



## EU-journalistikk i regionale aviser

En kritisk diskursanalyse av Fædrelandsvennen og Agderpostens fremstilling av europeisk samarbeid i Agder- regionen.

**Anja Haug Tronrud**

**Veileder**

Elise Seip Tønnessen

*Masteroppgaven er gjennomført som ledd i utdanningen ved Universitetet i Agder og er godkjent som del av denne utdanningen. Denne godkjenningen innebærer ikke at universitetet inntår for de metoder som er anvendt og de konklusjoner som er trukket.*

Universitetet i Agder, 2013

Fakultet for Humaniora og pedagogikk

Institutt for nordisk og mediafag



## Sammendrag av oppgaven

**Tittel:** EU-journalistikk i regionale aviser på Sørlandet

**Formål:** Å vise hvordan regionale avisene fremstiller Agder-fylkenes forhold til europeisk samarbeid.

**Problemstilling:** *Hvordan fremstiller regionale aviser EU/EØS programmets betydning for regional utvikling, og hvordan samsvarer dette bildet med sentrale bedrifters egen oppfatning?*

For å konkretisere denne problemstillingen har jeg delt den opp i følgende underproblemstillinger: *Hvordan fremstiller Fædrelandsvennen og Agderposten EU/EØS avtalen, og hvilke muligheter gir det for europeisk samarbeid for næringslivet i Agder?*

*Hvordan arbeider Sørlandets Europakontor for å formidle EU programmer og europeisk deltakelse til næringslivet i Agder ?*

*Hvordan oppfatter de største næringsklyngene i Agder (NODE og EYDE) mulighetene for å delta i europeiske prosjekter, og hvordan får de tilgang til informasjon om EU/EØS-midler?*

**Valg av metode:** En kritisk diskursanalyse av avisartikler i Fædrelandsvennen og Agderposten i perioden 01.01.2012- 01.12.2012 studere hvilke identiteter, relasjoner og vitenssystemer som representeres. Jeg har gjort en tekstanalyse av avisartiklene for å se på språklige dimensjonen. For utfyllende informasjon om praktiske omstendigheter i næringslivet og Sørlandets Europakontor har jeg brukt semistrukturerte intervjuer. Utvelgelsesprosessen er en del av mixed methods som er en blanding av den kvalitative og kvantitative forskningstilnærmingen.

**Hovedkonklusjon:** Den gjennomførte diskursanalysen avdekker to diskurser. Den første er diskursen om Sørlandet som internasjonal og pådrivere for europeisk samarbeid. I media fremstilles næringslivet som en viktig bidragsyter som gir troverdighet til denne diskursen, ved å fremstå som bevis på at samarbeid lønner seg for regionen. Dette bidrar til å nå Agders internasjonale mål om å fremme vekst og innovasjon. Den andre diskursen som går igjen, er ønsket om ny EØS debatt og mangel på informasjon om hva EØS-avtalen innebærer. Konflikt mellom aktører fremmer et bilde av EU-som byråkratisk og vanskelig og forholde seg til. Næringslivets holdninger er at europeisk samarbeid er viktig, men det tar tid å delta. Diskursen om EU som fremmed og uhåndterlig hindrer sentrale bedrifter i næringsklynger til å delta siden, da de verken har tid eller ressurser til å følge med på alt som skjer i EU.

## Forord

"Tid ble funnet opp slik at ikke alt skulle skje på en gang" (Einstein 2012). Bak enhver masteroppgave ligger det mye tid, mange tanker og teorier. Etter å ha tilbrakt flere måneder i kjellerlokalene på Universitetsbiblioteket i Agder, sittet på i et flyttelass ved stuebordet hjemme hos mor og far, til og med hatt et opphold i Buenos Aires i Argentina, avslutter jeg nå denne masteroppgaven i Samfunnskommunikasjon. Oppgaven i seg selv har et mye mer lokalt preg enn min egen lokalisering.

Dette er en studie av EU- journalistikk i regionale aviser på Sørlandet. Formålet med studiet er å vise hvordan disse avisene fremstiller Agder-fylkenes forhold til europeisk samarbeid. Jeg fikk inspirasjon til dette tema da jeg tilbrakte seks uker i Brussel som studentpraktikant for Sørlandets Europakontor. Hverdagen besto av travle mennesker i dress, konferanser, en hel del espresso og engasjerte byråkrater. På enhver reise får man innblikk i en ny virkelighet som ikke alltid er slik en har lest på forhånd. En tankevekker da jeg var i Brussel, var at det jeg så og arbeidet med for regionen, hadde et annet fokus enn det jeg så i media, som ofte er preget av eurokrise og medlemskapsspørsmål. Jeg opplevde optimisme og at fokus var rettet mot muligheter og samarbeid. Slik startet grublingen om den medieskapte virkelighet og hvordan det kan påvirke holdninger om europeisk samarbeid i næringslivet.

Det har vært en lang prosess å komme frem til oppgavens sluttresultat. Til tider har det også vært utfordrende å finne fokus. Det har vært godt å ha noen gode hjelpere ved sin side. Jeg vil derfor benytte anledningen til å takke de som har motivert, inspirert og hjulpet meg gjennom prosessen.

Først og fremst vil jeg takke min veileder Elise Seip Tønnessen for gode råd og oppfølging. Hun har hele tiden vært en god hjelp. EU-ekspert og professor Jarle Trondal har også gitt meg nyttige råd til utvalg av relevant teori. Jeg vil takke mine samboere for å ta på seg ansvaret som arbeidstilsyn. De har hjulpet meg til å se de viktige fasettene i stressende perioder. I tillegg vil jeg gjerne gi en takk til ansatte ved Universitetsbiblioteket i Agder. De har vært både tålmodige og hjelpsomme ved fornying av bøker og innhenting av litteratur. Jeg vil også takke min far som har tatt seg tid språkvasken. Det er med skrekkblandet fryd at jeg nå kaller meg for ferdig utdannet og fester blikket mot nye høyder innenfor en verden av kommunikasjon.

# Innholdsfortegnelse

1. EU/EØS og utfordringer for regionalt næringsliv .....	3
1.1 Pressens ansvar og samfunnsrolle .....	5
1.2 Problemformulering og avgrensning .....	7
1.3 Presisering av ofte brukte begreper: .....	9
2. Bakgrunn.....	10
2.1 Sørlandet og dets rolle.....	11
2.2 Sørlandet, Europakontoret og Næringsklyngene.....	12
2.2.1 Sørlandets Europakontor .....	13
2.2.2 NCE NODE.....	13
2.2.3 EYDE.....	14
3. Diskurs og europeisk journalistikk.....	16
<b>3.1 Sosialkonstruktivismen</b> .....	16
3.2 Makt, media og samfunnsansvar .....	17
3.3 Medialisering og politisk kommunikasjon .....	20
3.4 Nyhetsmedienes dagsorden og det dobbelte kommunikasjonskretslop. ....	23
3.5 EU- journalistikk i norske aviser, "Forvrengt, fortiet og fortettet".....	25
3.6 Dramaturgiske trender i nyhetsbildet om EU og EØS.....	26
3.7 Ulike tradisjoner innen diskursanalyse .....	27
3.7.1. Kritisk Diskursanalyse (KDA).....	28
3.8 Faircloughs tredimensjonale diskursbegrep .....	30
3.8.1 Tekstanalyse .....	31
3.8.2 Diskursiv praksis- produksjon, distribusjon og konsumpsjon .....	32
3.8.3. Den sosiale praksis og den sosiokulturelle rammen.....	34
4. Metodiske tilnæringer og vurderinger .....	36
4.1 Kvalitativ forskning .....	36
<b>4.2 Valg av metoder for datainnsamling</b> .....	38
4.3 Gjennomføring av Analysen.....	41
4.3.1 Tekstanalysen .....	43
4.3.2 Intervju .....	44
4.4.Presentasjon og utvalg av datamateriale og respondenter .....	46
4.5 Metodisk kvalitet Generalisering, reliabilitet, validitet .....	47
4.6 Forskningsetiske utfordringer .....	48

4.7 Min rolle i forskningsprosessen og en metodisk oppsummering. ....	49
5. Presentasjon av empiri .....	50
5. 1.Fædrelandsvennene og Agderposten .....	50
5. 2 Presentasjon av informanter.....	51
Kjell O Johannessen(KJ, 20.11.2012).....	51
Helene Fladmark (HF, 19.11.2012) .....	51
Tor Arne Johnsen (TJ, 16.11.2012) .....	51
6. Analyse .....	52
6.1 Fremstillingen av europeisk samarbeid i Agderposten og Fædre landsvennen .....	53
6.1.1 Nyhetsreportasjene .....	53
6.1.2 Nyhetsintervjuene: .....	63
6.1.3 Leserinnlegg om europeisk samarbeid .....	68
6.1.4 Oppsummering av artiklenes tekstlige ytringer .....	74
6.2 Sørlandskontoret og Næringslivets oppfattelse av europeisk samarbeid i Sosial praksis. ....	76
6.3 Diskursiv praksis med fokus på dagsorden og medialisering. ....	81
7. En analytisk oppsummering. ....	88
7.1 Avslutning .....	92
8.Litteratur .....	95
9. Liste over avisutklipp vedlegg.....	100
Vedlegg 1. (Michalsen 06.03.2012) .....	101
Vedlegg 2 (Michalsen 09.05.2012) .....	102
Vedlegg 3 (Rike 17.04.2012) .....	103
Vedlegg 4 (Michalsen 17.04.2012) .....	104
Vedlegg 5 (Ellingsen 2012, 17.08) .....	105
Vedlegg 6 (Fjermeros 27.07.2012) .....	106
Vedlegg 7 (Nomedal 06.08.2012).....	107
Vedlegg 8 (Johnsen T A 15.06.2012).....	108
Vedlegg 9.....	109
Vedlegg 10.....	113

## 1. EU/EØS og utfordringer for regionalt næringsliv

Fri flyt av varer, personer, tjenester og kapital er EØS-avtalens<sup>1</sup> fire friheter og kjernen i EUs indre marked. EØS-avtalen utgjør den viktigste organiseringen av Norges økonomiske forbindelser med utlandet (Europaportalen 2012). De fire frihetene har stor betydning for regional sektor, da de gir muligheter for økt aktivitet som kan følge av reglene med handel, tjenesteyting og etableringer. Til tross for godene dette medfører for Norge gjør også avtalen det vanskelig å styre politisk, siden avtalen gir svært begrenset medbestemmelsesrett for Norge i EU Norge (Claes, Hveem et al. 2006). På den måten står Norge med én fot innenfor, og én fot utenfor EU. Debattene i media, dreier seg mye om medlemskap og i hvilken grad vårt næringsliv og vår politiske styring og preges av avtalen.

Hvilken betydning EØS- avtalen og andre former for samarbeid med EU har hatt for norsk disktrikts- og regionalpolitikk 1993-2011 var relativt lite forsket på. Europautredningen har derfor forsøkt å sammenstille tilgjengelig materiale og forskning, som jeg vil bruke som bakgrunn for å besvare oppgavens problemstilling.

Utenriksdepartementet satte ned et utvalg 7. januar, 2010 for å gjennomgå EØS-avtalen og andre aspekter ved Norges forhold til EU. Den 17. januar 2012 avleverte Europautredningen sin rapport til daværende utenriksminister Jonas Gahr Støre. Rapporten er trykket som NOU 2012:2 *Utenfor og innenfor*(Sejersted 2012). Hensikten med utredningen var å styrke debatten om EU i Norge. I rapporten presenteres flere forhold som både næringslivet og politiske aktører må forholde seg til i sitt arbeid.

Noen hovedtrekk i rapporten dreier seg om at de fleste norske bedrifter i landet må tilpasse seg en europeisk norm og standard. Til gjengjeld får norske bedrifter adgang til å nyte godt av EUs tiltak som hjelper det indre markedets tøffe krav. En stor del av Næringslivet i Agder består av næringsklynger, som jeg i denne studien vil undersøke nærmere. Jeg vil se hvordan de forholder seg til europeisk samarbeid.

---

<sup>1</sup> EØS-avtalen om det europeiske økonomiske samarbeidsområde, er en folkerettslig avtale som omfatter de 27 EU landene og EFTA-landene Island, Liechtenstein og Norge og trådte i kraft fra 1994. Hovedformål med avtalen er å utvide EUs indre marked til også å omfatte EFTA-statene, Kommunesektorens organisasjon, K. (2012) På gang i EØS.

## Lokale konsekvenser

EØS- avtalen har fått mange konsekvenser for lokalt næringsmiljø både økonomisk og sosialt. I følge Europautredningen Sejersted (2012:kap 18) utøver EU innflytelse på flere måter selv om EØS- avtalen ikke omfatter EUs regionalpolitikk. Norske regioner får ikke støtte fra strukturfondene i EU som støtter svakere stilte regioner i Europa. Regelverket har ofte blitt kritisert av kommuner for å være for detaljert, firkantet og formalistisk. Likevel har Norge fra 1996 gradvis knyttet seg tettere opp mot den nyere delen av EUs regionale politiske politikktutforming, i første rekke gjennom Interreg-programmene<sup>2</sup>.

Som andre EØS- land har regioner i Norge tilgang til å være med i prosjektsamarbeid med andre regioner i Europa. Norge betaler mye for å ha tilgang til dette samarbeidet, men det er opp til næringsaktørene selv å søke for å få være med. Interregsamarbeidet er en hjørnestein i det regionale samarbeidet med EU. Interreg har utviklet seg til å bli et omfattende programarbeid og har blitt en betydelig del av norsk regionalpolitikk.

Betydningen av EØS-avtalen har vist seg å være stor og økende for norsk distrikts- og regionalpolitikk i perioden 1994- 2011 både direkte og indirekte. Over 70 prosent av regjeringens godkjente EØS-direktiver har betydning for kommunesektoren som igjen påvirker næringslivet (Harper and Berg 2007). Den mest synlige siden har vært at EØS-reglene om offentlig støtte. Statstøtte legger begrensninger på statlige støtteordninger til private virksomheter i distrikter og kommuner. Eksempler på dette er arbeidsgiveravgift, distriktpolitisk profil, herunder om industrikraft, miljøstøtte, transportstøtte og støtte til små og mellomstore bedrifter (Sejersted 2012).

For distrikts-Norge har den viktigste konsekvensen antagelig vært etablering av et felles arbeidsmarked og utvidelsene av dette i 2004, noe som har bidratt til å sikre tilgang på arbeidskraft til lokal helsesektor, bygg og anlegg, landbruk, fiskeri og andre viktige distriktsnæringer. Begrensningene ligger derfor i at reguleringer og aktivitet må praktiseres slik at det ikke strider mot EØS sine restriksjoner.

Norge har ingen stemmerett i EU gjennom EØS-avtalen. For å påvirke må norske aktører ta i bruk uformelle kanaler som for eksempel lobbyvirksomhet, for å få innflytelse på overnasjonale beslutninger. Det er derfor viktig å holde seg oppdatert og være til stede der beslutningene tas.

---

<sup>2</sup> Interreg er EUs program for å fremme sosial og økonomisk integrasjon over landegrensene gjennom regionalt samarbeid.



De fleste land har opprettet regionskontorer i Brussel slik at regioner i Europa har fått en tydeligere utenrikspolitisk side. På denne måten fremmes regionalt samarbeid og interesser mellom regioner i europeiske land. Norske aktører har også gjennom EØS-avtalen fått en internasjonal dimensjon der mange fylkeskommuner er engasjert i ulike sider av EU-samarbeidet. Det finnes nå flere norske regionskontor i Brussel, som følger med på den politiske utformingen i EU. Tilstedeværelsen er mer eller mindre ukontroversiell, men preger tekningen om distrikts- og regionalpolitikk i Norge (Sejersted 2012).

I 2005 etablerte også Sørlandet et kontor i Brussel for å bidra til utviklingen av et mer internasjonalt samfunns- og næringsliv i Agder. Sørlandets Europakontor eies av fylkeskommunene i Agder sammen med Agderforskning, Kristiansand og Arendal kommune. Kontoret skal bidra til å informere Agder-regionen om hva som foregår i EU, slik at regionen bedre kan benytte seg av mulighetene i et stadig mer integrert Europa (Europakontor 2012). En av Sørlandskontorets strategier for å kommunisere til aktører i regionen er å benytte seg av de lokale avisene, Fædrelandsvennen og Agderposten.

EU-samarbeidet er godt synlig i mange norske kommuner og fylkeskommuner, men svært lite fremme i den alminnelige norske europadebatten (Indset and Hovik 2008).

### **1.1 Pressens ansvar og samfunnsrolle**

En felles samtale om hva Europa skal være og hva slags Europa vi ønsker er i følge Koopmans and Statham (2010) nødvendig for å få et mer modent politisk Europa. Noe han refererer til som den europeiske sfære. Den politiske sfæren i Europa har to nivåer. Den ene finner sted i Brussel, Strasbourg og Luxembourg, der nyhetsbeitet for journalistene om EU finner sted (Slaatta 2011). Den andre består av medlemstater, regioner og representanter fra storbyer. Det er sfæren som befinner seg på det regionale nivå som vil få mest fokus i denne studien.

Kommunikasjonen i en europeisk sfære kommer fra det nasjonale og det regionale plan, og bidrar til tolkning og felles forståelse innenfor referanser i EU-systemet. For å opprettholde europeisk demokrati er det sentralt å være synlig, inkluderende og ha mulighet til å svare. Jo mer synlig, jo mer engasjerer folk seg og kan prege politikken gjennom ulike kanaler (Koopmans and Statham 2010).

Dagens digitale kommunikasjonssamfunn gjør at informasjonsflyten går raskere enn noen gang. Dette medfører en ny flyt av kultur, verdier, løsninger og resultater. Pressens oppgave

er å plukke ut det som er viktig for sine lesere. I første punkt av *Vær varsom plakaten*, utformet av Pressens Faglige Utvalg (Presseforbund 2008), står det at en av pressens viktigste samfunnsoppgaver er at den skal informere sine innbyggere og bidra til samfunnsdebatten for å opprettholde demokratiet. Pressen skal være uavhengige for å ivareta at ulike syn kommer til uttrykk og avdekke kritikkverdige forhold. Den er pliktig i å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.

Folk er ikke like avhengige av journalistikkens informasjonsbehandling som før, mye på grunn av internett og andre informasjonskanaler som har dukket opp de siste årene. Eide (2009) påpeker at journalistikken er i endring og at den stadig konkurrerer med andre medier om den demokratiske posisjonen i samfunnet. Pressen er fortsatt viktig, journalister både skaper og definerer nyheter ved at de gjør informasjonen relevant for sine lesere.

I et liberalt demokrati er det stadig konkurrerende perspektiver om fremstilling. Koopmans and Statham (2010) skriver i *Making of a european public sphere* at forholdet mellom media og politikere bidrar til å forme den europeiske sfære om hvilken type europeisert offentlig politikk muliggjøres. Pressen setter dagsorden, dens oppgave er å publisere ulikheten mellom konkurrerende eliter på en objektiv måte. Noen ganger kan journalister opptre som kommentatorer og opinionsledere. Som følge av dette blir den politiske diskursen et grensesnitt mellom tilfeldig utveksling av politikere og det sivile samfunn, under et bevoktende blikk av et oppmerksomt publikum.

Regionale medier har ansvar for å skape nærhet til sine lesere ved å konkretisere viktigheten av internasjonale nyheter også på lokalt plan. Tilgangen på informasjon er også sentral for å skape en nyhets sak. Tilstedeværelse på nyhetsbeitene som Slaatta (2011) nevner er derfor viktig for å skaffe seg informasjon om debattene i EU, noe Koopmans and Statham (2010) også er enig i. Han viser til at nyheter er den beste måten for borgere å oppdage ny kunnskap på ved å se hvordan problemer håndteres. Han mener at media er sentralt i enhver diskusjon om en offentlig europeisk debatt, i og med at den gjør informasjon synlig og tilgjengelig for borgeren. Politikere bruker også media til å overvåke borgeren og deres meninger for å forstå hvordan de reagerer på lovendringer.

Siden denne oppgaven fokuserer på Agder som region, vil jeg derfor fokusere på hvordan den regionale pressen i Agder bidrar til å opprettholde det europeiske samarbeidet gjennom sin formidling av EU og EØS-systemene. For å forstå dette må vi dykke ned i mediens logikk, samfunnsprosesser, og fremstilling av sosial erfaring.

## 1.2 Problemformulering og avgrensning

Etter et raskt søk i Retriever/ A-tekst om hva som står skrevet i Norske aviser i perioden 01.06.2011 - 01.06.2012 fant jeg over 50 787 nyhetsartikler om USA. Når jeg søkte på saker om Europa, fikk jeg opp 39 689 saker. Det ble altså skrevet 11 098 færre saker i norske aviser om Europa enn om USA i løpet av et år. Kun 2 747 av sakene handlet om EU og EØS. I regionale og lokale aviser fant jeg over 21 102 artikler om USA og 18 621 artikler om Europa. Det utgjør 2 481 artikler i forskjell (Retriever: 11.10.2012).

Det at det skrives færre artikler om Europa enn USA i Norske aviser, viser at fokus på EU og EØS ikke er spesielt stort. Media har i oppgave å sette dagsorden og skape samfunnsdebatt om saker som er relevante. De skal også engasjere sine lesere og selge aviser.

Nyhetskriteriene som presenteres i 3.2 Makt, media og samfunnsansvar sier noe om hvilken nyhetsverdi en hendelse har, og hvordan de påvirker fremstillingen av hendelser som uttrykkes i media (Overland 2013).

I oppgaven skal jeg se nærmere på hvordan EU-nyhetene fremstilles i de regionale avisene. Jeg ser etter hvordan pressen opprettholder sitt samfunnsansvar og formidler om EU-saker knyttet til Agder-regionen. For å avgrense, vil jeg fokusere på hvilket bilde avisene danner for sine lesere om næringslivets europeiske samarbeid. På den annen side vil jeg se på hvordan næringslivet i Agder forholder seg til de regionale avisene som talerør for sine virksomheter.

Tematikken munner derfor ut i følgende problemstilling: ***Hvordan fremstiller regionale aviser EU/EØS programmers betydning for regional utvikling, og hvordan samsvarer dette bildet med sentrale bedrifters egen oppfatning?***

For å konkretisere denne problemstillingen har jeg delt den opp i følgende underproblemstillinger:

*Hvordan fremstiller Fædrelandsvennen og Agderposten EU/ EØS avtalen, og hvilke muligheter gir avisene for europeisk samarbeid for næringslivet i Agder?*

*Hvordan arbeider Sørlandets Europakontor for å formidle EU programmer og europeisk deltakelse til næringslivet i Agder?*

*Hvordan oppfatter de største næringsklyngene i Agder (NODE og EYDE) mulighetene for å delta i europeiske prosjekter, og hvordan får de tilgang til informasjon om EU/EØS-midler?*

Ved å studere avisartikler på den ene siden opp mot hva næringslivet faktisk har behov for av informasjon om europeisk samarbeid, blir bilde av europeisk samarbeid studert fra ulike sider. Det tredje perspektivet belyser Sørlandskontorets side som representant og pådriver for regional utvikling i Agderfylkene inn mot EU.

For å svare på det første spørsmålet har jeg valgt ut artikler både fra Fædrelandsvennen og Agderposten. Artikkene hentes fra tre ulike nyhetssjangere og vil inngå i en kritisk diskursanalyse etter Faircloughs (2008) tredimensjonale diskursmodell, som er min hovedmetode. Ved å sette artikkene inn i en diskursanalyse tydeliggjøres virkelighetsbildene som avisene skaper gjennom sin tekstlige fremstilling av europeisk samarbeid og dens kontekstuelle sammenheng.

For å svare på det andre spørsmålet om hvordan Sørlandskontoret arbeider med å formidle europeisk samarbeid, vil jeg gjennom et intervju undersøke hvordan kontoret forholder seg til media og bruker avisene som kommunikasjonsmiddel.

Det tredje spørsmålet vil jeg belyse ved å undersøke hva europeisk samarbeid betyr for næringsklyngene i Agder. I avisene ser jeg på hvordan næringslivet fremstilles, mens intervjuer av sentrale næringsaktører i regionen belyser på hvordan næringslivet forholder seg til det som fremstilles i avisene, og hvordan de får informasjon om samarbeidsmuligheter.

Det overordnede målet sett ut i fra disse spørsmålene er å se hvordan debatten rundt EU og EØS-avtalen fremstilles i avisene, og om dette kan ha sammenheng med den regionale utviklingen i Agder med tanke på delttagelse i EU-prosjekter. Jeg ser etter hvordan engasjement til samarbeid skapes eller svekkes gjennom de regionale avisenes fremstillingsmåte.

Det teoretiske rammeverket i oppgaven brukes til å presentere relevante begreper og teorier som knyttes opp mot avisartiklene og intervjuene i analysen. Empirien blir på denne måten satt i en kontekst, og sees gjennom "teoretiske briller" for å belyse oppgavens problemstilling, slik at analysen blir mer fruktbar. Ytringer satt i en diskurs bidrar til å skape et bilde av hvordan næringslivet i Agder-regionen forholder seg til europeisk samarbeid.

Avisartiklene er hentet i en tidsperiode fra 01.01.2012 til 01.12.2012. De utvalgte artikkene er publisert etter at Europautredningen, NOU 2012: 2 *Innenfor og Utenfor* (Sejersted 2012) ble publisert 17.januar 2012. For å sette tematikken i et mer næringsrettet perspektiv har jeg foretatt intervjuer med ledere av de største næringsklyngene i Agder: NODE og EYDE.

I tillegg har jeg intervjuet leder for Sørlandets Europakontor for å få bedre innblikk i hvordan kontoret kommuniserer mulighetene for samarbeid næringslivet kan benytte seg av, gjennom EU og EØS-avtalen. Sørlandskontorets tanker om EØS' konsekvenser for regionen brukes for å belyse funn i diskursanalysen basert på avisenes nyhetsartikler. Slik kan jeg se nærmere på det bildet mediene fremstiller, og om det samsvarer eller bryter med næringslivets realitet.

### 1.3 Presisering av ofte brukte begreper:

- **Region** brukes i denne oppgaven som en betegnelse på et større avgrenset område. Jeg oppfatter fylke som et lokalsamfunn, som i denne oppgaven består av Aust- og Vest Agder fylkeskommune. Definisjonen beskriver hvordan administrative bånd knytter sammen et geografisk område som fungerer sammen økonomisk og sosialt. Når jeg snakker om sørlandsregionen er det denne beskrivelsen jeg refererer til.

- **Europeisering** brukes i oppgaven for å forklare den politiske globaliseringen i Europa. Innbyggere i hele Europa er en del av denne utviklingen, og består av et tett samarbeid mellom institusjoner, markeder, samfunn og nasjonale aktører. Den europeiske integrasjonen har de siste 50 årene blitt altomfattende og griper inn i samfunnet hos alle medlemmer, også i norske regioner. I Europautredningen er det redegjort for europeisering av EU for norske forhold på tre nivåer: Interesser og verdier, maktfordeling og demokrati (Sejersted 2012: 807). For å øke det demokratiske samspillet mellom EU-landene har mer kommunikasjon ført til en europeisk diskurs og en offentlig sfære, som øker graden av europeisk samhandling (Koopmans and Statham 2010).

- **Medialisering** brukes som et sentralt begrep for å forstå mediens betydning for kultur og samfunn etter Hjarvard (2008)s definisjon. Begrepet medialisering handler om mediens påvirkning av politisk kommunikasjon og innflytelsen på det politiske liv i et samfunn der konkurransen om å nå ut med budskapet er stor. Media har stadig mer innflytelse på alle samfunnets institusjoner og deres samkvem. Politikere og aktører tilpasser sin kommunikasjon slik at det blir lettere tatt opp av mediene etter deres kriterier. Gudmund Hernes argumenter for at mediens økte uavhengighet tillater dem mer makt over medieinnholdet. Dette defineres som "det mediavridde samfunn" (Hjarvard 2008:16).

## 2. Bakgrunn

For å sette en ramme rundt diskursen starter jeg med å gjøre rede for samfunnsutviklingen i EU i relasjon til Norge.

EU, opprinnelig kalt EF, ble opprettet i 1957 for at Europa skulle holde sammen etter andre verdenskrig. Samarbeidet skulle skape økonomisk oppgang etter depresjon i Europa og opprettholde valuttasamarbeidet som skulle danne grunnlaget for den europeiske union. Dagens situasjon ser ganske annerledes ut. Mediebildet viser økonomisk, politisk og sosial uro (Eliassen 1994). Sverdrup (2012) hevder at EU er i en kritisk fase og det er stor usikkerhet om videre utvikling. Noen tror samarbeidet er i ferd med å falle fra hverandre og andre tror det vil forsterkes. Uansett hvilken vei det går, vil det påvirke Norge.

European Commission (1996) understreket også viktigheten av regional deltakelse for å unngå frarøvelse av "mainstream" fordeler. Involvering av lokale kommuner og bedrifter er viktig i denne prosessen. Tre måter dette gjøres på er å utvikle kapasitet for deltakelse, ressurser til områder som trenger hjelp og reduksjon av isolasjon.

Regional utvikling påvirkes av offentlig politikk, men også av økonomiske, demografiske, sosiale og teknologiske faktorer. En utfordring kan være at det er vanskelig å si hva som skyldes påvirkning fra EU, og hva som henger sammen med globale utviklingstrekk eller uavhengige prosesser på nasjonalt nivå (Sejersted 2012). I følge Nedrebø (1998) har det også vært manglende kunnskap om bedrifters rettigheter i henhold til EØS-avtalen, noe som kan føre til at norske leverandører utestenges fra offentlige innkjøp og pålegges toll, da tollinspektørene heller ikke kjenner avtalen godt nok. Oppgavens intensjon er ikke å gjøre en samfunnsvitenskapelig analyse av EUs påvirkning i Agder, men å se hvordan mediene fremstiller europeisering av Agder-regionen.

Når regionale aviser i Agder informerer om muligheter for europeisk samarbeid i Agder, kommuniserer de også til andelen innbyggerne som jobber i næringslivet. Jeg ser derfor etter vesentlige nyheter for avisenes målgruppe. Avisene skaper og opprettholder EUs identitet gjennom å synliggjøre relasjoner og påvirke vitenssystemer i sin fremstilling. Dette er sentrale elementer i en kritisk diskursanalyse i følge diskursteoretiker Norman Fairclough (2008). Han ser på maktkritiske, samfunnskritiske og ideologiskkritiske i en diskurs.

For å forstå de lokale næringsforholdene i Agder er det passende med en forklaring på Sørlandets rolle som utviklingsaktør og hvilken betydning regionen har i europeisk kontekst. Deretter vil jeg presentere de to næringsklyngene og deres samfunnsrolle.

## 2.1 Sørlandet og dets rolle

*"Næringsutvikling handler mykje om å forstå lokale forhold. I eit allsidig land som vårt vil bedriftene ha ulike føresetnader for å utvikle seg i høve til utfordringar i marknaden".* Dette sa kommunal- og regionalminister Liv Signe Navarsete i 2011 (Regionaldepartementet 2011).

Fylkeskommunene besluttet høsten 2010 å utarbeide en felles internasjonal strategi for Agder (Fylkeskommunen 2012) som ledd i oppfølgingen av regionplanen Agder 2020.

Regionplanen fokuserer på kunnskap, kompetanse, verdiskapning, bærekraftig utvikling, samarbeid og partnerskap som forutsetter en sterk internasjonal orientering (Fylkesrådet 2011).

Agder har en av Norges største skips og konteinerhavner, og landsdelens næringsliv er i hovedsak eksportrettet. Regionen har lange tradisjoner for internasjonalt samarbeid, og aktører innenfor det offentlige, academia og næringslivet deltar i internasjonalt samarbeid innenfor sine virkefelt. Regionen er sterkt påvirket av kulturelle strømninger fra over 150 land i verden. Mange er utenlandske studenter og arbeidstakere, men også en del er utenlandsrettede transportforbindelser (Mykland 2011).

Næringslivet berøres sterkt av internasjonale konjunkturer. I dag nyttiggjør 1/3 av bedriftene i Agder arbeidsinnvandrere. I takt med en høy økonomisk aktivitet samtidig som andelen personer i arbeidsdyktig alder minker, fremprovoseres problemstillinger som er knyttet til tilgang på arbeidskraft nasjonalt og regionalt. På Sørlandet er aktiviteten for øyeblikket svært høy. Behovet for arbeidskraft øker selv med en svak konjunkturutvikling. Det antas at både arbeidsinnvandring og mobilisering av regionens styrker og behov må til for å løse denne utfordringen (Hidle K 2009).

I følge regionplan Agder 2020 (Fylkesrådet 2011) er behovet for internasjonalisering noe som påvirker næringslivet og utviklingsaktører. Både private og offentlige virksomheter bør utnytte mulighetene som ligger i EU-systemet, både når det gjelder deltakelse i ulike internasjonale prosjekter og aktivisering av internasjonale virkemidler for regional utvikling, for eksempel innenfor klima og samferdsel.

For å øke bevisstheten om konsekvensene av EØS-avtalen for kommunesektoren, og løse regionale utfordringer på tvers av landegrensene, deltar flere aktører i de to fylkeskommunene samt bransjeorganisasjoner og kulturinstitusjoner i EUs programmer for grenseoverskridende regionalt samarbeid – Interreg. Deltakelsen bidrar til kompetanseutvikling, læring og nettverksbygging. Prosjektene bidrar til å styrke utførelsen av regionalutviklingsoppgaver innenfor blant annet næringsutvikling, innovasjon, og miljøvennlig produksjon som er fokusområdene til NODE og EYDE.

Fylkeskommunene og Kristiansand kommune deltar også i regionalpolitiske interesseorganisasjoner i Europa som gir muligheter for å påvirke EU-politiske prosesser på felt der Agder har interesser. Nettverksbygging i Europa gir muligheter til å utvikle prosjekter til EU-programmer, markedsføring av Agders kompetanse og som en attraktiv destinasjon for bedrifter, turister og arbeidsinnvandring. Med andre ord bidrar deltakelsen i europeiske interesseorganisasjoner til å styrke regionens og byenes stilling i EUs styringssystem.

Det eksportrettede næringslivet og reiselivet i landsdelen er avhengig av effektive kommunikasjoner til utlandet, samtidig som transport har negative effekter på klimaet både regionalt, nasjonalt og internasjonalt (Fylkeskommunen 2012).

## **2.2 Sørlandet, Europakontoret og Næringsklyngene**

Flertallet av befolkningen og bedriftene på Sørlandet er lokalisert langs kysten. Agder er en ledende region i Norge på entreprenørskap og eksport fra foredlede råvarer. Eksempler på dette er aluminium, nikkel, silisium. I tillegg er Agder størst i landet på produksjon og kompetanse innenfor off-shore utstyr og hydroelektrisk kraft og har store næringsklynger innenfor maritim industri (Fylkesrådet 2011). Blant dem er NODE (Norwegian Offshore and Drilling Engineering) og EYDE -nettverket (prosessindustri) som de to største næringsklyngene i Agder. Disse næringsklyngene representerer næringslivet og sentrale bedrifter i oppgavens utvalg av empiri. De presenteres nærmere i kap 2.2.2 NCE NODE og 2.2.3 EYDE.

Klynger er et faktum i den vestlige verden, og har sine røtter hos Porter (1990).

Næringsklynger er geografiske konsentrasjoner av selskaper som er tilknyttet hverandre, spesialiserte leverandører som yter tjenester, firmaer i relaterte industrier eller assosierte institusjoner. Klynger gir agglomerasjonsfordeler som øker effektivitet og konkurransedyktighet i en region. Det kan føre til økt innovasjon som styrker en region og



fremmer velferd. Næringsklynger påvirkes av EØS- avtalen da fri flyt av varer, tjenester og personer påvirker klyngenes virke og struktur (Porter 1998).

### 2.2.1 Sørlandets Europakontor

På et regionalt plan har Sørlandets Europakontor (SEK) i oppgave å fungere som et bindeledd mellom EU og Agder. På europeisk nivå finner vi institusjonene, over 300 europeiske regionskontorer, og aktører i næringsliv samt lobbyorganisasjoner og interesseorganisasjoner. I Agder finner vi næringslivet, bransjeforeninger, det offentlige, utdanning og forskning. I denne oppgaven er det næringslivet som er hovedfokus. Arbeidet som døråpner og bindeledd mellom disse nivåene foregår gjennom å markedsføre regionen i Europa, rapportere til Agder om utvikling i Europa, synliggjøre interesser og muligheter, formidle EU-kompetanse til Agder, legge til rette for nettverksbygging og informere og motivere til prosjektdeltagelse. Europakontorets visjon er å skape et tettere samarbeid mellom nivåene som skal føre til positive synergieffekter for regionen (Europakontor 2012).

### 2.2.2 NCE NODE

Sørlandet og NCE<sup>3</sup> NODE har flere verdensledende teknologiske bedrifter med seg. NODE representerer et sterkt industrielt miljø på Sørlandet og omfatter Olje- og gassnæringen som stadig er i vekst. Næringsklyngen har over 8500 ansatte på Sørlandet og består av 58 bedrifter: National Oilwell Varco, Aker Solutions Kristiansand, Cameron, Otera Ergon, Scandinavian Shipping & Logistics, for å nevne noen. Bedriftene leverer alt fra plattform-løsninger til høyteknologisk utstyr for bruk ombord i plattformer og skip. Dette gir en spisskompetanse innen utstyr som gjør det mulig å hente opp olje og gass fra ekstreme havdyp og under ekstreme forhold.

Kundene er riggeiere, oljeselskaper og rederier nasjonalt og internasjonalt. Visjonen til NCE NODE er å bidra til at olje- og gassnæringen på Sørlandet forblir verdensledende uansett konkurranse. NODE er også en av de tre første næringsklyngene i Europa som har fått *gullsertifisering* for sitt velfungerende klyngesamarbeid. Dette plasserer organisasjonen i den ypperste europeiske elitedivisjonen (Engeneering 2011:2)

---

<sup>3</sup> (NCE) Norwegian Centres Of Expertise. Et program som er etablert for å forsterke innovasjonsaktiviteten i de mest vekstkraftige og internasjonalt orienterte næringsklyngene i Norge. Skal bidra til å målrette, forbedre og akselerere pågående utviklingsprosesser i klyngene. NCE er en attraktiv merkevare som gir deltagende bedrifter et fortrinn i kampen om fremtidige markedsposisjoner globalt.

Nettverket har en nøkkelrolle for utviklingen av olje- og gassnæringen på Sørlandet og som regional samfunnsaktør. NODEs årsberetning 2011 (NODE 2011) legger vekt på ringvirkningene som skapes ved at de ansattes livsledsagere også jobber på Sørlandet og har barn som representerer fremtidens næringsliv på Sørlandet.

For å beholde den unike posisjonen som verdensledende kreves et godt samarbeid mellom næringsliv, akademia, stortingspolitikere og lokalpolitikere. NODE- gründer Kjell O. Johannessen forutser økt internasjonalt fokus på NODE og olje-gass industrien på Sørlandet i tiden fremover. I det globale markedet er de bedriftene som har den beste evnen til å omstille og tilpasse seg stadige endringer i forhold til produkter, markeder og kompetanse, som vinner. NCE NODE setter global ekspertise og videreutdanning på sin dagsorden (NODE 2011).

### 2.2.3 EYDE

EYDE er et annet nettverk på Sørlandet som knyttes opp mot prosessindustrien. EYDE-nettverket ble stiftet 2007, og har fått sitt navn etter gründer og sørlending Sam Eyde. EYDE-nettverket består av Norges mest fremtidsrettede industribedrifter, 14 bedrifter og over 6000 ansatte totalt. Den årlige omsetningen er på over 6 milliarder. Industrien er den nest største industrien i Norge etter olje og gass, og Sørlandet er i tet som eksportregion bare slått av Rogaland. Nettverket er en møtearena der bedriftene kan utveksle kompetanse og samle krefter som kan skape ny utvikling og teknologi. Bedriftene samarbeider for å videreutvikle sin ledende posisjon som en miljøvennlig og energieffektiv klynge innenfor prosessindustrien. EYDE har tradisjon for samarbeid med de beste internasjonale forskningsmiljøene innenfor sine spesialområder. Mange av bedriftene i denne industrien har spilt en betydelig rolle for økonomi og sysselsetting i sine kommuner og i hele landsdelen. Industrien har omfattende innflytelse på andre deler av næringslivet.

Prosessindustrien og kraftforedlende industri på Sørlandet er i hovedsak basert på import av råvarer og eksport av ferdige produkter som metaller. I dag representerer EYDE-nettverket verdensledende spisskompetanse innenfor sine områder, samtidig som EYDE- bedrifter representerer verdensledende miljøer for høytemperaturteknologi for materialfremstilling. Aluminiumsindustrien og nikkerverket Xstrata er et eksempel på en av bedriftene som har en meget betydelig import og eksport.

EYDE -nettverket vil påvirke utviklingen i regionen, ha en ledende strategisk posisjon og utgjøre en maktfaktor og naturlig nasjonal partner ved rammebetingelser. Rammebetingelser

for industrien reiser problemstillinger om utflytting fra Norge fordi rammebetingelsene er bedre i andre land. Deres fokus er på forskning og innovasjon, energi- og klimaløsninger samt kompetanse. I den sammenheng ønsker de også å posisjonere seg i forhold til EU - forskning. Utviklingen for bedriftene i Agder er avhengige av krevende internasjonale eiere og må derfor være konkurransedyktige og stå i front til en hver tid. (EYDE 2009-2010), (EYDE-nettverket 2011).

### 3. Diskurs og europeisk journalistikk.

For å systematisere teoridelen har jeg delt den inn i to hovedområder. Den første delen retter fokus mot medias dagsorden og regionsaviser. Hjarvard (2008) sitt begrep om "medialisering" og "dagsorden" er sentrale her. Jeg har også brukt Slaatta (2011)s medieanalyse av EU-saker i Norske aviser for å se hvordan de regionale nyhetene passer inn i de klassiske norske nyhetsrammene. Jeg ser på media og avisenes rolle i det politiske spillet med fokus på hvilke tilnærminger de bruker for å sette fokus på EU og EØS samarbeid. Artikkelen *Fortiet, forsinket og forvrengt* (Slaatta 2011) gir teorien en overordnet kontekst med fokus på EU-journalistikk i nasjonale medier. På den måten kan jeg trekke linjer til hvordan journalistikken gjenspeiles på regionalt nivå.

Den andre delen setter fokus på *diskursbegrepet fra et teoretisk perspektiv*. Den dreier seg om konstruksjoner av kunnskap, maktperspektiver gjennom språk og semiotikk i kontekst. Jeg tar utgangspunkt i (Fairclough 2008)s analysemodell og syn på makt.

De teoretiske begrepene brukes og tolkes i denne oppgaven ut i fra et sosialkonstruktivistisk perspektiv på hvordan vi forstår verden, basert på Burr (2004)s tilnærming.

#### 3.1 Sosialkonstruktivismen.

Sosialkonstruktivisme er en vitenskapelig posisjon som fokuserer på ontologi og menneskets kunnskap om verden. Lysgård (2001) skriver i sin artikkel *Diskursanalyzers sosialkonstruktivistiske grunnlag* at sosialkonstruktivisme dreier seg om to ting. Det ene er at vi mennesker skaper vår virkelighet, bestående av samfunn og kultur gjennom dialektiske forhold. Det andre er at vår kunnskap om samfunnet kun frembringes gjennom å tolke menneskelig handling og forklare den.

Burr (2004) poengterer i boken *Social Constructionism* at objektiv kunnskap er umulig. Sosialkonstruktivismen inviterer oss til å være kritiske til at våre observasjoner av verden uproblematisk er naturgitt. Den utfordrer vår konvensjonelle kunnskap som basert på objektiv observasjon. Dette er også utgangspunktet for den kritiske diskursanalysen til Fairclough (2008). Kunnskap er derfor betraktet som noe folk skaper i samhandling med hverandre. I følge Burr (2004) konstrueres verden når folk snakker sammen, og utveksler meninger.

En ytring blir til gjennom språk. Språk er derfor vesentlig for å skape disse konseptene og lage rammeverket for verdensbildet vi lager oss. Språk blir som Burr (2004) skriver, et passivt kjøretøy for våre tanker og følelser. Språket er betinget av den sosiale konteksten vi befinner oss i. Hvordan vi kategoriserer fenomener vil variere både historisk og kulturelt, våre sosiale verdensbilder er ulike. Dette gjør at sosiale handlinger og sosial konstruksjon av kunnskap varierer. Sannhet får dermed sosiale konsekvenser i form av handlinger og handlingenes utfall(Burr 2004).

Media er en arena for ytring av meninger og sosial samhandling, som i denne oppgaven fremstilles i avisartikler. Medienes ytringer bidrar til å påvirke hvordan vi oppfatter hva som er virkelighet.

Gjennom språk antyder vi maktrelasjoner ved å gi uttrykk for hva som er en akseptert sosial handling. Språk brukes også til å utforme praktiske konsekvenser for andre. Hvordan språk former vår virkelighet er et relevant perspektiv i denne oppgaven, siden jeg ser på hvordan avisene fremstiller og påvirker en virkelighet, og hvordan næringslivet forholder seg til denne virkeligheten i sin mediestrategi.

Slaatta (2011) skriver for eksempel i sin medieanalyse at Norske medier ofte fremstiller EU som noe vi må tilpasse oss og ikke har kontroll over. Dette gjør de ved å skape dramaturgiske tekster som *Vi kjemper for Norge*, *Vi avslører hva EØS-avtalen egentlig handler om*, eller dramaet *Norsk politikk er feil, og står i strid med kommende direktiver*. Slike fremstillinger eller kommunikative hendelser kan bidra en følelse av misnøye. En konsekvens kan være at organisasjoner eller aktører uttrykker seg kritisk, fremkaller en handling, reaksjon eller gir anerkjennelse.

### **3.2 Makt, media og samfunnsansvar**

Journalistikken henter sin offentlige legitimitet i et demokratiideal. Den skal tjene samfunnsdebatten og rette søkelys mot kritikkverdige forhold samt gi innhold til en aktiv utfoldelse av ytringsfriheten. Dens oppgave er å gi samfunnsborgere bakgrunn for egne meninger og grunnlag for å fatte demokratiske valg. Idealet stammer fra Jürgen Habermas (1962) sin klassiske studie, *Den borgerlige offentlighet, vekst og forfall*. Idealet handler om den herredømmefrie diskurs og kraften i det beste argument(Habermas 1962, gjengitt etter Hjarvard 2008). Noe av kritikken i dette idealet har vært rettet mot hvem som er

offentligheten, hvem som er utestengt fra den og neglisjering av andre former for offentlig diskusjon(Hjarvard 2008).

En ny fortolkning av offentlighetsidealet har en sentral posisjon som idealtipe og som norm- og legitimitetskilde for journalistikken. Den politiske kommunikasjonen er ikke under noens kontroll. Den fungerer i et samspill mellom aktører der systemet styres av samfunnets utvikling og sosiale prosesser. Redaksjonene må skape en relasjon til sine lesere, folkets røst etterspørres, og folket skal engasjeres som journalister. Journalistens oppgave er ikke lenger bare å kontrollere men å åpne opp for diskusjon. I tillegg skal journalisten utfordre og stille kritiske spørsmål ved å hente inn kilder med ulike perspektiv(Eide 2001)

Debatten som kommer i avisene, er derfor preget av mange ulike stemmer, kilder og aktører. I dynamikken mellom institusjoner, politikk og medieprosesser skapes et bilde av hvordan identiteter forholder seg til et tema. I media settes identiteter opp mot hverandre, relasjoner skapes, og nyhetssaker plasseres inn i en kontekst. Til sammen danner det en diskurs der noen har makt til å definere. Ved å se på den dynamiske prosessen i media, mellom næringsaktører i Agder og den offentlige politikken, skal jeg i denne studien se på dynamikken som befinner seg i pressen på et regionalt nivå.

Aktører som vil oppnå makt og innflytelse, må forholde seg til mediene og bruke den journalistiske logikk: Premissmakt, logikk-makt eller korridormakt. Dette handler om hvor journalister får informasjon fra, når og under hvilke forutsetninger (Slaatta 2011). Aktørene har mulighet for å definere gjennom nyhetskriterier og språk, samt at de påvirkes av interessegrupper. Maktperspektivene virker inn på den synlige dagsorden og observeres innenfor det politiske liv, næringsliv, offentlig sektor, i organisasjonsliv og i hverdagsliv(Hjarvard 2008).

I EU skapes debatter på flere arenaer samtidig, og det er mye informasjon som skal behandles. I denne sammenheng skriver Slaatta (2011) at EUs organer og beslutningsprosesser er for uoversiktelige og kompliserte til å følge. Behandling av nyhetssaker tar lang tid. Informasjon har ofte gått gjennom flere ledd før den når journalisten. Sakene er komplekse, og journalistene har ofte for lite kunnskap til å trekke egne konklusjoner fra de mange debattene som foregår samtidig. Følgen blir derfor at nyhetssakene ofte blir gamle før de fortelles og når ut til leseren. For at nyhetene skal virke friske for leseren produseres de i henhold til kriterier og rutiner innenfor journalistikken. En utfordring med at sakene ofte ikke klarer å mobilisere sine lesere, er at dagsorden ikke blir satt

i tide, slik at politiske aktører kan legge press på norske forhandlinger med EU. Mange av de politiske beslutningene har direkte innflytelse på lovgiving, forvaltning og rettspraksis i Norge. Innenfor EU er det mye fokus på offentlig innsyn som en del av å demokratisere de politiske prosessene i EU. I hvilken grad dette når ned på et lokalt nivå, og hvilket ansvar de regionale mediene bruker til å formidle budskap som er av relevans for befolkningen, blir undersøkt nærmere i analysen.

Sakene som plukkes ut og skal bli til en artikkel, utformes etter retningslinjer fra Vær varsom plakaten, nyhetsproduksjon, og avhenger av hvilke kilder som brukes og er tilgjengelige. Dette samspillet setter sitt preg på nyhetsbildet og påvirker hvordan informasjonen til slutt ender opp som en nyhetsartikkel for leseren.

*"Massemmedia tvinger oppmerksomhet til enkelte saker. De bygger opp offentlige bilder av politiske figurer. De presenterer stadig objekter som foreslår hva individer skal tenke om dem, vite om dem og føle om dem" (Maxwell E 1972:177).*

Selv om pressen ikke alltid suksessfullt kan fortelle folk hva de skal tenke, kan den fortelle dem hva de skal tenke på. Pressen har liten innflytelse på retningen og intensiteten av holdninger men min hypotese er at media påvirker viktigheten av holdninger mot et politisk tema, f. eks gjennom pressens nyhetskriterier.

### **Pressens nyhetskriterier.**

Pressens viktigste samfunnsansvar er å informere. Men for at en nyhet skal komme på trykk og fatte interesse for lesere og målgruppe inneholder den visse nyhetskriterier. I nyhetsarbeid kjennetegnes vesentlig, identifikasjon, sensasjon, aktualitet og konflikt som VISAK (Oltedal 2012). At saken er nær for leseren eller elitepreget er også forstått som sentrale nyhetskriterier (Overland 2013). Dette er klassiske kriterier som naturlig vil gi ulike utslag avhengig av hvor en nyhet trykkes.

Hva en journalist anser som viktig og vesentlig rår det ulike oppfatninger om. De klassiske nyhetskriteriene setter leseren og leserens interesser i fokus, det er derfor viktig at journalistene vet hva som er betydningsfullt for sine lesere. I lokalpressen er et vesentlighetskrav at det nære stoffet skal ha betydning for lokalsamfunnet der avisen publiseres. Litt mer konkret handler dette blant annet om innbyggernes liv, kulturelle interesser, helse og arbeid. Det vesentlige forstås også som saker som angår mange, som flere

interessere seg for og trenger å ha kunnskap om for å påvirke utviklingen i det samfunn og demokrati en hører til (Oltedal 2012).

Spørsmål rundt objektiv og uavhengig nyhetsformidling har lenge stått sentralt i samfunnsdebatten. Blant journalister finnes ulike syn på objektivitet. Noen mener at nyhetsformidling skal være objektivt. Hvis ikke viser det mangel på kunnskap. Andre mener det ikke er mulig å være objektiv, men det bør være et mål. Vitenskapsteorien har lenge vært kritisk til begrep som objektiv sannhet. Denne holdningen har spredt seg til journalistisk praksis. Vær varsom plakaten sørger for å skille mellom faktiske opplysninger og kommentarer, men pressen skal også sørge for at ulike syn kommer til uttrykk (Schwebs and Østbye 2007).

En nyhet som trykkes i regionale aviser vil naturlig vinkles til å få et mer lokalt preg enn den ville fått i et nasjonal tidskrift. Slik vil saken oppleves som mer aktuell. Oltedal (2012:101) skriver i sin forskning at formålet med vesentlige saker ofte knyttes til problemer i lokalsamfunnet der avisen publiseres. Formålet kan være å få folk til å bli i lokalsamfunnet eller og flytte dit. Positive artikler kan medvirke til slike endringer hvis de skaper optimisme, gjør at folk vil satse, eller får lyst til å bo i lokalsamfunnet.

Nyhetskriteriene bidrar også til å påvirke avisenes format. Denne medielogikken virker inn på konstruksjonen av nyhetsartikler, og er en del av formatet som brukes til å tolke og presentere et fenomen (Strömback 2008). Denne medielogikken omtales også som medialisering og betegner den økte kulturelle og samfunnsmessige betydningen av massemedier og andre former for mediert kommunikasjon.

### **3.3 Medialisering og politisk kommunikasjon**

Det finnes mange definisjoner av medialisering. Begrepet stammer fra utforskningen av hvordan mediene påvirker den politiske kommunikasjonen og det politiske liv. I de senere år har det også blitt sett på som en samfunnsmessig og kulturell prosess. Kent Asp i (Hjarvard 2008) definerer prosessen som "*[...] Et politisk system som i høy grad påvirkes og tilpasser seg de krav som massemediene stiller i sin overvåkning av den politiske verden*".

Nyhetskriterier som presenteres ovenfor 3.2 *Makt, media og samfunnsansvar*, påvirker denne prosessen. Politikere og næringsaktører legger opp sin kommunikasjon etter nyhetskriterier der saker blir personifisert, noe som er en måte å skape nærhet på. Polarisering kan gi et



konfliktpreget bilde av nyheten. På denne måten retter de budskapet slik at det lettere trenger inn i mediene som stadig får større uavhengighet og mer makt over medieinnholdet.

Hjarvard (2008) bygger sin definisjon på Gudmund Hernes (1978) sitt spørsmål om hvordan media endrer samfunnets enheters indre funksjonsmåte og gjensidige forhold, og kaller dette for "Det medievridde samfunn". Hans analyse peker på institusjoners autoritet og evne til å bestemme adgang til viten og at den politiske dagsorden påvirkes av mediene (Gudmund Hernes 1978:18, referert i Hjarvard 2008:16,17).

Hjarvard (2008) ser på mediens evne til å formidle, forme og forsterke diskurser i samfunnet. Medieomtale skapes for å skaffe oppmerksomhet rundt bestemte emner, og bidrar på denne måten til en forandring av menneskelige relasjoner og handlinger, som dermed preger samfunn og kultur, hevder Krotz (2007) i Hjarvard (2008). I takt med institusjoners avhengighet av vitenskap som drivkraft i innovasjon og økonomisk vekst, blir også mediene et obligatorisk gjennomgangssted for politikere og andre virksomheter. Dette er viktig for å bli legitimert i befolkningen og skaffe tillit i forhold til kriser og andre risiki.

Sett med et historisk blikk har vi har gått fra en informasjonsfattigdom til informasjonsoverflod. Dette har ført til at det blir stadig større konkurranse om oppmerksomhet som igjen fører til endret oppførsel hos mediene og aktørene som må tilpasse seg dem.

Medielogikken består av en formateringslogikk som styrer kategorisering, utvelgelse og fremstilling av sosial erfaring som kommer på trykk i mediene. Den kommersielle logikk også preger også mediens virke. Politikken har derfor tapt deler av sin autonomi når den formes gjennom interaksjon med massemedier. Mediene har ikke overtaket på politikken og institusjoner, men institusjonene er avhengige av mediene og må tilpasse seg deres logikk.

Mediene har skapt en generalisert, felles verden da de sitter på en ideologisk makt til å skape en fremstilling av samfunnet som fremstår som den eneste naturlige måte å forstå verden på. Ved å isenesette samfunnet blir mediene et sentrum for erfaringsdannelse der man tilbys en fortolkningsposisjon som gir verden mening. Mediene konstruerer et bilde av hverdag, hendelser og marked ut i fra sine kriterier. De har sin egen interne produksjon, en egen symbolsk kultur. Logikken er formen for kommunikasjon som mediene bruker for å presentere informasjon, karakterisere handlinger og sette fokus på et tema (Hjarvard 2008).

Vår virkelighetsoppfatning endres i takt med forventninger til medier. Skillet mellom det lokale og det globale får en mye mer sammensatt betydning som følge av mediernes evne til å utvide menneskers kontakt med den globale omverden. I denne oppgaven vil jeg holde fokus på det politiske perspektivet i avisene, da analysen dreier seg om hvordan avisartiklene uttrykker politiske budskap om EU/EØS-samarbeid.

Jeg drøfter hvordan medialisering er medieskapt, og hvordan mediene påvirker informasjon om europeisk samarbeid gjennom bruk av nyhetskriterier, og sin rolle som portvakt til å bestemme dagsorden. For å sette den regionale diskursen i en bredere kontekst, vil jeg se på trender som går igjen i nasjonale medier og vises i det nasjonale og europeiske mediebildet.

### **En felles politisk erfaringshorisont**

Aviser og nyheter er en viktig kilde til informasjon om samfunnet. Journalister har makt til å bygge nyhetsrepresentasjoner av verdenssyn og trekke til seg kilder som passer i sitt perspektiv for å kunne nå frem til sin målgruppe. Nyheter blir ikke lenger bare fortellinger, men også argumenter. I analysen er det valgt ut noen få artikler der jeg studerer hvordan argumenter skaper en felles erfaringshorisont hos leserne om et europeisk samarbeid og næringslivets posisjon. Argumentene kan brukes som kilder og argumentere mot andre perspektiver om europeisk samarbeid.

Vår erfaringshorisont påvirker hvordan vi handler og bidrar til å forme våre meninger. Det spiller ikke alltid noen rolle hva som er rett, fordi vi ofte handler etter det vi tror på.

Nyhetsmedier bidrar til å skape bilder og erfaringshorisonter gjennom sine konstruksjoner av kunnskap. Når politiske aktører får mulighet til å ytre seg, blir det forstått av et publikum. Hva som kommer i fokus, avhenger av mediernes logikk.

Pressen omtales for å ha en portvaktfunksjon, da den ved sette dagsorden i avisene kan kontrollere hvilke informasjon som kommer på trykk, og hvilke nyheter publikum får høre om. Saker som ikke blir tatt opp, blir det heller ikke noen debatt omkring. En aktuell problemstilling innenfor den Europeiske Unioner at det sannsynligvis er vanskeligere for norske medier å opptre som portvokter da mange saker er lukket for offentlig innsyn. Som et bidrag til den kritiske diskursanalysen, vil denne oppgaven diskutere hvordan EU-EØS blir satt på dagsorden i Fædrelandsvennen og Agderposten.

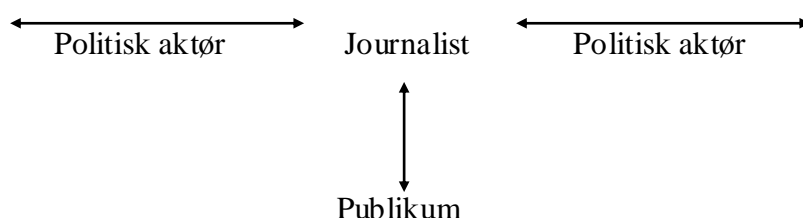
### 3.4 Nyhetsmedienes dagsorden og det dobbelte kommunikasjonskretslop.

#### Det dobbelte politiske kretslop

Nyhets og aktualitetsformidling blir i Hjarvard (2008) betraktet som et dobbelt politisk kretslop. Formidlingens egenskap og karakter dominerer den offentlige mening om et emne og har innflytelse på politiske beslutninger. På den ene siden kommuniserer mediene til sitt publikum om politiske begivenheter. Gjennom journalistens- og redaksjonens vinkling og presentasjonsform har journalisten og redaksjonen innflytelse på budskapet, og fungerer som et ledd mellom politikere og befolkningen. Dette beskrives nærmere i kap 3.8.2 *Diskursiv praksis- produksjon, distribusjon og konsumpsjon*. På den annen side er det også en kommunikasjon mellom politiske aktører der mediene fungerer som et mellomledd. De politiske aktørene er ikke bare kilder for journalisten men også mottakere for nyhetsmediene. Nyhetens vinkling har en signalverdi mellom aktørene. Den offentlige mening kan derfor sees som et samtykke til politiske beslutninger, som skapes gjennom den stadig diskursive forhandling mellom kommunikasjonsakser(Hjarvard 2008).

Den offentlige mening artikuleres sjelden direkte av den enkelte journalist, men avspeiles i tematisering, vinkling og klarhet av fremherskende synspunkter fra ulike aktører og problemstillinger. Dermed blir det også et sted for samtykke. Hvordan synspunktene oppfattes av publikum har å gjøre med de to kommunikasjonsaksene i kommunikasjonsmodell 1, som er koblet sammen i et og samme kretslop. Jeg viser modellen nedenfor (Fig 2. fra Hjarvard 2008:75).

Modellen viser hovedsaklig at en politisk aktør kan iaktta journalisten og forhøre seg om hva han har valgt å fortelle publikum. Når leserne leser samme avis kan de se hva ulike politiske aktører har sagt om hverandres politiske handlinger formidlet av journalisten.



Kommunikasjonsmodell 1: "Det dobbeltsidige kretslop", Fig 2.1 i Hjarvard (2008:75).

Denne sammenkoblingen skaper et felles kommunikasjonsrom mellom politikere og publikum mediert av nyhetsmediene. Kommunikasjonen vil forstås fra forskjellige

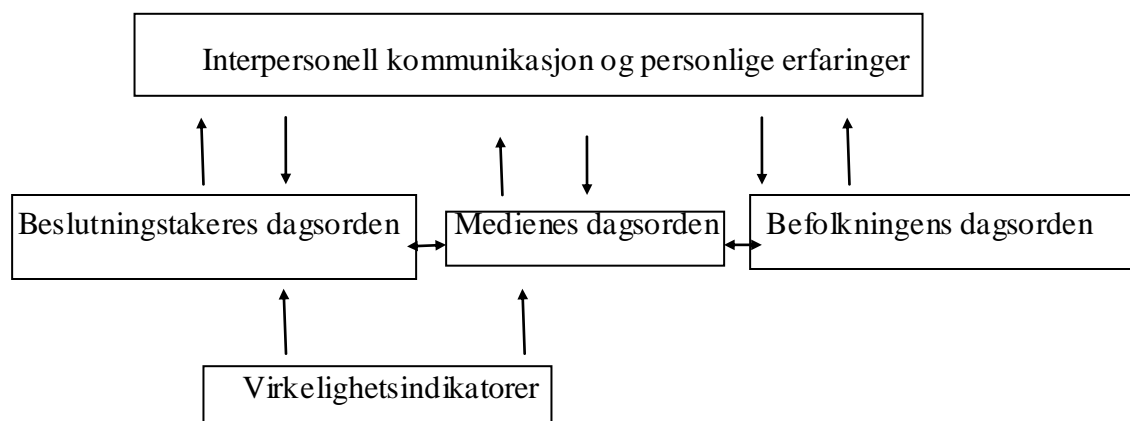
synsvinkler. Synspunktene kan brukes som vitnesbyrd om hvilke synspunkter og emner som opptar befolkningen. Det blir da en slags guide for hva som er på mediens dagsorden.

## Dagsorden

Dagsorden kan deles inn i tre kategorier. Det skilles ofte mellom mediens dagsorden, befolkningens dagsorden, beslutningstakernes og politikernes dagsorden. For å studere hvordan budskapet om europeisk samarbeid fremstilles i mediene, ser jeg i analysen på hvordan de utvalgte artiklene representerer mediens dagsorden og hvordan de møter næringslivets og Sørlandskontorets dagsorden, som pådrivere for beslutningstakere i Agder.

Dagsorden forstås som et sett av politiske temaer som er hierarkisk ordnet etter viktighet. Mediene peker heller ut hva det er viktig og snakke om, enn hva man skal mene om ulike emner. Meningsdannelsen foregår i et samspill mellom alle de tre dagsordene. Dagsorden blir da et mellomledd mellom beslutningstakere og befolkningens dagsorden.

For å gi et bilde av denne prosessen kan ser vi på kommunikasjonsmodell 2, Fig 2.2 fra Rogers & Dearings (1987) i Hjarvard (2008:76). Samspillet mellom beslutningstakere, mediene og befolkningens dagsorden.



Kommunikasjonsmodell 2: " Fig 2.2" Dagsordenssettingens annet nivå" fra Rogers & Dearings (1987) Hjarvard(2008: 76).

Denne meningsdannelse kalles for dagsordenssettingens annet nivå og bygger på mekanismene om framing og priming. *Framing*, eller nyhetsrammer som Slaatta (2011) refererer til, dreier seg om vinklingen av et emne og den vedvarende omtalen av emnet på en bestemt måte. *Priming* er det som skjer når et ord eller et uttrykk på et senere tidspunkt assosieres med nye forventninger. Det kan være at det har skjedd et holdningsskifte. For eksempel kan forventningene til EU-samarbeid endre seg hos folk hvis folk assosierer andre

historier til det enn de gjorde før Europautredningen ble publisert. Oppgavens fokus er ikke å se på holdningsskifte om EU. Jeg har heller ikke nok data til å se de store holdningsskiftene, da jeg kun har valgt ut artikler i en periode på under et år. I analysen vil jeg trekke sammenligninger til nyhetsrammer om EU saker i nasjonal presse, for å se hvordan de reflekter på regionalt nivå. På denne måten blir det også lettere å se trender som går igjen, eller bryter med nasjonale aviser.

Medienes innflytelse på beslutningstakere og befolkningens dagsorden kommer som en konsekvens av hva som omtales i mediene og hvordan det snakkes om politiske emner. Dette påvirker omfanget der det aktuelle temaet. Aktører vil gjennom opinionsstoff som for eksempel leserbrev, kommentarer og kronikker få mulighet til å utøve politisk innflytelse på den politiske prosessen.

For å kunne se sammenhengen i hvordan de europeiske nyhetene preges av den nasjonale diskursen og henger sammen i en større kontekst i den europeiske sfære, vil jeg videre presentere trender i norsk og europeisk journalistikk.

### **3.5 EU- journalistikk i norske aviser, " Forvrengt, fortiet og fortettet".**

Rapporten til Slaatta (2011) skrevet på oppdrag for Europautredningen (Sejersted 2012), sier at EØS tar liten plass i det daglige nyhetsbildet i norske medier, beregnet over en 20-års periode, basert på tidligere analyser av norsk og internasjonal EU-journalistikk. Selv om vi stadig blir mer integrert i EU, øker ikke dekningen i norske medier på generell basis.

Tendenser viser at mediene på mange måter er slaver av de politiske institusjonenes rutinemessige karakter.

Eide (2001) påpeker at informasjonsdekningen i EØS- systemet er noe hemmet av interne norske forhold ved at beslutningsprosesser er lite synlige for journalister. De har kun tilgang til dagsorden for møtene, noe som reduserer indirekte den journalistiske makt i det transnasjonale felt. Det er også en kontinuerlig kobling mellom den journalistiske oppmerksomhet mot EU-systemet og de politiske konstellasjoner rundt medlemskapsspørsmålet. I følge Slaatta (2011) ser det ut til at mediene lenge har vært avhengig av medlemskapsdebatten for at dekningen av EU skal øke på dagsorden. Det hevdes det at EØS- avtalen og den politiske situasjonen rundt medlemskapsspørsmålet, samt integrering og direktiver og spesifikke saker, kan være hindre for mer omfattende debatter om Norges forhold til EU og Europa. Slaatta (2011) stiller spørsmål ved om vi har utnyttet EØS-

avtalens fordeler til å debattere videre integrering. Informasjon som skal formidles er stadig under debatt i EU-systemet og hva slags forpliktelser journalisten har til formidling.

Slaatta (2011) konkluderer med at EØS- avtalen har hatt potensial til å være med i debatten, men den har ofte vært en affære for de mer spesielt interesserte. EØS -journalistikken blir en form for overvåkning for å sikre våre interesser, og fungerer derfor som en integrasjonsmekanisme mellom Norge og EU.

### 3.6 Dramaturgiske trender i nyhetsbildet om EU og EØS

Pressen er avhengig av en dramaturgisk effekt for å skape interesse om sine saker. Den skriver for den politiske eliten og beslutningstakerne i tillegg til et allment publikum. Den må skape fortrolighet mellom eliten og kilder for å bygge tillit og forventninger.

Innen for EU, EØS-journalistikk finnes det flere nyhetsrammer som preger det nasjonale nyhetsbildet. Ofte har sakene lik mediedramaturgi, og sjanger. Det dreier seg ofte om *integrasjonsspørsmålet*, hvorvidt vi er innenfor eller utenfor EU og forestillingen om norsk suverenitet og autonomi, ved at vi er en del av EØS. Det forventes også politiske posisjonsrammer i forhold definisjonen av nasjonale interesser. De kulturelle rammene handler ofte om å definere "vi" som et kollektivt subjekt i møtet med de europeiske "andre" (Slaatta 2011).

Bruk av kollektiv ordbruk er en trend som går igjen i det europeiske mediebilde. I takt med integreringen av Europa skriver Trenz (2004) i sin medieanalyse: Generalisering brukes for å peke ut felles problemer, for eksempel arbeidsledighet som en tragedie med europeiske dimensjoner. Slike dimensjoner kan til hensikt skape felles engasjement. På den annen side brukes frykten for å bli satt utenfor Europa som en måte å engasjere på, ved påstander som for eksempel: *Vår felles oppnåelse faller bak europeisk standard*. Slike påstander representerer påvirkning av hva som er europeisk passende og en akseptert målestokk for å definere politiske mål og interesser.

Dramaturgien i EØS-journalistikken bygger ofte på *vetodrama* som gjør det mulig å iscenesette et spørsmål. Direktiv annonseres. Ny informasjon om at det kan tilpasses og behandles ytterligere deretter, og et overraskende forslag om å bruke reservasjonsretten er en typisk gang i en slik sak. Andre typiske drama er *Vi står på for Norge*, der det vises til Norge som engasjerer seg i EU-systemet for å kjempe for sine interesser. Dramaet *Vi avslører hva EØS-avtalen egentlig er*, dukker ofte opp i forbindelse med EU- lovendringer som er

integret i Norge. Et alternativ til denne er *norsk politikk er feil* og stemmer ikke med gjeldende EU-rett og vil komme i strid med kommende direktiver(Slaatta 2011).

Forpliktelse til EU-journalistikk er noe mer symbolsk i regionalaviser og kan prege rammene til journalistikken. Journalistikken går ofte ut på følgende: forståelsen av at EØS- avtalen regulerer forholdet til EU, eller ønsket om å sette EØS under debatt. Dette preges av eksotisering, ved at EU/EØS saker blir sett på som fremmed i systemet og krever kompetanse for å følge med. Dessuten er EØS- saker noe som skjer uavhengig av Norge. Dette har ført til en form for av- og på journalistikk, og den fraværende spalteplassen blir begrunnet med at det ikke er noen hensikt å diskutere medlemskapsdebatt, da det er ikke har noe formål å diskutere noe som ikke er på den politiske dagsorden. Det er EØS- avtalen som gjelder. Den prioriteres ofte ikke fordi den ikke kan endre utfallet av saken (Slaatta 2011).

I analysen drøfter jeg hvordan avisartikler i Agderposten og Fædrelandsvennen ytrer budskapet om europeisk samarbeid. Trender som preger EU-journalistikken på nasjonalt nivå, brukes for å sette de regionale artiklene i en kontekst. Metoden blir kalt for diskursanalyse og studerer språklige enheter ytret eller uttrykt i en gitt kontekst.

### 3.7 Ulike tradisjoner innen diskursanalyse

Det finnes mange definisjoner til diskursbegrepet og flere faglige tilnærminger om hvordan man anvender diskurs på ulike sosiale områder. Diskurs som analyse omfatter den sosialkonstruktivistiske epistemologien som fokuserer på hvordan vår sosiale verden konstrueres og opprettholdes.

Jeg har tatt for meg noen sentrale teoretikere og sett på hvordan de bruker begrepet i sine analyser. En av de mest kjente pionerene for den kritiske diskursanalysene heter Norman Fairclough (2008). Han skiller mellom to sentrale tilnærminger: en lingvistisk diskursanalyse og en samfunnsvitenskapelig tradisjon. Den lingvistiske viser til konkret bruk av språk og tegn i kommunikasjon, mens den samfunnsvitenskapelige brukes som betegnelse på de historiske og samfunnsmessige betingelsene som regulerer produksjon og utsagn. Begge tilnærmingene har det til felles at de er opptatt av forhold mellom språk og samfunn, og hvordan det styrer vår oppfatning av den sosiale virkeligheten(Østbye, Helland et al. 2007).

Fairclough (2008)bygger på et grunnleggende syn om at tekster avspeiler det samfunnet det blir til i og samtidig preger det. Han utvider diskursbegrepet til å inkludere andre typer semiotisk aktivitet (aktiviteter som produserer mening som bilder, diagrammer osv) og

nonverbal kommunikasjon (noe som gjøres). Han ser på forholdet mellom tekster og sosial praksis som dialektisk, der sosial praksis er en form for handling, og språket en sosial og historisk form for handling. Dette synet regner på den ene siden med at tekster er en integrert del av sosial praksis, og dermed kan virke inn på hvordan teksten utvikler seg.

Michael Foucault en fransk filosof, som har inspirert den samfunnsvitenskapelige diskursanalysen. Han legger vekt på analyse av diskurser som dreier seg om bestemte fenomener, som for eksempel diskursen om fengselsvesenet eller diskursen om helse. I denne oppgaven handler diskursen om EU/EØS samarbeid i Agder-regionen.

Foucault er spesielt interessert i diskursens samfunnmessige betingelser og konsentrerer seg særlig om kunnskap og makt som regulerer en diskurs, hvordan diskurser bidrar til å reprodusere makt, og også hvordan de kan skape forandring, og bidra til å legitimere makt(Østbye, Helland et al. 2007).

Faircloughs (2008) diskursbegrep er beslektet med ideologi forstått som en måte for å forstå verden på. Den forsøker å bygge bro mellom den lingvistiske og samfunnsvitenskapelige diskursanalysen (Østbye, Helland et al. 2007). Denne tilnærmingen blir kalt for kritisk diskursanalyse(KDA). I den kritiske diskursanalysen utforskes spenningen mellom språkbruk, det sosialt formede og det sosialt konstituerende. Analysen i denne studien vil ta utgangspunkt i den kritiske diskursanalysen basert på Faircloughs tradisjon.

### 3.7.1. Kritisk Diskursanalyse (KDA)

KDA kjennetegnes ved å analysere tekst i forhold til de samfunnmessige omgivelsene i kontekst og maktspørsmål. KDA forsøker å påvise systematiske forbindelser mellom tekster, diskursive praksiser og sosiokulturelle praksiser. Kritisk skal forstås bokstavelig som samfunnskritisk, maktkritisk og ideologikritisk. Disse forholdene ønsker jeg å belyse gjennom å analysere avisartikler og de omgivelsene de er plassert i. Kritisk diskurs analyse (KDA) er derfor en sentral del av teorikapittelet.

Ved å analysere avisartiklene i en tekstanalyse ser jeg på språket som sosialt fenomen. Deretter settes tekstene inn i en samfunnsvitenskapelig kontekst som gjør det mulig å se på forholdet mellom tekstene og den sosiale praksisen de inngår i.

Intervjuene som inngår i analysen, lener seg mer mot den samfunnsvitenskapelige diskursanalysen. De gir innblikk i noen av de historiske og samfunnmessige betingelsene



som regulerer produksjon av utsagn om europeisk samarbeid og regional utvikling i Agder-regionen (Østbye, Helland et al. 2007).

Kritisk diskursanalyse har røtter i Hallidays teorier, der språk har et meningspotensial som blir til gjennom utveksling av meninger gjennom språk (Berge, Maagerø et al. 1998). Fairclough (2003) henviser til systemisk-funksjonell lingvistikk(SFL) i tradisjon etter Halliday. Halliday presenterer tre metafunksjoner. Der en er ideasjonell ( teksten sier noe om verden), interpersonell (teksten utfører sosiale handlinger for deltakere i kommunikasjonen og uttrykker deres kontekst) og tekstuell( teksten binder sammen og kobler den til sin kontekst).

Faircloughs tekstssyn bygger på disse metafunksjonene, som blir rammen for å analysere en mediediskurs om europeisk samarbeid i Agder rettet mot næringslivet. Han vektlegger handling, representasjon og identifikasjon, der representasjoner (f.eks. en tekst) av en sosial virkelighet og interaksjon, er innenfor den samme virkelighet.

Fairclough har et funksjonelt syn på tekster. De kan ha flere typer mening som veves sammen i hvert utsagn. Han ser på diskurs som Hallidays ideasjonelle metafunksjon (tekst som representasjon). Den mellompersonlige diskursen inngår i det han definerer som sjanger (tekst som handling), i tillegg til stil og identifikasjon. Fairclough plasserer også den tekstuelle delen inn i sitt sjangerbegrep.

Lysgård (2001) kritiserer Faircloughs diskurs fordi grensene mellom den diskursive praksisen og andre typer praksiser ikke gjøres tydelige nok. Det kan derfor være vanskelig å se dialektikken mellom det diskursive og det ikke-diskursive, og hvordan dette skal angripes i en analyse. Faircloughs kritiske diskursanalyse har et politisk utgangspunkt og formål med diskursen, ved at tekstene skaper effekter. Dette kan for eksempel være ulikhet i maktforhold, eller undertrykkelse av sosiale grupper som sees som ideologiske effekter.

Faircloughs (2008) teori om kritisk analyse av mediediskurs er en plattform for analysen som i denne oppgaven baserer seg på en tretrinnsmodell. Denne opererer med et overordnet nivå av sosiale strukturer som kommer til uttrykk gjennom språklige strukturer, han kaller for sosial praksis. Sosial praksis uttrykkes i en diskursiv orden. Det kan være en begivenhet eller handling som setter i gang diskursen. Den indikerer språkets potensial til å uttrykke mening. Pressen for eksempel, utøver makt gjennom å utelukke, og bestemme betingelsene for hvordan sannheten skal iscenesettes. Pressen bestemmer hvilke regler som pålegges individene som uttrykker sannheter og hvem som får uttale seg. Sjanger ses på som en form for sosial organisering. I følge Foucault and Schaanning (1999) innebærer det at den som

snakker underkastes den diskursive orden. Et intervju vil for eksempel innebære at en informant svarer på spørsmål fra en journalist som styrer intervjuet, mens en meningsytring vil gi større rom til å styre iscenesettelsen innenfor et tema.

Det mest konkrete nivået omhandler den konkrete teksten som inngår i den sosiale handlingen. Her kan det ofte være vanskelig å skille mellom det sosiale og det tekstlige, da tekstene også formes av de sosiale handlingene de er en del av.

Denne diskursanalysen ser på hvordan tekstene uttrykkes gjennom sjanger, diskurs og stil, og vil deretter settes i sammenheng gjennom å se på tekstene i tre metanivåer som inngår i hans tredimensjonale diskursbegrep. Det er en måte å analysere samfunnsfenomener på, som uttrykk i sosiale strukturer. Det er også et uttrykk for valg som er gjort av "sosiale agenter" eller individer som uttrykker seg i mediene.

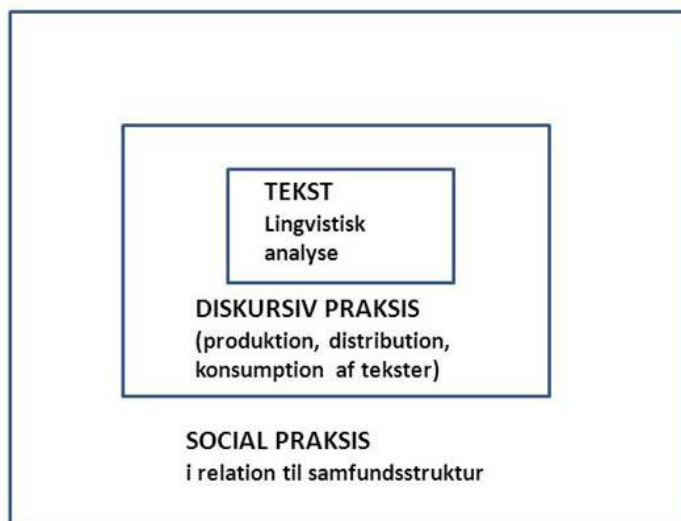
### **3.8 Faircloughs tredimensjonale diskursbegrep**

Den teoretiske tilnærmingen til Fairclough (2008) fokuserer på diskurs som moment i sosiale prosesser, språket og semiose er en integrert del av den materielle sosiale prosess. Semiose inkluderer alle former for menings- og betydningsskapelse fra bilder til verbalt språk. En sosial praksis har et semiotisk element. Det kan være det sosiale liv både i økonomisk, kulturell og politisk forstand.

Faircloughs tredimensjonale diskursmodell er et forsøk på å forene tre analytiske tradisjoner som er nødvendige for å utføre en diskursanalyse. For å forklare den diskursanalytiske prosedyren tar han utgangspunkt i den beskrivende delen som er tekstanalysen. Neste trinn handler om analyse av diskursiv praksis og den siste dreier seg om sosiale praksis, og er den delen som kan kalles for fortolkningsdelen når teksten settes inn i en samfunnsramme.

Den konseptuelle modellen nedenfor av Fairclough (2008:29) forsøker å visualisere diskursanalysens uttrykk, slik at problemer med forskjellige tolkninger ikke oppstår. Modellen er en generell analysemodell som kan gi lesere et lite utsnitt av en tekst plassert i et stort bilde. Den skal identifisere utvalgte analytiske fokuspunkter, gi referanser til dem og forfølge analytisk tilgang.

### Norman Faircloughs tredimensionelle diskursbegreb



Modell 3: "Diskursanalysens tredimensjonale nivå" Fig 2 (Fairclough 2008:29).

#### 3.8.1 Tekstanalyse

Den tekstuelle delen fokuserer hovedsakelig på hvor fremtredende og formelle teksttrekkene og språkformene er, i motsetning til hvor fremtredende fortolkning og meningsprosessene er. Disse to vil naturlig henge sammen for å kunne utføre en diskursanalyse.

Analysen fokuserer på tekstenes betydning og form, da betydning realiseres gjennom tekstens form. Analysen beveger seg inn i lingvistikk og semiotiske analyser, der man studerer tegn (ord, tekstsekvenser) som består av mening kombinert med form/betegnelser (Saussure, 1959 i Fairclough 2010). Fairclough (2008) har et multifunksjonelt syn på tekster. Det betyr at enhver tekst har tre funksjoner, som harmoniserer med at tekster konstituerer representasjoner, relasjoner og identiteter.

En tekstanalyse organiseres tradisjonelt etter ordvalg, vokabular, grammatikk, sammenheng og tekststruktur. Tekstene har egenskaper ved at tegn er sosialt motiverte og kan relateres til betegnelser og konvensjoner der det finnes et betydningspotensial (Fairclough 2008). Formelle teksttrekk som f. eks utsagnskraft vil påvirke det analytiske konseptet og tekstens formelle egenskaper. Tekstene konstituerer identiteter og relasjonen mellom dem, ved konstruksjon av sender og mottaker.

I denne sammenheng blir tekstens struktur sentralt, vi kan kalle dette for tekstens "arkitektur". Den sier noe om hvordan sekvenser er kombinert og skaper innsikt i hvilke vitenssystemer og sosiale identiteter som er bygget inn i teksttypers konvensjoner. I artiklene ser jeg på hvordan journalisten uttrykker seg gjennom språk og struktur for å få frem nyhetens budskap om europeisk samarbeid. Budskapet vil også henge sammen med den samfunnsmessige konteksten som tekstene fungerer i, som igjen diskuteres nærmere i sosial praksis. Sammenhengen som teksten inngår i, kaller Fairclough for en diskursiv orden, som i analysen er inndelt etter sjanger. Den definerer hva som er mulig og aktuelt å uttrykke seg om innenfor en sosial praksis. Avisartiklene er delt inn i redaksjonelle avisartikler skrevet av journalister, og meningsyttringer skrevet av politiske aktører. Dette skillet blir relevant i den diskursive praksisen når jeg ser på hvordan avisene bidrar til å sette dagsorden og påvirke informasjon i samspill med politiske aktører.

### **3.8.2 Diskursiv praksis- produksjon, distribusjon og konsumpsjon**

Diskursiv praksis handler om hvordan tekstene er produsert, distribuert og konsumert. I oppgaven diskuteres dette forholdet i analysen gjennom å analysere forholdet mellom den tekstuelle delen, og diskurs som sosial praksis. Karakteren av disse prosessene varierer med de sosiale faktorene som er involvert. For eksempel produseres tekster på en bestemt måte i bestemte kontekster. En avisartikkel produseres av komplekse kollektive rutiner, som vist i kapittel 3. Fairclough (2008) ser på den diskursive praksisen som den medierende delen mellom den sosiale praksisen og den tekstuelle forbindelsen. Han opererer med to perspektiver innen for kritisk diskursanalyse, der den kommunikative begivenhet og diskursorden møtes.

Det er et team av ulike mennesker som er involvert i ulike stadier av produksjon, og tekstene skal nå ut til en bestemt målgruppe. Goffman (1981) understreker at avsender kan være komplisert. Han foreslår at det kan være nyttig å skille mellom "animator", "autor" og "prinsipal" (Goffman 1981:144, gjengitt i Fairclough, 2008). Dette er sentrale begreper jeg vil bruke i analysen. "Prinsipalen" er den som sosialt representerer ordene i en tekst. "Autoren"

er den som står bak ordlyden og faktisk skriver og produserer teksten, mens "animatormollen" tilfaller den som faktisk framfører teksten, det vil si som står bak de faktiske språklydene eller skrifttegnene. I en tale kan vi f.eks tenke oss en politiker som fremfører en tale. Han er "animatoren" talen er skrevet, av rådgivere, "authoren", på bakgrunn av kilder, som er "prinsipalen".

I avisdiskursen vil en teksts prinsipal som regel være journalistens kilder, de som siteres og uttaler seg i avisteksten. Kildene kan også være tidligere tekster. Fairclough (1992:78) påpeker at dette ofte kan være uklart. Ofte presenterer avistekster informasjon som om den kommer fra avisen eller journalisten selv, selv om den kan være innhentet fra andre steder. Disse trekkene vil jeg redegjøre for i tekstanalysen, mens jeg i den diskursive praksisen vil se på hva artiklene sammen kan si om dagsorden og medialisering av budskap om EU.

Tekstens fortolkning avhenger også av sjanger. Et nyhetsintervju vil ha andre premisser for tolkning enn et leserinnlegg der prinsipalen også fungerer som autor. Prinsipalens ståsted kan derfor konstrueres mer subjektivt, preget av hvordan budskapet blir tolket. Ulike tekster vil også føre til forskjellige resultater i forhold til hvordan det vil påvirke den praktiske virkelighet. Her trekkes det på normative, kreative eller opposisjonelle grunnlag. En artikkel kan for eksempel ha et politisk budskap som distribueres til institusjoner der tekstprodusenten kan reprodusere og transformere tekstene i sitt bilde for å oppnå en ønsket reaksjon.

Modellen til Fairclough (2008) utforsker begrensninger og koblinger mellom hva slags type diskursiv prosess en enkeltstående tekst er den del av, og karakteren av den sosiale praksisen den er plassert i. Tekstuell kontekst viser til det samspillet analyseteksten har med annen tekst. I analysen ser jeg på de utvalgte tekstene og samspillet mellom dem. I tillegg undersøker jeg om teksten refererer til andre viktige hendelser med samme tema ved å referere til lignende hendelser kan budskapet i den aktuelle teksten forsterkes og synliggjøres på en måte den ellers ikke kunne gjort (Aksnes and Økland 2013). Fairclough (2008) kaller dette for intertekstualitet. En grunnleggende egenskap ved tekster er at de er fulle av fragmenter fra andre tekster, det kan være ord, eller gjengivelse av det andre sier. Dette gjør at teksten som konsumeres forholder seg til disse andre tekstene, som kan bidra til å fremheve et budskap når de tolkes. I artiklene ser jeg etter hvordan nyhetene skaper mening i sine tekster ved å referere til andre tekster. Dette inkluderer allusjoner til steder, personer og hendelser og sitater fra andre. Med tanke på distribusjon er intertekstualitet nyttig fordi det gir mulighet til å utforske nettverk som tekster beveger seg i og sjekke ut hvordan de transformeres, for eksempel hvordan en politisk tale blir til en nyhet osv(Fairclough 2008).

Intertekstualitet anser tekster som historisk, der fortid omformes til nåtid. Dette kan skje på både normative og konvensjonelle måter gjennom interdiskursivitet. Den refererer til andre diskurser og diskurstyper ved å trekke på konvensjoner og tekster for så å nøytralisere dem.

Tidligere tekster kan på denne måten bidra til å rekonstruere eksisterende konvensjoner, sjangere og diskurser. Det kan også skje kreativt ved å konfigurere elementer av diskursive ordner og nye former for manifest intertekstualitet, som er når en tekst refererer direkte til en annen spesifikk tekst. Ytringskonteksten handler om hvordan prinsipalens stemme kommer til uttrykk i teksten. Brukes det direkte sitater eller indirekte beskrivelser fra journalisten for å ytre et budskap? Situasjonen plasserer bestemte elementer/identiteter i forgrunn og andre i bakgrunnen. De relaterer seg til hverandre på bestemte måter. Hvilken betydning situasjonell kontekst har på tolkningen, avhenger av hvordan situasjonen leses. Effekten avhenger av diskurstypen. I en avis-leser diskurs skal lesere informeres og interesseres. Altså vil typen diskurs prege tolkerens oppfatning av teksten. Situasjonen kan derfor også avgjøre hvilke diskurtyper som sannsynligvis er relevante. Analysen ser spesielt etter diskursen om europeisk samarbeid.

### **3.8.3. Den sosiale praksis og den sosiokulturelle rammen**

Den sosiokulturelle praksisen i en kommunikativ begivenhet kan skje på ulike abstraksjonsnivåer ut fra den enkelte diskursive begivenhet. Den diskursive begivenheten er den handlingen som setter i gang diskursen og kan påvirke den i mange ulike retninger. Den kan innebære den umiddelbare situasjonelle konteksten, eller den brede kontekst av institusjonelle praksiser som begivenheten befinner seg i. Den kan dreie seg om en enda bredere samfunnsmessig og kulturell ramme. Disse rammene kan være relevante for å forstå enkelthendelsene (Fairclough 2008).

Hovedfokus i analysen er tekstanalysen og hvordan tekstene bidrar til å konstituere og opprettholde bildet av EU/EØS-samarbeid i regionale aviser. Ved å se på rammene som tekstene inngår i, medialiseringprosessen og de politiske omgivelsene, blir diskursens intensjon tydeligere. Gjennom intervjuer med næringslivsledere ser jeg på hvordan næringsklynger på Sørlandet og Sørlandets Europakontor forholder seg til europeisk samarbeid og det som skrives i avisene. Ved å studere den diskursive orden som avisene representerer synliggjøres maktrelasjoner som dominerer diskursen om europeisk samarbeid.

For å få oversikt over maktrelasjonenes utvikling blir ofte begrepet hegemoni brukt i samspill med diskursbegrepet. Aktører som uttrykker seg om europeisk samarbeid vil i EU-diskursen ha mulighet for å påvirke diskursens retning om europeisk samarbeid. Samtidig vil mediene også ha makt til å bestemme hvordan aktørens utsagn uttrykkes i en kontekst som iscenesettes av journalisten.

Diskurser er stadig i forandring og påvirkes av problematisering av konvensjoner, produsenter og fortolkere, som forklart i 3.4 *Nyhetsmedienes dagsorden og det dobbelte kommunikasjonskretsløp*. Noen ganger kan problematiseringene skape dilemmaer som skal løses, særlig i politikken. For å løse dem kreves innovative løsninger for å tilpasse nåværende konvensjoner på nye måter, slik at de bidrar til en diskursiv forandring. Det som bestemmer, er hvordan motsetningene reflekteres i spesifikke begivenheter. En diskursiv begivenhet er derfor sentral for den diskursive forandringen.

Intervjuene brukes til å fortolke de sosiale omstendighetene artiklene inngår i. De vil fungere som et mellomledd for å tolke næringslivets behov for EU-informasjon og studere mediens strategi.

## 4. Metodiske tilnæringer og vurderinger

Dette kapitlet tar for seg oppgavens metodiske tilnærming. Metodedelen presenterer og begrunner oppgavens empiriske materiale og hvordan det brukes i analysen sammen med teorien for å svare på oppgavens problemstilling: *Hvordan fremstiller regionale aviser EU/EØS programmets betydning for regional utvikling, og hvordan samsvarer dette bildet med sentrale bedrifters egen oppfatning?*

Forholdet mellom Foucaults og Faircloughs diskursteori blir også diskutert, da de er sentrale teoretikerne som legger fundamentet for oppgavens metodiske og teoretiske rammeverk. Metodekapitlet diskuterer også hvilket forskningsparadigme jeg har plassert forskningen inn under, da det er med på å forklare hvordan empirien tolkes i forhold til teorien.

Til slutt gjør jeg rede for metodiske og forskningsetiske vurderinger, som er tatt underveis i forskningsprosessen.

For å begrense oppgavens omfang har jeg valgt å bruke Agder-regionen som case studie. Agder er en region i vekst og utvikling, og retter fokus mot et internasjonalt arbeidsmarked i fremtiden.

Problemstillingen søker å gå i dybden på et sosialt fenomen, nemlig hvordan de regionale avisene konstruerer og setter fokus på samarbeidet med EU. Dette reiser igjen spørsmålet om mediens makt til å sette dagsorden, media som holdningsskapere og deres eget samfunnsansvar i den regionale utviklingen på Sørlandet.

For å komme i dybden av dette spørsmålet har jeg valgt å besvare problemstillingen ved å bruke kvalitativ metode som hovedmetode. Kvantitativ metode brukes som en tilleggsmetode for å få oversikt over det aktuelle datamateriale, som i denne oppgaven er avisartikler.

Komponeringen av disse metodene kalles for mixed methods, som jeg vil komme tilbake til senere i dette kapitlet.

### 4.1 Kvalitativ forskning

Tekstanalysen og intervjuene vil være del av en kritisk diskursanalyse. Ved å bruke kritisk diskursanalyse som hovedmetode ser jeg etter hvilke maktreasjoner som avdekkes gjennom artiklene og hvordan medias produksjonskriterier bidrar til å konstruere bildet av næringslivets forhold til europeisk samarbeid gjennom sin språkbruk og sammensetning av informanter.



Kritisk diskursanalyse inngår i den kvalitative forskningstradisjonen og er én av flere metodiske tilnærminger for å oppnå kunnskap, og ta hensiktsmessige valg i forhold til en problemstilling. Flere forfattere har identifisert nøkkelkarakteristikker ved kvalitativ metode. Den kvalitative tilnærmingen tar sikte på å fange opp mening og opplevelse som ikke lar seg tallfeste eller måle statistisk eller via kvantitative prosedyrer. Typiske kjennetegn for kvalitativt orienterte metoder er at de kan få frem følelser, gå i dybden og få frem relasjoner og det særegne ved et felt (Ritchie and Lewis 2005).

Tekstanalysen og intervjuene er begge kvalitativt orienterte, da de i denne oppgaven har som hensikt å undersøke relasjonen mellom næringslivet og avisenes fremstilling av næringslivets virkelighet om et europeisk samarbeid. Jeg har en antagelse om at mediene med sine produksjonskriterier skaper et bilde av europeisk samarbeid som konfliktfylt og sensasjonelt, noe som gjør at aktører som skal nå gjennom med et budskap i avisene, må ta utgangspunkt i diskursen som mediene har skapt for å nå gjennom til sin målgruppe.

Kvalitative intervjuer gir mulighet for en mer fleksibel tilpasning underveis i prosessen i motsetning til den kvantitative metoden der alle spørsmål må være klart i forkant av undersøkelsen (Kardorff, Steinke et al. 2004). Ved å bruke kvalitativt intervju er det mulighet for å følge opp med spørsmål underveis.

I kvantitative forsknings metoder vil dette ikke være mulig, da kvantitative tilnærminger ofte kjennetegnes av at en hypotese testes ut. Da må undersøkelsen planlegges ferdig før den blir startet. Dette er deduksjon og baserer seg på at hvis premissene er sanne er også svaret sant.

Den kvalitative forskningen er allikevel ofte basert på en forhåndsbestemt teori eller antagelse som kan styre måten et fenomen blir undersøkt på. Dette blir kalt for induksjon, der slutningen trekkes ut fra de premissene som er sannsynlige (Seale 2004). Ved å få informasjon fra avisartikler får jeg ideer om hvordan intervjuene skal gjennomføres, og via intervjuene ser jeg avisartiklene i en kontekst sett fra næringslivets og Sørlandets europakontors sin side. Forskningen går derfor fra en ide om samarbeid som begrunnes med teori til nye forskningsdata.

Når en skal tolke intervjuer og kvalitative data, er det mange ulike tilnærminger en kan bruke for å komme frem til et resultat. I metoden blir dette kalt for forskningsparadigmer. I følge Ryen(2002) forklares et forskningsparadigme som et tolkningsrammeverk for hvordan verden skal tolkes og studeres. Rammeverkene setter også ulike krav til forskeren ettersom nøytrale

observasjoner er umulig. Forskeren må derfor velge ut en tilnærming, også kalt metodespråk, som kan forklare hvordan forskeren har kommet frem til sitt resultat. Metodespråkene er kulturelt gjenkjennbare tilnærminger for å konstituere virkeligheter og gjøre dem synlige (Ryen 2002). Hun deler inn kvalitativ forskning i fire sentrale paradigmer: Den *naturalistiske, etnometodologiske, emosjonalistiske og postmodernistiske*. Gentikow (2005) legger til flere paradigmer som konstruktivismen og poststrukturalismen.

Når jeg studerer artikler og intervjuer på en objektiv måte og deretter diskuterer dem opp mot hverandre, blir tilnærmingen som forsker naturalistisk. Hensikten i det naturalistiske paradigmet er å unngå at forskeren påvirker respondenten eller datamateriale slik at vedkommende gir en ufullstendig eller skjev versjon av informasjonen som skal hentes inn (Ryen 2002). Det er bred konsensus blant forskere om at kvalitativ forskning kan være en naturalistisk og tolkbar tilnærming, som handler om å forstå meninger folk knytter til ulike fenomener (handling, valg, tro, verdier) i sin sosiale verden.

Burr (2004) skriver om sosial konstruktivisme i kap 3.1, som vektlegger strukturer i et samfunn som er skapt i sosiale og politiske prosesser, og som derfor er forandelige. Sosial konstruktivisme er det paradigme jeg selv har valgt å plassere min forskning innenfor, da jeg studerer en medievirkelighet som ikke er objektiv, som er konstruert i medienes bilde. I intervjuene ser jeg på hvordan aktører forholder seg til denne virkeligheten i sin kommunikasjon gjennom mediene.

#### **4.2 Valg av metoder for datainnsamling**

Diskurs er en betegnelse for meddelelse der ulike sjangere formidler informasjon på ulike måter via ulike medier. Aviser bidrar kanskje bare til en brøkdel av informasjonen i dagens samfunn, men de er fortsatt viktige og bidrar til å sette dagsorden og skape diskurs (Eide 2001). Kritisk diskursanalyse er et viktig metodisk verktøy i tillegg til at det også er en teori. Metoden muliggjør en analyse av tegn, tekst og språk i en sosial prosess. Denne kritiske diskursanalysen har som mål å belyse hvordan avisartikler konstruerer et virkelighetsbilde av Agder-regionens forhold til europeisk samarbeid.

Oppgaven er hovedsakelig reflekterende og deskriptiv, da analysen sikter etter å avdekke strukturer og sammenhenger i regionale medier. Metoden har riktignok blitt kritisert for ikke å produsere klare, eksakte resultater, men den kan produsere flertydig materiale med informantens egne ord som egner seg bedre til å representere den erfarte virkelighet. Å se

sammenhenger er noe av den kvalitative metodens styrke, argumenterer Gentikow (2005). Den har evne til å avdekke ambivalenser.

Informasjon er sentralt for at utvikling skal skje. Regionale aviser skal fungere som en bro mellom næringslivet og folket slik at informasjonen om det som skjer, formidles. Jeg har derfor valgt å gjøre en tekstanalyse av utvalgte avisartikler fra Fædrelandsvennen og Agderposten i en avgrenset tidsperiode. For å komme frem til utvalgt tekstmateriale har jeg valgt å bruke en kvantitativ tilnærming for å sile ut et representativt utvalg av avisartikler. Bruken av disse tre metodene kalles for mixed methods.

Gjennom en studie av tekster hentet fra de største regional-avisene i Agder i perioden 01.01.2012 - 12.12. 2012, fokuserer jeg på mediernes fremstilling av EU/ EØS med hovedvekt på næringslivet og regional utvikling. Ettersom det i tiden etter finanskrisen i Europa (2007-2010) har vært mye snakk om ny EU-debatt i Norge er den utvalgte tidsperioden er valgt ut i etter NOU 2012:2, Innenfor og utenfor, ble overlevert 17.januar 2012 (Sejersted 2012) .

Jeg har brukt databasen A-tekst<sup>4</sup> for å finne frem til disse artiklene, med følgende søkeord for å komme frem til artiklene jeg bruker i analysen : "EU+EØS+ Agder" (34-treff). For å få med næringslivet og fokus på EU- prosjektsamarbeid søkte jeg på "EU+EØS + regional utvikling"(3 treff), "EU+ NODE (11 treff), EU+ EYDE (6 treff). Dette utgjør totalt 51 treff, der noen av de samme artiklene også dukker opp i flere av søkene.

Analysen består av artikler som suppleres med informasjon fra intervjuer med informanter fra de dominerende næringsklyngene NODE og EYDE. For å se hvordan Agder som region arbeider med å få til europeiske samarbeid, har jeg også foretatt intervju med daglig leder for Sørlandets Europakontor. I dette kapittelet redegjør jeg for hvordan disse komponentene brukes sammen i analysen.

Jeg ser kvantitativt på hvor mange artikler som dukker opp under disse søkeordene, for å få et innblikk i hvilken grad EU-sakene er satt på dagsorden i regionale aviser. Jeg bruker kvalitativ metode for å analysere artiklene etter Faircloughs tredimensjonale diskursmodell i analysen av artiklene. Metoden kalles for mixed methods og forklares nærmere nedenfor. Artiklene er delt inn i tre ulike sjangere. To av sjangrene er redaksjonelle og består av tre reportasjer og to nyhetsintervjuer. En sjanger er ikke- redaksjonell og består av en kronikker

---

<sup>4</sup> A-tekst er en database og et mediearkiv som inneholder artikler og publikasjoner fra 80 ulike publiserte aviser og tidsskrifter i Norge.

og to debattinnlegg fra utenforstående aktører. Denne inndelingen gjør det enklere å se hvilke identiteter og relasjoner som synliggjøres og skapes av avisene. Artikkene ble valgt ettersom de har EU/EØS som hovedtema med tilknytning til Sørlandet der tema er knyttet til næringslivet. Et flertall av artiklene om EØS var av det ikke-redaksjonelle slaget. Til sammen analyserer jeg 8 artikler som vil utgjøre det helhetlige bilde av denne diskursanalysen

### **Mixed Methods**

Mixed methods er en ny tradisjon innenfor en forskningsmetode som formelt ble etablert rundt år 2000. Lund (2012) forklarer det metodiske begrepet som en blanding av kvantitative og kvalitative metoder i forskning. Mixed methods har utviklet seg ut fra triangulering, som går ut på at bestemte fenomener studeres fra ulike synsvinkler, og at problemstillingen belyses ved hjelp av forskjellige metoder. Kombinasjonen brukes for å besvare empiriske spørsmål.

I mixed methods blir integrering av datamateriale gitt ulik prioritet i ulike stadier av forskningsprosessen. Ved å kombinere både kvalitativ og kvantitativ metode kan man utnytte styrker i den ene metoden, og unngå noen av svakhetene i den andre metoden, der den kommer til kort.

Ved å bruke mixed methods blir tekstanalysen mer systematisk, fordi artiklene som analyseres har blitt valgt ut på grunnlag av et større kvantitativt utvalg. Tekstene representerer et bredere utvalg enn om de skulle velges tilfeldig, rett ut av avisene. Dette er en av de prosessene som kjenner seg ut som mixed methods, nettopp det at data samles inn i sekvenser og blir gitt ulik prioritering i ulike faser av forskningsprosessen (Lund 2012).

For å finne ut hvordan næringslivet forholder seg til media når det kommer til europeisk samarbeid, blir intervjuene med næringslivslederne delvis kommenterende til avisartikkene. Intervjuene bidrar også til å plassere artiklene i en kontekst knyttet mot næringslivets rolle i europeisk samarbeid. Å avdekke identiteter, relasjoner og vitenssystemer vil være mulig ved å bruke en kritisk diskursanalyse som metode, da den tar for seg både tekst, kontekst og gjensidig påvirkning i en diskursiv praksis. Prosessen som påvirker de redaksjonelle nyhetsartikkene, omtaler jeg i analysen som en medialiseringssprosess, som forklart i kap3.3 Medialisering og politisk kommunikasjon. I denne oppgaven vil den kvalitative delen få høyest prioritet, ettersom den kvantitative delen kun brukes i startfasen for å skaffe oversikt over datamaterialet.

Fordelen med å bruke denne metoden i følge Lunds (2012) femtrinns modell, er at tekstutvalget bedre belyser og konkretiserer spørsmål til intervjuene. Kombinasjonen kan gi et

mer komplett bilde av saker som omhandler EU/EØS saker, da jeg på forhånd kan se hva som skrives om EU generelt og hva som er rettet mot næringslivet i Agder og på Sørlandet. Oversikten gir et bedre grunnlag for generalisering slik at analysen får bedre kvalitet og blir mer valid. Den gir mulighet til bedre å forklare utvalget av artikler som analyseres og hvilke saker som er valgt bort. Dette kan bidra til ekstra refleksjon som kan lede til ny forskning. Den helhetlige evalueringen vil på denne måten inkludere eventuelle forutsetninger for kunnskapskap, noe som gir analysen større validitet.

### 4.3 Gjennomføring av Analysen

Denne delen vil fokusere på den metodiske delen av den kritiske diskursanalysen gjennomføringen av analysen.

Diskurs er ofte brukt for å analysere nyhetssjanger og mediens dekning av politikk. Når det kommer til gjennomføring av analysen, vil jeg bruke de teoretiske tilnærmingene om diskursanalyse, medias produksjonskriterier og strukturorden, for å tolke observasjonene i tekstene og intervjuene. Fairclough (2008) legger mye vekt på avdekking av maktforhold i relasjoner, konstituering og reproduisering i tekster via språkbruk i den kritiske diskursanalysen.

I Analysen deles tekstene opp, slik at de kan diskuteres kritisk. De kommunikative<sup>5</sup> hendelsene analyseres i tre dimensjoner basert på Faircloughs (2008) tredimensjonale analyse modell som vist i kap 3.8 Faircloughs tredimensjonale diskursbegrep.

Den første delen av analysen er en tekstanalyse som dreier seg om å avdekke tekstenes handling, representasjon og identifikasjon. Tyngden ligger på tekstanalysen bestående av en lingvistisk (tekstuell) del som ser på artiklenes språklige praksis som for eksempel narrative teknikker. Den beskriver det språklige i tekstene. Den neste delen omhandler det multimodale, eller det semiotiske aspektet og hvordan layout og bildebruk brukes i tekstene.

Den andre delen av diskursanalysen konsentrerer seg om intervjuene og den sosiale praksisen. Intervjuene brukes som supplerende empiri på det sosiokulturelle nivået og brukes for å kommentere den sosiale praksisen tekstene er del av. Den fokuserer på de sosiokulturelle rammene og søker fortolkninger og forklaringer av prosessene i de andre dimensjonene som er vevd sammen i en tekst. Denne dimensjonen konstituerer betingelser for den diskursive

---

<sup>5</sup> En ytring som formidler et budskap

praksisen samtidig som den diskursive praksisen kan virke inn på sosiokulturelle praksiser, som Fairclough (2008) kaller for et dialektisk forhold.

Den siste delen av analysen drøfter den diskursive praksisen og forholdet mellom tekstene og sosial praksis. Her vil jeg komme nærmere inn på hvordan nyhetsproduksjon og trender i mediebildet påvirker tekstenes innhold. Forholdet vil også studeres ved å ta i bruk medieteorier og se på analyse av medias fremstilling av EU- på landsbasis (Slaatta 2011), for å trekke linjer fra det nasjonale nivå til det regionale medienivået. Jeg studerer mediens bruk av sine verktøy, og nyhetskriterier for å sette borgerne i stand til å handle politisk gjennom å representere politikk og påvirke en diskursorden.

Ved å ta i bruk forståelsen om hegemoni og maktrelasjoner basert på de teoretiske tilnærmingene, skal jeg se hvilke relasjoner som kommuniseres gjennom empirien og hvordan disse relasjonene kan bidra til å endre samfunnet etter en sosialkonstruktivistisk tankegang, som beskrevet i Burr (2004). Jeg vil se på hvilke holdninger som dominerer diskursen og hva som gjør at holdningene kommer til uttrykk. Jeg bruker analyse spørsmålene til Fairclough (2008) som utgangspunkt og tolker tekstene ut fra den tekstlige delen i Faircloughs tredimensjonale modell.

For å konkretisere informasjon trekker jeg frem relevante eksempler fra tekstene som godt beskriver situasjonen og tema jeg velger å fokusere på. Samtidig vil sitater fra intervjuene også gi rom for alternative tolkninger.

Produksjon og fortolkning er sosialt betinget. Hvordan tekstene tolkes avhenger av sender og mottakers sosiale struktur, normer, konvensjoner og deres ressurser. I avisartiklene ytres det budskap som skal nå frem til en målgruppe. Gjennom intervjuene undersøke jeg hva slags behov for informasjon næringsklyngene har, og hvem Sørlandskontoret ønsker å nå ut til. Ved å bruke denne kombinasjonen finner jeg hvordan budskapet i avisartiklene samsvarer med næringsklyngene og Sørlandskontorets tanker om europeisk samarbeid.

I enkelte av artiklene er også informantene i intervjuene representert som både autor og prinsippal, og regionalavisen fungerer som deres talerør. Hvem som konsumerer tekstene, har jeg ingen data på i denne analysen annet enn at avisene hovedsaklig distribueres i Agderfylkene. Som fortolker av teksten vil også min forståelse ut i fra de teoretiske rammene ha en betydning for hvordan tekstene tolkes og forstås. Derfor vil det være viktig å se på hva slags situasjon avisartikkelen er hentet ut i fra, da dette vil prege tekstens budskap. Hvis teksten er hentet fra et foredrag, vil budskapet komme frem annerledes enn det ville gjort i en samtale.

Jeg tar utgangspunkt i Fairclough (2008) sin definisjon av "kritisk" fra KDA, som erkjenner at vår sosiale praksis og språkbruk er bundet opp med årsak - virkningsmekanismer som vi vanligvis ikke er oppmerksomme på.

Ved å studere tekstene kritisk ser jeg altså på hvilke sosiale identiteter som skapes, hvilke relasjoner og hvilke betydningssystemer og viten tekstene baserer seg på. Intervjuene handler om mediestrategi og næringslivets forhold til europeisk samarbeid. Derfor vil jeg også trekke ut det som er mest relevant fra avisartiklene i forhold til næringslivet. Slik kan jeg se forholdet mellom relasjonene som skapes i tekstene og næringslivets relasjon til europeisk samarbeid. I tekstanalysen har jeg delt inn artiklene som skal analyseres i ulike sjangre som forklart i kap 4.2. Fairclough (2003) definerer sjanger som en måte å handle på i et diskursivt aspekt. Fairclough ser på sjanger på ulike nivåer. I min oppgave har jeg tatt utgangspunkt i det han kaller for "situated genres" som er et spektrum, snarere enn et nivå, og tilhører en type praksis som i denne oppgaven er avissjangeren. Her finner vi blant annet nyhetsintervju, nyhetsreportasjer og kommentaren( Fairclough: 68).

#### 4.3.1 Tekstanalysen

I den praktiske analysen undersøker jeg hvilke handlinger tekstene utfører, de sosiale relasjonene som definerer eller forutsetter dem, og hvilken form dette uttrykkes i. Jeg drøfter også hvordan sjangeren, og valg av henvendelse, kan gi uttrykk for maktforhold mellom identitetene som etableres i teksten.

Utrykksformen er todelt: Den ene delen dreier seg om de semiotiske ressursene i teksten, som bilde, layout, format osv. Den andre ser på selve kommunikasjonssituasjonen, som dreier seg om enveis eller toveiskommunikasjon. Her skal jeg vise hvordan disse elementene spiller sammen og skaper et helhetlig inntrykk av den kommunikative begivenheten.

Å stille spørsmål og finne svar på dem er sentralt når man skal analysere i følge Østbye, Helland et al. (2007) . Analyse spørsmålene for tekstanalysen skal være med å avdekke hvordan maktutøvelsen i tekstene uttrykkes. Spørsmålene hjelper til å se hvilke perspektiver som trekkes frem, hvilke spørsmål som reises, hvem som kommer til ordet, og hvilket budskap som uttrykkes gjennom tekstene. Spørsmål som er viktige å stille seg for å gi mening til tekstens innhold innebærer blant annet: Hvem snakker til hvem ? Hvordan gir dette betydning og hva slags holdninger skapes i utsagnet. Språkbruken og vokabularet som brukes, representerer ulike praksis og ulike verdiperspektiver (Fairclough 2008).

Som regel tolkes en tekst i en bottom up /top down prosess. På lavt nivå kan tekst og tegn analyseres som en sekvens som blir til setninger, men på høyere nivå er man mer opptatt av mening og hvordan sekvenser av tekst tolkes i en kontekst. Hvis meningen tolkes tidlig i prosessen på høyere nivå, med begrenset tekst som bevis, kalles det for top down. Meningen vil da prege fortolkning av teksten på lavere nivå. Produksjon og fortolkning foregår begge veier. I denne oppgaven bruker jeg en top down tolkning der tekstenes mening tolkes ut fra konteksten de er plassert i. Noen ganger vil en fortolkning som kommer av noen ord utelukke andre fortolkninger. Disse aspektene bidrar til å redusere og forklare tekstens potensielle ambivalens og kontekstens effekt på fortolkningen (Fairclough 2008).

I tekstanalysen sjekker jeg hvordan handling og sjanger gir mening til teksten. Jeg ser på tekstens representasjon, som Fairclough (2008) kaller for diskurs. Den konsentrerer seg om representasjon i teksten, og hvilket bilde av EU som skapes i teksten. Den siste delen omhandler identifikasjon som i analysen kalles for tekstens stil. Den handler om hvem teksten appellerer til og hvordan teksten posisjonerer seg i forhold til EU og EØS, hvilke stemmer og holdninger som kommer til uttrykk.

Ved å studere disse elementene opp mot intervjuene fra de aktuelle næringslivsaktørene og trender i EU-journalistikken det nasjonale mediebildet, vil det bli tydeligere hvordan artiklene bidrar til å konstituere og opprettholde en virkelighet om europeisk samarbeid i et vitenssystem. Det vil da være nødvendig å lete etter bestemte ideologier, konstruksjoner fra avsender og mottaker og konstruksjon av relasjon mellom avsender og mottaker.

På bakgrunn av, Fairclough (2008) omtaler jeg da tekstanalysene som lingvistisk analyse, som har hovedfokus samspillet av modaliteter (bilder, ord og layout) og hvordan de virker på det helhetlige tekstuttrykket.

#### **4.3.2 Intervju**

I medievitenskapen blir kvalitative intervju vanligvis brukt for å analysere produksjon og resepsjon av blant annet medietekster samt hendelser i media (Østbye, Helland et al. 2007). Jeg har valgt å bruke intervjuer av representanter for sentrale bedrifter på Sørlandet, næringslivsledere for NODE og EYDE, samt leder for Sørlandets Europakontor for å finne ut hvordan forholder seg til avisenes medieinnhold, og hvordan de bruker avisene for å vise engasjement i saker som omhandler EU- samarbeid.



Jeg har benyttet meg av en til en intervju. Dette gir respondenten mulighet til å svare fritt uten at andre deltakere overvåker. I følge Ryen (2002:119) er det viktig å skape nærhet i et kvalitativt intervju så en lettere kan få adgang til felten. Felten er i dette tilfellet daglige ledere for næringsklyngene og Sørlandets Europakontor. Samtidig er det viktig å opprettholde distanse for å beholde rollen som forsker, dette kan gjøres ved å synliggjøre hvordan subjektiviteten innvirker på saklighet og upartiskhet (Dalland, 2007). Den ene informanten har jeg også truffet før, noe som vil påvirke samtalen. Jeg har derfor prøvd å påvirke respondent minst mulig ved å undertrykke personlige meninger om europeisk samarbeid. Ryen (2002) påpeker også at det også er viktig ikke å lage stereotyper av respondenten, da dette kan føre til at viktige spørsmål unngås ved at holdninger kan tas for gitt.

Intervjuene fokuserer på bestemte tema uten å bli bundet av noen spesiell rekkefølge (vedlegg 9, intervjuguide). Spørsmålene til næringslivet dreier seg mye om hvordan næringslivet forholder seg til regionale medier, og deres behov for informasjon om europeisk samarbeid. Spørsmålene til Sørlandskontoret er rettet mer mot hva slags samarbeid regionen ønsker med næringslivet i europeiske prosjekter. Denne typen intervju fanger opp individuelle ytringer og utvikler seg forskjellig. Atferd og erfaring er situasjonsbetinget, og jeg tar høyde for at informantene kun snakker på vegne av sitt ansvarsområde, som kan begrense intervjuets brukbarhet, da de ikke kan snakke på vegne av andre bedrifter de også representerer (Dalland, 2007).

Det er mange former for intervju. Mine intervjuer er halvstrukturerte, men spesifiserte. Det vil si at intervjuene er rettet mot beskrivelser av spesifikke situasjoner og hendelsesforløp og samtidig ha en åpen plan. Jeg har derfor brukt avisartiklene hentet ut fra den utvalgte tidsperioden som bakgrunn for spørsmålene til intervjuene. På den måten blir intervjuene knyttet tettere opp mot tekstanalysens tema.

I og med at intervjuene er halvstrukturerte og følger en tematisk plan for hva som blir spurt om, vil jeg som intervjuer påvirke hva som besvares. På den annen side er det rom for å stille oppfølgingsspørsmål. Når intervjueren viser åpenhet overfor nye og uventede fenomener, kan en få forklaringer på områder som kan virke uklare.

En måte å gi rom for uventet informasjon på er å gjennomføre intervjuene fra et naturalistisk ståsted. Naturalistene, i kap 4.1 *Kvalitativ forskning* sikter etter å få informantenes egne ord

uten at deres budskap er medialisert eller satt i en mediekontekst som skal settes på dagsorden. Sett fra et naturalistisk ståsted kan jeg derfor ikke utrykke egne følelser rundt tematikken. Jeg styrer intervjuene ved å velge ut hva de skal kommentere og svare på, men forholder meg objektivt til svarene de gir.

Derfor har jeg valgt å bruke båndopptaker under intervjuet og transkribere intervjuet i etterkant slik at informantenes egen oppfatning kommer frem og blir sett på så nøytralt som mulig ut i fra informantenes perspektiv.

#### **4.4.Presentasjon og utvalg av datamateriale og respondenter**

For å foreta ut et utvalg av de enhetene problemstillingen gjelder, er det viktig å vurdere kvalifikasjonene til respondentene. Målet er derfor å velge ut et strategisk utvalg. I NODE-nettverket og EYDE er mange bedrifter medlemmer. For å begrense undersøkelsen og utvalget, har jeg valgt å se på det overordnede nivå og valgt ut representanter som kan snakke for klyngene som en felles enhet. De utvalgte informantene sitter med mye relevant informasjon på området jeg undersøker, da de har ansvar for mediehåndtering og har god oversikt over sine virksomheters samarbeidspartnere.

Daglig leder for sørlandskontoret er pådriver for større prosesser innenfor EU- samarbeidet i Agder-regionen og utfører på virkningsarbeid i media og regionale aviser, som skal bidra til regional utvikling og europeisk samarbeid. Vedkommende jobber med markedsføring og utvikling av EU-prosjektene i Agder. Informanten representerer sørlandskontorets eiere, som omfatter blant annet Aust og Vest Agder fylkeskommuner.

Jeg bruker informantene for å finne ut hvordan bedriftene og næringsklyngene forholder seg til EU- samarbeid, og om det finnes fellestrekk til tematikken i media om regional utvikling og EU-samarbeid. Derfor var det nødvendig og sette seg inn i informantenes arbeidsoppgaver i forkant av intervjuene for å heve kvalitet på svarene. Mens tekstanalysen diskuterer vinklinger avisene bruker for å fremstille problemstillingens tema, har intervjuene til hensikt å sette tekstene inn i en ytre kontekst i europeiseringsdiskursen.

For å få tak i de aktuelle informantene tok jeg kontakt i forkant via e-post for å presentere oppgaven og høre om de ville stille til intervju. Deretter kontaktet jeg informantene via telefon for å avtale tidspunkt og sted for et intervju. I og med at disse personene har mye ansvar og er travle mennesker var det nødvendig å være ute i god tid.

Før intervjuet valgte jeg og sende et informasjonsbrev til respondentene med retningslinjer for intervjuet, tematikk og hvordan intervjuet i varetar informantens rettigheter. De fikk også

mulighet til å velge å være anonyme, og de fikk mulighet til å trekke seg underveis. Anonymiseringen ble avslått av samtlige informanter mot at de får mulighet til sitatsjekk før publisering av oppgaven. Infoskrivet er en mulighet for respondent til å sette seg inn i problemstillingen, noe som kan bidra til å heve kvaliteten på svarene i tillegg til å spare tid ved at respondentene har reflektert rundt tematikken i forkant.

Intervjuene er tatt på informantenes daglige arbeidsplass. I følge (Ryen 2002) kan dette gi en innsikt i hvordan respondentenes arbeidsomgivelser ser ut og bidra til å fortelle noe om konteksten de arbeider i. Dette krever en del reisevirksomhet fra meg som intervjuer siden informantene holder til i ulike områder av Agder- regionen.

#### 4.5 Metodisk kvalitet

##### Generalisering, reliabilitet, validitet

I samfunnsvitenskapen vurderer man ofte undersøkelser ut i fra sin validitet, reliabilitet og mulighet for generalisering. Validitet handler om hvor relevant data er i forhold til oppgavens problemstilling, og hvor godt man klarer å måle det man skal undersøke (Østbye, Helland et al. 2007). Reliabilitet handler om hvor pålitelig undersøkelsen er, med tanke på målemetodene, observasjoner, nøyaktighet, og om andre forskere kan komme frem til samme resultat ved å bruke samme metode.

I kvalitativ forskning ligger styrken ofte i validiteten, da en studerer innhold som kommer nærmere teksten. Svakheten med den kvalitative metoden er at det er vanskeligere å komme frem til samme resultat, og generalisere eller trekke en konklusjon ut i fra vurderingene. Sannheten er avhengig av å tolkes i større grad enn den kvantitative analysen (Schwebs and Østbye 2007). I følge kritikere kan det derfor finnes flere ulike sannheter og det kan være utfordrende å oppnå validitet (Gentikow 2005). Dette er en utfordring jeg har tatt hensyn til under utførelse av analysen. At jeg ikke nødvendigvis kommer frem til et svar, men mediens sannhet, slik de fremstiller den. Jeg fokuserer derfor på at datautvalget vil bidra til validitet, og om tolkningen gyldig, velbegrunnet og bekreftbar. Analysespørsmålene i 4.3.1 Tekstanalysen, gir retning for hvordan empirien tolkes, noe som bidrar til å styrke analysens validitet, noe som igjen avgjør hvor sterk analysen blir.

Jack Katz (2004:296) redgjør for følgende i Sjöberg and Wästerfors (2008) : Å beskrive situasjoner i sin sammenheng kan bidra til å skape kvalitet i data. Det gjør også at materialet kan anvendes i andre problemstillinger (Sjöberg and Wästerfors 2008). Det er ønskelig at utvalget kan representere en helhet og si noe om flere enheter i problemstillingen. For denne oppgaven har jeg valgt stratifisert utvelging av tekster. Det vil si at jeg velger ut enheter med

bestemte egenskaper innenfor feltet jeg ønsker å studere. Egenskaper som at tekstene handler om EU-samarbeid, er regionalt tilknyttet, og at de er trykt i regionale aviser. I følge Hellevik (2002) kan dette øke sikkerheten ved generalisering, da det er sammenheng mellom enhetenes egenskaper og variabler i problemstillingen. Tekstenes egenskaper sier noe om konteksten EU-samarbeidet er satt inn i, som samsvarer med variablene i problemstillingen.

Ved kritisk å evaluere sine valg fortløpende, og ved å legge stor vekt på å sannsynliggjøre sine konklusjoner kan man oppnå validitet og reliabilitet av sine data (Gentikow 2005). Hensikten er ikke bare å fastslå i hvilken grad en problemstilling/funn er representativ og generaliserbart. Hensikten også å oppnå forståelse av dynamikken som finnes i konteksten som studeres. Hvis det er grunnlag for det, kan dynamikken i samspillet mellom media, Sørlandets Europakontor og næringslivet utvides til videre forskning. For å se dynamikken og kunne evaluere data på grunnlag av argumentene ovenfor blir det viktig hele tiden å vurdere sammenhengen mellom tekst og kontekst.

Intervjuene valideres i den forstand at informantene til intervjuene er valgt ut fra sin kjennskap og interesse for feltet jeg studerer. De er sentrale nøkkelpersoner på sitt felt når det kommer til EU-prosjektsamarbeid i Agder-regionen. Gjennom disse nøkkelpersonene vil jeg også få tilgang til andre sentrale personer om det skulle være nødvendig. Ryen (2002:92) skriver at det hender en ser behov for andre og nye respondenter enn dem man allerede har intervjuet, etter at man har tilegnet seg innsikt gjennom studien.

Seale (1999a:64) i Sjöberg and Wästerfors (2008) poengterer at en annen måte å kvalitetssikre data på, er å presentere analysen for enkelte deltakere i studiene. Analysen tolkes ut fra et teoretisk perspektiv, men jeg vil sende over en sitatsjekk til informantene, slik at de får mulighet til å komme med innspill, og det kan generere nye data og gi en røst til alternative versjoner. Ved å være i kontakt med feltet og deltakeres arbeidsplass vil man også kunne bidra til å bekrefte studiens troverdighet.

#### **4.6 Forskningsetiske utfordringer**

Et dilemma jeg har måttet forholde meg til, er å forholde seg til formaliteter som foreligger i byråkratiet og organisasjonsstrukturen til næringsklyngene. Det innebærer at det er en del områder informanten ikke å utale seg om på grunn av posisjon i organisasjonsstrukturen. Som forsker har jeg forsøkt å være på vakt for informantens følelser og respektere deres

avgjørelser i forhold til hva slags informasjon de ønsker å meddele. Informantene representerer mange bedrifter og må derfor være varsomme på at de ikke avslører planer som ikke er offisielle, eller skaper kaos i næringsklyngenes tilhørighet eller organisering. Det samme gjelder for Sørlandets Europakontor som eies av offentlige instanser, og skal snakke på vegne av regionens ønsker om europeisk samarbeid. For å få se det fra deltakerens side har jeg benyttet meg av den naturalistiske tilnærmingen der jeg bruker deltakernes egne ord.

En annen sak jeg må forholde meg til er de etiske retningslinjene for informert samtykke under gjennomførelse av intervjuene. I kvalitative undersøkelser er det viktig å ivareta prinsipper som informert samtykke, konfidensialitet, personvern og sosial rettferdighet. Elliot Eisner (1991) sitert i Shaw (2008: 401) konkluderer med at vi alltid vil bruke andre for en hensikt når vi skriver og utformer en oppgave. Jeg har derfor vektlagt å følge nasjonale retningslinjer og regler gitt av Personverombudet for forskning ved Norsk Samfunnsvitenskaplig Datatjeneste. Når det gjelder avisartikler, oppgis kilder fra alle eksempler og informasjon jeg henter fra disse nettstedene.

#### **4.7 Min rolle i forskningsprosessen og en metodisk oppsummering.**

Min rolle i forskningsprosessen vil også sette sitt preg på oppgaven og bør derfor nevnes i denne sammenheng. Valgene jeg personlig har foretatt både med tanke på utvalg av teoretiske rammer, artikkelutvalg og valg av informanter, preger analysen og dermed konklusjonen. Jeg har valgt å fokusere på hvordan artiklene til sammen fremstiller et helhetlig bilde av europeisk samarbeid i Agder-regionen, mest knyttet opp til næringslivets rolle og nasjonale nyhetsrammer. Jeg lagt mindre vekt på den offentlige og europeisk og diskursen ettersom jeg ønsker studere bildet som næringsklyngene forholder seg til i sin kommunikasjon gjennom aviser. Dette vil også gi utslag på oppgavens konklusjon. Alle de personlige valgene vil være med på å sette rammer for oppgaven, som forklart i denne metoddelen. Jeg har derfor prøvd å begrunne mine valg etter beste evne og holde meg objektiv i sakene. Allikevel vil valg av spørsmål under intervjuene ha en uttelling for hvordan samtalene har blitt styrt og vil dermed påvirke analysen. Artiklene er valgt ut etter sjanger. Deretter har jeg ansett hvilke som er relevante og som gir et variert perspektiv på EU-fremstillingen. Utvalget vil derfor være en blanding av strategisk og personlig. Dette er noe som kan tas til etterretning i utformingen av konklusjonen. Det teoretiske rammeverket skal bidra til å utvide undersøkelsens og konklusjonens gyldighetsområde.

## 5. Presentasjon av empiri

Her presenteres empirien som brukes for å utføre analysen. Utvalget består av avisene der artiklene er hentet fra og de aktuelle informantene for intervjuene.

### 5.1. Fædrelandsvennene og Agderposten

Både Fædrelandsvennen og Agderposten er store aviser på Sørlandet og i Agder ut fra antall opplag. Fædrelandsvennen dekker ikke hele Sørlandet, men er Kristiansands største avis og en av Norges ti største aviser med et opplag på over 35 441 i 2012 (Medienorge 2013).

Fædrelandsvennen dekker store deler av Vest-Agder som regionsavis. Agderposten overtar som største regionsavis i Aust-Agder og er størst i Arendal. Regionale aviser har til oppgave å informere sine innbyggere om aktuelle temaer som har innflytelse på deres liv og arbeidsliv.

En regional avis vil preges noe av tabloidisering ettersom pressen har blitt mer markedsorientert de siste årene (Meyer 2013). Avisene skal være et forum for lokale nyheter og debatt. En regional avis tar utgangspunkt i et avgrenset område. I denne oppgaven er området Sørlandet og Agder-regionen. Det har vært en fremgang for de lokale avisene. En undersøkelse fra Statistisk sentralbyrå i 1993 viser at distriktsavisene er de avisene som blir mest lest, undersøkelsen viser at over to tredeler av befolkningen leser både regionsaviser og dagsaviser (Kulturdepartementet 1995).

Grunnen til at jeg valgte å bruke disse to avisene, er at de til sammen dekker de mest folkerike delene av Agder-regionen, og er populære aviser i de største byene i Aust og Vest-Agder fylkeskommune. Eyde holder til i Arendal, Aust-Agder og Node har hovedkontor i Kristiansand. Sørlandets Europakontor eies av både Vest og Aust-Agder fylkeskommune og jobber for både fylkes kommunene og kommuner i dette området som en helhetlig region.

## 5. 2 Presentasjon av informanter

### **Kjell O Johannessen(KJ, 20.11.2012)**

Johannessen var daglig leder og Gründer for næringsklyngen NCE NODE, i 2012. Samtalen handlet om deres virksomhet, mediestrategi og behov for internasjonalt samarbeid med fokus på Europa. Jeg stilte også spørsmål om samarbeidspartnere, og hvor de innhentet informasjon om EU og EU-programmer.

### **Helene Fladmark (HF, 19.11.2012)**

Fladmark var daglig leder og prosjektleder for Sørlandets ledende næringsklynge innen prosessindustri, EYDE i 2012. Samtalen dreide seg om samarbeidspartnere, forhold til EU og hvordan næringsklyngen ønsket å fremstille seg internasjonalt.

### **Tor Arne Johnsen (TJ, 16.11.2012)**

Johnsen fungerte som daglig leder for Sørlandets Europakontor i Agder i 2012. Samtalen handlet om hvordan Europakontoret ønsket å få bedre kontakt med næringslivet på Sørlandet, siden de fleste som søker på prosjekter i Europa, er offentlige virksomheter. Johnsen fortalte også om fordeler og ulemper ved å søke på EU-prosjekter. Samtidig fortalte han litt om hvordan søknadsprosessen fore gikk, og hvordan han ønsket å motivere søkere ved å kommunisere via medier.

## 6. Analyse

Denne delen av oppgaven er hovedsaklig en kritisk diskursanalyse basert på Fairclough (2008) tredimensjonale analysemodell som forklart i metodekapittelet og vist i 3.7.1. *Kritisk Diskursanalyse (KDA)*. Analysen tar for seg avisartikler fra de regionale avisene Færdelandsvennen og Agderposten. Den første delen er en tekstanalyse som baserer seg på Fairclough (2008)s teori om hvordan språket representerer den kommunikative begivenheten gjennom diskurs, sjanger og stil. Analysen omfatter to nyhetsintervjuer, tre nyhetsreportasjer og tre leserinnlegg som omhandler EU- med tilknytning til næringslivet. I denne delen fokuserer jeg nærmere på det tekstlige og det semiotiske aspektet som forklart i teorien, kap 3.8.1 Tekstanalyse. Tekstanalysen har som mål og gi svar på problemstillingens første underproblemstilling: *Hvordan fremstiller Færdelandsvennen og Agderposten EU/EØS avtalen, og hvilke muligheter gir avisene for europeisk samarbeid for næringslivet i Agder?*

Etter tekstanalysen vil jeg konsentrere meg om de andre nivåene i Faircloughs tredimensjonale diskursmodell for å se diskursen i et mer maktkritisk, samfunnskritisk og ideologiskkritisk perspektiv. Hvordan realiseres betydning og mening realiseres gjennom tekstene? Denne delen vil bidra til å svare på problemstillingens to neste delmål:

*Hvordan Sørlandets Europakontor arbeider med å formidle EU-programmer og europeisk deltagelse for næringslivet i Agder ?*

*Hvordan de største næringsklyngene i Agder (NODE og EYDE) oppfatter mulighetene for å delta i europeiske prosjekter, samt hvordan de får tilgang til informasjon om EU/EØS-midler?*

Til sammen skal de tre underproblemstillingene besvare oppgavens hovedproblemstilling. I drøftingen av intervjuene trekker ut sitater fra informantene for å belyse funn i diskursanalysens sosiale praksis. Intervjuene sees i sammenheng med journalistenes praksis og belyser hvordan næringslivet og sørlandskontoret forholder seg til regionale medier i sin mediestrategi, og hvilket behov for EU-informasjon som dekkes i avisene. I intervjuene har informantene selv fått mulighet til å kommentere noen av artiklene som angår dem og mediestrategien som ligger bak.

Spørsmålet blir hvilke samfunnsmessige føringer en regional avis legger på utformingen, distribusjonen og bruken av tekstene. Funnene oppsummeres og forklares når jeg til slutt



vender tilbake til den sosiokulturelle praksisen, og ser på hvordan EU-diskursen i de regionale avisene og EU-tekstnormens betydning for næringslivet.

## **6.1 Fremstillingen av europeisk samarbeid i Agderposten og Fædrelandsvennen**

Tekstene skal gi informasjon om EU. I de 8 utvalgte tekstene er det ulike semiotiske aspekter som preger leserens tenkesett. Sjangrene nyhetsintervju og reportasje glir litt inn i hverandre da nyhetsreportasjen kan trekke frem sitater fra prinsipalen som blandes med beskrivelser fra autoren. I de redaksjonelle artiklene er det journalisten som er autoren. Autoren er mer synlig i nyhetsreportasjene, siden denne sjangeren gir mulighet for at sitater fra aktører brukes for å informere om en hendelse. I tillegg gir det mer rom for autorens tolkning. I et nyhetsintervju kommer ofte prinsipalen tydeligere frem (Vestad and Alme 2002).

### **6.1.1 Nyhetsreportasjene**

Under sjangeren nyhetsreportasje har jeg valgt ut disse tre artiklene.

1. *Agderbenken skal få EU til å snu* under økonomi seksjonen 06.03.2012 (Michalsen 06.03.2012) Fædrelandsvennen, (vedlegg 1).
2. *Massiv pågang fra EU-landene* (Michalsen 09.05.2012) *Fra kriserammede Portugal til ny jobb i Kristiansand* (Michalsen 09.05.2012) Fædrelandsvennen, (vedlegg 2).
3. *Oljemiljø kan få gullsertifisering* (Rike 17.04.2012), (vedlegg 3).

En nyhetsreportasje skal formidle observasjoner og inntrykk fra en hendelse. Ofte har journalisten oppsøkt stedet. Reportasjen kan sammenlignes med et omfattende referat. Nyhetsreportasjen er en blandingssjanger som gjerne består av flere sjangere som referat, intervju og skildring for å utdype å gi bakgrunnsstoff for hendelsen. Et typisk trekk ved denne sjangeren er at den starter med det viktigste, som forteller oss hva som er hovedpoenget i saken. Bildebruk er viktig i reportasjen og bidrar til å belyse hendelsen (Vestad and Alme 2002).

#### ***Agderbenken skal få EU til å snu***

Sjanger og handling: Den første artikkelen, *Agderbenken skal få EU til å snu* (vedlegg 1), handler om at nikkilverket Xstrata har falt utenfor nytt EU-reglement og trenger hjelp fra Sørlandspolitikerne for å få EU til å inkludere nikkilverket i den nye subsidieordningen, som også kan ramme flere av bedriftene på Sørlandet. Sakens aktuelle utgangspunkt er imidlertid

at X-trata skal ha møte med politikerene for å se på saken.

Sjangeren i denne artikkelen bærer trekk fra den tradisjonelle nyhetsartikkelen ved at den forteller om noe som har skjedd. Samtidig informerer den om møtet som skal skje "i dag". Det gir leseren inntrykk av at journalisten er tilstede i forkant av møtet. Språkbruken veksler i tid mellom presens og preteritum, som gir teksten et preg av at det er en pågående hendelse, siden den forklarer hva som skjer nå som et resultat av noe som har skjedd. Det som gir artikkelen et reportasjepreg er kommentarene, der de involverte aktørene ytrer meninger rundt det som har skjedd, og hvorfor det er viktig at møtet skal finne sted. Bildet på s 13 i artikkelen viser at partene er samlet, mens teksten uttrykker at en aktiv handling skjer nå.

Layout: Det første leseren møter etter overskriften, er underoverskriften, der vi får vite hva saken handler om "Xstrata møter Nærings og- handelskomiteen i dag", under dette vises en faktaboks: " *Subsidier til kraftkrevende industri*". Deretter kommer ingressen, som forklarer sakens hovedtrekk.

I teksten refereres det også til et tidligere oppslag om X-strata og EU skrevet 03.03.2012, som viser en faksimile av artikkelen med overskriften: " *Nye EU-regler truer Xstratas videre eksistens*".

Bildet på s.13 viser politikere fra partiene Krf, Frp, Ap, Høyre og ikledd refleksvest og hjelm. Det gir leseren inntrykk av at de er samlet på X-stratas arbeidsplass. De står i sirkel og tar i mot informasjon. De identifiseres i bildeteksten under:

*"Agderbenken forsikret administrerende direktør ved Xstrata, Øyvind Stensad (t.v.), at de skal øve press innad i eget parti og overfor EU for å få nikkell inkludert i kompensasjonsordningen for kraftkrevende industri«...» fra(Frp,H,Krf og Ap)".*

Bildet viser at parter fra næringslivet samles for å håndtere utfordringene og få mer informasjon om det som skjer i EU-regelverket. Faktaboksen gir leseren informasjon om hva bedriften produserer, samt informasjon om EUs subsidieordning.

I følge Vestad and Alme (2002) gir reportasjesjangeren mulighet for at flere prinsipaler, både politikere og næringsliv siteres. Hendelsen belyses fra flere sider. Flere politiske aktører trekkes inn og kommenterer næringslivets forespørsel om hjelp. Mangfoldet av prinsipaler som uttaler seg, bidrar til å skape et større bilde av frykten for at flere virksomheter faller utenfor den nye ordningen.

Diskurs og representasjon: I saken fremstår næringslivet som overasket av det nye regelverket. Næringslivet fremstår som om de ikke har kontroll over slike avtaler, og er derfor avhengige av hjelp og samarbeid fra politikere. Dette ytres som et påtrengende problem, ved at de har prøvd å få kontakt, men ikke har fått svar på brev. Dette blir fremstilt ved uttalelser fra direktør i Xstrata<sup>6</sup>, " [...]Vi er avhengige av politikerne for å få EU til å snu i denne saken ", "[...] Vi har sendt brev uten å få svar" uttrykker Xstrata direktør.

Kommentaren settes i kontrast til stortingsrepresentant for Vest-Agder Høyre og leder for Agderbenken, de erkjenner problemet ved å si " [...] Det er et dårlig tegn at denne saken kommer brått på[...]". Samtidig er han opptatt av at begge parter her har ansvar og balanserer problemet ved å ansvarliggjøre begge parter. "[...]både industri og regjeringen bør ta selvkritikk for ikke å ha fulgt godt nok med[...]". Han skylder derfor på regjeringen, der Ap politiker avviser kritikk "[...]umulig å henge med på alle forslagene som kommer fra EU-systemet." Hun henviser problemet videre til Norsk industri som burde ha fanget opp regelverket.

Kommentarene viser et bilde av ansvarsforskyvelse fra alle parter på Sørlandet til det øvre nasjonale hold. Ved å trekke inn alle de involverte partene som kritiseres, skaper teksten et bilde av mangel på informasjon og en erfaringshorisont om at EU - reglement er uoverskiktelig og vanskelig å forholde seg til.

Artikkelen uttrykker risiko og frykt for at flere bedrifter på Sørlandet faller utenfor. Dermed representerer Xstrata flere deler av næringslivet og gir et større omfang av hendelsen. Dette gjøres ved å trekke inn aktører fra flere bedrifter og i andre deler av EYDE, som trekker paralleller til sine bedrifter og argumenterer med at hele prosessindustrien på Sørlandet kan falle utenfor kompensasjonsordningen. " Jeg vet at det råder usikkerhet knyttet til silikonmangan[...], vi må ha en gjennomgang", sier nyvalgt leder i EYDE-nettverket og direktør i Saint-Gobian<sup>7</sup>. I sitatet uttrykker prinsipalen et ønske om å gjøre noe med saken ved å ha en gjennomgang. Prinsipal og representant for EYDE fremstår derfor som handlekraftig, da møtet er en realitet som skal skje denne dagen.

---

<sup>6</sup> Xstrata er et nikkilverk som er en del av EYDE-nettverket.

<sup>7</sup> Saint -Gobian, ledende selskap i prosessindustrien på Sørlandet som produserer silisiumkavid for å utvikle produkter som løser miljøproblemer.

Teksten peker også på diskursen om at bedriftene "rammes" av EU-reglene. EU- fremstår her som en trussel samtidig som det er noe som næringslivet må forholde seg til, slik at det ikke faller utenfor og blir sanksjonert med store ekstra utgifter. Artikkelen fremstår som oppfordrende til politikere fra næringslivet. Den indikerer at politikere og næringsliv må samarbeide for å få til en løsning for å få EU til å snu. Artikkelen viser at noe gjøres med saken, og understreker dette bildet i ingressen " *Sørlandspolitikere lover å sette press på EU*". Dette er et sitat som kan virke beroligende for de bekymringene som uttrykkes i artikkelen, og viser at politikerne bryr seg, samtidig som de utgir et løfte om å gjøre noe med saken. Teksten følger opp med at næringslivet holder møter og skal "redde" industrien. Bruk av kontrastfylte argumenter skaper et tydelig preg av konflikt.

Stil og identifikasjon: I saken skapes det en konflikt mellom EU og næringslivet ved å bruke fraser som " *frykter for bedriftenes eksistens*" og " *EU- regler truer eksistens*". Det siste sitatet er i følge Fairclough (2008) et eksempel på intertekstualitet. Eksempelet refererer til en tidligere artikkel som fremhever det konfliktfylte forholdet og budskapet om at EU- regler truer næringslivet på Sørlandet som skaper frykt. Bruk av intertekstualitet ved å trekke på tidligere avisartikler fra noen dager før gir bakgrunnsmateriale og historie til saken. Dette fremmer sakens betydning og aktualitet og viser at den tidligere hendelsen er pågående og i utvikling.

Teksten stiller seg negativt kritisk til EU, da samtlige aktører viser at de er overasket over å ikke ha fått med seg regelverket. Ingen klarer å følge med på hva som skjer i EUs regelverk. Sitater som:

*"[...]Jeg tror regjeringen har støttet seg for mye på EU, og ikke fulgt prosessen godt nok opp",  
" [...]Jeg undrer meg over at ikke Norsk industri har fanget opp dette før forslaget kom".*

Dette er eksempler på at EU eksotiseres i følge Slaatta (20011). EU fremstår som "de andre", mens bedriftene omtaler seg som "vi" på Sørlandet som kjemper sammen med politikere for våre interesser mot vår felles utfordring, som er EU-reglene.

Autoren skaper nærhet til regionen ved å bruke betegnelser som " *sørlandsbedrifter*", " *sørlandspolitikere*", " *prosessindustrien på Sørlandet faller utenfor*". Perspektivet om at flere bedrifter er truet, og at noe må gjøres, skaper et mer konfliktfylt bilde, og får hendelsen til å virke mer vesentlig for flere parter i næringslivet. Frykt som peker ut felles problemer et trekk som vi finner igjen hos Trenz (2004) for å skape felles engasjement. Saken uttrykker at mye er uklart og vi vet ikke hva som kommer til å skje. Dette er med på å skape spenning og

dramaturgi i saken, sentralt for å skape en nyhetsverdige artikkel. Aktørene som uttaler seg, har oversikt og erfaring i sitt virke ved å være ledere for næringsklyngen eller politiske partier. Dette er et typisk eksempel på nyhetskriteriet om elitepreg, der ekspertkilder gir tyngde til nyhetsfortellingen (Overland 2013).

For de som ikke vet hva Xstrata er, fungerer den forklarende faktafilen som en måte for lignende bedrifter til å identifisere seg med bedriften. Faktaboksen gjør på denne måten saken mer vesentlig for bedrifter som frykter for at det samme skal skje med sine virksomheter. På denne måten bidrar faktaboksen som en oppfordring til industrien for å gjøre seg bedre kjent med EU-regelverk.

### **Fra kriserammede Portugal til ny jobb i Kristiansand, Massiv pågang fra EU-landene.**

Neste artikkel: *Fra kriserammede Portugal til ny jobb i Kristiansand og Massiv pågang fra EU-landene* (Michalsen 09.05.2012) Fædrelandsvennen, (vedlegg 2).

Sjanger og handling: Denne artikkelen består av et intervju med en ingeniør fra Portugal. Han har nå kommet til Kristiansand og fått seg fått jobb, siden det er vanskelig å få seg jobb i Portugal. Videre handler saken om at flere representanter fra olje- og gass sektoren reiser ned til Lisboa på ingeniørmesse for å rekruttere flere ingeniører til Sørlandet. Den andre saken *Massiv pågang fra EU-landene* involverer det offentlige, der en representant fra NAV reiser ned til ingeniørmessen i Lisboa for å rekruttere arbeidskraft til landsdelen.

Jeg har valgt å kategorisere de to neste artikkelene som en helhetlig reportasje fordi journalisten har tatt utgangspunkt i en sak i nyhetsbildet, og fokuserer på å få frem det vesentlige i denne saken. Det skaper inntrykk av tilstedeværelse, noe som skjer nå, og noe som skal skje. Reportasjen kan også bestå av flere intervjuer med innslag av egne beskrivelser fra journalisten (Vestad and Alme 2002).

Layout: De to tekstene er plassert på samme side og deler bilde og faktabokser. Den ene faktaboksen om Eurokrisen bidrar til å sette tall på omfanget av eurokrisen for sentrale land som Portugal, Hellas og Irland. Ved siden av er det en faktaboks som forteller hva Eures<sup>8</sup> er og hvordan de arbeider med utenlandske ansettelser. I saken *Fra kriserammede Portugal til ny jobb i Kristiansand*, som starter med historien om ingeniøren fra Portugal som har fått seg jobb, finner vi også et portrettbilde i teksten av en professor fra NHH, som forteller om den vanskelige økonomiske situasjonen i Portugal.

---

<sup>8</sup> European Employment Services som består av 800 rådgivere fra hele Europa.

Bildet til artiklene viser en arbeidsinnvandrere fra Portugal som smiler, han står sammen med kommunikasjonssjef i Akers Solutions. Sola glimter i de store glassvinduene og de to personene står utenfor Sør Arena der de nye ansatte går på kurs. Bildet er tatt i froskeperspektiv, og gir bygningen i bakgrunnen et ruvende preg som henger over de smilende næringsaktørene i forgrunnen.

Diskurs og representasjon: Tekstene i begge artiklene deler samme tema og handler om at eurokrisen kan gi muligheter til norske bedrifter. Overskriften om det "*Kriserammede Portugal*", som et resultat av finanskrisa, gir et negativt bilde av EU. Portugal representerer et rammet land i EU, blant flere. Samtidig fremstilles krisen i EU som positiv for Sørlandet, ved at bedrifter trenger kompetanse fra EU-land. Dette får samarbeidet til å fremstå som noe positivt for næringslivet, da det kan hjelpe ingeniører i EU, som ikke får seg jobb. Overskriften understreker også mulighetene som finnes på Sørlandet. "*Nå er Norge den grønne øya i arbeidsmarkedet i Europa*", sikter til at det er dårlige tider i resten av Europa. Den grønne øya kan tolkes som et symbol på at vi er et land adskilt fra andre, der det finnes muligheter for at næringslivet kan blomstre.

I saken *Massiv pågang til EU-landene* reiser representanter fra det offentlige og NAV til Lisboa, mens saken *Fra kriserammede Portugal til jobb i Kristiansand* viser at både det offentlige og næringslivet engasjerer seg i dette temaet. Det gjør saken mer aktuell for flere lesere fra det offentlige, som også må forberede seg på å ta i mot den massive pågangen fra EU-land. Autoren har brukt intervjuet med ingeniøren som har fått seg jobb i Kristiansand, for å gi et eksempel og bakgrunnsstoff til saken. Saken som handler om et behov for ny arbeidskraft på Sørlandet, og ønsket om å rekruttere europeisk kompetanse. Bildet representerer et ansikt på en glad og takknemlig portugiser.

Saken er av europeisk dimensjon da utdanningsmessens representanter skal delta på et samarbeid mellom EU/EØS og landene og Sveits som del av Eures. Autoren uttrykker at samarbeidet skal fremme fri bevegelse av arbeidskraft innenfor EU/EØS-området. Næringslivets relasjon til EU fremstilles som at det ligger muligheter i Europa, da prinsippal uttrykker: "*Eurokrisen skaper nye muligheter for norske bedrifter, det er større mangfold å velge fra og bedre kvalifiserte folk*". Næringslivet griper da mulighetene ved å reise ned på messen for å skaffe flere arbeidstakere. Det fremstår som positivt fra næringslivets side da rådgiveren uttrykker at "*[..]de smarte bedriftene ser det og griper muligheten*". Et oppfordrende sitat til at andre bør gjøre det samme.

I følge strategiplanene til Agderfylkene spås det at de må være klare for ny arbeidsinnvandring fra Europa på Sørlandet. Dette er noe som fremheves i flere av artiklene. I *Massiv pågang fra EU-landene* av Michalsen (09.05.2012) brukes næringslivet som eksempel på at de bidrar til å fremme en slik inkludering ved å utnytte elendigheten i Europa, og hente inn kompetanse til bedriftene. Bedrifter på Sørlandet er fremstår derfor som en viktig bidragsyter for fylkeskommunens fremtidige mål-planer. Sørlandskontoret som sponses av fylkeskommunene, oppfordrer også til å gripe fatt i mulighetene i kronikken *Muligheter i Europa* (Johnsen T A 15.06.2012) .

Stil og identifikasjon: Ved å trekke frem et eksempel som setter ansikt til saken, ved å vise et enkelt tilfelle og en person, er det lettere å få følelsesmessig nærhet til saken. Dette er et eksempel på nyhetskriteriet om nærhet (Overland 2013). Den unge ingeniøren siteres som prinsipal og forteller om hvordan han har drømt om å bo i et annet land og at det er tøffe tider i Portugal. Det at han bor på Sørlandet nå, bidrar også til å skape geografisk nærhet til sørlandsregionen, samtidig som Sørlandet fremstår som positivt for arbeidsinnvandrere.

At Sørlandet tilbyr arbeidsplasser, kan indikere at teksten appellerer til andre europeiske arbeidsinnvandrere som leser teksten, ved å trekke frem en suksesshistorie om den smilende ingeniøren fra Portugal. Oltedal (2012) påpeker at et formål med vesentlige saker er at de ofte knyttes til problemer i lokalsamfunnet. Ved å fremstille saken skaper positiv begeistring for Sørlandinger, noe som kan være et forsøk på å få folk til å bli eller flytte til Sørlandet og ta del i det næringsutviklingen.

Autoren har dratt inn et sitat fra en professor i samfunnsøkonomi: " *Hvis det er noen vi skal synes skikkelig synd på, så er det Portugal*". Dette sitatet er også et eksempel på nyhetskriteriet om elitepreg, da det er en ekspertuttalelse fra en professor som gir større troverdighet til uttalelse i teksten fra de andre prinsipalene. I tillegg er sitatet oppfordrende og sympatiserer med Portugal. Dette bildet bidrar til å forsterke bildet om at næringslivet gjør en god jobb for å bidra i et europeisk felleskap, ved å skaffe ingeniører i kriserammede land i europa gode jobber.

Deretter skriver autoren at bedrifter fra Kristiansand (som er del av NODE) reiser ned for å skaffe arbeidstakere, noe som gir inntrykk av at næringslivet fremstår som "helte" ved at de "redder" arbeidsledige i det "kriserammede Europa " i tillegg til at det hjelper industrien på Sørlandet.

Professor i samfunnsøkonomi fra NHH<sup>9</sup> snakker om den dårlige situasjonen i Portugal som har fått for lite oppmerksomhet som andre kriserammede land som Spania og Hellas. Han sammenligner også situasjonen med å beskrive Portugal som Norge om vi skulle mistet Oljen, og uttrykker at det hadde vært skikkelig ille. Sammenligningen er igjen et eksempel på å skape nærhet til leseren, da det gjør det mulig å se for seg situasjonen.

Det helhetlige semiotiske inntrykket artikkelen gir av europeisk samarbeid, er at det er lønnsomt for både næringslivet på Sørlandet og for arbeidstakere i Europa. Bedrifter fremstår igjen i denne artikkelen som handlende, ved at de gjør noe med en situasjon med manglende arbeidsplasser på Sørlandet og henter inn kompetanse fra Europa.

Oppslaget trekker fram et eksempel som handler om Portugal, mens det helhetlige inntrykket gir et større omfang av saken for å gjøre saken mer sensasjonell ved å bruke overskrifter som "*Massiv pågang fra EU-landene*" og det "*kriserammede Portugal*". Sensasjon er et eksempel på et nyhetskriteriet som handler om å fange leserens oppmerksomhet (Overland 2013).

Representantene fra næringslivet omtaler seg selv som "vi", som i denne konteksten refererer til Sørlandet generelt og næringslivet spesielt. Olje- og gassektoren fremstår som en viktig del av landsdelen siden resten av artikkelen bygger opp under hvor viktig kompetanse og arbeidskraft er for å bygge en robust landsdel- et argument som professoren understreker ved å trekke paralleller til Kinas økonomi, og hva Norge ville vært uten oljen.

Saken *Massiv pågang fra EU-landene* viser tydelig samspill med reportasjen *Fra kriserammede Portugal til by jobb i Kristiansand* (Michalsen 09.05.2012) da den refererer til samme tema og hendelser. Budskapet om *Massiv pågang fra EU-landene* styrkes i dette intervjuet ved å knytte intervjuet til en reportasje som der flere prinsipaler uttrykker seg om situasjonen i Europa og forteller hvor viktig messen er for både bedrifter på Sørlandet og arbeidstakere i Europa. Dette er også et eksempel på det Fairclough (2008) kaller intertekstualitet, da tekstene utnytter hverandre for å synliggjøre eller forsterke hverandre på en måte de ellers ikke kunne gjort.

### ***Oljemiljø kan få gullsertifisering***

Den siste reportasjen *Oljemiljø kan få gullsertifisering* (Rike 17.04.2012) (vedlegg 3).

Sjanger og handling: Reportasjen handler om at NODE er valgt ut til EU-gullsertifisering, en gjev pris for olje- og gass virksomheter i Europa. Sjangeren gir mulighet for at flere kilder

---

<sup>9</sup> En av Norges mest prestisjefulle handelshøyskoler i Bergen.



kan utrykke seg om en aktuell hendelse i følge (Vestad and Alme 2002). Både regionalminister, NODE- gründer og direktør kommer til ordet i saken. Dette kan ses i kontrast til nyhetsintervjuet i kapittel 6.1.2 Nyhetsintervjuene: *Node i Europatoppen i Fædrelandsvennen*, med daværende sjef for NODE- klyngen Kjell O Johannessen (Michalsen 17.04.2012) (vedlegg 4). Her dreier det seg også om at NODE -klyngen kan få EU-gullsertifisering. Artikkelen informerer om Cluster Conference i Wien 2012 der NODE har mulighet til å bli en av de første næringsklyngene i Europa som kan vinne "*den fremste utmerkelsen for velfungerende klyngesamarbeid*". Beskrivelsene representerer at noe stort er i ferd med å skje for næringsklyngen.

Layout: Øverst på siden finner vi overskriften "*Oljemiljø kan få gullsertifisering*" Ved siden av er det en faktaboks som forklarer NODEs vekst de siste årene og hva gullsertifiseringen står for. Bildet til teksten viser regionalpolitiker Liv Signe Navarsete med dokumenter i hånden. Hun er tilsynelatende i en arbeidssituasjon der hun får høre en nyhet og kaster blikket til siden. Dette gir leseren inntrykk av at bildet er tatt med journalisten tilstedet i øyeblikket. Hun smiler og ser engasjert ut, mens hun har to dressk ledde mennesker bak seg som fester blikket i samme retning som regionalpolitikeren.

Diskurs og representasjon: EU- program for klynger fremstår også her som et program som stiller høye krav og har god standard. Derfor blir også prisen en sensasjon for næringslivet ved å beskrive prisen som "kvalitetsutmerkelse", "prestisjetung" og en "anerkjennelse". På denne måten fremstår bildet av EU-programmer som noe positivt ved at prisen er noe som næringslivet trakter etter å oppnå.

Reportasjen fokuserer på oljemiljøet som helhet, og hva prisen gjør for oljemiljøet i hele landet, heller enn bare for landsdelen. Det at NODE- klyngen på Sørlandet er viktig for hele oljemiljøet kaster lys over Sørlandsregionen som viktig for hele landet. Et uthevet sitat i begynnelsen av artikkelen retter fokus mot dette er når direktør i Innovasjon Norge sier. "*Det viser at vi gjør mye riktig i arbeid med næringsklynger i Norge*". I dette sitatet tar innovasjon Norge litt av æren for prisen ved å omtale seg som en del av saken ved å bruke "vi".

Kommunal- og regional minister Liv Signe Navarsete representerer politikernes side, som viser at de også setter pris på arbeidet i NODE "*[...]jeg er stolt over olje- og gassklyngen på Sørlandet*". Det offentlige og det politiske representerer her støtte og engasjement i næringslivets prestasjoner. Det helhetlige semiotiske inntrykket fremstår som en hyllest til næringslivet og næringsklyngene ved at de gjør mye som er riktig etter EU-s standard. Slike priser fremstår som motiverende for næringsklynger for å følge EUs standard og krav.

Stil og identifikasjon: Prinsipalene i reportasjen er regionalminister Liv Signe Navarsete, Node sjef og administrerende direktør i Innovasjon Norge. Prinsipalene bidrar til å skape troverdighet i saken ved å trekke inn kommentarer og konsekvenser for hva som vil skje dersom NODE vinner prisen. Navarsete er en kjent nasjonal politiker som kan gi inntrykk av at saken er av nasjonal dimensjon og viktig for hele landet, mens NODE- günderen bygger opp under forventningene og kommenterer at de vil komme til elitedivisjon om de vinner prisen. Saken viser nyhetskriteriet knyttet til elitepreg (Overland 2013) da sjangeren tillater å trekke inn flere eksperter i nasjonal dimensjon. Dette bidrar også til at saken virker mer viktig og sensasjonell.

NODE- sjefens sitat i denne artikkelen setter fokus på selve næringsklyngen da han kun snakker om hva som vil skje med Node om de vinner " *Dersom Node får gullsertifisering, kommer vi i en europeisk elitedivisjon*". Her referer han til "vi" i NODE. Han fokuserer på at det å være nominert er en anerkjennelse i seg selv både for NODE og næringslivet på Sørlandet.

Situasjonskonteksten som Fairclough (2008) skriver om ved å plassere identiteter i forgrunn og andre i bakgrunn, kan vi se eksempel på i denne saken, NODE - sjefen settes mer i bakgrunn ved å gi mer rom til prinsipaler fra politikken og Innovasjon Norge. Det er NODE som er nominert til prisen, men det får mindre fokus i saken ved at autoren har valgt å utvide situasjonskonteksten til å omhandle hele oljemiljøet.

Saken bærer et preg av aktualitet, da det er en pris som snart skal deles ut. Det viser at saken er pågående, noe som igjen skaper forventninger og engasjement hos leseren at saken er rettet mot hele oljemiljøet i landet. Vinklingen gjør saken vesentlig og viktig for leserne ved å inkludere hele oljemiljøet på nasjonalt nivå, noe som skaper begeistring hos de som jobber på Sørlandet som er en del av NODE. Ordbruk og sitater som "*krysser fingrene*" skaper spenning. Det at NODE er en av tre skaper også spenning ved å gi nomineringen et preg av konkurranse. Sensasjonen fremheves ved at NODE kan bli en av de første som vinner prisen. Budskapet kan appellere til andre aktuelle arbeidstakere i industrien, og skape et ønske om å være del av næringsklyngen som kan bli den beste i Europa. Det er i tråd med det Oltedal (2012) beskriver om vesentlighet i kap 3.2 Makt, media og samfunnsansvar.

### **Reportasjene kort oppsummert**

I reportasjene ser vi at pressens oppgave om å ivareta ulike syn representeres på et lokalt nivå. Autoren har trukket frem flere prinsipaler fra både politikk og næringsliv, som kommenterer

sakene fra ulike perspektiver. Næringslivet viser entusiasme og engasjement for samarbeidet med EU. Næringsklyngene får samarbeidet til å virke positivt for Sørlandet, da kompetansen de kan innhente er lønnsomt for næringslivet. NODES suksess og nominasjon til gullsertifisering viser også at næringslivet har godt samarbeid, og at videre samarbeid lønner seg for Sørlandet som utmerker seg både nasjonalt og internasjonalt. På den annen side er Xstrata saken et eksempel på at samarbeidet krever at bedriftene holder seg oppdatert om hva som skal til for å lykkes. Reportasjene fremstår som oppfordrende til andre deler av næringslivet ved at felles problemer, skaper felles engasjement. I reportasjene kommer det også frem at internt samarbeid på Sørlandet trengs for å utnytte mulighetene fra EU. Samholdet på Sørlandet fremmes ved å eksotisere EU som de andre, og noe utenforstående. Etter å ha sett på reportasjene sitter jeg igjen med spørsmålet prinsipalenes hensikt om å motivere til samarbeid egentlig faller i Sørlandets favør når EU eksotiseres. Apellen til samarbeid skapes gjennom å spre frykt om hva som skjer dersom bedriftene og politikere ikke følger med, enten ende opp som Portugal i krise, eller pålegges store bøter for ikke å følge regelverk.

### 6.1.2 Nyhetsintervjuene:

Under sjangeren nyhetsintervjuer har jeg valgt ut :

1. *Node i Europatoppen* (Michalsen 17.04.2012), (vedlegg 4).
2. *Ja siden tok feil i 94* (Ellingsen 2012, 17.08),( vedlegg 5).

Sjanger og handling: Det første nyhetsintervjuet *Node i Europatoppen* (vedlegg 4) i Fædrelandsvennen er et intervju med tidligere sjef og NODE- gründer Kjell O Johannessen (Michalsen 17.04.2012) (vedlegg 4). Saken handler om at næringsklyngen NODE kan bli den første som får gullsertifisering av EU. Jeg har kategorisert denne artikkelen som et nyhetsintervju da det kun er en prinsipal som uttaler seg i saken. Artikkelen fokuserer på NODE-gründeren og hans arbeid med næringsklyngen, i motsetning til reportasjen som fokuserte mer på saken som helhet. Det at sjangeren er et intervju, gir også mulighet for autoren til å trekke inn en prinsipal som kan sitere saken, gi den et ansikt og skape et mer følelsesnært bilde av saken. Det handler om hvordan NODE er håpefulle og hva NODE tenker om nomineringen fra EU.

Layout: Overskriften er "*Node i europatoppen*" etterfulgt av en kort ingress som forklarer hva NODE er, og at de er nominert til å bli den første næringsklyngen til å få gullsertifisering av EU. Bildet viser en smilende NODE- sjef, som står i solskinn foran en konstruksjon ved havna. Bildeteksten forklarer at han har all grunn til å smile. Den tidligere NODE- sjefen snakker om arbeidet til NODE og fremgangen de har hatt de siste årene. Prinsipalen snakker også om sine egne handlinger, og sier at han selv skal reise til Wien for å delta på konferansen.

Diskurs og representasjon: Både bildeteksten og NODE- sjefens smil indikerer at dette er en gladsak, noe positivt for næringslivet på Sørlandet. Gullsertifiseringen fremstår som en gjev pris som beviser høy kvalitet, noe som i følge NODE -sjefen kan løfte landsdelen til en ny divisjon, som jo er ønskelig for regionen i følge Fylkeskommunenes internasjonale strategi (Fylkeskommunen 2012).

Saken fremstilles som om NODE fortjener prisen da autoren starter med å beskrive hva prisen handler om. Deretter trekkes det inn sitater fra NODE -sjefen som sier: "*[..]dette er veldig stort og nesten litt virkelig*". Autoren trekker deretter inn informasjon om NODE med fokus på utvikling, som viser hvor mye klyngen har vokst i antall ansatte, og hvor mye de har omsatt de siste årene. Slike beskrivelser fremhever at NODE har jobbet hardt for å fortjene prisen. NODE- sjef kommenterer derfor: "*det er en omfattende evaluering fra europeiske eksperter, og det ligger ingen synsing bak her*". Autoren presiserer at konferansen han skal delta på er tre dager langt, noe som forsterker inntrykket av grundigheten som legges ned i en slik evaluering, og at det ikke bare er en pris som deles tilfeldig ut. Videre vektlegger prinsipalen argumenter for at de har jobbet med evalueringskriteriene som kreves.

Budskapet i artikkelen fremstår slik at NODE beviser at prisen er fortjent, og at NODE er viktig for Sørlandet. NODE- sjefen snakker om en tidsregning før og etter en slik utmerkelse som trekker paralleller til en slags renessanse for Sørlandet, der NODE er en viktig bidragsyter for en slik oppstandelse. NODE- sjefen snakker også litt om EU og hvordan EU jobber med felles systemer for klyngeorganisasjoner. EU blir her positivt presentert som viktige for næringsklynger, noe som NODE og Sørlandet kan glede seg over.

Stil og Identifikasjon: NODE- sjefen forteller hvordan prisen kan bidra til enormt fokus på offshore- næringen på Sørlandet. Prisen vil løfte landsdelen opp i en ny divisjon, som hele regionen kan nyte godt av. På denne måten gjøres saken vesentlig for de som bor på Sørlandet, samtidig som det skaper begeistring. Autoren fremstiller NODE som en del av

Europa ved å bruke overskriften "*Node i europatoppen*", og prinsipalen omtaler seg selv som en del av et "vi" i NODE. Autoren skaper nærhet til leser ved å fortelle om prisen som noe alle på Sørlandet kan glede seg over.

EU fremstilles i artikkelen som noe næringslivet ønsker å være del av. Saken beskriver at EU har jobbet lenge med sertifisering for å motivere klynger til bedre samarbeid. NODE- sjefen uttrykker at klyngen er glad for å være nominert. Det viser at næringslivet som her representeres av NODE, ønsker å nå målene som EU har jobbet med siden 2009. Prisen fremstilles som gjev når den beskrives som "*den fremste utmerkelsen for klyngesamarbeid*" av autoren. Autoren har tatt i bruk nyhetskriteriet om elitepreg, når daværende sjef for NODE brukes som prinsipal og får uttale seg om prisen, noe som gir tyngde og troverdighet til saken.

Nyhetskriteriet om sensasjon (Overland 2013) er også til stede da saken fremstår som noe som kan endre hele Sørlandsregionen. NODE -sjefen snakker til og med om en egen tidsregning før og etter eventuell utmerkelse. Nyhetskriteriet om nærhet skapes også ved å sette NODE's arbeid i en kontekst som kan bidra til å løfte hele regionen, noe som skaper begeistring for lesere i områdene som denne avisen publiseres, med tanke på målgruppe.

### ***Ja siden tok feil i 94***

Sjanger og handling: Artikkelen *Ja siden tok feil i 94* (Ellingsen 2012, 17.08), (vedlegg 5) i Agderposten under nyheter, er et eksempel på en artikkel som omhandler den klassiske debatten, Ja og Nei til EU. Dette er et intervju med EU- motstander. Saken handler om den tidligere ordføreren i Risør, som er forkjemper for Nei- siden i Aust-agder. Han mener at grunnlaget for medlemskap i -94 ikke dreide seg om EØS- avtalen. De som da stemte Ja til EU, har valgt på feil grunnlag. Nei-mannen kritiserer Ja-siden i artikkelen for å drive skremsepropaganda som ikke har fungert, ved at de har brukt de samme argumentene for EU som før. Han ønsker derfor at debatten må komme på dagsorden og diskuteres. I følge bildeteksten har Arendalsuka dratt opp denne debatten. Det er motstanderen er fornøyd med.

Layout: Det første vi møter i artikkelen er et stort bilde over teksten. Bildet viser en mann foran en valgkampstand. Bak han er en stor rollup der det står "*NEI til EU*". Allerede her ser man at denne artikkelen er en subjektiv vinklet artikkel om møtet med en EU-motstander.

Dette intervjuet minner om en meningsytring, da intervjuet gir mye rom for at EU-motstanderen skal forklare sin påstand om hvorfor EØS debatten er viktig. Dette får vi vite i ingressen som er et sitat fra intervjuets prinsipal:

*" Debatten om medlemskap er lagt helt død. Nå må vi diskutere vår videre tilknytning til EU, også om EØS-avtalen, som ingen visste noe om i 1994, skal sies opp."*

Diskurs og representasjon: Mannen fremstilles stereotypisk i bildeteksten der han omtales som "Nei-mann".

*"Knut Henning Thygesen var nei-mann i 1994, han er nei-mann nå, og er fornøyd med at Arendalsuka dro opp til ny debatt om forholdet til EU".*

Han fremstilles i artikkelen som forkjemper for Nei-siden og sine standpunkter, til tross for samfunnsendringene. Prinsipalen fremstår som kritisk til dagens debatt og uttrykker at det er på tide med ny debatt om alternativer til EØS-avtalen. Ved å legge frem saken på denne måten indikerer han at noe må gjøres, og at Arendalsuka kan være en anledning å løse dette problemet. Arendalsuka er en politisk møteplass for debatt for ledere i politikk og næringsliv. Intervjuet er tatt i etterkant av Arendalsuka. Artikkelen påpeker at EU-motstanderen er fornøyd med debatten som ble reist. Dette gir leseren håp om at noe gjøres med det påtrengende problemet om at dagens ordning om samarbeid er fattet på feil grunnlag. Ved å trekke frem Arendalsuka som den aktuelle hendelsen indikerer artikkelen at både næringsliv og politikere engasjerer seg i debatten om EU og at det finnes en arena for å styrke en debatt som er viktig for demokratiet. Uenigheten om medlemskap i følge denne artikkelen, skyldes mangel på informasjon hos de som er forkjempere for et europeisk samarbeid. Dette begrunnes med at ingen visste noe om EØS-avtalen i 94.

Stil og identifikasjon: I intervjuet har autoren makt til å stille spørsmål og bestemmer hvordan artikkelen settes sammen. Dette gir redaksjonen makt over ytringene som trekkes frem. Autorens stemme kommer til syne i dette intervjuet ved å la spørsmålene være en del av intervjuet. Dette gjør det mulig for leseren å se hvordan samtalen er styrt.

Autoren stiller normative spørsmål som utfordrer prinsipalen: *" Men bør vi ikke være med for å få medbestemmelse?"* Slike spørsmål gir Nei-mannen rom til å argumentere. Det gir et mer konfliktfylt bilde som følger nyhetskriteriene til Eide (2009). Dette sitatet bygger også opp under de kulturelle rammene som Slaatta (2011) har foreslått. Det handler ofte om å definere "vi" som et kollektivt subjekt i møtet med de europeiske "andre" (Slaatta 2011). Autoren bruker "vi" for å omtale folket som helhet. Artikkelen snakker derfor til alle som er en del av

samfunnet ved å inkludere dem i "vi", og holder de som har medbestemmelse utenfor som de andre i EU. Bruken av "vi" skaper derfor nærhet til folket. "Nei-mannen" er representant for regionen som gjør at leserene i regionen kan identifisere seg med engasjementet på lokalt plan. Prinsipalen ved å være Nei-mann representerer alle motstandere. Han gjør saken aktuell ved å fremme at Nei-siden har nye argumenter. Nærhet skapes ved at den knyttes til et lokalt tiltak - Arendalsuka som åpner for debatt.

Prinsipalen snakker også på folkets vegne ved å bruke si *"folk tok aldri stilling til"* og "vi" . *"Det virker som folket tok feil i 94"*. Ved å trekke på "vi" engasjerer han lesere ved å appellere til at "vi" kan endre det nå gjennom debatt. Ved å kritisere Ja-siden i sine utsagn for ikke å være nytenkende og at de har feil, kan dette også bidra til påfølgende reaksjoner fra Ja-siden, som ikke kommer til ordet i denne saken.

### **Kort oppsummering av nyhetsintervjuene**

I nyhetsintervjuene får prinsipalen større rom til å formidle budskapet om europeisk samarbeid ut i fra en aktuell hendelse, gullsertifisering for NODE, og Arendalsuka i Arendal enn han gjør i reportasjene. Argumentene settes ikke i kontrast til andre prinsipaler, slik som i reportasjene. Saken om gullsertifisering fremhever at NODE er viktig for vekst på Sørlandet, og at de har lyktes i å nå EUs krav ved å jobbe riktig. Saken understreker også at EU jobber med europeisk samarbeid og når frem til regioner. Å jobbe for å tilfredsstillere EUs mål er lønnsomt. Det kan tolkes i lys av Trenz (2004) forklaring om det som er europeisk passende og en akseptert målestokk for å definere politiske mål og interesser. Saken fremstår derfor også som en oppfordring til et godt samarbeid. Den andre saken tar opp integreringsdebatten ved å spille på den klassiske JA og Nei til EU debatten. Saken handler om oppfordring til ny debatt og alternative samarbeidsformer. Saken utelukker ikke samarbeid, men vi trenger informasjon for å drive et lønnsomt å demokratisk samarbeid. Det viser tilbake til at det er en pågående samfunnsendring som vi må tilpasse oss. Det er journalisten som viser alternativene til samarbeid i den kjente konteksten om medlemskap. På den annen side saken tolkes som at også Nei-siden ønsker samarbeid, hvis en ser bort i fra konteksten om medlemskap.

### 6.1.3 Leserinnlegg om europeisk samarbeid

#### I denne kategorien er det valgt ut tre innlegg:

1. *Fra byråkrati til demokrati* (Fjermeros 27.07.2012), (vedlegg 6) i Fædrelandsvennen. På vegne av Europabevegelsen Vest Agder .
2. *Alternativer til EØS-avtalen* (Nomedal 06.08.2012), ( vedlegg 7) i Fædrelandsvennen. Høyre Leder i Vest Agder Nei til EU.
3. *Muligheter i Europa* (Johnsen T A 15.06.2012), (vedlegg 8) i Agderposten. Kronikk skrevet i samarbeid med daglig leder for Sørlandets Europakontor, rådgiver ved Universitetet i Agder, avdelingsleder ved Innovasjon Norge og regional representant i Agder og Norges forskningsråd .

Disse artiklene er meningsytringer som er skrevet av ikke-journalister. Det vil si at autoren også er prinsipalen. Jeg har derfor valgt å se bort i fra nyhetskriteriene og heller fokusere på hvordan aktørene bruker språk for å nå frem med sitt budskap. Artiklene representerer aktører på Sørlandet som ønsker å sette EU på dagsorden. Jeg har derfor valgt å fokusere mye på dette aspektet som jeg kommer nærmere inn på når jeg diskuterer diskursiv praksis som er det andre nivået i Fairclouchs (2008) tredimensjonale analysemodell i den siste delen av diskursanalysen.

#### ***Fra byråkrati til demokrati***

Det første innlegget, *Fra byråkrati til demokrati*, (vedlegg 6) er skrevet på vegne av Europabevegelsen Vest Agder i Fædrelandsvennen 27.07.2012 (Fjermeros 27.07.2012).

Sjanger og handling: Innlegget er skrevet under Debatt- Europa, sjanger og avsender gir leseren en idè om at dette innlegget er en meningsytring med intensjon å formidle et budskap sett fra Europabevegelsens synspunkt, som stiller seg positiv til EU.

Saken er en kritikk av politikere som ikke deltar i det europeiske demokratiet og tar del i det europeiske samarbeidet. Innlegget handler om at landsdelen avindustrialiseres og at levekår i mange av kommunene er dårlige. Det er et resultat av en overmoden forvaltning som lar latt EU bestemme for oss. Saken trekker frem flere eksempler som fører dette argumentet i marken og trekker frem eksempler om flertallet av Kristiansandere som i 1994 mente at EU var den viktigste møteplassen for norsk representasjon. Nå mangler Sørlandet representasjon som vil være utslagsgivende. Innlegget viser deretter flere eksempler i form av statistikk om



hvilke utslag det får for demokratiet. Det er også et bilde i innlegget av hender som strekker seg opp mot den blå "EU-himmelen" som er et EU-flagg.

Diskurs og representasjon: Innlegget gir et bilde av en håpløs situasjon ved å ramse opp problemer og saker som har blitt implementert i Norge gjennom tidene. Det skapes et bilde av fortvilelse i kommuner som ikke får gjort noe med sin levekårsstatistikk. Politikere fremstilles som slappfisker som ikke tar del i EU demokratiet som bestemmer over oss: "*Den offentlige forvaltning er overmoden for restrukturering*". Innlegget gir informasjon om avtaler som vi kan ha innflytelse på hvis vi blir medlem av EU. Håpløsheten bidrar til å fremheve ønsket om å endre samfunnet og se de mulighetene som finnes "*For Sørlandet er fullt medlemskap viktig for regional utvikling og bedre lokaldemokrati*".

Bildet gir innlegget et helhetlig inntrykk om at EU er den rette løsningen. Hendene som strekker seg opp mot EU-himmelen, brukes som et symbol på frihet og muligheter.

Stil og identifikasjon: I artikkelen brukes ord som "*vår egen landsdel*" og "*vi overtar politikk*". Slike begreper bidrar til å forme eierskapsforhold til saken som noe som er felles, ved å inkludere leseren som en del av "vi". Artikkelen knytter også saken opp mot Sørlandet ved at han snakker til landsdelen. Ved å stille spørsmål engasjeres også leseren til å besvare dem. "*Har norske politikere sovet i timen eller er de bare blitt vant med at medlemslandene i EU bestemmer det som skal bestemmes for oss?*" Som et svar på det spørsmålet kommer en oppramsing av tall som representerer engasjement etter valget i -94. Det hele munner ut i en konklusjon "*Vårt samarbeid med EU er preget av et demokratisk underskudd*". Kritikken er informativ. Den ramser opp konvensjoner og avtaler vi reguleres av. Det trekkes linjer til næringslivet ved å understreke at landsdelen avindustrialiseres, og at det demokratiske underskuddet i EU preger regionen negativt. Dette kan tilsynelatende ses som en oppfordring til næringslivet om å trekke flere til landsdelen ved å rekruttere til sine bedrifter.

### ***Alternativer til EØS- avtalen***

Sjanger og handling: I neste innlegg *Alternativer til EØS-avtalen* (Nomedal 06.08.2012) (Vedlegg 7) i Fædrelandsvennen får vi høre Leder i Vest Agder Nei til EU. Artikkelen står også under Debatt- Europa. Overskriften "*Alternativer til EØS-avtalen*" gir leseren en før-

forståelse om alternativer til EØS- avtalen. Saken er en kritikk til det forrige innlegget av Europabevegelsen (Fjermeros 27.07.2012), og fremstår som en føljetong<sup>10</sup> i avisinnleggene.

Saken starter med å referere til innlegget *Fra byråkrati til demokrati*, (vedlegg 6), hvor EU-medlemskap fremstilles som noe positivt. Deretter kritiseres innlegget for å være en oppsummering av alle avtalene vi har med EU. Innlegget avviser ikke samarbeid "*det er en selvfølge at vi skal samarbeide*". Innlegget handler deretter om hva slags samarbeid vi skal ha. Det trekkes frem en alternativrapport utviklet av 15 organisasjoner som har arbeidet med alternativer som gjør det mulig å samarbeide med EU, uten å være en del av EØS-avtalen. Alternativene betyr mindre underkastelse av EU enn dagens EØS-avtale. Bildet som brukes i innlegget, er identisk med bildet i forrige artikkel *Fra byråkrati til demokrati*, (Vedlegg 6) som viser hender som strekker seg opp mot EU-flagget.

Diskurs og representasjon: Ved å referere til innlegget *Fra byråkrati til demokrati* som et grunnlag for egen vurdering om alternativer til EØS-avtalen, forsterkes budskapet i en kritisk kontrast til Europabevegelsen i (Fjermeros 27.07.2012). Europabevegelsen gir inntrykk av enighet på stortinget. "*Debatten må handle om premisser[...]*". Alternativrapporten vektlegges her som en konkret løsning og et demokratisk bidrag. Det helhetlige bildet fremstiller et konfliktfylt bilde av dagens avtale der politikere og sentrale deler av næringslivet er motstander av mange regler. Argumentene som Nei til EU Vest Agder bruker, er motivasjonspreget og oppfordrer til å se på andre muligheter for avtaler enn EØS-avtalen for å ivareta norske interesser.

Leder i Vest Agder Nei til EU, som i innlegget opptrer som autor og prinsipal, følger opp sin kritikk til innlegget *Fra byråkrati til demokrati* (vedlegg 6) med å poengtere at det er mange saker som er problematiske. Han nevner eksempler på ordninger, direktiver og "*konflikt-saker som står i kø*". Dette er det debatt om. Innlegget avviser ikke samarbeid ved bruk av sitater som "*selvsagt skal vi samarbeide med EU*". Dette inkluderer dem som er skeptiske til å ta helt avstand fra et europeisk samarbeid. Nei- siden har en forestillinger om at mange ikke har nok informasjon om EU- avtalen, og innlegget presenterer en forestilling om at mange har forestillinger om at EØS er alternativet til å være med i EU.

---

<sup>10</sup> En fortsettelsesfortelling i en avis eller et ukeblad

Stil og identifikasjon: Kritikken posisjonerer seg negativt til EU- noe som er naturlig når det er en EU-motstander som skriver innlegget. Han forsterker argumentene sine ved å trekke inn store organisasjoner som bl.a. NHO. Regjeringen sies å være på "krigssiden". Det gir ekstra tyngde og troverdighet til argumentene når saken angår flere.

Innlegget avslutter med et spørsmål som oppfordrer til at lesere skal tenke kritisk på det Europabevegelsen sier: " *Har ikke Europabevegelsen oppdaget alle problemene for Norge og det samfunnet vi ønsker og få?*" Spørsmålet engasjerer leseren til å svare. Ved å informere om alternativene, gir det leseren mulighet til å inkludere argumentene som er lagt frem om alternativer, og stille seg kritisk til det forrige innlegget han refererer til: *Fra byråkrati til demokrati*.

Også i denne artikkelen brukes "vi" form for å inkludere leserne. Leserene blir dermed en del av debatten. Det identiske bildet til *Fra byråkrati til demokrati* (Vedlegg6) i denne situasjonskonteksten er et eksempel på intertekstualitet. Det vekker assosiasjoner til innlegget som kritiseres. Bildet kan ved første øyekast få leseren til å tenke på EU, siden flagget vises. Det at hendene strekker seg opp mot flagget, kan mistolkes. Det kan gi et positivt bilde av EU. Sett i kontekst med innlegget kan tolkningen endres underveis ved at det som symboliserte en EU-stjernehimme i artikkelen *Fra byråkrati til demokrati*, kan tolkes som de demokratiske hendene som havner under EUs overordnede regler. Hendene er symbol på demokrati, og rekker ikke opp til flagget.

### ***Muligheter i Europa***

Det siste innlegget *Muligheter i Europa* (vedlegg 8) er en kronikk skrevet i samarbeid av daglig leder for Sørlandets Europakontor, rådgiver ved Universitetet i Agder, avdelingsleder ved Innovasjon Norge og regional representant i Agder, Norges forskningsråd (Johnsen T A 15.06.2012) i Agderposten 15.06.2012.

Sjanger og handling: Her står det en stikkittel over overskriften "*Mulighetene for å hente støtte fra EU har aldri vært større*". Overskriften heter "Muligheter i Europa". Bildet som står plassert sentralt i midten viser et kart satt sammen av byggeklosser som tilsammen utgjør Europa. Rundt konstruksjonen av kartet sirkulerer stjernene på EU-flagget. Det er også et lys nærmest flagget. Innlegget informerer om at EU- vil satse økonomiske midler og på økonomisk vekst og arbeidsplasser. Innspillet informerer om konkrete programmer som aktuelle aktører kan delta i, og legger frem EUs budsjett for slike støtteprosjekter. Agder har

gode muligheter til å søke om en betydelig sum for vekstskaping. Innspillet gir eksempler fra andre regioner i Europa, som har god erfaring med lignende utfordringer som Agder står ovenfor.

Diskurs og representasjon: Det er klart og tydelig at denne artikkelen får EU til å fremstå som en organisasjon som vi kan henvende oss til for å få støtte. Virkemidler som brukes for å forsterke dette budskapet er argumenter som *"EU-har en konkret plan om strategi"*. Agder har gode forutsetninger, og regionsplan Agder 2020 regionsplan er i tråd med EUs mål om støtteapparater som vil hjelpe søkere.

Innlegget slår fast at mulighetene aldri har vært større. Dette indikerer at det har vært vanskeligere å hente støtte tidligere. Det spiller på en antagelse om en felles erfaringshorisont hos målgruppen om søkeres forventning om at det er vanskelig å hente støtte i et stort og komplekst EU-system.

Innlegget fremstiller EU-samarbeid som positivt. Sørlandskontoret har ansvar for å informere om visjonen Horizon 2020. Det kommer tydelig frem i denne artikkelen, da den beskriver flere satsingsområder. Argumenter som brukes som bevis for at Agder trenger dette samarbeidet er: en oppramsing av utfordringer som kan forbedres, og utsagnet om at andre regioner i Europa har god erfaring med lignende utfordringer. Argumentene fremmes ved å konkretisere virkninger som følger av samarbeidet. *"EU har gulrøtter for å stimulere til smart, bærekraftig og inkluderende vekst"*. Innlegget viser at offentlig sektor fungerer som et støtteapparat og en ressurs for å hjelpe bedrifter til å samarbeide bedre.

Kronikken legger frem EU's budsjett for støtte. Dette viser en konkret dimensjonen av hvor mye penger det er å hente. Innlegget tar ikke stilling til medlemskap eller EØS avtalen, men spiller derimot på de mulighetene vi faktisk kan benytte oss av, noe som står i kontrast til de andre artiklene. De fokuserer på premisser og på dagsorden.

Bildet av det store europakartet satt sammen av byggeklosser der EU-stjernene som sirkler rundt, innlemmer Norge i det store europakartet og gir inntrykk av at vi er en del av et felleskap som er i ferd med å bygges. Det store bildet er i fokus, og lyset nærmest kartet fremhever det positive bildet om at europeisk samarbeid har en lys fremtid.

Stil og identifikasjon: Denne kronikken stiller seg meget positivt til et godt samarbeid med EU ved å informere om en rekke konkrete programmer. Det vises til Agder som region for

eksportnæring. Regionen er avhengig av internasjonale markeder. Kronikken fremstår derfor også som appellerende til næringslivet ved og oppfordre til å vinne kampen i en stadig tøffere internasjonal konkurranse. Det argumenteres med at næringslivet kan vinne kampen i samarbeid med andre relevante bedrifter og forskning i Europa. Suksess eksemplene som viser til andre steder i Europa, bidrar videre som en motivasjon for å søke.

Innlegget knytter seg til regionen ved å legge vekt på mulighetene for Agder.

"[...]programmer som skal bidra til økonomisk vekst og nye arbeidsplasser, i disse programmene kan også Agder delta". Artikkelen oppfordrer til samarbeid i Agder for å utnytte mulighetene i EU. Slutt kommentaren " *Den som intet våger intet vinner*" indikerer at det er stor konkurranse i søkermassen. Derfor spiller argumentene på at Agder har gode sjanser, og at regionen har mye å vinne på et slikt samarbeid. Stikktittelen "*Mulighetene i for Agder til å hente støtte fra EU har aldri vært større*" er engasjerende og gjør saken mer aktuell, "*Vi må gripe mulighetene*". "Vi" brukes i denne artikkelen for å inkludere leseren som en del av Agder. Målgruppen er de som arbeider i næringslivet eller jobber med forskning. Eksemplene på programmer er i stor grad rettet mot denne sektoren.

### **Kort oppsummering av leserinnlegg**

Utvalget av leserinnlegg viser et variert bilde av holdninger til EU. I innlegget *Fra byråkrati til demokrati* møter vi et positivt bilde av EU. Innlegget spiller på håpløshet og demokratiske problemer som oppstår dersom vi ikke deltar. Det gjøres ved å være kritiske til politikere. *Alternativer til EØS*, kritiserer artikkelen *Fra byråkrati til demokrati* ved å trekke frem konfliktene som avtalen har skapt. Innlegget utelukker ikke samarbeid, men viser til alternativer for et samarbeid på andre premisser. Den siste kronikken *Muligheter i Europa* kommer med forslag til programmer. Samarbeid med EU lykkes i andre land med lignende utfordringer som Sørlandet har. Innleggene har til felles at de snakker til leseren ved å inkludere dem som en del av "vi" på Sørlandet. Bilde av EU som de andre kommer tydelig frem, samtidig som det viser argumenter for og i mot EU. Det er kritikken av politikere og medlemskap som her holder debatten om samarbeidet i live. Et annet interessant funn er bruk av tematiske bilder til innleggene. Bildet velges ut av redaksjonen. I leserinnleggene er det ikke en journalist som er autoren. Bildet av EU-flagget var identisk i de to første artiklene. Det ene bildet ble brukt i en kontekst der autor og prinsipal talte for EU, mens det andre ble bildet ble brukt i artikkelen som kritiserte EU for å være udemokratisk. Vi ser her at

redaksjonens valg av bilder kan påvirke helhetsinntrykket av en sak gjennom bruk av multimodale virkemidler som bilder og intertekstualitet.

#### 6.1.4 Oppsummering av artiklenes tekstlige ytringer

Gjennom å tolke bildene i en tekstanalyse er det enkelte trekk som går igjen. De redaksjonelle artiklene viste at reportasjengangeren ga mulighet til å trekke frem flere prinsipaler, og vi fikk se en sak fra flere sider. Dette ga sakene et større konfliktpreg når argumenter ble satt i kontrast til hverandre. Konflikten som kom til syne var ofte mellom næringslivet og politikere. Sjefer i næringslivet fremsto som entusiaster for samarbeid. Politikere fremsto som støttespillere for næringslivet. f.eks Navarsete i *Oljemiljø kan få gullsertifisering* (vedlegg 3) Rike (17.04.2012). Hun viser at hun er stolt over det oljemiljøet har fått til. I reportasjene kommer det frem at både næringsliv og politikere samarbeider for å tilpasse seg konsekvensene av EU. Politikere støtter opp under engasjementet til næringslivet tar del i utviklingen ved å delta på messer for å hente inn arbeidskraft. Samtidig blir byråkratiet kritisert for å bremse mulighetene i debattinnleggene.

Bildet av EU ble fremstilt som stort og uoversiktlig fordi det er umulig å følge med, slik Slaatta (2011) påpeker i sin forskning. EU fremstilles kritisk i reportasjene. Sørlandet må forholde seg til EU, men kan også utnytte EU i form av å hente arbeidskraft. Næringslivet hever sin status ved å konkurrere og samarbeide med europeiske bedrifter, som vises bl.a. i artiklene der NODE nomineres til gullsertifisering (Vedlegg 3 og 4).

Nyhetsintervjuene var mer subjektivt vinklet, da kun en prinsipal representerte disse sakene. Det gav autoren mer makt til å styre prinsipalens utsagn, gjennom å stille spørsmål, kommentere og forklare en hendelse. Intervjuene fikk EU- til å fremstå som viktige for næringslivet. EU setter en kvalitetsstandard som kan løfte landsdelen. Selv intervjuet med "Nei-mann"(vedlegg5) utelukket ikke samarbeid med EU, men han var skuffet over mangel på informasjon om EØS-avtalen og mente den er udemokratisk. Intervjuet bygger derfor opp under bildet av EU som udemokratisk, og uoversiktlig når vi mangler informasjon om EØS. Intervjuet uttrykket et ønske om å være med på samarbeidet, men på andre premisser.

Flere av artiklene bruker også intertekstualitet, som i følge Fairclough (2008) fremhever et budskapet ved å vise til andre artikler med et nåtidspreg. På denne måten blir sakene mer dagsaktuelle og fremstår som mer vesentlige.

Et eksempel på allusjon<sup>11</sup> eller intertekstualitet, brukes i debattinnlegget *Alternativer til EØS-avtalen* (Nomedal 06.08.2012). Innlegget kritiserer *Fra byråkrati til demokrati* (Fjermeros 27.07.2012) for å få frem sitt poeng om alternativer. Både bilde og sitater trekkes inn fra den innlegget som kritiseres. Dette forsterker innleggets budskap om å fremme alternativer til EØS-avtalen, og behovet for å informasjon om avtalen for å bedre demokratiet. Samtidig utelukker ikke kritikken europeisk samarbeid, men oppfordrer til andre typer samarbeid.

I nyhetsintervjuet *Ja siden tok feil i 94* (Ellingsen 2012, 17.08) viser prinsipalen til tidligere debatter og argumenter for å fremme sitt eget budskap om å se på alternativer til EØS-avtalen. Han refererer til valget i -94. Han legger til argumenter som skal bevise at folket ikke tok stilling til EØS-avtalen i -94. På denne måten rekonstrueres en tidligere diskurs om EU. Fra å handle om Ja og Nei til EU til å handle om premisser for deltagelse.

Regionsavisene intenderer å skape nærhet til sine. Gjennom språkbruken har vi sett eksempler på at fokus hele tiden dras ned til regionalt nivå ved å fremheve lokale hendelser.

Regionsavisene bruker lokale aktører og ord som har med Sørlandet å gjøre. Det fremhever engasjement om europeisk samarbeid i Agder. Virkemidler i teksten som skaper nærhet til Agder, er å stadig referere til "vi" på "Sørlandet", bruk av begreper som "vår landsdel" skaper et eierskap til det som skjer. I tillegg oppmuntrer flere av artiklene til begeistring for utviklingen som skjer på Sørlandet, noe som gir en følelse av stolthet, noe som er jobbet hardt for og som er fortjent. 1/3 av bedrifters ansatte på Sørlandet er fra andre land. At det er muligheter for jobb i Kristiansand kan bidra til å spre ordet for å øke sysselsettingen på Sørlandet, der behovet for arbeidskraft og internasjonalisering øker (Fylkesrådet, 2011).

Flertallet av artiklene er meningsytringer etter søk i databasen. I artiklene indikeres det at det er mangel på informasjon om EØS. Det fremmer et ønske om mer debatt om temaet. I tekstene skapes en erfaringshorisont om behov for bedre samarbeid mellom næringslivet og det offentlige, for å styrke et europeisk samarbeid. Dette kommer frem i kontrasten mellom det entusiastiske næringslivet på den ene side og det byråkratiet som bremser utfoldelsen på den annen. Samtidig ønsker politikere å vise engasjement for samarbeid og fremstår som støttespillere i flere av tekstene. Muligheten for samarbeid fremmes, og utfordringer ramses opp. Ut i fra dette leser jeg at journalisten har gitt større rom til næringslivet for å fremme sitt budskap. Mye av kritikken fremmes i debattinnleggene. Motivasjon og oppfordringer til for å

---

<sup>11</sup> Et språklig virkemiddel som viser til en annen tekst.

delta i programmer og samarbeid tyder på at det er mangelfull deltagelse, og at næringslivet trenger motivasjon og informasjon for å delta mer aktivt.

I det neste kapittelet vil jeg se nærmere på sammenhengen mellom avisenes presentasjon av europeisk samarbeid, i forhold til det næringsklyngene NODE og EYDE selv mener om deltagelse. Til å begynne med vil jeg presentere Sørlandets Europakontors bidrag til formidlingen av budskapet. Deretter ser jeg på hvordan næringslivet opplever tilgangen på informasjon, næringslivets forhold til Sørlandskontoret, samt regional presse. Fokuset i denne delen er å besvare underproblemstillingene:

1. Hvordan arbeider Sørlandets Europakontor for å formidle EU-programmer og europeisk deltakelse til næringslivet i Agder?
2. Hvordan oppfatter de største næringsklyngene NODE og EYDE mulighetene for å delta i europeiske prosjekter, og hvordan får de tilgang til informasjon om EU/EØS-midler?

**6.2 Sørlandskontoret og Næringslivets oppfattelse av europeisk samarbeid i Sosial praksis.** Både Fædrelandsvennen og Agderposten er store aviser på Sørlandet. I Agder dekker de til sammen store deler av Sørlandets lesere (Medienorge 2013). I følge fylkeskommunenes internasjonale strategi Laderud (21.03.2012) satses det på å gjøre regionen mer innovativ, inkluderende og åpen.

### **Sørlandskontorets formidling om deltagelse i europeiske prosjekter**

Tor Arne Johnsen fra Sørlandets Europakontor (TJ, 16.11.2012) påpeker at en av Sørlandskontorets strategier er å synliggjøre EUs interesser. " *Muligheter og samarbeidspartnere burde bli tydeligere her hjemme*" sier han. " *Når vi kommuniserer fokuserer vi på muligheter og kompetanse som allerede finnes*". Han forteller at fordommer Sørlandskontoret møter, er at folk ikke vil samarbeide fordi de er i mot EU. Han forteller og at Sørlandskontoret ikke hatt så mye samarbeid med næringslivet, men at kontoret ønsker dette.

" *Mange i næringslivet synes det tar for lang tid å være med i prosjekter og vet ofte ikke hva de skal bestille. Det er mye byråkrati der man ikke kjenner systemene godt nok (TJ, 16.11.2012)*" .

Han påpeker at kronikken *Muligheter i Europa* (Johnsen T A 15.06.2012) som han selv har vært med å skrive, skal snakke til næringslivet. " *Målet er ikke å henvende seg til klyngene men til den enkelte bedriften*". Kronikken samsvarer med inntrykket en sitter igjen med fra de redaksjonelle artiklene . De viser et bilde av næringslivets begeistring og stolthet ved å være



en del av et europeisk samarbeid som styrker regionen. Artikkene motiverer næringslivet for deltakelse i europeisk samarbeid. I følge Johnsen(TJ, 16.11.2012) må innleggene tilpasses avisens kriterier for å tilpasses avisens målgruppe, som møter innbyggere på Sørlandet.

I kronikken til Sørlandets Europakontor blir kontoret i seg selv lite synlig når artikkelen sier lite om hvordan prosessen om samarbeid fungerer, og hvor man kan henvende seg for å være med. Ord som "Agder", og "regionen" brukes gjentatte ganger. Ordene knytter kronikken til Sørlandet, noe som gir kronikken større vesentlighet for lesere av regionsavisen, enn Sørlandskontorets målgruppe.

Kronikken fremmer mange argumenter for hvorfor samarbeid lønner seg, og bruker naboland som har lykket som bevis i sine argumenter. Det vises derimot ingen suksesshistorier fra Agder, som bevis på at prosjektene lykkes her. Dermed fremmes det få bevis på at samarbeid lønner seg for Agder.

Politikere bruker media til å overvåke borgere og deres meninger for å forstå hvordan de reagerer på lovendringer og forandringer. Nyhetsartikler en god måte for borgere å skaffe seg kunnskap om hvordan samfunnsproblemer håndteres (Koopmans and Statham 2010). Ansatte i næringslivet er en del av borgerne i Agder-regionen, noe som viser til at næringslivet har mulighet for å skaffe seg informasjon via de regionale avisene. Tor Arne Johnsen (TJ, 16.11.2012) sier at kontoret primært ønsker å kommunisere til næringslivet i avisene som del av sin strategi for å nå frem til næringslivet. Andre aviser som Dagens næringsliv har flere lesere på nasjonalt nivå, kontoret forsøker også her og være mer synlig for å nå ut til flere. Johnsen forteller at

*"Sørlandskontoret bruker regionale aviser aktivt for å nå ut til næringslivet som en del av sin strategi. I tillegg henvender vi oss direkte til bedrifter(TJ,16.11.2012)".*

Johnsen forteller at de har hatt samarbeid med EYDE. De har vært søkere til et av deres programmer innenfor prosessindustrien.

Søknadsprosessen for å være med i EU-programmer er lang, noe som gjør at aktører i næringslivet ikke alltid vet hvordan de skal gå frem og hva de skal bestille. Sørlandskontoret prøver å gjøre prosessen enklere for næringslivsaktørene. En av motiverings strategiene er å nå dem via media.

*"Det er mange ressurser å hente i internasjonale prosjekter for landsdelen. EU-prosjekter er en fin mulighet for aktører i Agder til å hente kompetanse og erfaring fra andre aktører i Europa, samt*

*støtte og finansiering til utvikingsaktiviteter. Et slikt samarbeid kan skape gode synergier for regionen. Dette er noe Sørlandskontoret ønsker å bidra med ved å være en døråpner for aktører som vil noe i Europa" (TJ, 16.11.2012).*

Sørlandskontoret ønsker mer kontakt innenfor teknologiaspektet med NODE, som kan være med å sette opp vindmøller i Storbritania. Sørlandskontoret mener NODE har stor kompetanse som går foran mange av de som er med i EU (TJ, 16.11.2012).

### **Næringslivets oppfatning av europeisk samarbeid.**

Mange forbinder Sørlandet med sommer, sol og hav. Havet har lenge vært viktig for Agder. Før var det store seilskuter som sørget for inntektene i regionen. Nå har mye av eksportindustrien overtatt. Det er i offshoreindustrien store deler av regionens inntekt ligger. Næringsklyngene bidrar til å nå Fylkesrådet i Agder sine mål i den internasjonale strategien. Behovet for internasjonalisering oppfordrer næringslivet til å utnytte mulighetene som ligger i EU-systemet (Fylkesrådet 2012).

Både Sørlandskontoret, NODE og EYDE bruker regionale aviser for å kommunisere med hverandre. Fladmark (HF, 19.11.2012) påpeker følgende:

*" Vi har godt samarbeid med regional presse, spesielt med FVN som ofte tar kontakt. Vi jobber med å fremme det som er positivt. Utdfordringen ligger i å være synlig i nasjonale medier, noe som kan være vanskelig før vi har fått til noe" (HF, 19.11.2012).*

Hun forteller at EYDE jobber mer med "story telling" enn det NODE gjør, og får sine saker belyst ved at de er godt etablert internasjonalt. Det er i all hovedsak kun NODE- gründeren som får uttale seg på vegne av næringsklyngen slik at de snakker med én stemme, opplyser Johannesen (KJ, 20.11.1012). Et tydelig trekk i artiklene som handlet om oljemiljø, og gullsertifisering, var at det kun var Johannessen som var prinsipalen på vegne av næringsklyngen. I artikkelen *Agderbenken skal få EU-til å snu* (Michalsen 06.03.2012), så vi nylig leder for EYDE- nettverket representere klyngen, samt direktør fra X-trata, som en del av EYDE nettverket. Artikkelen ble presentert i Fædrelandsvennen, som EYDE har et godt samarbeid med. Det fremmer et samarbeidsvillig EYDE. I artikkelen fremstår EYDE som handlekraftig og engasjert, og viser EYDEs engasjement til å tilpasse seg EUs regelverk som en del av sin strategi. *" Vi prøver hele tiden å ha fokus på det som er positivt"* (HF.19.11.2012) sier Fladmark i intervjuet.

NODE får mye positiv oppmerksomhet i de redaksjonelle artiklene for sitt bidrag til positiv

utvikling for Sørlandet. "Det er ikke sånn at det er NODE i Agder har bestemt seg for å være verdensledene" (KJ, 20.11.2012) sier Kjell O Johannessen, gründer og prosjektleder for næringsklyngen i NODE. Han vektlegger at det er kundene som bestemmer dette. Mange av produktene som lages ligger i verdensklasse. "Det er ikke slik at vi lager en brosjyre som forteller om suksessen"(KJ,20.11.2012). NODE har flere internasjonale samarbeidspartnere, selv om det europeiske samarbeidet er forholdsvis lite. Bedriftene blir stadig mer involvert med underleverandører i Europa, spesielt i Øst Europa. Kjell O Johannessen sier:

*"[...]jeg ser for seg at noen direktiver som Vikarbyrådirektivet kommer til å ha stor betydning for innhenting av utenlandsk kompetanse. NODE er avhengig av denne kompetansen, og det er mange som trekker ned til Sørlandet for å være med i denne teknologiske boostingen (KJ,20.11.2012)".*

NODE-gründeren avviser i dette argumentet med at internasjonaliseringen ikke nødvendigvis kommer av informasjonen som oppfordrer til samarbeid. Samarbeidet styres av næringen og av regelverket, som bidrar til at internasjonaliseringen skjer.

*" Det er mye kompetanse å hente i Europa, vi ønsker mer samarbeid med klynger. Vi ser at i Europa er det er mekatronikk-klynger som ligger veldig høyt teknologisk, og det er også mye rundt bilindustrien[...] jeg stusser litt på at ikke Sørlandskontoret søker mer kontakt med oss for å se hva vi driver med[...] vi får anbefalinger om EU-programmer, men den får vi fra Innovasjon Norge" ( KJ, 20.11.2012).*

Det at NODE får informasjon fra Innovasjon Norge, bidrar til å forklare hvorfor Innovasjon Norge tok på seg litt av æren for NODEs gullsertifisering i artikkelen *Oljemiljø kan få gullsertifisering*(Rike 17.04.2012).

Kjell O Johannesen sier dette om grunnen til at de ikke har tatt kontakt selv:

*"[...]noe av grunnen er at vi har så mye å gjøre at de ikke har mye tid til å påvirke regelverk. Vi har samarbeid med foreninger i Oslo, og verv i NHO som bruker mye tid på rammebetingelser, noe som betyr mye, i en slik vekst som NODE har hatt"(KJ,20.11.2012).*

EYDE jobber heller ikke med påvirkning av direktiver, men er medlem av Norsk industriforening som tar seg av dette.

*"[...]for spesielle saker må vi ta kontakt selv. Men vi har manglet på kapasitet til å holde oss oppdatert på alt [...]Vi jobber langsiktig og rettet mot EU og Horizons 2020 rammebetingelser. EØS avtalen er der og den må brukes, kontakten med Sørlandskontoret er bra slik den er nå, det er bra at vi blir kontaktet. Det er viktig å vite hvor du skal lete og da må man ha kapasitet til å ta i mot informasjon om programmer(HF, 10.11.2012)".*

EYDE tror på at samarbeid i Europa blir viktigere i fremtiden også med tanke på klimautfordringene i industrien. *"En forutsetning er å vite hva folk kan, og skape en arena og kapasitet for å samles"* (HF.19.11.2012).

Uttalelsene fra Sørlandskontoret viser at de ønsker mer kontakt med NODE, mens NODE på sin side lurer på hvorfor Sørlandskontoret ikke tar mer kontakt. EYDE er fornøyd med den kontakten de har etablert. Ut fra uttalelser i intervjuene tyder dette på at begge næringsklyngene er interessert i samarbeid, noe som også uttrykkes i artiklene. Utfordringene ligger i kapasitet til å følge opp konkrete saker. Selv om næringsklyngene har motivasjon og informasjon, kan det se ut som det er mangel på direkte kommunikasjon mellom Sørlandskontoret og næringsklyngene. Kontakten er mangelfull i forhold til konkrete prosjekter bedriftene kan delta i.

I den forstand kan kronikken til Sørlandskontoret få en forsterket effekt fra de redaksjonelle artiklene, der næringslivets engasjement for europeisk samarbeid fremmer veksten på Sørlandet. Presentasjon av programmene i kronikken retter seg mot enkelt sektorer. Ut i fra intervjuene med lederne i NODE og EYDE er det både tid og ressurskrevende og delta i og skaffe seg informasjon om prosessen. Om næringsklyngenes holdninger til det byråkratiske systemet i EU endres etter kronikken med oppfordring fra Sørlandskontoret om deltagelse, kan derfor diskuteres. Næringsklyngenes oppfatning stemmer ikke over ens med Sørlandskontorets entusiastiske pågangsmot, som først og fremst fokuserer på muligheter.

Sørlandskontorets forslag til programmer får stor troverdighet og synergi fordi noen artiklene viser at det offentlige også ønsker å engasjere seg i et europeisk samarbeid. Det offentlige støtter opp ved å arrangere Arendalsuka, reise på messe i Lisboa for å "redde" arbeidsløse og kompetente ingeniører som kan få jobb på Sørlandet. Til tross for at politikere fremstår som slappfisker som ikke følger opp, viser mange artikler politisk vilje til å bidra som en ressurs for næringslivet. Sørlandskontoret eies av blant annet fylkeskommunene. Deres kronikk i leserinnleggene viser også at mange aktører fra det offentlige er aktuelle avsendere og prøver å nå ut til næringslivet ved å fortelle om mulighetene. Slik tar det offentlige avstand fra den klassiske nyhetsrammen om medlemskap i redaksjonelle artikler som appellerer til fordommer mot EU hos enkelte potensielle søkere.

I en verden med et globalt medietilbud, jobber journalistene stadig raskere. De spisser, personfokuserer og innsnevrer tema. Mediene kritiseres for at de ofte ikke klarer å innta en kritisk rolle og skape debatt som fører til engasjement. Journalister skaper ofte konflikt i det

politiske systemet for at det skal bli en sak. Fravær av debatt skaper ingen overskifter. Dagsorden for store saker ligger fortsatt hos de politiske partene (Eide 2001). Fladmarks (HF, 19.11.2012 ) kommentar tyder på dette da hun uttaler "[...] Vi må få til noe stort for å få oppmerksomhet i nasjonale aviser" (HF, 19.11.2012). Samarbeid med regional presse blir derfor vesentlig for å drive omdømmebygging.

### 6.3 Diskursiv praksis med fokus på dagsorden og medialisering.

Tekstanalysen og den sosiale praksisen gav innsikt om hvordan regional presse fremstiller næringslivets forhold til EU og EØS i avisene, hvordan Sørlandskontoret arbeider med formidling av samarbeid, og påvirke næringslivets oppfatning av at europeisk deltagelse er viktig for samarbeid. Ut i fra analysen arbeider Sørlandskontoret ikke aktivt med å bryte ned fordommer om mot at det er vanskelig å søke, noe som kan skyldes realiteten om at det er en tidskrevende prosess.

Redaksjonene har nyhetskriterier og kollektive rutiner som påvirker nyhetenes fremstilling, mens næringsklyngene og Sørlandskontoret som mål om å trumfe gjennom et positivt bilde av europeisk samarbeid. Dette er sentralt i Agders strategi for internasjonalisering. Dynamikken mellom media, næringslivsaktører og sørlandskontoret påvirkes gjennom dette samspillet. Næringsklyngene må planlegge sin strategi ut i fra medias kriterier. Debattinnlegg tar ofte utgangspunkt i en felles erfaringshorisont om at EU- er for sjelden på dagsorden, og at folk vet lite om hva samarbeidet innebærer.

#### **Avisenes samfunnsansvar**

I følge idealet til Jürgen Habermas (1962) gjengitt i Hjarvard (2008) er mediens oppgave å gi samfunnsborgere bakgrunn for egne meninger og grunnlag for å ta demokratiske valg. I tillegg skal journalisten utfordre og stille kritiske spørsmål i tråd med *Vær varsomplakatens* regler om pressens objektivitet (Presseforbund 2008). Dette gjøres ved å hente inn kilder med ulikt perspektiv på en sak. Leserinnlegg og artikler i Fædrelandsvennen og Agderposten trekker frem prinsipaler for og i mot dagens ordning. Det fremmer en kritisk diskurs om europeisk samarbeid.

Slaatta (2011) poengterer at EØS-avtalen ofte har vært en affære for de spesielt interesserte. Diskursen som vises i tekstanalysen sett ut i fra de redaksjonelle artiklene er at informasjon om EU synliggjøres når den knyttes til en aktuell hendelse. Den viser til pressens aktualitetskrav for at en sak skal komme på dagsorden (Overland 2013). Diskursen dreier seg

enten om at EU er stort, uoversiktlig og vanskelig å forholde seg til, eller om oppfordring til deltagelse og debatt rundt EØS- avtalen. Denne typen dagsorden representerer mangel på informasjon blant befolkningen, og et ønske om debatt for å styrke demokratiet. I intervjuene kommer det også frem at næringsklyngene ikke har nok ressurser til å følge opp.

Mangelen på informasjon om EU kan sett fra et demokratisk perspektiv tyde på at regional presse får mer makt til å velge fokus på informasjon om EU som publiseres, når befolkningen ikke vet hva de skal forholde seg til, samtidig som politikere velger hva hvilket bilde vil fortelle om EU. Fylkeskommunen (2012) sin plan Agder 2020, har fokus på at Agder skal fremstå som en mer internasjonal region. Politikere kan på denne måten velge å utelukke informasjon som viser noe annet, og ta makt over diskursen om samarbeid. Her henviser jeg til Eides (2001:158-162) poeng: når ikke nasjonale medier bruker nok tid på EU-dekning reduseres den journalistiske makt av mangel på innsyn og profesjonelle kilders aktive informasjonskontroll. Dersom pressen ikke bruker tid på å dekke EU-saker vil politikerne få mer makt over informasjon som ikke synliggjøres, noe som kan være hemmende for den demokratiske debatt.

I Agderposten og Fædrelandsvennen var flesteparten av artiklene EU debattinnlegg og leserinnlegg. Det viser at regional presse i Agder representerer EU-dekkingen i stor grad ved å gi makt over informasjon over til publikum, selv om publikum må tilpasse seg medielogikken. En av grunnene kan være at EU-systemet preges av uformelle kontakter, personlig fortrolighet og personlige samtaler som spiller en større rolle enn vi er vant med i vår del av Europa. En mangel på entydig orden i politikken gjør at makten blir mindre transparent og tilgjengelig for journalistikk. At vi ikke har tilgang til mye som skjer i den europeiske sfæren gjør også at mye av tematikken handler om medlemskapsprosessen (Eide 2001).

Slaatta (2011) argumenterer med at tematikken ofte handler om forståelsen av at EØS avtalen regulerer forholdet til EU på den ene siden. På den andre siden handler den om ønsket om å sette EØS under debatt. Argumentet hans gjenspeiles i flere av artiklene i Agderposten og Fædrelandsvennen, der ønsket om debatt og mangel på informasjon er et tema som stadig går igjen, både i forbindelse med Arendalsuka og X-stratasaken. Flere av leserinnleggene viser samme tendens.

Sørlandskontorets oppgave er å få ut EU- informasjon for å styrke regionen. Regionplanen fokuserer på verdiskapning, samarbeid og partnerskap, noe som forutsetter en sterk

internasjonal orientering (Fylkeskommunen 2012). I Færdrelandsvennen og Agderposten synliggjøres aspekter om relevante forhold i regionen som også har historisk bakgrunn. Historie er en del av det som danner en erfaringshorisont. Artikkelen "*Fra kriserammede Portugal til jobb i Kristiansand*" (Johnsen T A 15.06.2012) henger i tråd med Agders tradisjoner for internasjonalt samarbeid og de kulturelle strømmingene, som nevnt innledningsvis. I artikkelen om arbeidsinnvandring fremstilles europeiske innvandrere som en ressurs.

Sett fra et sosialkonstruktivistisk perspektiv skaper vi vår virkelighet i et dialektisk forhold mellom samfunn og kultur (Burr 2004). Bildet av innvandring i Agder har blitt til gjennom historie, og er opplevd gjennom personlige erfaringer. Jeg har ingen data på disse erfaringene. Kategoriseringene vil variere ettersom vi har ulike sosiale verdensbilder. Men avisene som samfunnsaktører bidrar til å påvirke holdninger om den europeiske innvandreren, ved å fremstille ingeniøren fra Portugal (en representant fra kriserammede EU) som en ressurs for det suksessfulle næringslivet i Agder. Burr (2004) påpeker at språk påvirker våre tanker og følelser. Det at europeiske innvandrere fremstår som en ressurs i denne artikkelen, gir oss et positivt inntrykk av innvandrere. Selv om det går dårlig i EU-land, er det fortsatt verdt å samarbeide med dem og inkludere dem på Sørlandet.

### **Avisenes målgrupper og EU- nyhetsrammer.**

Gjennom nyhetsrammer og tabloidisering i de redaksjonelle artiklene isenesettes EU etter klassiske rammer for å fange oppmerksomhet. Nærhet blir spesielt vektlagt hos regional presse når overnasjonale dimensjoner som EU og EØS avtalen presenteres. I alle land strever man med å finne rett balanse mellom innenriks- og utenrikspolitisk orientering. Avisene skal dekke politikkenes institusjoner og prosesser (Slaatta 2011). Gjennom analysen av artiklene ser vi et tydelig fokus på at EU-nyhetene gis et lokalt preg ved å bruke nyhetskriteriene, og knytte saker til regionen både i form av språk, og valg av informanter. En debatt som er meget aktuell i norske medier i følge Slaatta (2011) er debatten om medlemskap. Som beskrevet i kap 3.6 Dramaturgiske trender i nyhetsbildet om EU og EØS, dreier rammer innenfor EU-journalistikk seg ofte om *integrasjonsspørsmålet*, og landets relasjon til EU ved å være en del av EØS. De kulturelle rammene handler ofte om å definere "vi" som et kollektivt subjekt i møtet med de europeiske "andre", som artikkelen *Ja siden tok feil i 94* (Ellingsen 2012, 17.08) er et eksempel på. Den fremstiller "vi" i Norge som må underordne oss EU, siden vi er med i EØS.

De redaksjonelle artiklene viser ofte at det er ledere for virksomheter på Sørlandet som trekkes frem som prinsipaler for å skape nærhet og troverdighet til sakene på regionalt nivå. I NODE er en del av mediestrategien at kun leder får uttale seg om saker som omhandler klyngen. Slik snakker klyngen med én stemme, og unngår at mediene kan skape konflikter innad i klyngen, ved å sette dem opp mot hverandre. Dette ville svekket inntrykket av bedriftenes velfungerende samarbeid. Det medievridd samfunn søker etter å sette parter opp mot hverandre for å skape konflikt og sensasjon. I følge Hjarvard (2008) taper politikere noe av sin autonomi når den formes gjennom interaksjon med massemedier. Mediernes oppgave er derimot å vise flere sider av en sak slik at lesere skal ha mulighet til å danne sitt eget bilde av en hendelse.

*"Sannheten er ikke absolutt og skal nås gjennom en prosess som er verdslig, kulturuavhengig og dialektisk. Vi er alle feilbarlige og vår innsikt påvirkes av personlige begrensninger, irrasjonalitet og maktforhold. Ved å høre motargumenter minskes innflytelsen av slike begrensninger og bedre innsikt kan nås (NOU 1999:27:20) i (Schwebs and Østbye 2007)".*

Peter Weingart (1998:20) i Hjarvard (2008) skriver at mediene spiller en viktig rolle for meningsdannelse og fortolkning av vitenskap som institusjoner er avhengig av som drivkraft i innovasjon og økonomisk vekst. De skal finne relevante saker for Norge, og norske interesser. Ja og Nei til EU debatten har satt sitt preg på EU-journalistikken. Den har ofte fungert som en nyhetsramme som virker selvforstekende på virkelighetsoppfatninger om EU, Jeg tenker da på hva som er den "politiske realitet", og hva som er interessante nyheter innen for denne rammen (Slaatta 2011).

*Integrasjonsspørsmålet* og landets relasjon til EU ved å være en del av EØS, er et nasjonalt samfunnsoppdrag i mediene som både Færdelandsvennen og Agderposten opprettholdt gjennom sin vinkling i journalistikken. Diskursen i avisene oppfordrer til å skape ny debatt om EØS-avtalen. Noen av de klassiske nyhetsrammene om integrasjonsspørsmålet aktualiseres ved å vise til aktuelle hendelser som Arendalsuka i *Ja siden tok feil i 94* (Ellingsen 2012, 17.08). *Agderbenken skal få EU til å snu* i (Michalsen 06.03.2012) aktualiserer debatten ved å knytte saken til et møte som skal skje "i dag". NODES engasjement knyttes opp til gullsertifiseringen i *Oljemiljø kan få gullsertifisering* (Rike 17.04.2012). I artikkelen *Ja siden tok feil i 94* Ellingsen (2012, 17.08), kan vi se bruk av intertekstualitet i form av referanser, som viser tilbake til JA og NEI- debatten som igjen er en tidligere felles erfaringshorisont. Denne debatten er kjent for leserne, og gjør saken lettere å identifisere. På den måten fremstår artikkelen som mer vesentlig for leseren.



Mitt forskningsdesign gjør det ikke mulig å måle effekten av budskapet i artiklene. Det som kommer frem er at mediens logikk blir særlig tydelig både gjennom språkbruk og nyhetskriterier når budskapet om EU og EØS formidles.

Flere artikler bygger på de klassiske nyhetsrammene som (Slaatta,2011) trekker frem. *Agderbenken skal få EU til å snu* (Michalsen 06.03.2012) er et eksempel på dramaet: *Vi avslører hva EØS-avtalen egentlig handler om*. Den typiske dramaturgien er at EU eksotiseres. Disse artiklene dukker ofte opp i forbindelse med EU- lovendringer som er integrert i Norge (Slaatta 2011). Artikkelen eksemplifiserer at EU eksotiseres ved at det er stort og uoversiktlig. Ingen har fått med seg det nye EU-regelverket, som får store konsekvenser for næringslivet. Autoren har trukket frem sitater fra prinsipaler i næringslivet som sier de "bør ta selvkritikk" og politikere skal sette press på EU. Dette kompromisset mellom aktører kan også gjenspeile dramaet *Vi står på for Norge*, der Norge engasjerer seg i EU-systemet for å kjempe for sine interesser (Slaatta 2011). I dette tilfellet dras det ned på regionalt nivå der Sørlandet kjemper for sine interesser ved å holde møte og se på løsninger.

Budskapet i artikkelen *Fra kriserammede Portugal til jobb i Kristiansand* (Michalsen 09.05.2012), handler om at Sørlandet trenger arbeidskraft til ulike bransjer i olje- og offshoresektoren. Artikkelen viser at det er noe både næringslivet og NAV gjør noe med ved å besøke en ingeniørmesse i Lisboa. Dette passer inn i nyhetsrammen til Slaatta (2011) *Vi står på for Norge*. I dette tilfellet fremstår næringslivet på Sørlandet som "vi". Sørlandet er en del av Norge, på denne måten får artikkelen et mer lokalt preg. Også artikkelen *Olje kan få gullsertifisering* (Rike 17.04.2012) kan plasseres i rammen *Vi står på for Norge*. Vinner NODE prisen, vil NODE fremstå som en ressurs for landsdelen da NODE hjelper hele oljemiljøet i Norge, og kjemper for å nå EUs mål og standardkrav.

Fædrelandsvennen og Agderposten påvirker dagsorden ved å trekke på kjente diskurser som finnes fra før, som EU-krise og debatten for og i mot EU. Vår erfaringshorisont bidrar til å prege vår tolkning av en kommunikativ hendelse, ut i fra teorier som Slaatta (2011) viser til. I følge Slaatta(2011) er dette klassiske vinklinger som ble tatt i bruk i forbindelse med Eurokrisen. Artikkelen *Massiv pågang fra EU land* (Michalsen 09.05.2012) er et eksempel på dette. Denne vinklingen kommer tydeligere frem ved at næringslivet utnytter krisen til å skape verdier for regionen. Artikkelen er et eksempel på oppfordring til andre bedrifter til å gjøre det samme som de "smarte" bedriftene ..

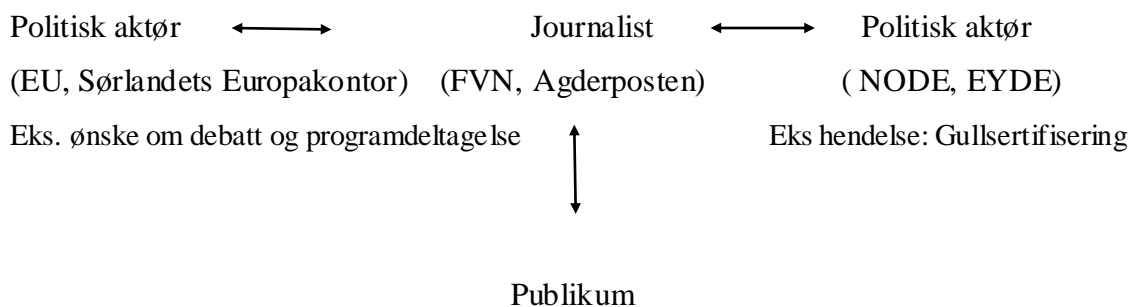
## EU på dagsorden i regionale aviser

Det er tydelig at næringsklyngene NODE og EYDE kommuniserer med publikum gjennom begivenheter som omtales i avisene. NODE er mer anerkjent enn EYDE og er derfor mer synlige på dagsorden. EYDE forteller selv at de må bruke mere tid på storytelling og har etablert god kontakt med Fædrelandsvennen. Det kan være en måte å kompensere for sin mindre synlige dominans i media.

Eksempel som viser at NODE- kommer på dagsorden når de har fått til noe er artiklene om gullsertifisering. Redaksjonene utnytter en aktuell hendelse som gir mulighet til å dekke info om EU, samtidig som de trekker paralleller mellom det næringslivet oppnår for hele landsdelen.

For å gi et tydeligere bilde på kommunikasjonen som befinner seg mellom næringslivet, EU og regional presse har jeg utvidet kommunikasjonsmodell 1. fig 2 til Hjarvard (2008:75) i kap 3.4 Nyhetsmediens dagsorden og det dobbelte kommunikasjonskretsløp. 3.4

Nyhetsmediens dagsorden og det dobbelte kommunikasjonskretsløp.



(Innbyggere i Agder, medlemmer av NODE, EYDE og lokale politikere)

Ønsket om vesentlighet knyttet til identitet og ønsket om å løse problem om stagnerende vekst i region.

Vi ser her at NODE's engasjement i EU har nominert dem til gullsertifisering. Det at de er best i Europa og i tillegg er fra Sørlandet vekker Journalistens oppmerksomhet. Journalisten som autor skaper sensasjon for hele Sørlandet, og gir inntrykk av at begivenheten er noe alle på Sørlandet kan glede seg over. Slik fremstår saken som mer vesentlig. Sørlandskontorets ønske om å oppfordre til næringslivets deltakelse forsterkes ved at NODE fremstår som et lokalt bevis på at samarbeid lønner seg.

Dette kan beskrives nærmere ut i fra dagsordens annet nivå som forklart i kommunikasjonsmodell 2, kap3.4 Nyhetsmediens dagsorden og det dobbelte

kommunikasjonskretslop. Her ser vi et samspill mellom virkelighetsindikatorer, beslutningstakere, mediene, og befolkningens dagsorden samt interpersonell kommunikasjon og erfaringer.

Aktuelle hendelser som "gullsertifisering", "Arendalsuka", "konferanse i Lisboa", og X-strata som faller utenfor EUs lovverk, kan i denne diskursen om europeisk samarbeid ses som virkelighetsindikatorer som påvirker mediene dagsorden i stor grad. Analysen viser at slike hendelser engasjerer og fanger mediene oppmerksomhet. Hendelsene knytter noe nært og lokalt til EU- debatten. På denne måten gjøres debatten mer vesentlige for lesere i regionen.

Beslutningstakere, befolkning og næringsliv får ved en aktuell hendelse mulighet til å vise handling og uttale seg angående det som skjer i mediene. Det grunn til å anta at en aktuell hendelse vil prege interpersonell kommunikasjon og personlige erfaringer, når en vesentlig sak kommer på dagsorden. Det finnes ingen konkrete data på den interpersonelle kommunikasjonen denne analysen, med unntak av meningsytringene fra intervjuene og leserinnleggene som har kommet på trykk. Slik fungerer avisene som en kanal der befolkningens dagsorden synliggjøres. Bruk av intertekstualitet som refererer til tidligere innlegg fremmer budskapet om en ny EØS-debatt, og ønsket om informasjon rettet normativt mot hva europeisk samarbeid skal dreie seg om.

Samhandlingen kan bidra til å generere ny kunnskap som igjen påvirker ytringer som uttales i media. Virkelighetsindikatorer er derfor vesentlige for å engasjere befolkningens og mediene dagsorden for å kaste lys over regionens forhold til europeisk samarbeid.

## 7. En analytisk oppsummering.

Som forklart i teorien innebærer forståelsen av en diskurs tanken om hvilken virkelighet som konstrueres gjennom språk. Den gjennomførte diskursanalysen avdekker to diskurser. Den første er diskursen om Sørlandet som internasjonalt orientert og pådriver for europeisk samarbeid. Næringslivet som en viktig bidragsyter som gir troverdighet til denne diskursen, ved å representere at næringslivet involverer seg i arbeidet, og bedriftenes deltagelse, noe som bidrar til å nå Agders internasjonale mål om å fremme vekst og innovasjon. Den andre diskursen som går igjen, er ønsket om ny EØS debatt og mangel på informasjon om hva EØS-avtalen innebærer. Her fremstår ofte EØS-avtalen som en trussel for demokratiet, samtidig som den oppfordrer til ny debatt. Oppgavens hovedproblemstilling var å finne ut følgende:

***Hvordan fremstiller regionale aviser EU/EØS programmets betydning for regional utvikling, og hvordan samsvarer dette bildet med sentrale bedrifters egen oppfatning?***

Gjennom språkbruk fremmes europeisk samarbeid på Sørlandet ved at diskursen knyttes til aktuelle hendelser i regionen. Nyhetskriteriene bidrar til å gjøre hendelsene mer vesentlige for leseren ved å skape konflikt, nærhet og sensasjon. Pressen har makt over diskursen ved at de kan velge hvem som får uttale seg. I de regionale avisene er det stort sett lokale prinsipaler som får uttale seg om en begivenhet og gi innhold til diskursen om europeisk samarbeid ut i fra sin erfaring. Bruken av lokale prinsipaler skaper nærhet, mens sensasjonen ofte springer ut av en aktuell hendelse eller en konflikt mellom for- og motkjempere av EØS-avtalen, slik at konflikter tydeliggjøres, særlig i reportasjene. Sjangervalg gir pressen rom til å sette flere prinsipalers argumenter opp mot hverandre i reportasjen. Den diskursive orden påvirker den aktuelle hendelsen. Et eksempel er et nyhetsintervjuet *Ja-siden tok feil i 94* (Ellingsen 2012, 17.08). Her stiller journalisten normative spørsmål til prinsipalen, som iscenesetter diskursen og fremmer bildet av mangelfull kunnskap om EØS-avtalen.

Bildet av EU som fremmed og en utfordring næringslivet må forholde seg til, blir tydeligere gjennom språkbruk som inkluderer leseren, gjennom å bruke "vi". Denne formen for språkbruk anvendes også av prinsipaler i næringslivet når en representant for en bedrift eller klynge bruker "vi" i bransjen. Språkbruken ekskluderer EU som det "andre" som ikke er en del av "vi", og skaper felles engasjement for de som identifiserer seg som en del av "vi". Nærhet til regionen skapes også gjennom fraser som knytter saken til regionen, for eksempel "vår landsdel", "vi på Sørlandet" "Agder", og andre lokale stedsnavn.

Det kommer frem i analysen at Sørlandets interesser for samarbeid styrkes gjennom diskursen om EU. Europeisk samarbeid fremstår som positivt i artiklene som viser at vi kan utnytte ressursene som medlemskapet vårt gir. Avisene informerer om programmer bedrifter kan delta i, og de oppfordrer bedrifter til å hente arbeidskraft fra et innovativt Europa. Artikkelen *Massiv pågang fra Europa* (Michalsen 09.05.2012) er et eksempel på dette. Ved å trekke inn prinsipaler som er lokale ledere i politikken eller sjefer for sentrale bedrifter, utnytter pressen nyhetskriteriet om elite, da de som uttaler seg er kjente fjes for leserne. I tillegg skaper de aktuelle prinsipalene nærhet til regionen når de er fra Sørlandet. Ved å bruke nyhetskriterier som elitepreg og nærhet styrkes troverdigheten og realiteten om at europeisk samarbeid fremmer vekst og innovasjon i landsdelen. Dette er vesentlig for innbyggerne i regionen. Aktuelle hendelser der EU trekkes inn som et tema representerer at det som skjer i EU er noe som næringslivet må forholde seg til i sitt daglige virke, og at det ikke bare var aktuelt i -94.

Ut i fra intervjuene med lederne for NODE og EYDE, kom det frem at EU- regelverk er noe næringsklyngene ikke har tid og ressurser til å følge opp i sin hverdag. Informasjonen henter de fra andre steder og gjennom samarbeid innad i bedriftene. Næringsklyngenes samarbeid med pressen bidrar på denne måten til å få næringsklyngene til å fremstå mer engasjert enn det som er realiteten. Oppfordringene til samarbeid i leserinnlegg kan avsløre den manglende deltagelse fra næringslivets side mangelfullkommunikasjon innad mellom næringsklyngene, politikere og Sørlandskontoret. Vi ser at NODE utnytter pressens vinkling om sensasjon gjennom begivenheter for å påvirke andre deler av næringslivet til å ha mer fokus på EU, for eksempel gjennom sakene om gullsertifisering. EYDE er mindre anerkjent, og som EYDE selv uttrykker, må de få til noe stort før de kan påvirke dagsorden i samme grad som NODE gjør.

NODE- klyngen ser derfor ut til å lykkes i sitt omdømmeprojekt, der de har som mål og styrke kommunikasjon ut i samfunnet om hva næringen betyr i nasjonal sammenheng. Dette er viktig også for å rekruttering til næringen spesielt og Sørlandet generelt i fremtiden. Sensasjonen om gullsertifisering fra EU kan derfor betraktes som meget god PR, der det kommer frem at Norge og Sørlandet har aktive og organiserte klyngeprosjekter som viser større innovasjonstakt enn andre regioner.

Hjarvard (2008) foreslår at en sensasjon eller en katastrofe er en måte å skape en bestemt oppmerksomhet rundt enkelte emner. En sensasjon tvinger oppmerksomhet til enkelte saker. I artikkelen *Agderbenken skal få EU til å snu* (Michalsen 06.03.2012) møter vi den typiske katastrofediskursen som inngår under Slaattas (2011) nyhetsramme *Vi avslører hva EU*

*egentlig handler om.* Samtidig som den belyser Trenz (2004) teori om at felles frykt om problemer skaper engasjement. Slike vinklinger kan tyde på at regional presse utnytter de nasjonale nyhetsrammene for å få leseren til å identifisere seg med saken, ved å knytte saken til noe gjenkjennbart. På denne måten underkaster politiske aktører seg pressens makt over diskursen, ved å uttale seg om nettopp det som fremstilles som en katastrofe, eller å kommentere JA og NEI til EU- debatten. På den annen side får politikere og næringsliv samtidig fremmet det som er viktig for dem. *Ja siden tok feil i -94 (Ellingsen 2012, 17.08)*(vedlegg 5) fremmer sin alternativsrapport, NODE får ut informasjon til befolkningen om sitt arbeid, som del av sin omdømmestrategi, EYDE får frem at de er handlekraftige og tar tak i problemer som er viktig for prosessindustrien.

Det kommer frem i analysen at Fædrelandsvennen og Agderposten fremmer ønsket om å trekke til seg arbeidskraft og europeisk samarbeid, gjennom å skape begeistring hos innbyggere i regionen til å bli boende, ved at de kan føle seg heldige som bor på et attraktivt sted, som Oltedal (2012) påpeker. Artikkelen *Fra kriserammede Portugal til jobb i Kristiansand* (Michalsen 09.05.2012) trekker frem både Eurokrisen og en heldig arbeidsinnvandrer som hjelper til på Sørlandet. Metaforen " *Norge er den grønne øya i arbeidsmarkedet*" plassert i en kontekst om *Massiv pågang fra EU-land* til Agder spiller på følelsen om Agder som en inkluderende region.

Når nasjonale nyhetsrammer brukes i kontekst til Sørlandet utvider den leserens erfaringshorisont fra det nasjonale og overordnede til det lokale og nære. Det nære nøytraliserer på denne måten den store krisen og får europeisk samarbeid til å fremstå som noe positivt for Sørlandet. Det vises når troverdige prinsipaler som representerer vekst og fremgang oppfordrer andre bedrifter til å følge med, delta og legge press på politikere. Artiklene sett i sammenheng med NODE's nominasjon til gullsertifisering forsterker bilde om å delta i europeisk samarbeid som noe positivt for næringslivet NODE tilbyr attraktive arbeidsplasser på Sørlandet som i sin tur bidrar til å styrke regionen. Sammen skapes det en positiv synergieffekt når det samme budskapet fremmes i ulike kontekster.

Informasjon i leserinnleggene oppfordrer til debatt ved å kritisere andre artikler med motstridende syn eller bygge videre på poengene. En måte å gjøre dette på var bruk av intertekstualitet, som refererer til tidligere diskusjoner. Denne metoden kan bidra til oppfølgings artikler, og slik utvide diskursen. Konflikten om uenigheter om EU-samarbeid kan virke negativ, men på den annen side driver den debatten videre. Uten konflikt ville debatten om premisser for medlemskap ville svekket befolkningens dagsorden, og ikke ha

trigget politiske aktører i samme grad til å se på alternativ. I så måte er meningsytringene et viktig bidrag til den demokratiske debatten i regional presse som driver aktører til å arrangere nye debatter og begivenheter, som igjen setter EU på dagsorden.

I de redaksjonelle artiklene har pressen større makt til å konstruere bilder ut i fra sine kriterier tilpasset markedet. Dette passer inn i Hjarvards (2008) teori om det dobbelte politiske kretsløp. Oppfordringer som fremmes i aviser har signalverdi mellom aktører gjennom reaksjoner og samtykke om politiske beslutninger. Den offentlige mening kan sees som samtykke til politiske beslutninger, som skapes gjennom den stadig diskursive forhandling mellom kommunikasjonsakser (Hjarvard 2008). Til tross for konflikt mellom forkjempere og motkjempere av den nåværende EØS- avtalen, råder det en konsensus fra begge parter om at debatten om EØS må være tydeligere for befolkningen og beslutningstakers dagsorden nettopp for å styrke demokratiet. På den måten vil også regionen få mer kontroll over regelverk og rammer som næringslivet må følge slik at regionen kan utnytte mulighetene som finnes i EU-programmer fremfor å rammes av regelverk som de faller utenfor. Det vil utvikling og vekst på Sørlandet kunne dra nytte av.

NODE-gründer Johannessen påpekte i intervjuet i kap 6.2, at enkelte direktiver vil påvirke næringen. Artikkelen *Massiv pågang fra EU-land* (Michalsen 09.05.2012) viser til at regionen må forbedre seg på bølgen av europeiske arbeidsinnvandrere. Regional presse som formidler av europeisk samarbeid bidrar til å styrke bånd mellom sosiale aktører i EU, mens selve regelverket og systemet styrer premissene for samarbeid. En tydelig tendens mellom en aktuell begivenhet og den sosiale sammensetningen av diskursive individer(informanter) i intervjuene, setter EØS på dagsorden. Den kommunikative begivenheten i møte med pressens diskursive orden styres gjennom sjanger og nyhetskriterier, og påvirker på denne måten diskursen om europeisk samarbeid for å bidra til regional vekst og innovasjon i Agder. Mangelen på kunnskap blant bedriftene om hva EØS- avtalen egentlig innebærer, svekker samtidig bedriftenes deltagelse i EU-programmer.

Leserinnleggene bidrar til å informere om programmer som er av interesse for næringsklyngene. Ut i fra det som er drøftet i analysen og diskursiv praksis, hemmes kommunikasjonen om de konkrete programmene av medialisering i de redaksjonelle artiklene. Fokus fra pressens side er rettet mer mot å skape begeistring for de som bor på Sørlandet, og skape et bilde av frykt for å falle utenfor EU. Næringsklyngenes fokus handler om å fortelle om seg selv. Pressen påvirker den politiske kommunikasjonen ved at aktører i næringsliv og politikken må tilpasse sin kommunikasjon etter nyhetskriterier. De konkrete

programmene blir ikke synliggjort i den regionale pressens dagsorden. Pressen fokuserer på sensasjon og konflikt for å nå ut til sine lesere for at budskapet skal fremstå som vesentlig. Selv om oppfordringen og motivasjonen er til stedet hos næringsklyngene, og hos politikerne endres ikke nødvendigvis deres holdninger til at EU er et stort og uoversiktlig system der det er ressurskrevende å søke om deltagelse i EU-programmer. Dette kommer frem i intervjuene med lederne for næringsklyngene og Sørlandskontoret. Dette tatt i betraktning vil det være lettere for Sørlandskontoret å nå frem til næringsklyngene ved å ta mer direkte kontakt og tilrettelegge for søknader, da interessen for deltagelse allerede finnes hos både NODE og EYDE.

Diskursen om europeisk samarbeid er et samspill mellom regionale aktører og regional presse. Pressen har mulighet til å utelukke kunnskap ved å iscenesette situasjoner, mens aktørene har mulighet til å tilpasse sin kommunikasjon til den kommunikative begivenheten. En hendelse vil fremstå som mer sann og troverdig enn en meningsytring, fordi det er noe som er dokumentert og nært for leseren. Sørlandskontoret representerer det komplekse offentlige EU system, og forsøker å nå ut til bedriftene via argumenterende og motiverende kronikker i avisene. Ettersom diskursens sosiale praksis er kilden til begrensning i diskursen i følge Fairclough (1992), kan bedrifter på Sørlandet og Sørlandets Europakontor medvirke til deltagelse i EØS-debatten ved å delta i begivenheter av europeisk dimensjon som vekker medienes oppmerksomhet. Slik vil kunnskapen om EU-programmer også øke.

En strategi for NODE er at de snakker med én stemme (sjefen sjøl) for å bevare sitt omdømme internasjonalt og nasjonalt. NODES strategi viser at økt fokus på en tydeligere mediestrategi om hvordan bedrifter og næringsklyngene i Agder bør snakke om EU-programmer motiverer til videre deltagelse. Næringsklyngenes engasjement fremmer Sørlandskontorets og Agder-regionens mål om større deltagelse i EU-prosjekter. Bedriftene og næringsklyngene fremstår som en troverdig kilde fordi de beviser en positiv utvikling som skaper begeistring og tilhørighet i regionen. Når avisene trekker frem det klassiske bildet av politikere som upålitelige representanter i et uoversiktlig byråkrati, er en konsekvens av at konfliktbildet trekker oppmerksomhet vekk fra informasjonen som næringslivet faktisk har behov for.

## 7.1 Avslutning

Det er et faktum at pressens tilstedeværelse på det europeiske nyhetsbeite har minket i følge Slaatta (2011) og Eide (2001). Dette kan påvirke pressens kunnskap om hva EØS-avtalen egentlig dreier seg om. Nyhetsartiklene i tekstanalysen viser at regional presse ofte bruker



nasjonale nyhetsrammer for å kontekstualisere de redaksjonelle sakene slik at leseren skal kjenne seg igjen. Det interessante er at både det private næringslivet og offentlig er motivert og engasjert for å involvere seg i europeiske prosjekter og følge med på utviklingen, men i realiteten har ikke bedriftene tid. På den annen er pressens oppgave å formidle ulike syn på en objektiv måte i følge Presseforbund (2008). Dens behov for å nå leseren på det regionale nivå fører til at bildet om EU som positivt svekkes når befolkningens dagsorden skal tilfredstilles. Sakene har fokus på å skape begeistring for de som bor på Sørlandet. Som en følge blir EU eksotisert, et bilde av frykt for å falle utenfor skapes og oppfordringen handler om å følge med for å nå EUs akseptable standard. På den annen side kan pressens manglende kunnskap om EU gi beslutningstakere i næringslivet økt makt ved at de kan påvirke dagsorden ved aktivt å delta i begivenheter som vekker mediens oppmerksomhet, slik som NODE fremstår i de redaksjonelle artiklene. Da får bedriftene mulighet til å fortelle om sitt arbeid og sine holdninger til europeisk samarbeid.

Europautredningen (Sejersted 2012) ble dannet på grunnlaget av at vår deltagelse i EU er udemokratisk. Norge har ikke har mulighet til å medvirke gjennom EØS-avtalen. Slik fremstilles det også ofte i mediene. Mediene er en arena for en offentlig diskusjon og legitimering av en felles erfaring omkring europeisk samarbeid for leseren. I de regionale avisene på Sørlandet opprettholdes bildet av EU som eksotisk og problematisk for utvikling gjennom bilder av forvirring og alternative måter å delta på. Dette blir tydeligere når de nasjonale nyhetsrammene brukes for å fremme en konflikt som tydeliggjør bildet av at europeisk samarbeid er noe Sørlandet kjemper for. Det spres frykt om hva som kan skje hvis Sørlandet faller utenfor. Enkelte saker belyser at verken næringslivet eller politikere har kontroll over EØS-reglene de er pålagt. Avisene skaper på samme tid begeistring over at regionen er innovativ, og at næringslivet er entusiastisk over samarbeidet med EU. Begeistringen kan vekke følelser hos leseren når nyhetene gir et bilde av at det lønner seg å samarbeide med EU. Det helhetlige inntrykket fronter en viss fremmedfrykt for samarbeidet med EU som stadig pålegger nye regler til "vi" på Sørlandet og i Norge, som ingen har makt over. Vi kan delta og vinne på det, men ikke kontrollere det.

Analysen har belyst den regional presses fremstilling av europeisk samarbeid. I drøftingen kommer det frem at det er konsensus fra alle parter om en ønsket debatt, og at samarbeid med EU fremmer regional utvikling. Slaattas (2011) påstand om at integrerings debatten trekker oppmerksomhet vekk fra vesentlige saker, viser gjennom denne diskursanalysen at diskursen har utviklet seg til å diskutere alternativene som finnes der ute, selv om den preges av

pressens logikk og tradisjonelle nyhetsrammer. Europeisk krise i nasjonale aviser bidrar på sett og vis til å holde debatten i gang i regionale aviser, mens næringslivets engasjement kan fortsette å lede diskursen et skritt videre i riktig retning.

Tatt i betraktning at det som kommuniseres om EU-programmer i de redaksjonelle artiklene mellom Sørlandskontoret og næringslivet fokuserer mest på å eksotisere EU og skape begeistring på Sørlandet, kan kommunikasjonen bli mer målrettet hvis Sørlandskontoret utvider sin mediestrategi til å fremme et tydeligere bilde av politikere i regionen som mer oppdaterte på kunnskap om EU. På denne måten kan direkte kontakt med næringslivet hvor de blir oppfordret til å delta på arrangementer av europeisk karakter, vekke mediens oppmerksomhet. Da vil næringslivet selv kunne oppfordre andre bedrifter til å delta på prosjekter på en måte som virker mer troverdig. En felles visjon om samarbeid mellom næringsliv og politikere vil dermed fremme vekst og utvikling på Sørlandet gjennom målrettet kommunikasjon som peker i samme retning.

I takt med at integreringen med Europa øker har den nye regjeringen varslet om en mer aktiv Europa-politikk. I følge Nationen (Aspen 27.10.2013) skrives at både Ja- og Nei- siden tror på de vil tjene på at EU kommer på dagsorden.

Bildet i mediene om europeisk samarbeid som lønnsomt for regional utvikling i Agder, druknes i en skrekkblandet begeistring om å falle utenfor viktige regelverk. Frykten for å falle utenfor oppfordrer sentrale aktører til å følge med, og skaffe seg kunnskap om EU.

Begeistringen over utviklingen mulighetene i EU fører med seg for næringslivet, engasjerer til deltagelse. Om næringslivets deltagelse i EU prioriteres i bedriftene, kan det bidra til å fremme troverdighet om et samarbeid som lykkes. Ingen kan kontrollere pressen og EU's mange ansikter som snur seg etter begivenhetens sensasjon. Det gjelder derfor å være på rett sted til riktig tid.

Hvordan holdningene til deltakelse i EU-programmer endrer seg i takt med denne diskursen, kan det forskes videre på, ved å se på et større datamateriale som går over lengre tid. Når næringslivet trekker til seg flere europeiske arbeidsinnvandrere, vil også Sørlandsregionenes identitet endre karakter til og bli mer internasjonal. Hvordan kommunikasjon om samarbeidet påvirker Sørlandets identitet vil også være et interessant tema å følge med på i tiden fremover. Sørlandets identitet og utvikling vil bli preget av selve kommunikasjonen om landsdelen. Dette bør være av både regional og nasjonal interesse.

## 8.Litteratur

Aksnes, M. and T. G. Økland (2013). Retrieved 26.04.2013, 2013, from <http://ndla.no/nb/node/63639>.

Aspen, J. G. (27.10.2013). Både ja- og nei-sida gler seg til EU-debatt. Nationen.

Berge, K. L., et al. (1998). Å skape mening med språk. Bergen, Fagbokforlaget.

Språkeksampler på engelsk

Elektronisk reproduksjon

Burr, V. (2004). Social Constructionism. London, Routledge, Taylor & Francis Group.

Claes, D. H., et al. (2006). Global økonomi, Krise og Politisk Styring. Oslo, Universitetsforlaget.

Eide, M. (2001). Til dagsorden! Oslo, Gyldendal akademisk.

Eide, M. (2009). Journalistiske nyhetsorienteringer, en introduksjon. Oslo, Spartacus/ Scandinavian Academic Press.

Einstein, A. (2012). "Albert Einstein Site Only." from <http://www.alberteinstein.com/quotes/>.

Eliassen, K. A. (1994). EØS-Avtalen- Innhold og Konsekvenser. En oversikt over EØS- Avtalen som trådte i Kraft. 1.1.1994. Forskningssenteret, Senter for europeiske studier. Oslo, BI Handelshøyskole i Oslo

Ellingsen, T. (2012, 17.08). "Ja siden tok feil i 94." 7.

Engeneering, N. C. o. (2011). "NCE NODE, Norwegian Offshore & Drilling Company." Retrieved 27.10.2012, from <http://www.nodeproject.no/>.

Europakontor, S. (2012). Retrieved 22.10.2012, from <http://www.south-norway.no/forside.aspx>.

Europaportalen (2012). "EØS." Norges samarbeid med EU. Retrieved 04.09.2012, from <http://www.regjeringen.no/nb/sub/europaportalen/eos.html?id=684348>.

European Commission (1996). Social and economic inclusion through regional development. Regional Policy and Cohesion. E. Union. Brussels, European Commission.

EYDE-nettverket (2011). Industriell skaperkraft på sørlandet. Arendal, EYDE.

EYDE (2009-2010). "EYDE- nettverket." Retrieved 30.10.2012, from <http://www.eydenettverket.no/index.php?a=41&e=12&t=2&l=1>.

Fairclough, N. (1992). Discourse and social change. Cambridge, Polity Press.

Fairclough, N. (2003). Analysing discourse: textual analysis for social research. London, Routledge.

Fairclough, N. (2008). Kritisk diskursanalyse. København, Hans Reitzels Forlag.

Fjermeros, A. H. (27.07.2012). Fra byråkrati til demokrati. Fædrelandsvennen: 2.

Foucault, M. and E. Schaanning (1999). Diskursens orden: tiltredelsesforelesning holdt ved Colloge de France 2. desember 1970. Oslo, Spartacus.

Fylkeskommunen, A. o. V. A. (2012). Regionalplan Agder 2020

Med overskudd til å skape: Internasjonal strategi for Agder. Agder, „Aust og Vest- Agder fylkeskommune.

Fylkesrådet, A. o. V.-A. (2011). Regional development plan, Agder 2020. Creative Energy. Agder, Gevir.

Gentikow, B. (2005). Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ Metode. Kristiansand S, Norway, ij-forlaget.

Habermas, J. (1962). Strukturwandel der öddentlichheit. Untersuchugenzu einer Kategorie der brügerlichen Gesellschaft, Herman Lucherhand Verlag ( norsk utgave 1971: Borgelig offentlighetens fremvekst of forfall. Henimot en teori om det borgelige samfunn). . Oslo, Gyldendal.

Harper, M. and E. Berg (2007). Lokale konsekvenser av EØS. Oslo, Nei til EU.

På omslaget: Tema: EØS-avtalen

Hellevik, O. (2002). Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap. Oslo, Universitetsforl.

1. utg. 1971

Opplagshistorikk: 3. oppl. 2006; 4. oppl. 2009 (Nkr 439.00); 5. oppl. 2011 (Nkr 489.00)

Hidle K, W. E. o. V. A. (2009). Internasjonalisering av arbeidsmarkedet i Agder fylkene. Omfang, strategier og migrasjonsløp. Agder forskning. Kristiansand.

Hjarvard, S. (2008). En verden af medier. Frederiksberg, Samfunds litteratur.

- Indset, M. and S. Hovik (2008). Lojal iverksetting eller målrettet medvirkning?  
- Om kommunesektoren og EØS-avtalen. NIBR-rapport 2008:12. Oslo, NIBR- Norsk institutt for by- og regionsforskning: 130.
- Johnsen T A , K. S., Schage. R , Neset S M. (15.06.2012). Muligheter i Europa. Agderposten: 15.
- Kommunesektorens organisasjon, K. (2012) På gang i EØS.
- Koopmans, R. and P. Statham (2010). The making of a european public sphere  
Media discourse and political contention. P. S. Ruud Koopmans. New York, USA, Cambridge university press: 337.
- Kulturdepartementet (1995). Mangfold i media. Kulturdepartementet, Regjeringen. **3**.
- Laderud, Ø. L. (21.03.2012). Internasjonal strategi for Agderfylkene- høringsutkast. Kristiansand, Kristiansand Kommune.
- Lund, T. (2012). "Combining Qualitative and Quantitative Approaches: Some Arguments for Mixed Methods." Scandinavian Journal of Educational Research **56**(2): 155-|165.
- Lysgård, H. K. (2001). Diskursanalysens sosialkonstruktivistiske grunnlag – muligheter og begrensninger i forståelsen av regional endring. Fou rapport nr. 4/2001. Kristiansand, Agder Forskning.
- Maxwell E., M. C., Donald L. Shaw (1972). The Agenda- Setting Function Of Mass Media. The public opinion Quarterly, Oxford University Press. **36**: 11.
- Medienorge (2013). "Fakta om norske medier." Retrieved 14.04.2013, 2013, from <http://www.medienorge.uib.no/>.
- Meyer, T. S. (2013). "Avis." Retrieved 06.04, 2013, from <http://snl.no/avis#menuitem0>.
- Michalsen, I. (06.03.2012). Agderbenken skal få EU til å snu. Fædrelandsvennen: 12, 13.
- Michalsen, I. (09.05.2012). Massiv pågang fra EU-landene. Fædrelandsvennen: 14.
- Michalsen, I. (17.04.2012). Node i europatoppen. Fædrelandsvennen: 17.
- Mykland, E. (2011). "Noen fakta om Agder-fylkene." Retrieved 22.10.2012, from <http://www.austagderfk.no/Politikk/folkeavstemning2011/Diskusjonsnotater/Noen-fakta-om-agderfylkene/>.

- Nedrebø, T. (1998). Inn i et nytt århundre med EØS-avtalen. NHO. Oslo, Nasjonalbiblioteket: 48.
- NODE, N. (2011). Årsberetning. Kristiansand, Norwegian Offshore & Drilling Engineering.
- Nomedal, M. (06.08.2012). Alternativer til EØS- avtalen. Fædrelandsvennen: 2.
- Oltedal, A. (2012). Vesentleg og viktig?: om profesjonsverdiar i journalistkvardagen. Kristiansand, IJ-forl.
- Overland, J. A. T., Ragna Marie (2013). "Nyhetskriterier." Retrieved 03.04, 2013, from <http://ndla.no/nb/node/6288>.
- Porter, M. (1998). "On Copetition." Harvard Business School Press.
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. London Macmillan.
- Presseforbund, N. (2008). "Vær varsom plakaten." 16.10.2012, from <http://presse.no/Etisk-regelverk/Vaer-Varsom-plakaten>.
- Regionaldepartementet, K. o. (2011). "Regionalnytt nr. 2 2011 - Temanummer om Innovasjon Norge Nyheitsbrev om distrikts- og regionalpolitikken." Retrieved 05.10.2012, from [http://www.regjeringen.no/nb/dep/krd/dok/tidsskrift\\_nyhetsbrev/2011/regionalnytt-nr-2-2011.html?id=633489](http://www.regjeringen.no/nb/dep/krd/dok/tidsskrift_nyhetsbrev/2011/regionalnytt-nr-2-2011.html?id=633489).
- Rike, I. B. (17.04.2012). Oljemiljø kan få gullsertifisering. Agderposten: 6.
- Ritchie, J. and J. Lewis (2005). Qualitative Research practice, A guide for Social Science Students and Researchers. London, SAGE Publications Ltd.
- Ryen, A. (2002). Det kvalitative intervjuet. Bergen, Fagbokforl.
- Schwebs, T. and H. Østbye (2007). Media i samfunnet. Oslo, Samlaget.  
1. utg. 1988  
Opplagshistorikk: 2. oppl. 2011 (Nkr 420.00)
- Seale, C. (2004). "Qualitative research practice." XIX, 620 s. : ill.
- Sejersted, F. (2012). NOU 2012:2 Utenfor og innenfor. Oslo, Departementenes servicesenter, Informasjonsforvaltning.  
Utvalgets navn: Utvalget for utredning av Norges avtaler med EU (Europautredningen)

Shaw, I. (2008). Ethics and the Practice of Qualitative Research. Qualitative Social Work. London, Sage Publications. 7: 400-414.

Sjöberg, K. and D. Wästerfors (2008). Uppdrag: Forskning. David Wästerfors: "Analytiska knep" pp 68-84

Katarina Jacobsson: "Den svårfångade kvaliteten" pp163- 183. Malmö, Liber.

Slaatta, T. (2011). Fortiet, forsinket og forvrengt? [Oslo], Europautredningen.

Katalogisert etter omslag

Strömback, J. (2008). "Four Phrases of Mediatization of Politics." Press/Politics: 228- 246.

Sverdrup, U. (2012, 30.01.2012). "Norge og EU: Utenfor og innenfor." Retrieved 19.09.2012, from <http://hvorhenderdet.nupi.no/Artikler/2011-2012/Norge-og-EU-utenfor-og-innenfor>.

Trenz, H.-J. (2004). "The Media Coverage on European Governance." European Journal of communication.

Vestad, J. P. and B. Alme (2002). Mediespråk: form og formidling i journalistikk. Oslo, Samlaget.

Opplagshistorikk: 2. oppl. 2006 (Nkr 259.00); 3. oppl. 2010 (Nkr 329.00)

Østbye, H., et al. (2007). Metodebok for mediefag 3. utgave. Bergen, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Informanter i intervjuene:

Kjell O Johannessen (KJ.20.11.2012)

Helene Fladmark (HF.19.11.2012)

Tor Arne Johansen(TJ.16.11.2012)

## 9. Liste over avisutklipp vedlegg

1. Ingrid Michalsen (2012, 06.03) Agderbenken skal få EU til å snu, Fædrelandsvennen s 12,13
2. Michalsen Ingrid ( 2012, 09.05) Massiv pågang fra EU-landene, Fædrelandsvennen s 143
3. Rike Brokka Ingmar (2012, 27,10) Oljemiljø kan få gullsertifisering, Agderposten s 6
4. Micalsens Ingrid (2012,17.04) Node i europatoppen, Fædrelandsvennen s 17
5. Ellingsen Tore ( 2012, 17.08) Ja-siden tok feil i 94 , Agderposten s7
6. Fjermeros Arne H. (2012,20.07) Fra byråkrati til demokrati, Fædrelandsvennen s 2.
7. Nomedal M (2012, 06.08) Alternativer til EØS-avtalen Fædrelandsvennen s 2
8. Johansen T A , Kragholm S, Schage R, Neset S M. (2012, 15.06), Muligheter i Europa, Agderposten s 15
9. Intervjuguide
10. Infoskriv til informanter



## Økonomi

# Agderbenken skal få

☛ Xstrata møter Nærings- og handelskomiteen i dag

### FAKTA

#### Subsidier til kraftkrevende industri

- En ekstra CO2-avgift for gass- og kullkraftverk har gitt økte strømpriser i hele det europeiske kraftmarkedet.
- For å kompensere for prisøkningen har EU foreslått å gi landene mulighet til å kompensere de økte strømprisene for mesteparten av den kraftkrevende industrien.
- Nikkelproduksjon er holdt utenfor ordningen, noe som vil gi Xstrata Nikkelverk cirka 50 millioner kroner i økte utgifter.
- Xstrata bruker 640 gigawattimer med strøm i året, tilsvarende forbruket til 35.500 husholdninger.



Sørlandspolitikerne lover å sette press på EU for å få nikkel inkludert i den nye subsidieordningen. Samtidig frykter de at flere sørlandsbedrifter kan bli rammet av de nye EU-reglene.

### KRISTIANSAND

#### XSTRATA

Agderbenken ble utfordret av administrerende direktør ved Xstrata, Øyvind Stenstad, da politikerne gjestet nikkelverket i

går.

– Vi er avhengig av drahjelp fra politikerne for å få EU til å snu i denne saken slik at nikkel blir inkludert i kompensasjonsordningen. Det bør helst skje så raskt som mulig, slik at vi er med på listen innen 1. januar 2013, sa Stenstad.

Xstrata-direktøren ropte varsku om de nye EU-reglene i Fædrelandsvennen lørdag, og uttalte at det er grunn til å frykte for bedriftens videre eksistens. Bekymringen skyldes at bedriften må ut med 50-60 millioner kroner i ekstra årlige strømutfgifter ettersom nikkel ikke er inkludert i EUs nye subsidieforslag for kraftkrevende industri i Europa.

#### Varslet departementet

Nå ber han sørlandspolitikerne

mobilisere krefter for å få EU til å snu.

– I første utkast til kompensasjonsordningen, som ble lagt fram i 2009, var nikkel med. I det nye utkastet, som kom 24. desember 2011, var det ikke det. Vi har sendt brev til Nærings- og handelsdepartementet uten å få svar. Jeg vet ikke helt hva som har skjedd, det kan rett og slett skyldes at det ikke finnes så mange nikkelverk i Europa, men det viktigste er å få gjort EU oppmerksom på dette, påpekte Stenstad.

Peter Gitmark, stortingsrepresentant for Vest-Agder Høyre og leder for Agderbenken, mener derimot noen må ta ansvar for glippen.

– Det er et særskilt tegn at denne saken kommer så brått på. Både regjeringen og Norsk

# EU til å snu



FAKSIMILE: FÆDRELANDSVENNEN LØRDAG 3. MARS

Industri bør ta selvkritikk for at de ikke har fulgt godt nok med i denne saken. I stedet for å øve press i forkant av slike avgjørelser, kommer vi nå haltende i etterkant. Det er ikke bra, sier Gitmark.

#### Skylder på regjeringen

Han tror mye av forklaringen skyldes at regjeringen ikke er fremoverlent nok nok det som skjer i EU, og får støtte av Kjell Ingtorf Ropstad i KrF.

– Jeg tror regjeringen har støttet seg for mye på EU, og ikke fulgt prosessen godt nok opp.

Kari Henriksen (Ap) avviser kritikken og sier det er umulig å henge med på hvert eneste forslag som kommer ut fra EU-systemet.

– Der jeg undrer meg over er at ikke Norsk Industri har fanget dette opp før forslaget kom.



LOVER HANDLING: Agderbenken forslår administrerende direktør ved Xstrata, Øyvind Stenstad (t.v.), at de skal øve press innad i eget parti og overfor EU for å få nikkel inkludert i kompensasjonsordningen for kraftkrevende industri. Fr. Henning Skumsvoll (FrP), Åse Michaelsen (FrP), Svein Harberg (H), Kjell Ingtorf Ropstad (KrF), Dagrun Eriksen (KrF) og Kari Henriksen (Ap). FOTO: TORE ANDRÉ BAARDSEN

Jeg ble klar over dette da jeg besøkte Alcoa Lista nylig, og for midlet min bekymring videre til aktuelle fraksjoner og departementer. Nå har jeg fått på plass et møte mellom Xstrata og leder av Næringskomiteen, Terje Aasland, samt politisk rådgiver i Nærings- og handelsdeparte-

mentet, Jeanett-Iren Moen, understreker Henriksen.

#### Må ha gjennomgang

Møtet mellom partene finner sted i dag. Men mye tyder på at de kan få flere bekymringsmeldinger fra sørlandsbedrifter. Nyvalgt leder i Eyde-nettverket

og administrerende direktør ved Saint-Gobain i Lillesand, Lars Petter Maltby, frykter at flere virksomheter i prosessindustrien på Sørlandet faller utenfor kompensasjonsordningen.

– Jeg vet at det råder usikkerhet knyttet til silikonmangan, som er rammet i Kvinesdal produ-

serer, og solcellesilisium, som Elkem Solar produserer. Vi må rett og slett ha en gjennomgang av bedriftene våre og se hvilke metaller som er inkludert på EUs liste.

– Jeg vet at det råder usikkerhet knyttet til silikonmangan, som er rammet i Kvinesdal produ-

Tekst: Ingrid Michalsen  
ingrid.michalsen@fvn.no - 47393279



**SØKER LYKKEN:** André Piexoto (29) er glad for å få sjansen til å jobbe i Norge. Han dro fra eurokrise og høy arbeidsledighet i Portugal til Kristiansand og ny jobb i Aker MH. Her sammen med kommunikasjonssjef i Aker Solutions Kristiansand, Kristin Wallem Timenes, utenfor Sør Arena, hvor nye ansatte i Aker går på kurs. FOTO: TORSTEIN BØN

## Fra kriserammede Portugal til ny jobb i Kristiansand

Ingeniør André Piexoto (29) fra Portugal har vært på jobb jakt siden november i fjor. Nå har han fått napp hos Aker MH i Kristiansand.

### KRISTIANSAND SØR ARENA

– Jeg har lenge drømt om å jobbe i et annet land, og nå var tiden inne for å gjøre det, sier André Piexoto (29).

Han har bodd i Kristiansand i tre uker. I oktober valgte han å slutte i jobben sin, for en japansk bilprodusent som var etablert i Braga i Nord-Portugal. Piexoto har master i ingeniør, innen mekanisk engineering. Men jobbsiktene i hjemlandet ser, ifølge 29-åringen, ikke spesielt lovende ut.

– Det er tøffere tider i Portugal, mange sliter med å få seg jobb. Som ingeniør klarer man kanskje å finne seg arbeid, men man er enten overkvalifisert for stillingene som er ledige, eller så er lønna dårlig, forklarer Piexoto.

**» Hvis det er noen vi skal synes skikkelig synd på nå, så er det Portugal.**

Victor Norman, professor i samfunnsøkonomi

to. Han begynte å søke på nye stillinger i november i fjor. Etter å ha vært på et par andre intervjuer, både i Norge og Portugal, har han nå fått seg jobb i Aker Solutions Kristiansand (Aker MH) og flyttet til Sørlandet.

– To av mine tidligere studiekamerater bor i Kristiansand allerede, og jobber i andre bedrifter i olje- og offshoresektoren her. Han ene kom allerede i 2008, han andre har vært her siden i fjor høst. Nå deler vi leilighet sammen i Markens gate, forklarer Piexoto.

### Fleire fra Portugal

I morgen drar representanter fra olje- og offshoresektoren på Sørlandet til Lisboa for å rekruttere enda flere ingeniører til landsdelen. Ifølge kommunikasjonssjef i Aker Solutions i Kristiansand, Kristin Wallem Timenes, satser bedriften på å rekruttere flere arbeidstakere fra samme land.

– Vi har erfart at det kan være nyttig å ansette flere fra samme land, slik at de har et miljø og nettverk å komme til. Det er kanskje mer fristende å flytte på seg hvis du ser at det allerede finnes et nettverk rundt bedriften eller byen du skal til, sier

Timenes.

Over 3000 jobbsøkende ingeniører kommer til messen i Lisboa, og Aker MH har allerede sikret seg minst 20 intervjuavtaler.

– Vi trenger rundt 150 ansatte i år, en god del er allerede ansatt, men vi trenger fortsatt flere. Vi, og flere andre enheter i Aker Solutions-systemet, har god erfaring med å rekruttere fra Portugal, sier Wallem Timenes.

### Høy ledighet

Den økonomiske situasjonen i Portugal er høyst usikker, og selv om ikke landet har fått like stor oppmerksomhet som Spania og Hellas, er arbeidsledigheten i landet nå over 15 prosent. Ifølge

Victor Norman, professor i samfunnsøkonomi ved Norges Handelshøyskole, er det all grunn til å være urolig for landets fremtid.

– Hvis det er noen vi skal synes skikkelig synd på nå, så er det Portugal. Landet har lenge hatt en ordentlig økonomi, de var Europas Kina for og den store suksesshistorien på 1970- og 1980-tallet. Men så har verden gått dem midt imot. Nå må de stramme inn på alle offentlige utgifter. Det er iskaldt i portugisisk økonomi nå, sier Norman.

– Hvorfor har det blitt sånn?

– Det konkurranseutsatte næringslivet i landet blir utkonkurrert av Kina. I tillegg har Portugal levd litt over evne over i lengre tid, og de lider av en overvurdert valuta. Men noen kollaps i økonomien er det likevel ingen grunn til å frykte, den portugisiske økonomien er for solid til det. Men faren er at landet vil få en varig stagnasjonsfølelse, at alt stopper opp. Det er litt som om vi i Norge skulle mistet oljen. Landet vårt ville ikke kollapse, men det hadde vært skikkelig ille.

Tekst: Ingrid Michalsen  
ingrid.michalsen@fvn.no - 47303279

### FAKTA

#### Eurokrisen

- » EU og IMF har til nå brukt over 2000 milliarder kroner på krisepakker for Hellas, Irland og Portugal.
- » I tillegg har Den europeiske sentralbanken (ESB) brukt over 1600 milliarder kroner på støttekjøp av gjeldspapirer utstedt av kriselandene.
- » ESB har i vinter gitt billige treårige lån på over 8000 milliarder kroner til europeiske banker til lav rente (én prosent) for å forsterke «brannmuren» mot en spredning av krisen til flere euroland.

## Massiv pågang fra EU-landene

I morgen reiser Hallgeir Johansen i nav Vest-Agder til Lisboa for å delta i en stor ingeniørmesse. Målet er å rekruttere ny arbeidskraft til landsdelen.

Johansen får med seg tre av de største bedriftene innen olje- og offshoresektoren på Sørlandet ned til Portugal. National Oilwell Varco, Aker MH og TTS Energy har allerede sikret seg intervjuavtaler med håpefulle, portugisiske søkere.

– Pågangen er stor i år, både fra bedrifter og arbeidssøkere, sier Johansen, Eures-rådgiver i nav Vest-Agder.

Ingeniørmessen arrangeres av Eures, et samarbeid mellom EU/EØS-landene og Sveits. Samarbeidet skal fremme fri bevegelse av arbeidskraft innenfor EU/EØS-området. Og trangere tider i enkelte land betyr økt pågang av arbeidskraft til andre land.

– Siden nyttår har vi fått inn omtrent 150 nye medarbeidere til regionen ved hjelp stillingsutlysninger over hele Europa. Det gjelder arbeidskraft til hotell- og restaurantbransjen, bygg- og anleggsektoren, og olje- og offshoresektoren, forklarer Johansen.

Han anslår at det har kommet omtrent 300 nye hoder til regionen via Eures-samarbeidet siden januar 2011, og opplyser at fleste kommer fra Polen, Sverige og Tyskland.

– Når det gjelder ingeniører og olje- og offshoresektoren rekrutteres mange fra Ungarn og Portugal, i tillegg til Sverige og Spania. Eurokrisen skaper nye muligheter for norske bedrifter, det er større mangfold å velge fra og bedre kvalifiserte folk. Hensikten med Eures er at arbeidskraften skal flytte der det er ledig kapasitet. Nå er Norge den grønne øya i arbeidsmarkedet i Europa, og de smarte bedriftene ser det og griper den muligheten, mener Johansen.

### FAKTA

#### Eures

- » Står for European Employment Services og er et samarbeid mellom EU/EØS-landene og Sveits. Samarbeidet skal fremme fri bevegelse av arbeidskraft innenfor EU/EØS-området.
- » Nettverket består av rundt 800 rådgivere og flere konsulenter i hele Europa. I Norge er det en integrert tjeneste i nav, og rådgiverne har spesialutdannelse på internasjonal mobilitet av arbeidskraft og spørsmål om rekruttering til og fra utlandet.

**AGDERPOSTEN RETTER**

I artikkelen i gårstdagens avis om Arendal kommunes henvendelse til politiet om påståtte ærekrenkninger fra en Innbygger, var det ikke dekning for Agderpostens titler. Spesielt førstesidettittelen «Ærekrenket kommune» fikk en

teflaktig konstatere form. Politiet har henlagt saken. Overfor kommunen viser politiet blant annet til at «de påberopte belastninger for de som beskyldes kan ikke ses å foreligge». Kommunen har påklaget henleggelsen.

Storingsrepresentant  
Ingebjørg Godskesen (Frp)

**MIN  
UKE**



**Tirsdag 17. april:** Tele og kommunikasjons konferanse om blant annet bredbånd og verdiskaping, risikofaktorene for telekom i 2012, morgendagens mobiloperatører.  
**Onsdag 18. april:** Konferansen

fortsetter med Kunderelasjoner og ansvar.

**Torsdag 19. april:** Møte med Norwegian Relise til landsmøte  
**20. - 22 april:** Landsmøte i FrP. Innspill, debatter, resolusjoner og valg.

# Oljemiljø kan få gullsertifisering

Olje- og gassklyngen på Sørlandet, NCE NODE, er valgt ut som en av tre næringsklynger i Europa som kan bli de første som får en «gold label»-sertifisering.

INGMAR BROKKA RIKE

ingmar@agderposten.no 911 86 282

18.-20. april arrangeres European Cluster Conference 2012 i Wien. Her har olje- og gassklyngen på Sørlandet, NCE NODE, mulighet til å bli en av de aller første næringsklyngene i Euro-

«Det viser at vi gjør mye riktig i arbeidet med næringsklynger i Norge»

pa som får den fremste utmerkelsen for velfungerende klynge-samarbeid.

– Jeg er stolt over at olje- og gassklyngen på Sørlandet, NCE NODE, er plukket ut som en av tre næringsklynger som kan få denne betydningsfulle sertifiseringsen. Nå krysser jeg fingrene for at NCE NODE når helt opp og jeg venter spent på det endelige resultatet, sier kommunal- og regionalminister Liv Signe Navarsete til Agderposten.

Sertifiseringen er en helt ny og prestisjetung sertifiseringsordning av næringsklynger – gjort i EU-regi.

– Dersom NCE Node får denne «gullsertifiseringen», kommer vi i en europeisk elitedivi-



**STOLT OVER SAMARBEID:** Kommunal- og regionalminister Liv Signe Navarsete håper NCE NODE får europeisk gullsertifisering for velfungerende klynge-samarbeid. Hun er stolt av sørlandsbedriftene i NCE NODE.

sjon, sier daglig leder for NCE NODE, Kjell O. Johannessen.

## Anerkjennelse

Over 200 europeiske næringsklynger har gjennomgått en første benchmarking og sertifisering, som har kunnet lede frem til en «bronsesertifisering». Etter den første benchmarkingen, pekte evaluatorene på tre næringsklynger i hele Europa, som de mener har potensial for en

nyutviklet og høyere grad av benchmarking, som leder frem til en «gullsertifisering». NCE Node er én av disse tre næringsklyngene, som den siste tiden har gjennomgått en omfattende evaluering fra europeiske klyngeeksperter.

– I det hele tatt å bli nominert og identifisert som aktuell for denne toppsertifiseringen, er en fantastisk anerkjennelse for NCE NODE, og det viser at vi

gjør mye riktig i arbeidet med næringsklynger i Norge, sier Gunn Øvesen, administrerende direktør i Innovasjon Norge.

## Kvalitetsutmerkelse

De fleste land i Europa har omfattende programmer for næringsklynger. I EU-regi har det siden 2009 vært jobbet med å utvikle et felles system for benchmarking og sertifisering av slike klyngeorganisasjoner. Den

anerkjente sertifiseringsmetoden for lederskap i næringslivet, EFQM, har tjent som referanse når EU-programmet European Cluster Excellence Initiative har utviklet sertifisering for klyngeorganisasjoner. Man vurderer blant annet ledelse og organisasjon, samarbeidsevne, nærhet til bedriftene i klyngen, evnen til utvikling av regionale innovasjonssystemer, strategi og forankring.

## Kraftig økning

NCE NODE omfatter 58 bedrifter som leverer utstyr og løsninger til olje- og gassnæringen. I løpet av få år har antall ansatte i bedriftene økt fra 1.800 til 8.000, og omsetningen har gått fra 5 mrd. til 40 mrd. Gull-sertifiseringen vurderer samarbeidsarenaer, kompetanseheving og innovasjon i klyngen samlet.

# Node i europatoppen

Næringsklyngen Node, bestående av 58 olje- og gassbedrifter på Sørlandet, kan bli den første som får gullsertifisering av EU.

## AGDER

Fra 18. – 20. april arrangeres European Cluster Conference 2012 i Wien. Her er Node, olje- og gassklyngen på Sørlandet hvor 58 bedrifter er representert, én av tre nominerte til å bli den aller første næringsklyngen i Europa som får den fremste utmerkelsen for velfungerende klynge-samarbeid – «gullsertifisering».

– Dette er veldig stort, og nesten litt uvirkelig. Det er en utrolig flott kreditering av alt det arbeidet vi gjør, og bare det å være nominert som én av tre, blant 200 næringsklynger, er utrolig stort, sier daglig leder i Node,



**GRUNN TIL Å SMILE:** Node-sjef Kjell O. Johannessen har all grunn til å smile etter at Node er plukket ut blant 200 næringsklynger i Europa til å kjempe om den gjeve utmerkelsen «gullsertifisering», for velfungerende klynge-samarbeid. FOTO: ARKIVFOTO: TORSTEIN ØEN Kjell O. Johannessen.

### Omfattende evaluering

Node-klyngen, som blant annet består av bedrifter som National Oilwell Varco, Sevan Marine og Aker Solutions, har hatt en formidabel vekst de siste årene, både i antall ansatte og i omset-

ning. Fra 2006 til 2012 har klyngen økt fra 1800 til 8500 ansatte, og omsetningen har i samme periode steget fra fem til 40 milliarder kroner. Nå har også EU merket seg denne veksten, og plukket ut Node blant 200 europeiske næringsklynger. De to andre klyngene som har nådd

gjennom nåløyet, er fra Tyskland og Spania.

– Node har vært gjennom en omfattende evaluering fra europeiske eksperter i denne prosessen. Det ligger ingen synsing bak her, dette er et steintøft kvalitetsstyringssystem, understreker Johannessen.

### Tidsregning før og etter

Han reiser selv ned til Wien på onsdag for å delta på den tre dagers lange konferansen, og håper på å vende tilbake til Sørlandet med en gullsertifisering i lomma.

– Hvis vi får utmerkelsen, så vil vi oppleve et enormt internasjonalt fokus på Node og olje- og offshore-næringsklyngen på Sørlandet, sier Node-sjefen.

– Hva innebærer utmerkelsen, rent praktisk?

– Dette vil løfte landsdelen opp i en ny divisjon, og det er ikke bare bedriftene i klyngen som vil nytte godt av det, hele regionen vil bli løftet opp i en ny divisjon. Ja, vi får et diplom vi kan henge på veggen, men den

oppmerksomheten som vil følge etter en slikt utmerkelse, kan ikke måles i kroner og øre. Jeg tror vi kan snakke om en tidsregning før og etter en eventuell utmerkelse, forklarer Johannessen.

EU har siden 2009 jobbet med å utvikle et felles system for rangering og sertifisering av klyngeorganisasjoner. I vurderingen opp mot gullsertifiseringen har man blant annet vurdert ledelse og organisasjon, samarbeidsevne, nærhet til bedriftene i klyngen, evnen til utvikling av regionale innovasjonssystemer, samt strategi og forankring. Sertifiseringen vurderer ikke resultatene til enkeltbedriftene i klyngen, men ser utlukkende på hvor suksessfullt klyngeorganisasjonen jobber for å skape samarbeidsarenaer, kompetanseheving og innovasjon.

Tekst: Ingrid Michalsen  
ingrid.michalsen@fvn.no - 47383279

ARENDA SUKA 2012

**Torbjørn Urfjell, SV:**

Det blir spennende. Frittidspolitiker, men skal være der i jobben min, kommunikasjonsjef FN-sambandet. Vi vil finne ut av om dette er noe som blir nærheten av Almedalsvecka. For SV sin del betyr det besøk av Audun Lysbakken, med medlemsmøter for SV-ere og interesserte.



**Hans Antonsen, ordfører Grimstad, V:** Håper vi får ei uke som preges av at det politiske sentrum er på Sørlandet. Jeg har vært på liberal time, åpnet PROSIN i går og er publikum på andre, så uka blir herlig travel. Samtidig er det litteraturfestival i Grimstad!



**Kåre Gunnar Fløystad, Sp:**

Unik mulighet til å vise fram vår landsdel til hele det politiske Norge. Blir spennende å høre de gamle emnenser Willoch, Bondevik og Solheim på fredag. Også blir det moro å treffe folk. Vi har blitt utfordret av Frp til landbrukspolitisk duell, som vi selvsagt stiller opp på.



er senere har Randolph Endresen og Knut Henning Thygesen hvert n mellom Europabevegelsens leder Paal Frisvold og Nei til EU-leder



NEI OG NEI – DEN GANG OG NÅ: Knut Henning Thygesen var nei-mann i 1994, han er nei-mann nå, og er fornøyd med at Arendalsuka dro opp til ny debatt om forholdet til EU.

# Ja-siden tok feil i -94

**Debatten om medlemskap er lagt helt død. Nå må vi diskutere vår videre tilknytning til EU, også om EØS-avtalen, som ingen visste noe om i 1994, skal sies opp.**

TOR ELLINGSEN  
teel@agderposten.no 37 00 37 00

Det mener nei-mann Knut Henning Thygesen. Den tidligere ordføreren, og nå varaordføreren for Rødt i Risør, har alltid vært nei-mann. Under EU-avstemningen i 1994 var Thygesen leder i Risør Nei til EU, og fortsatt er han styremedlem i Aust-

Agder Nei til EU. Den 59 år gamle politikerveteranen og tomrerren, synes det var et flott initiativ av Arendalsuka å åpne for en debatt det har vært få av siden skjebneåret for 18 år siden.  
– Dere møtes altfor sjelden, sa også debattleder Stein Gauslaa til Nei-leder Heming Olaussen og Ja-leder Paal Frisvold.

**Et annet EU**

Det slutter Thygesen seg til. – Det er på høy tid å få i gang en debatt igjen. Ikke om medlemskap, det var også Frisvold helt klar på er uaktuelt. Men etter 18 år er EU et helt annet enn det vi tok stilling til i det som trolig var den viktigste beslutning som er tatt i vår generasjon, sier Thygesen med tyngde

etter debatten på Kanalplassen. Det finnes mange nyanser av EU-motstandere. Thygesen er «hard core» og vil ha vekk EØS-avtalen.

– Folket tok aldri stilling til EØS-avtalen. Den kom etter avstemningen, og var opprinnelig begrenset til kun økonomiske forhold. Men som Olaussen påpekte, er det hele 40 prosent som ikke kjenner til avtalen og hva den innebærer. Ny oppmerksomhet og debatt kan gjøre denne mer kjent og gjøre det lettere for folk å gjøre seg opp en mening, sier Thygesen. Han legger til at det finnes mange ulike tilknytningspunkter til EU, og at selv Ja-til EU-lederen i debatten var åpen for ny debatt om vår EU-tilknytning.

Men etter å ha hørt den snauve timen med Olaussen og Frisvold, må han medgi at mange av argumentene er de samme som alltid.

**Deltar internasjonalt**

– Ja-siden sier vi ikke må isolere oss, at vi søke samarbeid og tilknytning. Det er vel knapt et land som har så åpen økonomi, som deltar så mye internasjonale fora, gir så mye i bistandsmidler og har så mange samarbeidsprosjekter med utlandet som Norge, sier Thygesen.  
– Men bør vi ikke være med for å få medbestemmelse?  
– Norge utgjør en prosent av EUs medlemmer, spørsmålet om er om det gjør en forskjell om vi med eller ikke. Dessuten

har EU alltid vært og er, en grunnleggende udemokratisk organisasjon, hvor det til slutt blir som Merkel vil, mener Thygesen.

Han vil ikke si at Nei-til siden fikk rett den gangen for 18 år siden. Men strekker seg til å slå fast følgende:

– Mye av ja-sidens skremsepropaganda om hvor ille det ville gå om vi sto utenfor, har ikke slått til. Samtidig har ikke Norge blitt det som vi trodde etter seieren i 94. Vi trodde på et samfunn med mindre ulikhet, mer miljø og grønnere verdier. Men vi har i alle årene etterpå også hatt EU-vennlige regjeringer selv om folket er imot, minner den standhaftige EU-motstanderen om.

## DEBATT

### EUROPA

#### Fra byråkrati til demokrati

**Vår egen landsdel avindustrialiseres, mange av våre innlandskommuner ser ikke ut til å kunne gjøre noe med dårlig levekårsstatistikk og den offentlige forvaltning er overmoden for en restrukturering.**

Vi vil kanskje helst glemme det hele og dra på sykkelstur til vakre Skagen. I Danmark har alle vikeplikt for syklistene, sykkelstiene er fine og butikkene er små og hyggelige. Har ikke de sørget for å få dagligvarebaroner som Hagen og Reitan?

Har norske politikere sovet i timen eller er de bare blitt vant med at medlemslandene i EU bestemmer det som skal bestemmes for oss? Avmakt ser ut til å være et økende fenomen. I 1994 stemte 52 % av kristiansanderne for norsk representasjon på Europas viktigste møteplass - EU. Mangelen på representasjon siden den gang blir mer og mer utslagsgivende for oss.

I perioden 1992 til 2011 har Stortinget votert over 287 EU-saker, av disse ble 265 enstemmig vedtatt, og de siste 22 ble vedtatt med et solid flertall. Vårt samarbeid med EU er preget av et demokratisk under-skudd.

Vi overtar politikk og regler fra EU på et omfattende og bredt

felt, uten å være medlem og uten å ha stemmerett. Vi deltar ikke i beslutningsprosessene, men det er et bredt politisk flertall i Stortinget som har gjort vedtakene. Når iherdige EU-motstandere har funnet et direktiv som kan vinkles negativt er jo direktivet ferdig debattert for mange år siden i Europaparlamentet der Norge ikke er representert fordi vi mangler fullt medlemskap. Europautredningen som ble bestilt av Utenriksdept. viser at av våre ca 600 lover inneholder omtrent 170 i stor grad EU-rett og det samme gjør 1000 norske forskrifter. Gjennom EØS-avtalen og andre avtaler har vi overtatt 3/4-deler av EUs bestemmelser. Den gjenstående 1/4 er i store trekk medbestemmelse.

Norges forhold til EU er ikke bare regulert gjennom EØS-avtalen, men også gjennom en rekke andre avtaler som danner rammen for Norges tilknytning til EU. De viktigste avtalene - av totalt 74 avtaler - med EU er Schengen-avtalen, Europol, Dublin-avtalen, Eurojust, Cepak-avtalen, Lugano-

konvensjonen, Prüm-avtalen, Deltagelse i Det europeiske senter for narkotikaovervåking, Avtale om gjensidig bistand i straffesaker og Avtalen om den europeiske arrestordren. Avtale om deltagelse i EUs satelittsenter, Rammeavtale om deltagelse i EUs sivile og militære krisehåndteringsoperasjoner, Avtale om deltagelse i EUs innsatsstyrker (Nordic attle Group) og Avtale om deltagelse i Det europeiske forsvarsbyrået (EDA), Avtale om deltagelse i EUs programsamarbeid - om forsknings-samarbeid, utdanning, regionalt samarbeid (Interreg) m.m., og om deltagelse i EU-byråer, Avtaler på fiskerisektoren - om kvoter, overvåking, havnekontroll, markedsadgang m.m., Avtalen om Finansieringsordningen og Avtaler på landbrukssektoren - om handel og markedsadgang m.m.

For sørlandet er fullt medlemskap et viktig middel for regional utvikling og bedre lokaldemokrati.

**Arne H. Fjermeros**  
Europabevegelsen Vest-Agder



FOTO: SCANPIX

### POLITIKK

#### En god kriminalomsorg

**Kriminalitet er en trussel mot både samfunnet og enkeltmennesket. Kriminalitet skaper frykt i hverdagen og rammer liv, helse og**

## DEBATT

### EUROPA

## Alternativer til EØS-avtalen

I sitt leserinnlegg 27. juli under tittelen «Fra byråkrati til demokrati» ønsker tydeligvis lederen i Europabevegelsen i Vest-Agder, Arne H. Fjermeros, seg medlemskap i EU. Halve leserinnlegget er en oppsummering av mange av de avtalene vi har med EU.

Selvsagt skal vi samarbeide og samhandle med EU. Det er både naturlig og riktig. Det er premisene som er alt for ensidige, f. eks i den helt spesielle EØS-avtalen. Debatten bør derfor handle om hva slags samarbeid vi skal ha. Er virkelig den ensidige og helt spesielle EØS-konstruksjonen eneste mulighet for å ivareta norske interesser overfor EU? Her har den anerkjente «Alternativrapporten» som 15 organisasjoner står bak pekt på hele åtte mulige alternativer til dagens EØS-avtale, hvorav seks av alternativene betyr mindre grad av underkastelse under Brussels diktat enn dagens EØS. Ved bortfall av EØS vil den tidligere handelsavtalen med EU automatisk tre i kraft i samsvar med § 120 i avtalen. Norge ville kunne selge sine varer uten toll og andre handelshindringer omtrent som før, blant annet fordi WTO regulerer dette.

På grasrota og i blant annet fagbevegelsen i Norge vokser det fram



FOTO: KATARINA STOLTZ

en sterk uro over EØS-avtalens konsekvenser for det norske samfunnet og det norske arbeidslivet. De senere år har faglige rettigheter og tiltak for å hindre sosial dumping i tur og orden blitt utfordret av overvåkingsorganet i EØS, ESA, og EFTA-domstolen.

Alternativer til dagens EØS-avtale er derfor den nye EU-debatten i Norge. Ikke om norsk EU-medlemskap, men om hvor mye EU skal bestemme i vårt land. Til høsten kommer det ei stortingsmelding om EØS, til våren er det LO-kongress og om et drøyt år er det stortingsvalg. EØS-avtalen er på dagsorden for fullt. Vi opplever at mange nordmenn er svært urolige over EUs utvikling, som ser at EØS-avtalen gir EU altfor sterk makt over samfunnsutviklinga i Norge. Disse ønsker seg kort sagt at Norge skal styres fra norske folke-

valgte organer, ikke fra ukjente og fremmede byråkrater i Brussel.

Fjermeros gir inntrykk av at det er stor enighet på Stortinget med at de aller fleste EU-sakene blir enstemmig vedtatt og at det er kun et fåtall av sakene som det er uenigheter om. Det er jo de kontroversielle sakene som er problematiske for oss. Her hjemme har vi hatt omfattende politiske debatter om EUs postdirektiv (veto), datalagringsdirektivet, AMT-direktivet (alkoholreklame på TV), vikarbyrådirektivet, hjemfallsordninga, bankinnskuddsgarantidirektivet m.fl. Til og med det hjemlige NHO er for tiden på krigsstien, sammen med LO, Statoil og regjeringa, mot EUs forordning om sikkerhet ved olje- og gassutvinning. Har ikke Fjermeros en gang oppdaget dette? Andre konfliktsaker står i kø; Forbrukerdirektivet, Hurtigruta, bruk av vannscootere, differensiert arbeidsgiveravgift (omkamp?), helsedirektivet, streikeretten m.m. Har ikke Europabevegelsen oppdaget alle disse problemene for Norge og det samfunnet vi ønsker å ha?

**Magnar Nomedal**

Leder i Vest-Agder Nei til EU

### RELIGION

## Omskjæring

I Tyskland og Danmark har sommerens absolutt største debattenne vært omskjæring av

g  
v  
f  
l  
f  
a  
t  
s  
r  
i  
r  
f  
c  
l  
s  
s  
f  
å  
r  
a  
c  
t  
g  
f  
r  
r  
a  
f  
i  
l  
c  
t

## Mulighetene for Agder til å hente støtte fra EU har aldri vært større

# Muligheter i Europa

### INNSPILL

**En rekke land** i EU er i dag i krise. Denne krisen vil trolig vedvare. For å avhjelpe situasjonen vil EU på lang sikt satse betydelige midler på økonomisk vekst og nye arbeidsplasser gjennom EUs programstruktur. Disse midlene kan også aktører fra Agder søke, og gjennom Regionplan Agder 2020 og et proaktivt regionalt støtteapparat har forutsetningene for deltakelse fra Agder aldri vært bedre.

**De fleste EU-**landene er i dag i krise med lav eller negativ økonomisk vekst og høy arbeidsledighet. Videre har EU-landene, som oss, store utfordringer bl.a. knyttet til klima, energi og demografi. EU ønsker å bidra til å løse disse utfordringene gjennom satsingene i Europa 2020-strategien. Strategien fremhever følgende utviklingsområder:

- **Smart vekst** – mer innovasjon
- **Bærekraftig vekst** – mer effektiv bruk av ressursene
- **Inkluderende vekst** – alle skal ta del i veksten

**Målene over skal** nås ved hjelp av «gulrot og pisk». Piskene er å pålegge medlemslandene å utarbeide nasjonale strategier for hvordan disse målene skal nås. EU vil også innføre direktiver som setter krav til hvordan ulike sektorer skal bidra. Mange av direktivene gjelder, gjennom EØS-avtalen, også for aktører på Agder. Dette har allerede fått konsekvenser. For eksempel har strengere krav til klimautslipp ført til en betydelig økning i energitilgiftene for prosessindustrien på Sørlandet.

**På den annen** side har EU en rekke «gulrotter» for å stimulere til smart, bærekraftig og inkluderende vekst. Europakommisjonen har foreslått et budsjett på 1000 mrd. Euro til felles satsinger frem mot 2020. En betydelig del av disse midlene vil gå til vekstskapende programmer, og Agder kan søke slike midler. Det er i tillegg en trend at nasjonal finansiering av forskning og utvikling i større grad knyttes opp mot europeiske programmer. Fra 2014 er det derfor sannsynlig at en betydelig andel av Norges Forskningsråds midler vil være knyttet opp mot ulike EU-programmer.

**For Agder vil** evne til nytenking, omstillingsevne og innovasjon være avgjørende for å møte utfordringer knyttet til globalisering. Forutsetningene for å utnytte mulighetene i EU systemet har aldri vært bedre. Regi-



Reklameplakat for EU – i Brüssel.

FOTO: VIDAR FLØDE

onen har vedtatt en felles utviklingsplan – Regionplan Agder 2020.

I planen er det satt mål og utarbeidet strategier på hvordan Agder skal utvikles på viktige samfunnsområder. Regionplanen er fulgt opp med en egen internasjonal strategi, som gjennom økt samhandling på Agder, skal bidra til bedre utnyttelse av finansieringsordninger som finnes i EU. Det er vedtatt en regional FoU-strategi som skisserer satsningene på forskning. Regionen har i tillegg et støtteapparat som arbeider aktivt med europeisk samarbeid og bidrar til at aktører blir med i de riktige prosjektene og konsortiene.

**Agder er en** markant eksportregion som er avhengig av helse-tilstanden i internasjonale markeder. Næringslivet kjemper hver dag et verdensmesterskap med stadig tøffere internasjonal konkurranse. Sentralt for å fortsette å vinne denne kampen, er kontinuerlig utvikling og innovasjon for å bedre produkter, tjenester og prosesser. Dette kan gjøres i samarbeid med andre bedrifter og relevante forskningsinstitusjoner i Europa.

**I forsknings-** og innovasjonsprogrammet, Horizon 2020, skal deltakere utvikle teknologier som gjør industribedrifter mer konkurransedyktige og dermed

skaper nye arbeidsplasser. En sentral prioritering vil være å gjøre produksjonsprosessene for industrien mer energi- og ressurseffektive. Prosessindustrien på Sørlandet som daglig arbeider med å effektivisere sine produksjonsprosesser, kan gjennom samarbeid med industribedrifter i Europa dermed hente erfaringer, kompetanse og teknologi, og samtidig prøve ut nye løsninger.

**Regionen har en** offentlig sektor som skal håndtere en varslert eldrebeholdning og desentralisering av viktige helsetjenester. Dette krever effektivisering og samordning av tjenestetilbudet som kommunene gir. Nytenking og

omstillingsevne, vil bidra til å løse disse utfordringene. EUs samarbeidsprogram delfinansierer erfaringsutveksling mellom regioner i Europa. Disse programmene kan brukes av kommunene i arbeidet med samhandlingsreformen, der nye strukturer for samarbeid mellom kommunene og mellom kommunene og sykehusene står sentralt.

Våre naboland har erfaring med dette. Det vil derfor være nyttig for Agder å se på tilnærminger for hvordan samhandling innenfor helse er blitt løst i våre naboland.

**Agder har sterke** forskningsinstitusjoner som Universitet i Agder, Teknova og Agderforskning. For å sikre høy kvalitet og attraktive forskningsinstitusjoner, og for å holde regionen oppdatert på kompetanse, må en samarbeide med de internasjonalt beste miljøene der en i utgangspunktet har fortrinn.

**EUs forsknings-** og utviklingsprogram skal fremme utvikling av nye teknologi og økt samarbeid mellom næringslivet og forskningsinstitusjoner. Sikkerhet knyttet til kritisk infrastruktur blir stadig viktigere bl.a. i forhold til mer komplekse systemer og ved bruk av IKT. UiA har et sterkt forskningsmiljø på å sikre slik infrastruktur mot såkalte «cyber attacks».

Universitetet har i den sammenheng etablert samarbeid med ledende aktører i Europa og lokale bedrifter for å utvikle og prøve ut ny teknologi på området. Prosjektet vil gjøre UiA ledende i Europa på fagfeltet, og de deltakende bedriftene vil få tilgang til læring og «state of the art» løsninger.

**Mulighetene for Agder** til å hente støtte fra EU har aldri vært større. EU vil fra 2014 satse på programmer som skal bidra til økonomisk vekst og nye arbeidsplasser. I disse programmene kan også Agder delta. Forutsetningene for deltakelse fra Agder har heller aldri vært bedre. La oss gjennom samarbeid på Agder utnytte mulighetene i EU. Den som intet våger intet vinner!

**Tor Arne Johnsen**  
Daglig leder Sørlandets Europakontor

**Søren Kragholm**  
Seniorrådgiver Universitet i Agder

**Rita Schage**  
Avdelingsleder  
Innovasjon Norge Agder

**Siren M. Neset**  
Regional representant i Agder,  
Norges forskningsråd



## **Intervjuguide til NODE, Eyde og Sørlandets Europakontor**

### **SØRLANDETS EUROPAKONTOR**

#### **Bakgrunn**

- Litt om din bakgrunn
- Kan du fortelle litt om organisasjonens bakgrunn ?
- Verdigrunnlag, samarbeidspartnere og hovedinteressenter.

#### **Europa og Sørlandet**

- Hvilke interesser er det som synliggjøres i Europa som burde bli tydeligere her hjemme ?
- Hva slags ansvar har dere for å videreformidle dette ?
- Det er mye fokus på alternativer til EØS avtalen i media. Hva vektlegger dere når dere kommuniserer muligheter i Europa ?
- Hva slags type prosjekter har dere å tilby til næringslivet som er spesielt viktige for Agder?
- Hvilke fordommer møter dere fra næringslivet?

#### **Samarbeid**

- Det står i årsrapportene at dere i større grad enn før blir kontaktet av næringslivet. (Hva er grunnen til dette?)  
Hvordan jobber kontoret for å nå ut til aktører i næringslivet, og hva slags kontakt har dere etablert i dag?
- Hvilke målgrupper i næringslivet anser dere som sentrale for regional utvikling ?
- Det står at dere har samarbeidet både med EYDE og Agder- energi. Hvordan er disse sentrale aktører i EU debatten?
- Hvilke aktører dere ønsker å nå?

- I media står det om allianse for offshoreenergi med midt Jylland for NCE NODE og energieffektiviseringsprogrammer for EYDE. Hva kan dere bidra med for næringslivet? Spesielt med tanke på NODE og EYDE?
- Hva gjør dere for å motivere til prosjektsamarbeid ?

### **Mediedekning**

- Normativt grunnlag hva burde vært mere synlig i mediebildet om europeisering av næringslivet slik dere ser det?
- Hvordan ønsker dere å fremstå i mediene, hva er viktig, hvem ønsker dere å nå ? Ser en artikkel 18.7.2012 som fokuserer på muligheter og 2020 strategi der det står om strengere klimadirektiver er et aktuelt tema for prosessindustrien, vil et tettere samarbeid være aktuelt ? Det står om at EU kan bidra til å stimulere smart, bærekraftig og inkluderende vekst og mer konkurransedyktige som skaper arbeidsplasser. Er det deres oppgave å kommunisere dette til næringsaktører?
- Hvem retter kronikken dere har publisert i Agderposten seg mot? " Muligheter i Europa", 15.06.2012 ?  
"EU vil fra 2014 satse på programmer som skal bidra til økonomisk vekst og nye arbeidsplasser. I disse programmene kan også Agder delta. Forutsetningene for deltakelse fra Agder har heller aldri vært bedre. La oss gjennom samarbeid på Agder utnytte mulighetene i EU. Den som intet våger intet vinner!"
- Hvilke fordommer møter dere Fra næringslivet, og fra mediene ?
- Timing for kommunikasjon i mediene. Fredspris, Europautredningen. Opplever dere at disse hendelsene har satt EU mer på dagsorden ?
- Det er mye fokus på euro og krise i dagens mediebilde. Opplever Sørlandskontoret at dette preger de som tar kontakt med dere? Holdninger til EU og prosjektsamarbeid ?
- Hvilke interesser er det som synliggjøres i Europa som burde vært på dagsorden her hjemme ?

## SPØRSMÅL TIL EYDE OG NODE

- Litt om din bakgrunn
- Kan du fortelle litt om organisasjonens bakgrunn ?
- Verdigrunnlag, samarbeidspartnere og hovedinteressenter
- Deltar noen av bedriftene i internasjonalt samarbeid ? Hvis med hvem ?
- Hvis ikke- hvorfor ikke eller ser dere behov ?

### TIL EYDE :

*" Mange av direktivene gjelder, gjennom EØS-avtalen, også for aktører på Agder. Dette har allerede fått konsekvenser. For eksempel har strengere krav til klimautslipp ført til en betydelig økning i energiutgiftene for prosessindustrien på Sørlandet ". På den annen side har EU en rekke gulrøtter for å stimulere til smart, bærekraftig og inkluderende vekst".*

- Hvordan påvirkes næringsklyngen av EØS avtalen / direktiver. Hvilke ? og offentlige lover/regler?
- Hvilke programmer vil gagne deres bedrifter ?
- Eyde har implementert 40 rettsakter fra EU på energiområdet og flere behandles. Hvordan jobber dere for å påvirke disse rammebetingelsene ?
- EYDE har vært i kontakt med Sørlandskontoret i forbindelse med energieffektivisering ( og prosjektbistand innen forskning og innovasjon EYDE, SECURE) og analyse på programmer og ble bedt om å søke ved neste runde..har dere opprettholdt denne kontakten ? Hva har den å si for dere som næring ?

### NODE

- NCE NODE har deltatt på møter i Alliansen med grønn offshoreenergi. SEK har forsøkt å få dem i kontakt med "Regions of Knowledge" Midtjylland. Har dere en egen avdeling som ivaretar bedrifters kontakt med EU ?
- Tar dere kontakt med mediene ? Hva ønsker dere å fremme ?
- I FVN står det skrevet mye om klimakrav og at den internasjonale krisa skaper problem for deler av eksportindustrien som presser opp kostnadsnivået. Klima er sentralt i mediene om dagen. Hvordan påvirker EU direktivene deres bedrifter?
- Arbeider dere aktivt med å påvirke innhold av EU-regelverk/ direktiver ?
- Hvordan brukere dere kontakt med media for å fremme deres arbeid ?

- Hvem har ansvar for mediekontakten?
- Er det noe dere ønsker innenfor deres industri som burde vært mer synliggjort i dagens mediebilde slik du ser det?
- Hvilke konsekvenser kan dette ha for næringsklyngen?
- Hvilke kanaler bruker dere for å få tilgang til informasjon, utlysninger og EU-programmer ?
- Er dere interessert i mere informasjon om EU og på hvilken måte er denne informasjonen viktig for deres bedrifter ?

Vedlegg 10.

### **Infoskriv til informant om å delta i intervju i forbindelse med masteroppgave**

Jeg, Anja Haug Tronrud er masterstudent i Samfunnskommunikasjon ved i Universitetet i Agder og holder nå på med den avsluttende masteroppgaven. Oppgaven dreier seg om *hvordan regionale medier fremstiller EU/EØS programmets betydning for regional utvikling? Og hvordan dette bildet samsvarer med sentrale bedrifters egen oppfatning?*

For å finne ut av dette har jeg tatt utgangspunkt i Europautredningen som kom ut i begynnelsen av 2012. Jeg vil foreta analyse av relevante avisartikler i perioden 01.11.2011-01.11.2012. I tillegg er det hensiktsmessig og intervju personer som arbeider med internasjonalisering av næringsklyngene, vet litt om hvordan EU/EØS avtalen påvirker bedriftene og industrien og bidrar til regional utvikling på Sørlandet.

Jeg er derfor interessert i å vite litt mer om hvordan dere arbeider opp mot Europa og hvordan dere forholder dere til deltakelse i europeiske prosjekter som er støttet av EU.

Spørsmålene er delt inn i fire ulike kategorier og vil dreie seg om:

Virksomhetens bakgrunn og viktige samarbeidspartnere med vekt på Europa.

Virksomhetens rolle i Europa og på Sørlandet. Virksomhetenes tanker og rolle i forhold til mediedekning og samfunnskommunikasjon. Noen av spørsmålene vil også ta utgangspunkt i regionale avisartikler som ble publisert i løpet den oppgitte perioden ovenfor.

Under samtalen vil jeg bruke jeg båndopptaker og ta notater. Intervjuet vil ta omtrent en halv time til en time der vi sammen er enige om tid og sted.

Det er frivillig å være med og du har mulighet til å trekke deg når som helst underveis, uten å måtte begrunne dette nærmere. Dersom du trekker deg vil alle innsamlede data om deg bli anonymisert. Opplysningene vil bli behandlet konfidensielt, og ingen enkeltpersoner vil kunne gjenkjennes i den ferdige oppgaven. Opplysningene anonymiseres og opptakene slettes når oppgaven er ferdig, i løpet av våren 2013.

Det er kun jeg og min veileder som har tilgang til data og opplysningene som oppgis under intervjuet. Når oppgaven publiseres vil den være tilgjengelig på nett via Universitetet i Agder, dersom informant ikke har innvendinger. Før publisering vil jeg foreta en sitatsjekk

med informant og be om samtykke for publisering av eventuelle sitater som blir brukt i oppgaven.

Dersom du er villig til å stille til intervju under disse forutsetningene, er det fint om du skriver under på samtykkeerklæringen. Dette kan gjøres når vi møtes til det avtalte intervjuet.

Hvis det er noe du lurer på kan du ringe meg på 99477765, eller sende en e-post til [anja.h.tronrud@gmail.com](mailto:anja.h.tronrud@gmail.com)

Du kan også kontakte min veileder Elise Seip Tønnessen ved institutt for Nordisk og mediefag på e-post [elise.s.tonnessen@uia.no](mailto:elise.s.tonnessen@uia.no)

Samtykkeerklæring:

Jeg har mottatt skriftlig informasjon og er villig til å delta i studien.

Signatur ..... Telefonnummer .....