en neutral arena där näringsliv, akademi och myndigheter tillsammans driver innovation för samhällsutveckling. I snart 20 år har Lindholmen Science Park varit med och skapat framgångsrika samarbeten på regional, nationell och internationell nivå.

Läs mer: lindholmen.se

Sammanfattning

Rapporten ”Digitalisering av lokal mediebruk” (”Digitalisering av lokal medieanvändning”) är utarbetad av de två medieforskarna Ragnhild Kristine Olsen och Mona Solvoll, samt professor Anne-Britt Gran, ledare för BI Centre for Creative Industries, och projektledare för Digitization and Diversity-projektet. De är alla verksamma vid Handelshögskolan BI i Oslo.

Rapporten, vars slutliga version just har publicerats i Norge, bygger på en omfattande kartläggning av de norska medborgarnas lokala medievanor. Vid två tillfällen – hösten 2016 och hösten 2017 – har nästan 1 700 människor deltagit i webbenkäterundersökningar, och resultatet är viktat på bland annat kön, ålder och geografi så att det är representativt för hela landet och befolkningen.

Rapporten innehåller flera mycket intressanta resultat:

- a) Lokaltidningarna har fortsatt en stark ställning i Norge, särskilt på nätet. Nästan 8 av 10 människor använder sig av lokaltidningen för att uppdatera sig lokalt.
- b) De sociala medierna, särskilt Facebook, har på kort tid blivit en mycket viktig källa till lokal information. Nästan 80 procent av de tillfrågade uppger att de använder sig av Facebook för att uppdatera sig om vad som sker där de bor. Cirka 30 procent uppger också att de följer sin lokaltidning via Facebook.

Facebook är med andra ord både en vän och fiende till lokaltidningarna, det som på engelska benämns ”frenemy”. Facebook hjälper till att sprida lokaltidningarnas material, men är samtidigt en konkurrent om annonspengar, människors tid och uppmärksamhet.

Särskilt markant är att det att människor vänder sig till Facebook för att få reda på de ”små nyheterna” - födelsedagar, dödsfall, information om möten och sammankomster med mera.

- c) Kommunernas egna sajter är en annan viktig källa till information om lokalsamhället. 62 procent av befolkningen använder kommunernas sajter för att informera sig.
- d) Lokaltidningarna har en rejäl utmaning att ta sig an när en stor majoritet av dem inför betalmur på nätet, det vill säga kräver att användarna ska betala för att få tillgång till materialet.

I Norge, liksom i Sverige, har i allmänhet pappersprenumeranter automatisk tillgång till allt material på lokaltidningens sajt. I den här undersökningen har ungefär hälften av alla respondenter tillgång till allt nätmaterial. Men långtifrån alla uppfattar att de i det låsta materialet får något extra, vilket de flesta lokaltidningar poängterar i sin marknadsföring. Bara 26 procent

håller med om att betalmaterialet är bättre än gratismaterialet.

Över huvud taget finns det en stor skepticism mot betalmurar. Nästan 60 procent menar att lokala nyheter på nätet bör vara gratis. Lika många hävdar att de läser färre lokala nyheter efter det att deras lokala nättidning har börjat ta betalt för material. Många, särskilt de yngre, vänder sig då också till andra nyhetskällor.

Projektets bakgrund och genomförande

Rapporten ”Digitalisering av lokal mediebruk” (”Digitalisering av lokal medieanvändning”) är utarbetad av de två medieforskarna Ragnhild Kristine Olsen och Mona Solvoll, samt professor Anne-Britt Gran, ledare för BI Centre for Creative Industries, och projektledare för Digitization and Diversity-projektet. De är alla verksamma vid Handelshögskolan BI i Oslo.

Rapporten är en del av forskningsprojektet ”Digitization and diversity – potentials and challenges for diversity in the culture and media sectors”. Det är ett samarbete mellan Handelshögskolan BI i Oslo, NTNU (Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet) i Trondheim, Nationalbiblioteket och Universitetet i Köpenhamn. Projektet, som är finansierat av Norsk forskningsråd, involverar 20 forskare.

Projektet studerar fyra branscher – både var för sig och sammanlänkande: bokbranschen, museer, film och media med fokus på lokaltidningar. Stora internationella aktörer som Google, Facebook och Amazon analyseras i förhållande till deras betydelse i respektive bransch.

Den övergripande frågan i projektet är: Hur påverkar digitaliseringen mångfaldsdimensionerna i kultur- och mediesektorn?

Projektets mediedel, där Mediebedriftenes Landsforening MBL (den norska motsvarigheten till svenska Tidningsutgivarna, TU) är samarbetspartner, fokuserar på hur ändrade ekonomiska och teknologiska förutsättningar påverkar journalistiken och nyheternas roll i det offentliga rummet.

Här ryms många delfrågor. Bland annat:

- Hur kan små lokaltidningar överleva i det nya globala nyhetslandskapet?
- Hur kommer digitala affärsmodeller baserat på annonser, användarbetaling och innehållsmarknadsföring att påverka de journalistiska produkterna, bruket av lokala nyheter och lokal demokrati?
- Hur påverkar konkurrensen från nationella medier, som NRK (Norges public service-radio och public service-TV), och sociala medier, som Facebook och Google, affärsmodellen för lokala medier?

Ragnhild Kristine Olsen utvecklar vad som är viktigt med rapporten och gör den speciell:

– Det har forskats mycket på hur digitaliseringen påverkar mediebranschen och journalistiken de senaste åren, och hur strukturella förändringar har skapat en kris för tidningarnas affärsmodell. Men forskningen har huvudsakligen handlat om nationella medier, om de största och mest framstående tidningarna. Lokalmedierna däremot har inte varit på forskningsradarn. Vår rapport bidrar till en bättre förståelse för den digitala transformation som lokala medier är mitt uppe i, menar hon.

Hur applicerbar är då den norska undersökningen på medielandskapet i Sverige?

Medier & demokratis mening är att undersökningen ger en fingervisning om hur det står till även i Sverige. Norge och Sverige har en snarlik tradition av oberoende, starka medier, och medborgarnas mediekonsumtion är hög. Både public service-kanalerna och de kommersiella nationella, regionala och lokala medierna driver en seriös och trovärdig journalistik. Medierna i båda länderna har kritiskt granskande bevakning som är mycket viktig för informationsflöden, debatt och demokrati.

De lokala medierna, som den här undersökningen och rapporten utgår ifrån, har stor betydelse i Sverige och Norge. Inte minst i Norge där stoltheten över och samhörigheten med lokalsamhället är stor; den norska geografin stärker gemenskapen och behovet av lokal journalistisk närvaro. De norska medierna var även tidiga med att satsa på digitala annonsintäkter, och att ta betalt av användarna för digitalt innehåll.

De flesta bedömare menar att Sverige ligger en aning efter i digital omställning, men den huvudsakliga utvecklingen av både journalistik, affärer, teknik och kanaler följer samma mönster.

Så när lokala medier i Norge blir utsatta för och påverkade av hård konkurrens – inte minst av sociala medier – finns det anledning att tro att detsamma sker i Sverige.

Kort om metoden i projektet

Undersökningen är genomförd som en del av Norstats webbpanel hösten 2016 (29 augusti – 6 oktober) och hösten 2017 (15 september – 3 oktober).

Vid det första tillfället svarade 1 586 personer. Vid det andra 1 692 personer. Resultatet har sedan viktats bland annat på kön, ålder och geografi i förhållande till den faktiska fördelningen i den norska befolkningen. Viktningen ska kompensera för skevheter i gruppen som har valt att besvara undersökningen, och därmed bidra till att göra resultaten mer representativa.

I den här undersökningen, precis som i alla andra, finns det felmarginaler. I det ena fallet, med

en bas på 1 692 respondenter, betyder det att vi med 95 procents sannolikhet kan säga att resultaten har en felmarginal på mellan 1,1 och 2,3 procentenheter.

Resultat

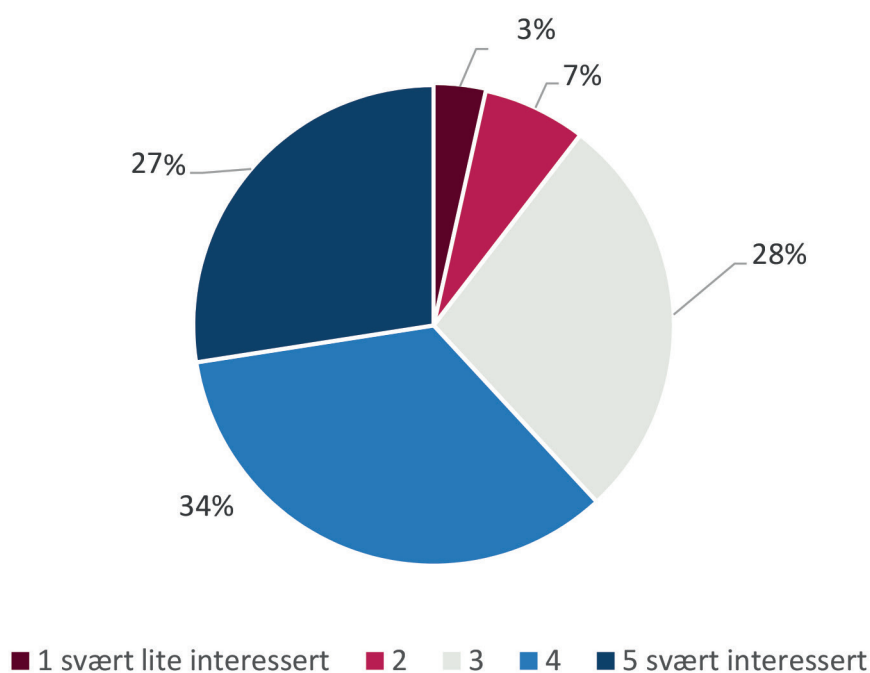
Den här undersökningen behandlar fem ämnen:

- 1) Intresse för lokala nyheter.
- 2) Källor till nyheter om lokalsamhället.
- 3) Digitala vägar till lokala nyheter.
- 4) Relation till lokala nyhetskällor.
- 5) Inställning till betalmurar.

Betalmurar var ett ämne endast i undersökningen 2016. De fyra andra ämnena mättes både 2016 och 2017.

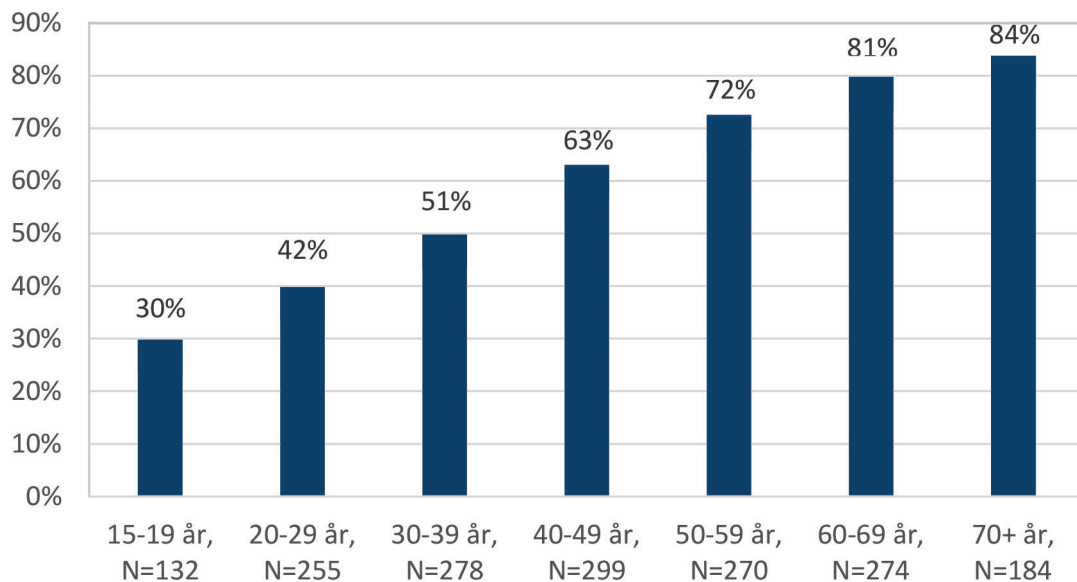
1) Intresse för lokala nyheter

Generellt är intresset för lokala nyheter stort bland de tillfrågade. 61 procent har stort intresse, bara 10 procent har lågt intresse.

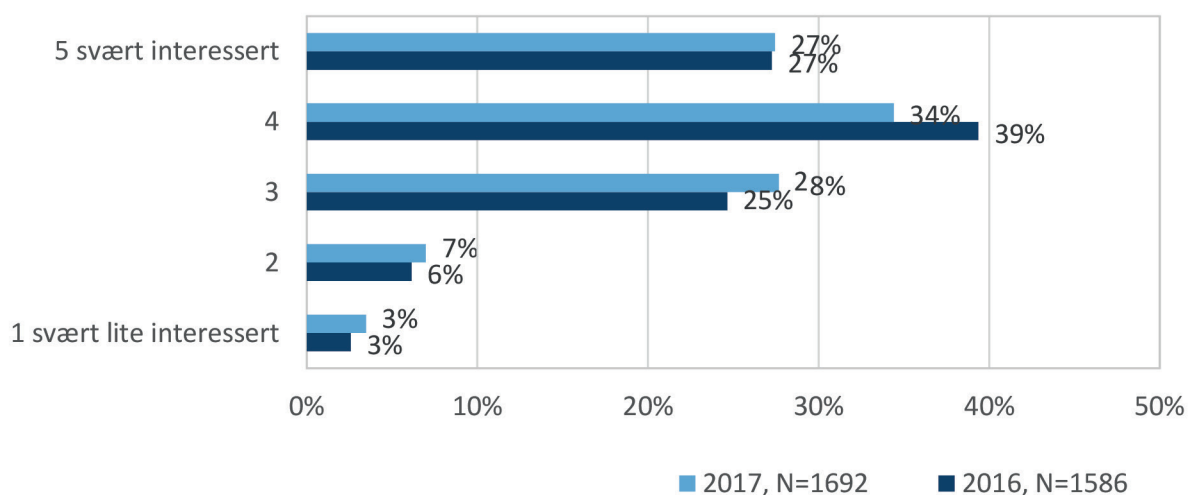


Fråga: Vad är ditt förhållande till lokala nyheter?

Men undersökningen visar också att intresset för nyheter ökar markant med åldern. Först efter det att man har fyllt 40 år syns en klar övervikt för dem med högt intresse.



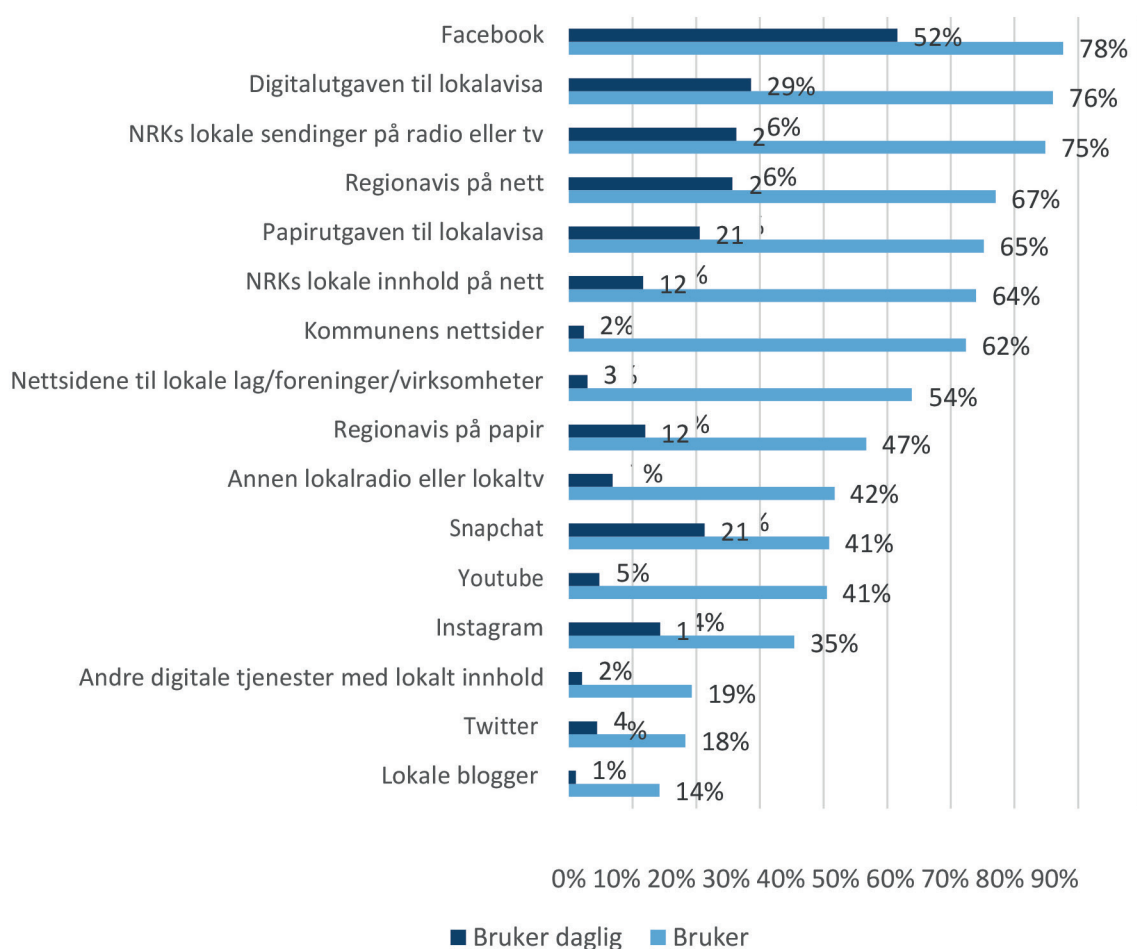
Intresset för lokala nyheter ändrade sig lite mellan 2016 och 2017. Andelen intresserade och mycket intresserade minskade från 66 procent 2016 till 61 procent 2017.



Fråga: Vad är ditt förhållande till lokala nyheter?

2) Källor till nyheter om lokalsamhället

Respondenterna i undersökningen använder många olika medier för att hålla sig uppdaterade på vad som sker där de bor. Fortsatt är de traditionella medierna (som lokala tidningar, liksom NRK:s lokala sändningar i radio och TV) starka, men Facebooks position är minst lika stark. Ser vi på daglig användning är Facebook klart störst. 52 procent använder Facebook dagligen för att ta rätt på lokala nyheter. Motsvarande siffra för den lokala tidningens sajt är 29 procent. Något som också sticker ut i undersökningen är genomslagskraften för kommunernas sajter. 62 procent använder sin kommuns sajt för att hålla sig uppdaterad. Dock är det bara två procent som dagligen besöker kommunens sajt.



Fråga: Vilka av följande medier använder du för att hålla dig uppdaterad på vad som sker i det område där du bor?

3) Digitala vägar till lokala nyheter

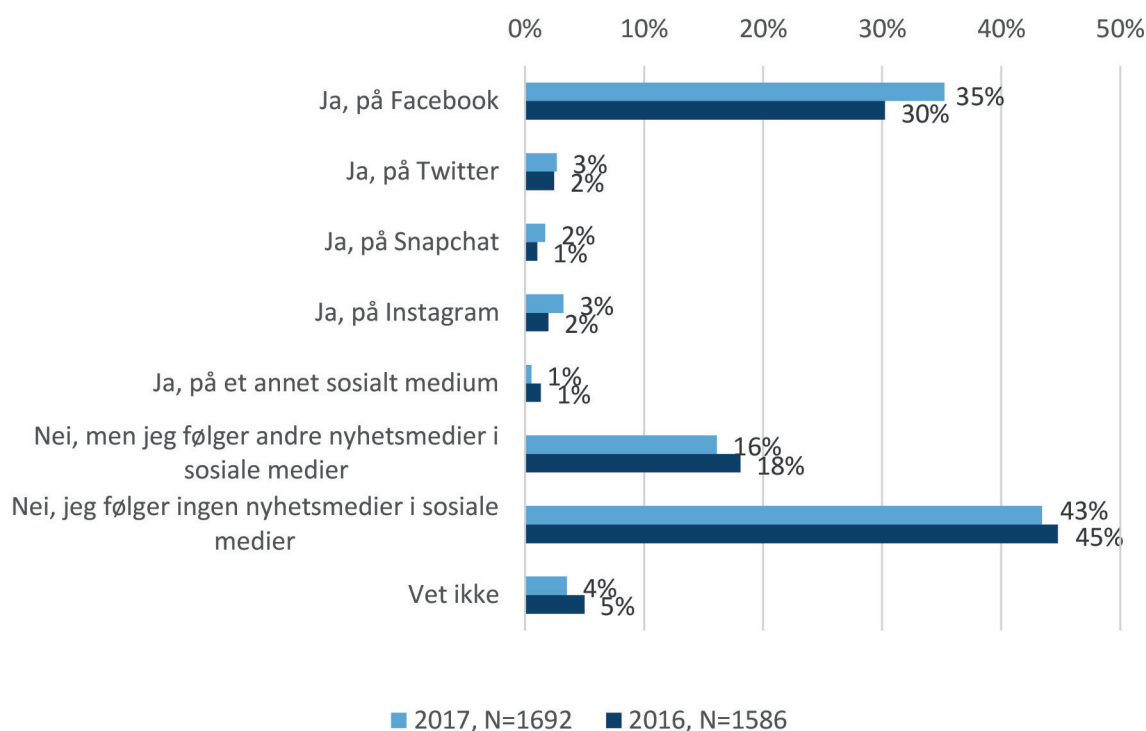
Hur hittar människor fram till sina lokala nyheter? Jo, ungefär 75 procent finner sina lokala nyheter genom att gå direkt till sin lokaltidnings sajt. De skriver helt enkelt in namnet på lokaltidningen i webbläsaren.

Men sociala medier, särskilt Facebook, är också en ingångsport till lokala nyheter. Fyra av tio uppger att de tar del av lokala nyheter genom delningar eller rekommendationer i sociala medier. Ungefär en tredjedel kommer via sökmotorer som Google, och lika många via en lokal nyhetsapp eller bokmärke.



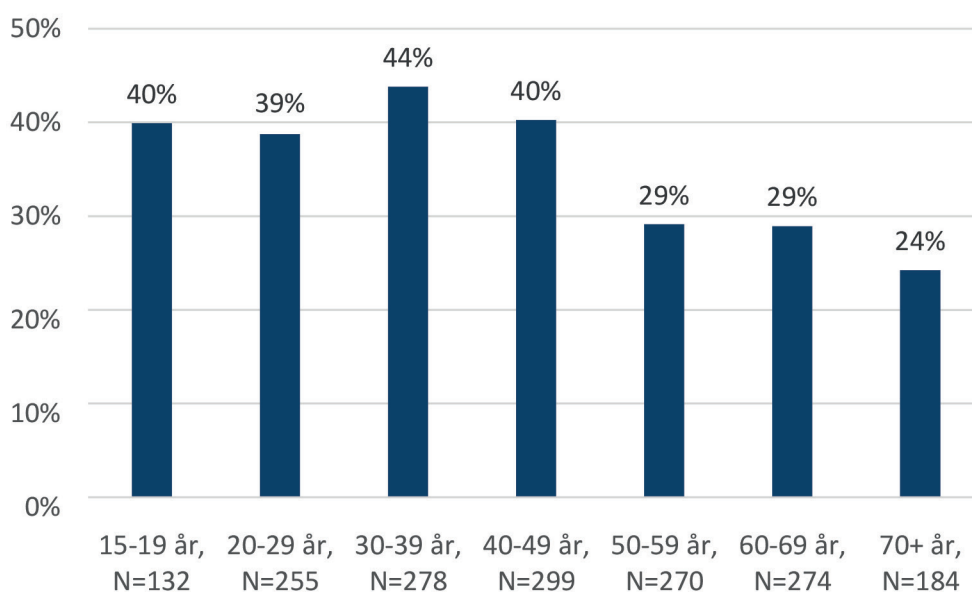
Fråga: *Hur hittar du vanligvis dina lokale nyheter på nettet?*

Många följer också sin lokala tidning på Facebook. Medan andra sociala medier, som Twitter, Snapchat och Instagram spelar en mycket liten roll i sammanhanget.



Fråga: Följer du din lokala tidning i sociala medier?

Facebooks starka ställning och betydelse för särskilt de yngre visas av nedanstående diagram. Hela 40 procent av dem som är yngre än 50 år följer sin lokala tidning på Facebook. Andelen sjunker kraftigt i åldersgrupperna över 50 år.

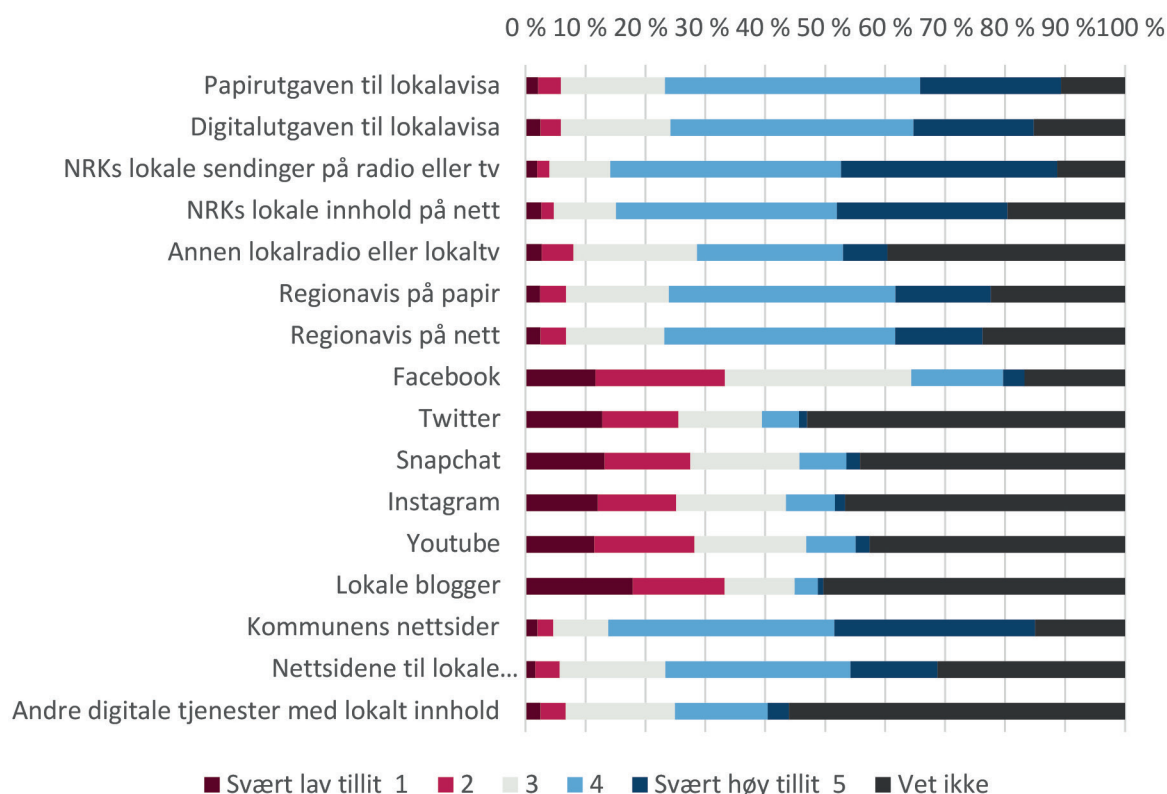


Fråga: Följer du din lokala tidning i sociala medier?

4) Relation till lokala nyhetskällor

I rapporten presenteras också olika relationsdimensioner till lokala nyhetskällor. Till exempel tillit, tillfredsställelse och eventuell saknad om olika nyhetskällor skulle försvinna.

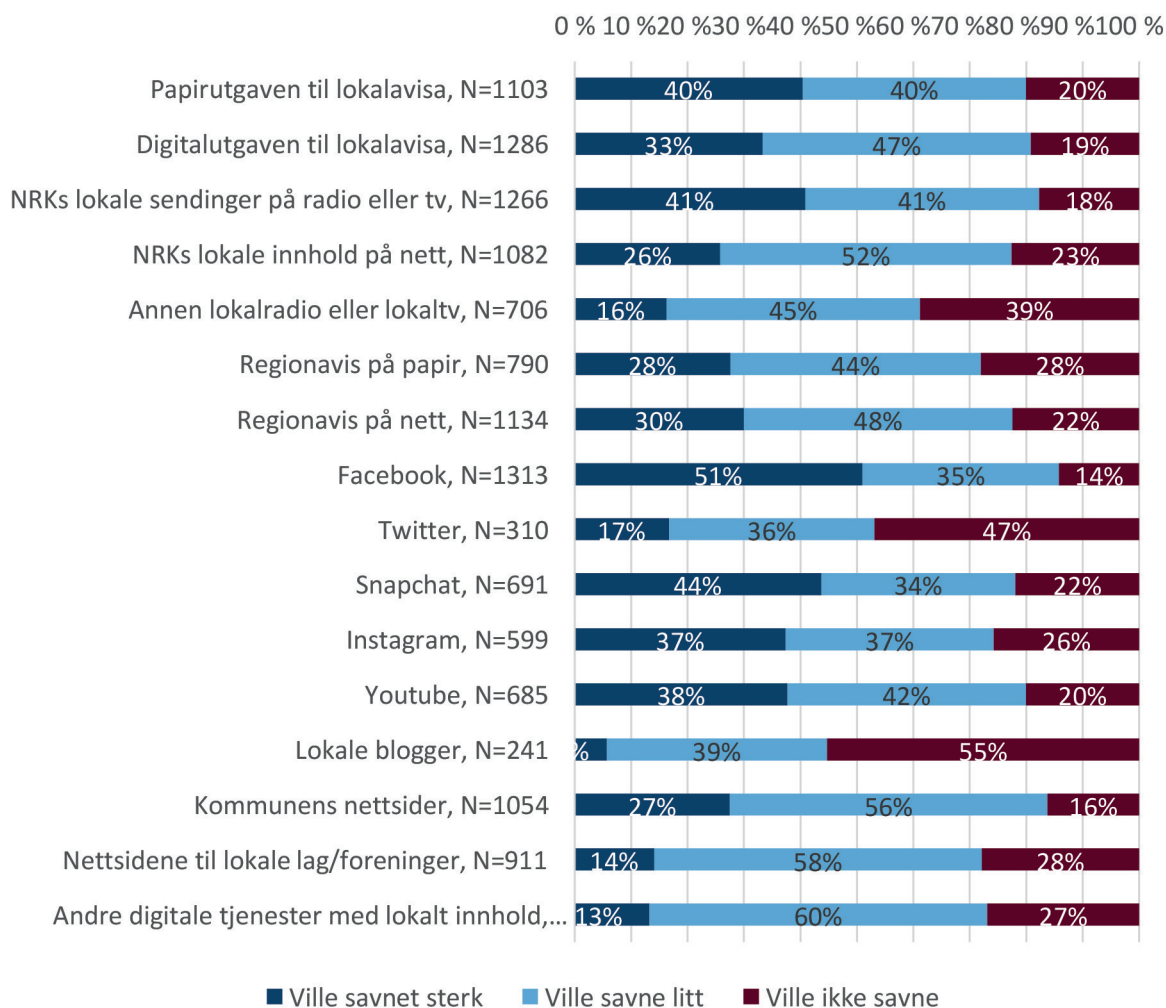
När det gäller tillit ligger lokaltidningarna, NRK och kommunernas nätsidor i topp. Över 60 procent har mycket stor eller stor tillit till dessa källor till nyheter. Tilliten till innehåll på sociala medier är betydligt sämre. En tredjedel har låg eller mycket låg tillit till Facebook. Med andra ord är tilliten till sociala medier inte i paritet med användningen.



Fråga: Har du stor eller liten tillit till dessa medier?

Hur skulle då människor reagera om en lokal nyhetskälla försvann från en dag till en annan. Här är frågan riktad till dem som använder de olika medierna. Därav följer att antalet respondenter är olika för olika medier.

Hälften av respondenterna hade saknat Facebook mycket om mediet plötsligt försvann. 40 procent hade saknat lokaltidningens pappersutgåva och NRK:s lokala sändningar mycket om de hade försvunnit.



Fråga: *Føreställ dig att följande medier försvann i morgon. Hur hade du reagerat på det?*

Ragnhild Kr. Olsen om Facebooks frammarsch

Medier & demokrati har bitt medieforskaren Ragnhild Kristine Olsen att analysera och utveckla vad hon ser som mest anmärkningsvärt i sin och sina kollegors undersökning.

– Den visar komplexiteten i den lokala medieekologin. De lokala tidningarna står fortsatt starka, särskilt på nätet. Nästan åtta av tio människor använder digitalutgåvan för att uppdatera sig lokalt. Det är mycket positivt för de lokala medierna, säger hon.

– Men de har inte längre en unik position. Facebook är nu en av de mest använda kanalerna för att uppdatera sig på händelser i närsamhället, och det är ett uttryck för en stor förändring på kort tid i folks medievanor. Facebooks position i vår undersökning är iögonfallande, och Facebook är också både vän och fiende till lokaltidningarna, det som på engelska kallas ”frenemy”.

– Facebook skapar trafik till de lokala tidningarna genom att sprida deras material, men Facebook konkurrerar också med lokala medier om annonskronor, människors tid och uppmärksamhet. När nu nästan 80 procent av respondenterna uppger sig använda Facebook för att uppdatera sig på det som sker lokalt, och 30 procent följer sin lokaltidning på Facebook är det självklart att Facebook är långt mycket mer än en distributionskanal för lokaltidningarna, säger Ragnhild Kristine Olsen.

Hon poängterar att Facebook har tagit en position på områden som lokaltidningarna tidigare dominerade.

– Framför allt gäller det ”små nyheter”. Det kitt som binder lokalsamhällena samman och som tidigare har varit en väsentlig del av lokaltidningarnas samhällsroll: nyheter om födelsedagar, födslar, dödsfall, kungörelser och olika former av returinformation om vad som sker i bygden. Här har Facebook tagit en central position, och det är ett hot mot de traditionella lokala medierna.

– Facebook med alla sina intressegrupper är också en arena för debatt och utbyte av information, vilket har varit och är en viktig roll för lokaltidningarna.

Den rollen har tidigare varit beroende av att läsarna/användarna haft stor tillit till sina lokala medier. Det har varit en grund för lokaljournalistikens legitimitet. Tilliten till Facebook är dock inte alls så stor som till de traditionella lokala medierna, men ändå använder människor Facebook som ett torg för debatt.

– Vår undersökning visar att begreppet tillit i den nya lokala medieekologin är mer sammansatt, menar Ragnhild Kristine Olsen.

En annan tydlig och något överraskande ingrediens i undersökningen är att kommunernas egna sajter har en stark position som källa för information. 62 procent använder kommunens sajt för att få veta saker om den egna bygden. 70 procent anser också att kommunen har hög trovärdighet som informationskälla.

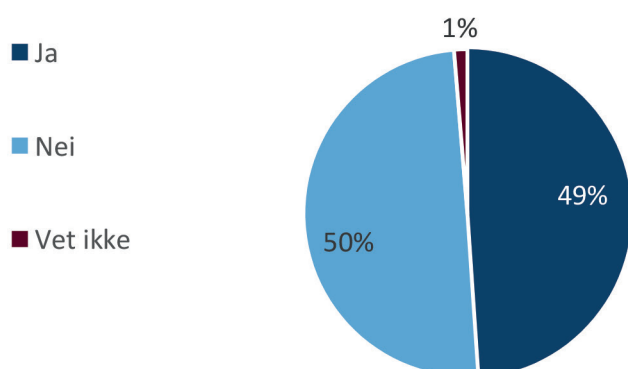
– Kommunernas sajter har blivit ett välkommet tillskott i den norska mediefloran. Samtidigt är det viktigt att styrkeförhållandet mellan lokaltidningarna och kommunernas egna informationstjänster inte rubbas. Kommunen kan inte driva kritiskt granskande journalistik om sin egen verksamhet, säger Ragnhild Kristine Olsen.

5) Inställning till betalmurar

Antalet medier som tar betalt av sina användare för digitalt material har ökat snabbt de senaste åren. 2014 var det 55 medier, 2015 hade det stigit till 125 och 2016 var siffran 151.

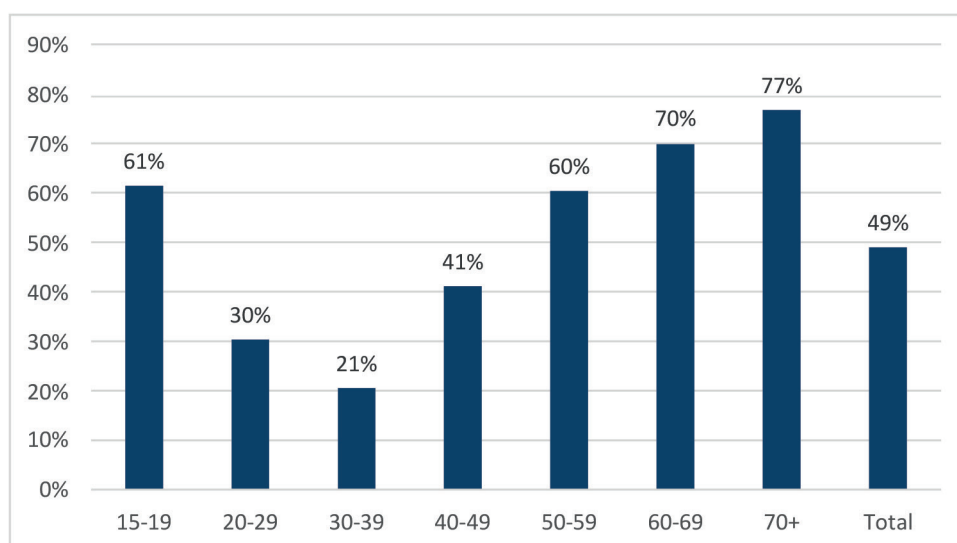
Norska mediekoncernen Amedia, med sina 62 lokala webbsajter som tar betalt av användarna, har varit starkt pådrivande i den här processen. Samtidigt som man har infört betalmurar har många medier satsat stort på att transformera pappersprenumeranter till digitala prenumeranter. Det är främst lokala fådagars tidningar i Norge som i dag fortsatt ger bort sina nätnyheter gratis.

Hälften av alla respondenter i undersökningen uppger att de prenumererar på en lokaltidning eller tillhör ett hushåll som prenumererar.



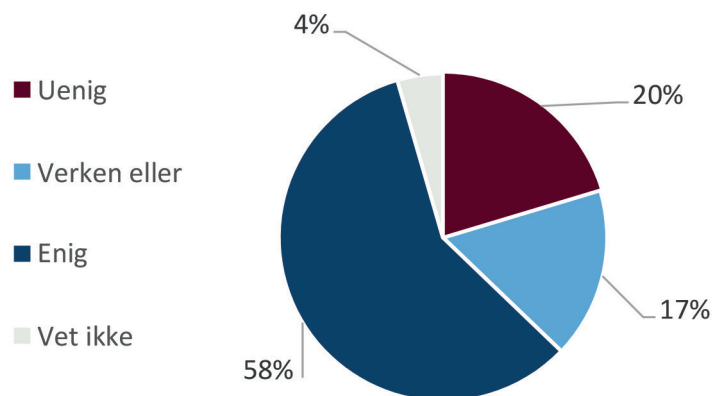
Fråga: Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på en lokaltidning?

Andelen som prenumererar på en lokaltidning varierar mycket mellan yngre och äldre. Den överväldigande delen av de äldre har en prenumeration, medan bara 20 procent av 30-39-åringar har det.



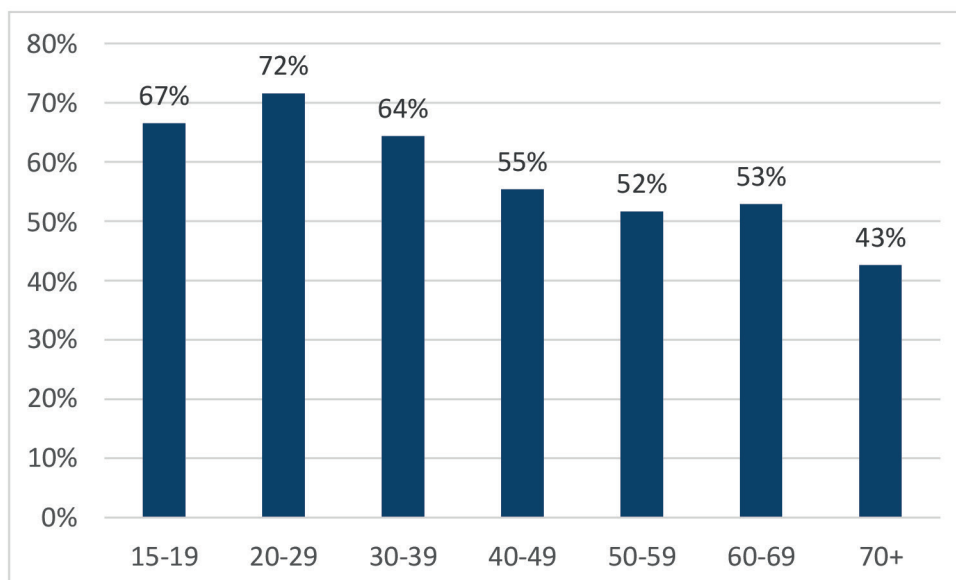
Fråga: Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på en lokaltidning?

Nästan 60 procent irriterar sig över att de måste betala för innehåll i den lokala nättidningen, medan 20 procent säger att det är OK.



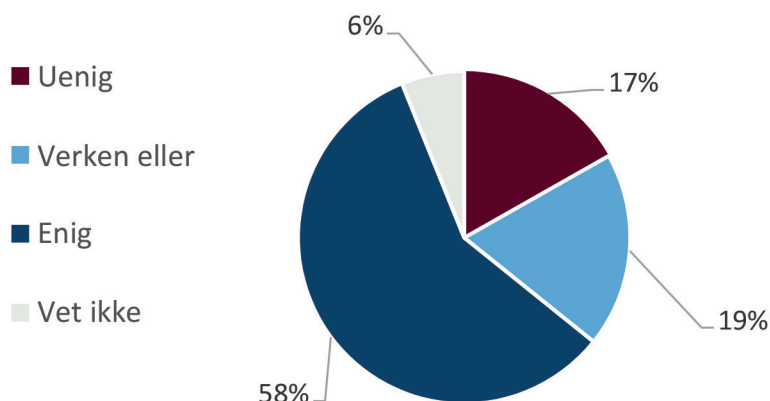
Fråga: *Hur enig eller oenig är du med följande påstående? "Jag irriterar mig över att jag måste betala för det som står i min lokala nättidning."*

Andelen som irriterar sig över att de måste betala för innehåll i den lokala nättidningen är störst bland dem som är under 40 år. Andelen som accepterar att betala ökar med åldern. Inte överraskande är de som redan är prenumeranter minst negativa.



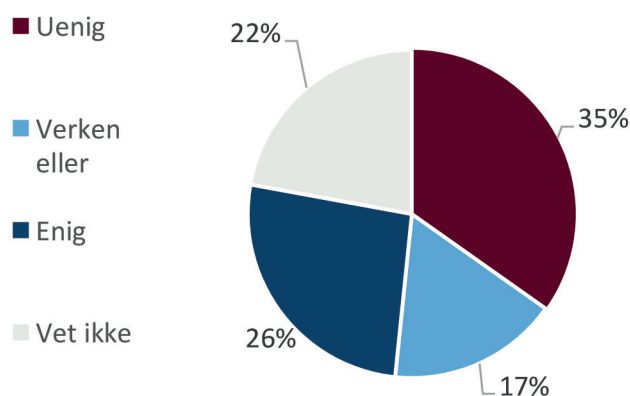
Fråga: *Hur enig eller oenig är du med följande påstående? "Jag irriterar mig över att jag måste betala för det som står i min lokala nättidning."*

Nästan 60 procent menar att lokala nyheter på nätet bör vara gratis, medan lite mindre än 20 procent tycker tvärtom. Andelen som anser att lokala nyheter på nätet bör vara gratis är till och med större än andelen som betalar för nätnyheter via prenumerationen. Det betyder att även prenumeranter som redan betalar för tjänsten tycker att den bör vara gratis.



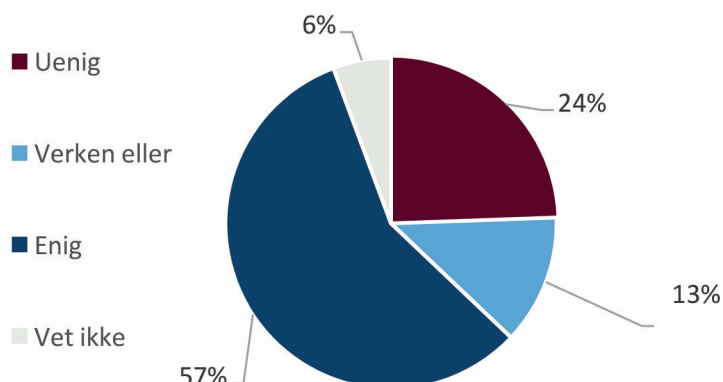
Fråga: *Hur enig eller oenig är du med följande påstående? "Jag tycker att lokala nyheter på nätet bör vara gratis för alla."*

Vad anser då läsarna om materialet som de betalar för? Jo, bara en fjärdedel tycker att det material som de måste betala för är bättre än det material som är gratis. 35 procent är oeniga med påståendet nedan, medan nästan 40 procent svarar vet inte eller varken eller.



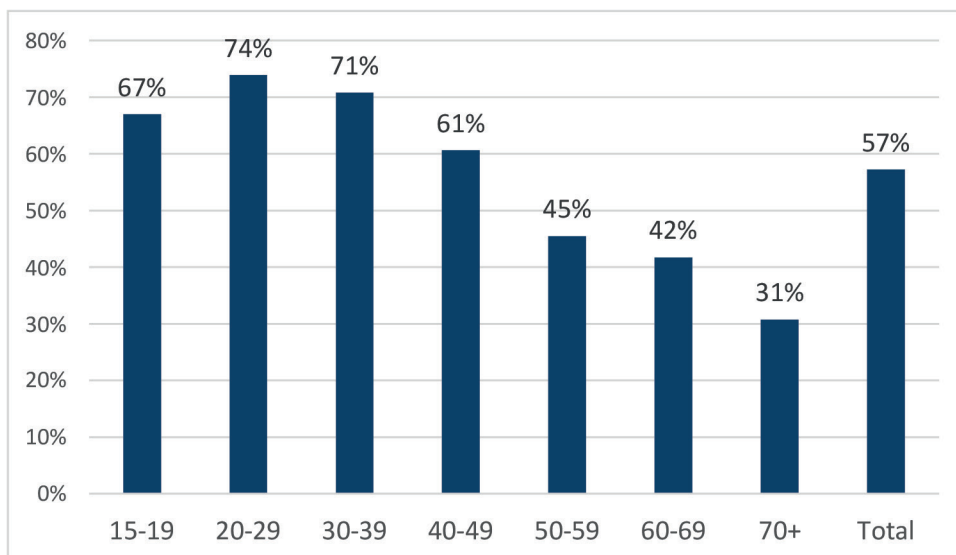
Fråga: *Hur enig eller oenig är du med följande påstående? "Jag tycker att det material som kräver betalning är bättre än det som är gratis i min lokala nättidning."*

Nästan 60 procent hävdar att de läser färre lokala nyheter efter det att deras lokala nättidning har börjat ta betalt för material. Bara en av fyra hävdar motsatsen.



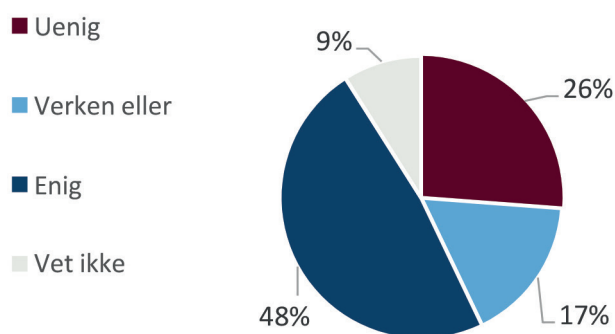
Fråga: *Hur enig eller oenig är du med följande påstående? "Jag läser färre lokala nyheter efter det att lokaltidningen infört betalning på nätet."*

Det är framför allt yngre som blir påverkade av införandet av betalmurar. Över 70 procent av dem under 40 år säger att de läser färre lokala nyheter efter det att materialet kostar pengar. Läsarna över 70 år är mycket mindre påverkade.



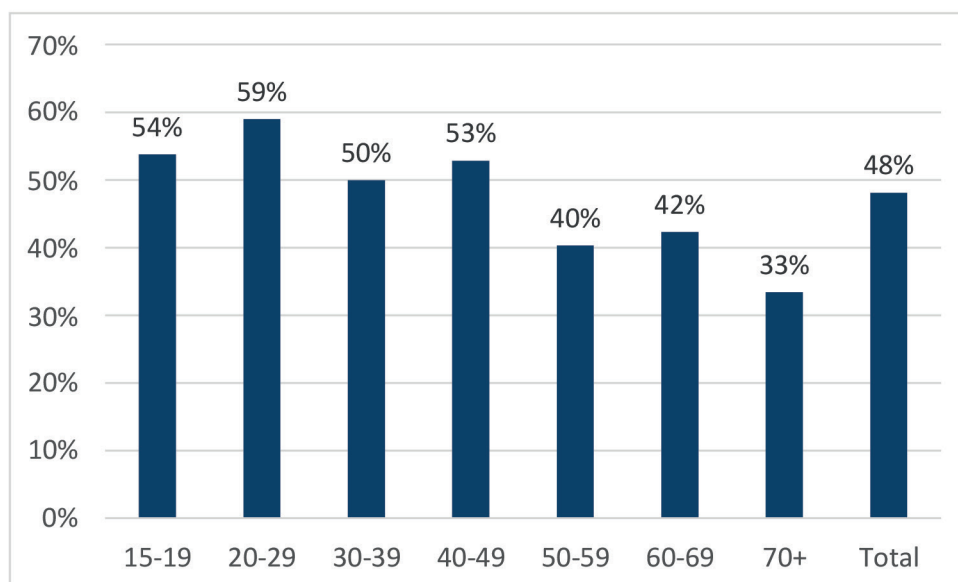
Fråga: *"Jag läser färre lokala nyheter efter det att lokaltidningen infört betalning på nätet."*

På grund av att lokaltidningarna har infört betalning på nätet söker sig många läsare till andra nyhetskällor. Detta, tillsammans med de andra svaren i den här delen av undersökningen, tyder på att det har skett betydande förändringar i användarmönstret av lokala nyheter efter införandet av betalmurar.



Fråga: *Hur enig eller oenig är du med följande påstående? "Jag använder andra nyhetskällor mer efter det att lokaltidningen infört betalning på nätet."*

Det är framför allt användarna under 50 år som går till andra nyhetskällor efter det att lokaltidningen har börjat ta betalt för innehåll.



Fråga: *"Jag använder andra nyhetskällor mer efter det att lokaltidningen har infört betalning på nätet."*

Ragnhild Kr. Olsen om utmaningarna med betalmurar

Medier & demokrati har bett Ragnhild Kristine Olsen att utveckla resonemanget kring vad det betyder att många lokaltidningar har infört betalning för sitt lokala nyhetsmaterial på nätet.

– Vår undersökning visar vilka viktiga utmaningar som lokaltidningarna möter när de skruvar om sin affärsmodell och inför användarbetalning på nätet, säger hon.

– Hälften av respondenterna i undersökningen är prenumeranter eller tillhör hushåll som har prenumeranter på den lokala tidningen. Det betyder att de är så kallade ”helhetsprenumeranter”, och att de därmed har tillgång även till allt betalinnehåll på nätet. Men det är bara en av fyra (25 procent) som tycker att materialet de måste betala för i den lokala nättidningen är bättre än gratismaterialet. Nära 40 procent svarar ”vet inte” eller ”varken eller” på den frågan. Det tyder på att lokaltidningens betalinnehåll på nätet inte upplevs ge något mervärde.

– 72 procent uppger också att de inte läser material som kräver betalning av användarna. Det är en större andel än man kunde ha förväntat sig med tanke på andelen prenumeranter i undersökningen. Det indikerar att en betydande del av prenumeranterna som har tillgång till betalmaterial inte använder sig av det, eller att de använder betalinnehåll utan att vara klara över att det ska vara ett innehåll med mervärde, ett material avsett enbart för betalande kunder, menar Ragnhild Kristine Olsen.

Tack

Medier & demokrati riktar ett stort och varmt tack till Ragnhild Kristine Olsen, Mona Solvoll och Anne-Britt Gran – forskarna bakom den här intressanta och spännande rapporten.

Vi är tacksamma för möjligheten att få arbeta fram den här versionen, och sprida den till vårt nätverk av personer verksamma i mediebranschen, akademier och samhällsinstitutioner. Vill du ta del av den fullständiga norska rapporten hittar du den här:

<https://www.bi.no/globalassets/forskning/centre-for-creative-industries/publications/dnd-digitalisering-av-lokal-mediebruk.pdf>

Kontakt

Handelshögskolan BI i Oslo:

Ragnhild Kristine Olsen,
stipendiat vid Institutt for kommunikasjon og kultur.
ragnhild.k.olsen@bi.no

Mona Solvoll,
försteamanuens och projektledare för delprojektet Pressen.
mona.k.solvoll@bi.no

Anne-Britt Gran,
professor, ledare för BI Centre för Creative Industries och projektledare för Digitization och Diversity.
anne-britt.gran@bi.no

Medier & demokrati, Lindholmen Science Park:

Martin Holmberg,
programansvarig
martin.holmberg@lindholmen.se
Telefon: +46 70 562 40 93

MEDIER&DEMOKRATI

Programmets leds av Lindholmen Science Park och grundfinansieras av Västra Götalandsregionen.

Satsningen stöds också av bland andra Sveriges kommersiella medier inom Tidningsutgivarna (TU), public servicebolagen Sveriges Television och Sveriges Radio, Sveriges ledande medieakademier som Göteborgs Universitet, Jönköping Business School, Karlstads Universitet, Linnéuniversitetet, Mittuniversitetet och Södertörns Högskola. Därtill av internationella aktörer som Nordicom, den globala branschorganisationen WAN-IFRA samt i Norge av utvecklingsnätverket NxtMedia och bransch- och utgivarorganisationen Mediebedriftenes Landsforening (MBL).