

Media og Agendasetting

Hvordan påvirker media agendasetting i lokalpolitiske beslutningsprosesser? – En studie av media sin påvirkning i agendasettingen i Hovesaken.

ELIN BRINGSVÆR BOTNE

VEILEDER

Charlotte Kiland

Universitetet i Agder, 2023

Fakultet for Samfunnsvitenskap

Institutt for Statsvitenskap og ledelsesfag

Sammendrag

Denne masteroppgaven analyserer hvordan media påvirker agendasettingsprosessen i lokalpolitiske beslutningsprosesser. Hovesaken blir brukt som case for å studere tematikken. Ved sosiale mediers inntog i dagens medielandskap viser hovedfunnene at redaktørstyrte mediers portvokterrolle har blitt utfordret. Sosiale medier gir mulighet til et større aktør - og menings mangfold. Innenfor dette mangfoldet råder det et polariserende debatt - miljø som karakteriseres av et skarpere ordskifte enn det som finnes innenfor redaktørstyrte medier. Oppgaven viser også at det finnes et gjensidighetsforhold mellom redaktørstyrte - og sosiale medier.

Det blir brukt teori og agendasetting, og flerstrømsperspektivet med sikte på å kartlegge hvem som kan defineres som politiske entreprenører for å undersøke hvem som har hatt mulighet til å påvirke agendasettingsprosessen, samt teori om «framing» for å finne ut hvilke fremstillinger av saken som har vært fremtreende blant politiske entreprenører

Et holistisk perspektiv hvor casen blir sett på i et helhetlig perspektiv og studert på et overordnet nivå, er benyttet. Hensikten med å studere fenomen (i denne sammenheng agendasetting) i sin kontekst er å få økt innsikt i temaet som undersøkes. Videre har det blitt benyttet en kvalitativ metodologisk tilnærming med data fra både medieoppslag og podkast for å svare oppgavens overordnede problemstilling. Analysen vil være en kvalitativ innholdsanalyse hvor funn i fra medieoppslag og podkasten presenteres og sammenlignes.

Forord

Etter endt bachelorstudier i sosiologi, etterfulgt av masterstudie i statsvitenskap og ledelse ved Universitetet i Agder, har jeg hatt stor glede av å få mulighet til å tilnærme meg spennende teori om samfunn, politikk og ledelse som jeg ser frem til å benytte meg av videre i livet. Studiet i statsvitenskap og ledelse har vært utfordrende, spennende og mest av alt lærerikt.

Først og fremst vil jeg rette en stor takk til min veileder Charlotte for tålmodighet, kloke ord og vurderinger, og ikke minst for at du introduserte meg til oppgaven.

Deretter vil jeg takke mamma og pappa for deres ubetingede støtte, og deres tiltro.

Tusen takk til mine venner for deres gode humør og oppmuntrende ord.

Deretter vil jeg takke Dexter for at du er min følgesvenn.

Til slutt vil jeg rette en stor takk til min samboer Tom Christian for omsorg, støtte og tilrettelegging.

Dere har alle vært unnværlige i denne prosessen.

Elin Bringsvær Botne Juni 2023

Innholdsfortegnelse

SAMMENDRAG.....	2
FORORD	3
1. INNLEDNING.....	6
1.1 INTRODUKSJON TIL OVERORDNET TEMATIKK.....	6
1.2. PROBLEMSTILLING.....	6
1.3 CASE OG KONTEKST.....	7
1.4 MASTEROPPGAVENS VIDERE STRUKTUR.....	9
2. TEORI	9
2.1. KINGDON OM AGENDASETTING	9
2.1.1 Flerstrømsperspektivet.....	10
2.1.2 Problemstrøm	11
2.1.3 Løsningsstrøm.....	11
2.1.4 Politikkstrøm.....	12
2.2 MULIGHETSVINDUER OG POLITISKE ENTREPRENØRER	13
2.3 AGENDA BESTEMT AV HVORDAN PROBLEMER KONSTRUERES.....	16
2.3.1 Framing som prosess.....	17
2.3.2 Spillrammer.....	18
2.4 MEDIAS ROLLE I AGENDASETTING.....	20
2.5.1 Redaktørstyrte medier som politisk kommunikasjonsplattform.....	22
2.5.3 Sosiale medier som politisk kommunikasjonsplattform.....	25
2.5 OPPSUMMERING TEORI	26
1. METODE	27
3.1 VALG AV FORSKNINGSDESIGN.....	27
3.2 METODISK TILNÆRMING.....	28
3.3 MEDIEOPPSLAG SOM DATAKILDE	29
3.3.1 Datamaterialet.....	29
3.3.2 Analysestrategi.....	30
3.4 PODKAST SOM DATAKILDE	30
3.4.1. Datamaterialet.....	31
3.4.2 Analysestrategi.....	32
3.5 FORSKNINGSETISKE VURDERINGER.....	32
3.6 VALIDITET OG RELABILITET.....	33
4 PRESENTASJON AV FUNN	34
4.1 MEDIENES DEKNING AV SAKEN	34
4.1.1 Lanseringen av Canvas Hove.....	35
4.1.2 Den lukkede prosessen	38
4.1.3 Lokalvalget i 2019.....	40
4.1.7 «Giftig debattklima på internett».....	41
4.1.8 Arbeidet med reguleringsplanen	43
4.2 HOVEDFUNN FRA PODKASTEN.....	45
4.2.1 Agderpostens redaktør sine redaksjonelle vurderinger	47
4.2.2 Facebooksiden «Bevar Hoveodden»	48
5. DRØFTING	50
5.1.2 Avsløringene om de hemmelige møtene mellom HDU og Lowcamp	52
5.1.3 Lokalvalget i 2019.....	52
5.1.4 Intensjonsavtalen med dyreparken	53
5.2 HVILKE FRAMES ER TYDELIGE I MEDIEOPPSLAGENE OG I PODKASTEN, OG HVORDAN FREMSTILLES HOVESAKEN AV DE ULIKE INVOLVERTE AKTØRENE?	54
5.2.1 «Innovasjon».....	54

5.2.2 «Kameraderi».....	55
5.3 HVORDAN HAR HENHOLDSVIS REDAKTØRSTYRTE MEDIER OG SOSIALE MEDIER PÅVIRKET DET OFFENTLIGE ORDSKIFTET I HOVESAKEN?	55
6. KONKLUSJON	57
REFERANSER	58
DATAMATERIALET FRA ATEKST	64
PODKASTEN.....	69

1. Innledning

1.1 Introduksjon til overordnet tematikk

Denne studien undersøker hvilke aktører som påvirker agendasetting i lokalpolitiske beslutningsprosesser, med særlig fokus på hvordan redaksjonsstyrte - og sosiale medier kan brukes for medvirkning i kommunale planprosesser. Plansaker er ofte komplekse og med flere berørte og interesserte parter. I et stadig voksende medielandskap, med flere ulike medieplattformer får aktører mulighet til politisk påvirkning på en helt annen måte en før. Tidligere er det redaksjonelle medier som har hatt en portvokterrolle for hvilke nyheter som kommer ut til publikum. Med fremveksten av sosiale medier blir det argumenter for at redaksjonelle mediers portvokterrolle blir svekket. Basert på at politiske aktører og øvrig befolkning kan nå ut til publikum gjennom deres egne kanaler eller profil på sosiale medier, vil redaktørstyrte medier få en ny rolle i offentlige nettverk, som «kuratorer» som produserer journalistikk, men som også verifiserer, velger og presenterer innhold fra forskjellige brukere. Tidligere har massemedier satt premiss for en nyhetsmedia - logikk der individer, institusjoner, organisasjoner og selskaper måtte forholde seg til medieaktører. Nå må medieaktører forholde seg til sosiale mediers logikk, på lik linje med politiske aktører og befolkningen (Kalsnes, 2016, s. 78 - 79).

Casen som skal undersøkes er Hovesaken, som utspiller seg på Tromøya i Arendal kommune. Saken har i en rekke sammenhenger blitt omtalt som kontroversiell og polarisert, og har skapt stor mediaoppmerksomhet og debatt. Saken er særlig interessant fordi den ligger i skjæringspunktet mellom interesser som knytter seg til kommunal næringsvirksomhet, og vern av natur og kulturlandskap i det som blir beskrevet som et av Sørlandets viktigste naturlandskap.

1.2. Problemstilling

Følgende problemstilling skal undersøkes i denne studien:

Hvordan påvirker media agendasetting i lokalpolitiske beslutningsprosesser?

1.3 Case og kontekst

Hovesaken omhandler i utgangspunktet en plansak som har vært grunnlag for stor debatt siden 2018, da det ble bestemt at driften på campingområdet på hoveodden skulle omorganiseres. Den moderne delen av Hovehistorien startet i 2002 da Hovedrifts og – utviklingsselskap ble etablert. Hovedrifts og – utviklingsselskap (heretter kalt HDU) er et kommunalt aksjeselskap som er heleid av Arendal kommune, og som har ansvar for å drifte campingområdet på kommunens eiendom på Hove. I samarbeid med lowCamp AS, der Vebjørn Haugerud og John Fasting er henholdsvis dagligleder og styremedlem, ble det i 2018 opprettet et selskap som het Canvas Hove AS. Ifølge den første pressemeldingen publisert av NRK Sørlandet den 16.10.2018, fremkom det at hensikten med dette var å utvikle et nytt og innovativt overnattings - og aktivitetstilbud på kommunens eiendom på Hoveodden. «*Planen er å etablere restaurant, tretopp-hotell, designhytter og teltplasser for å bli Norges foretrukne destinasjon for sjønære aktiviteter*» (NRK, 2018).

En direkte konsekvens av omorganiseringen var at sesongcamperene på Hove – camping ikke fikk fornyet sine ettårskontrakter, og måtte pakke sammen vogner, spikertelt og plattinger innenfor en tidsramme på under et år. Området har tidligere vært landskapsvernområde med en streng forvaltning. Ved opprettelsen av Raet nasjonalpark i desember 2016 ble landskapsvernet opphevet og området Hove Camping ble stående igjen uten vern etter naturmangfoldloven» (Statsforvalteren i Agder, 03.09.2019). I tiden før canvas hove som planprosjekt ble kjent var det enighet blant aktørmangfoldet i saken om at campingplassen var moden for en oppdatering, og at endringer burde skje. Da det ble klart hva disse endringene innebar, og hvordan prosessen hadde foregått, ble saken gjenstand for heftig debatt. Dette kom til uttrykk både i redaktørstyrte medieoppslag, og i sosiale medier særlig gjennom Facebook gruppen «Bevar hoveodden». Agderposten lagde i tillegg en podkast med navn *kampen om hove* med 7 episoder i fra 2021 til 2022. I podkasten intervjues ulike fremtreende personer i saken, om hva deres rolle har vært og hvilken oppfatning de har om hva saken handler om. Podkasten vil bli brukt i analysen for å undersøke ulike aktørers oppfattelse av saken og hva den handlet om, men også hvordan Agderposten som redaktørstyrt media fremlegger saken.

Innenfor statsvitenskapen er det særlig interessant å studere hvordan ulike aktører innenfor en lokal beslutningsprosess påvirker agendasettingen i en lokalpolitisk beslutningsprosess, som hovesaken er et eksempel på.

Striden har stått på hva som skal være lov og ikke og hvem som har rett til å drive og om i det hele tatt det skal være lov med camping på dette området. Canvas Hove overtok driften i 2019, men har ventet på en varig reguleringsplan, de ønsket en reguleringsplan som var tilpasset sin drift. Arbeidet med reguleringsplanen har vært en omfattende og lang prosess, som har strukket seg på en tidslinje på over fire år, med behandling i kommunale, regionale og statlige organ. Reguleringsplanen ble ferdigbehandlet etter flertallsvedtak i bystyret, etterfulgt av mekling av statsforvalteren. Flere motstandere klaget på vedtaket, og våren 2023 erklærte statsforvalteren seg inhabil, og har oppnevnt eksternt klageorgan.

Under ett år etter at HDU offentliggjorde canvas hove som reguleringsprosjekt var det duket for kommune – og fylkestingsvalget høsten 2019. Hovesaken ble gjenstand for stor debatt, og protestpartiet «hovelista» ble dannet, og endte opp med å få 5,9% av stemmene og fikk dermed to representanter inn i bystyret. I en statsvitenskapelig sammenheng blir det interessant å studere hvordan medier påvirker agendasettingen i en lokalpolitisk beslutningsprosess. Som et resultat av sosiale mediers fremvekst, er det et større aktørmangfold som har mulighet til å påvirke det offentlige ordskifte, gjennom for eksempel medieplattformen Facebook.

Casen skal undersøkes på en tidslinje fra 2018, da saken først kom på agendaen, frem til april 2023, da det blir foretatt et reguleringsvedtak av området.

1.4 Masteroppgavens videre struktur

Oppgaven er delt inn i seks kapitler. Det første kapitlet gir en introduksjon til overordnet tematikk, og problemstillingen som skal undersøkes. I kapittel to blir det gjort rede for teorier som er brukt for å besvare oppgavens overordne problemstilling og forskningsspørsmål. Videre vil metodevalg presenteres og forklares. Deretter vil funn i fra 20 medieoppslag, og podkasten til Agderposten presenteres. Til slutt vil funnene drøftes, og det vil bli forsøkt å besvare oppgavens forskningsspørsmål som er viktige inntak for å belyse oppgavens overordne problemstilling.

2. Teori

I dette kapitlet vil det teoretiske grunnlaget for oppgaven beskrives og gjennomgås. For å undersøke problemstillingen i denne studien vil jeg benytte en utfyllingsstrategi (Roness,1997), som innebærer at jeg anvender ulike teoretiske inntak. Denne eklektiske tilnærmingen (Sil & Katzenstein, 2010) har som mål å åpne for fortolkninger i analysen av det empiriske materialet, og i så måte oppnå komplementær innsikt om agendasetting i Hovesaken. Kingdon (2003) sin teori om agendasetting, politiske entreprenører og mulighetsvindu utgjør utgangspunktet for å undersøke hvem som har fungert som sentrale aktører i Hovesaken, og hvilke hendelser som har ført til at saken settes på agendaen. Videre vil jeg anvende teorien om «framing» for å belyse hvordan saken er fremstilt av involverte aktører. Til slutt vil jeg benytte teori om mediers rolle i agendasetting, og media som politisk kommunikasjonsplattform, som gir innsikt til å forklare hvordan politiske saker fremstilles og debatteres både i redaktørstyrte medier og i sosiale medier.

2.1. Kingdon om agendasetting

Agendasetting handler i stor grad om hvilke samfunnsgrupper som greier å fremme sine saker og forhindre at andre saker får (mer) oppmerksomhet. Det er grunnleggende at i et representativt demokratisk system, at det i siste instans er «folket» som har makten. I det

norske styresettet er det derfor sentralt at ulike samfunnsgrupper får komme til orde, og kanaliseringen av signaler fra samfunnslivet til det politiske systemet et essensielt trekk ved demokratiet (Vabo et al., 2020, s. 85) (ta dette inn i innledningen/sammendraget?). Jeg poengter at i denne studien rettes det fokus mot agendasetting, og ikke selve beslutningsprosessen, når vi videre skal se på hvordan politiske prosesser danner grunnlag for agendasetting og beslutninger. John W. Kingdon sin teori er en videreutvikling av den såkalte *Søppelspannmodellen* eller «garbage – can» modellen (Choen, March & Olsen 1972) som vektlegger å beskrive den politiske beslutningsprosessen som uforutsigbar og tilfeldig. Begge modellene tar sikte på å beskrive politiske beslutningsprosesser, men Kingdon går lengre i å innføre eksterne hendelser som åpner mulighetsvindu (Kingdon 2003). Det sentrale i Kingdons definisjon er at agendasettingsprosessen reduserer den store mengden av mulige saker til den saken som faktisk blir gitt oppmerksomhet, Altså, av alle tenkelige saker eller problemer er det bare noen få, politikerene retter oppmerksomheten mot. Kingdon definerer det første steget i politikk syklusen slik:

«The agenda (...) is the list of subjects or problems to which government officials, and people outside of government closely associated with those officials, are paying some serious attention to at any given time (Kingdon, 2003., s. 3). For å forsøke å beskrive og forklare hvorfor noen saker og problemer blir gitt oppmerksomhet, mens andre blir neglisjert, og hvorfor noen deltakere skal vi se på hvilke aktører som påvirker agendaen.

2.1.1 Flerstrømsperspektivet

Flerstrømsperspektivet, det Kingdon kalte (multiple streams framework) tar utgangspunkt i at det til enhver tid finnes tre uavhengige strømmer av; problemer, politikk og løsninger. Dette perspektivet er en måte å beskrive og forklare politikkutforming på som noe mer ustrukturert og flytende enn en lineær modell. Teoriens utgangspunkt er at disse tre strømmene kan eksisterer hver for seg, men antakelsen er at en *politikkentreprenør* (policy entrepreneur) kan koble sammen disse tre strømmene for å fremme sitt politiske forslag dersom det åpner seg et *mulighetsvindu* (policy window) (Zahariadis, 2016; Herweg, Zaharaidis & Zohlnhöfer, 2018). Det er først når disse strømmene kobles sammen at agendaen endres (Kingdon, 2003, s. 88). I denne studien er det særlig viktig å identifisere hva som defineres som mulighetsvindu, samt å kartlegge de sentrale politiske entreprenørene som påvirker agendaen gjennom å fremsette eller presse frem sin politiske sak.

2.1.2 Problemstrøm

Det er i følge Kingdon tre hovedgrunner til at det noen problemer får oppmerksomhet; indikatorer, spesielle hendelser eller tilbakemeldinger. *Indikatorer* er for eksempel statistikk. Dersom statistikk endrer seg kan politikere rette fokus mot det, og definere det som et problem. *Spesielle hendelser* blir kjent for politikere og innbyggere samtidig, og er situasjoner og kriser som oppstår uten forvarsel. Covid 19 pandemien er et eksempel på dette. Eksempel på *Tilbakemeldinger* kan være rapporter eller evalueringer som beslutningstakere blir gjort oppmerksomme på, for eksempel at en politikk ikke fungerer (Vabo, 2020, s. 106). Sannsynligheten for at et problem blir satt på agendaen blir større dersom den knyttes til et problem (Kingdon, 2003, s. 198). Tanken er at dersom en politisk entreprenør klarer å koble hovedsaken til et problem (for eksempel korrupsjon, sløsing med offentlige midler eller hemmelighold rundt offentlig anliggende beslutningstaking) er sannsynligheten større at den blir satt på agendaen. Når et problem får oppmerksomhet i offentligheten på grunn av indikatorer, spesielle hendelser eller tilbakemeldinger vil problemets videre utvikling avhenge av hvordan de involverte partene fortolker og oppfatter situasjonen, og problemer regnes derfor som sosialt konstruerte. Innrammingen av problemet er altså avgjørende for hvordan det eventuelt kobles opp imot de to andre strømmene (Vabo, 2020, s. 106).

2.1.3 Løsningsstrøm

Kingdon beskriver denne strømmen som en *ursuppe* (primeval soup) av ideer som flyter om hverandre i det han kaller for et *politisk fellesskap* (policy communities). I hvert politikkområde er det egne politiske fellesskap, som består av et avgrenset antall aktører fra interessegrupper, ansatte i sentralforvaltningen, akademikere, konsulenter og forskere som definerer området. I denne strømmen diskuteres, utforskes og avgrenses ulike muligheter for ny eller endret politikk (Vabo, 2020, s. 106). Hver aktør har sine egne spesifikke forslag for utvikling og oppfatning av hva som bør være fremtidige retninger. Involverte aktører er talsmenn for sine ideer og forslag, og prosessen er preget av argumentasjon. Videre i prosessen vil ideene gjennomgå faser hvor de presenteres for andre, og løsningsforslag konstrueres. Etter hvert blir det tydeligere hvilke politiske løsninger som trer foran andre og blir alternativer for beslutningstakere (Herweg, Zahariadis & Zohlnhöfer 2018, s. 23). Kingdon presenterer fire kriterier for overlevelse av forslag som får liv på den politiske agendaen: verdimeisig akseptabelt, politisk oppslutning, teknisk gjennomførbarhet og

finansiell levedyktighet. Tanken er at forslag og ideer til ny eller endret politikk har liten sannsynlighet for å overleve, dersom aktører i det politiske fellesskapet tviler eller stiller spørsmål ved om det er mulig å gjennomføre ideen eller forslaget, dersom det kommer på tvers av aktørers verdier, når et forslag koster for mye eller viss det oppfattes som lite trolig at et forslag vil få tilslutning fra et flertall i strømmen av politiske spill. Når det eksiterer minst et levedyktig alternativ til endret eller ny politikk, kan forslag og ideer som kommer opp i politikkstrømmen kobles til de andre strømmene (Vabo, 2020, s. 107).

Kingdon kaller opprinnelig strømmen for «policy stream», men i denne studien oversatt til løsningsstrøm. Bakgrunnen for oversettelsen er knyttet til den tredje strømmen, politikkstrøm (politics stream). For å skille strømmene fra hverandre, tituleres de med tydelige skiller for å gjenspeile strømmens innhold. Det finnes ingen direkte oversettelse av «policy» på norsk, og det blir utfordrende å oversette med tydelige skillelinjer. Formålet med idemyldring og argumentasjon blant aktører vil være å identifisere aktuelle løsninger på et problem, som mulig kan kobles til en utfordring eller sak. Likevel er oversettelsen «løsningsstrøm» noe missvidende fordi ikke alle ideer som eksiterer i løsningsstrømmen er ment for, eller tenkt til, og ende opp som en løsning.

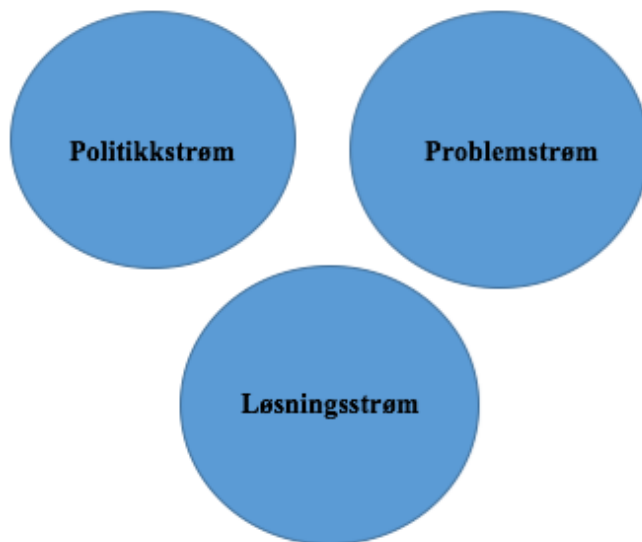
2.1.4 Politikkstrøm

Politikkstrømmen er sammensatt av tre hovedelementer: nasjonal stemning, kampanjer fra pressgrupper, utskifting av politikere og administratorer. Med *nasjonal stemning* menes det at en stor andel i eller rundt myndighetene tenker det samme om en sak, og som mer konkret viser til stemningen i opinionen (Harweg, Zahariadis & Zohlhöfer, 2018). Den nasjonale stemningen knyttes til det faktum at sosiale verdier i et samfunn stadig er i endring. Dette kan vise seg gjennom holdningskampanjer og meningsmålinger som framlegges for politikere gjennom blant annet media (Sabatier 2007, s. 9). Mediene kan presse opp forhold på den politiske agendaen som politikere i utgangspunktet ikke hadde planlagt å prioritere gjennom å selektivt tolke og presentere informasjon. Derfor har mediene en viktig opinionsdannende funksjon i den offentlige politikken (Zahariadis, 2015)

Kampanjer i fra pressgrupper sikter til organiserte grupper som er imot ny eller endret politikk. Jo større ressurser en slik pressgruppe har, og jo flere ulike pressgrupper som engasjerer seg imot et politisk forslag, jo mindre sannsynlig er det at en ide eller forslag vil

komme på den politiske agendaen. En pressgruppe kan opponere mot forslag til ny politikk, eller fremme forslag til ny eller endret politikk (Vabo, 2020, s. 107). I en kommunal kontekst kan en kombinasjon av nasjonal stemning og et kommende lokalvalg presse frem en sak på den politiske agendaen, og påvirke balansen mellom etablerte partier. *Utskifting av politikere og administratorer* sikter til for eksempel et regjeringsskifte.

De ulike strømmene i kingdons rammeverk eksisterer parallelt, men er allikevel ikke fullstendig uavhengige av hverandre, ettersom at valgresultatene i den politiske strømmen kan påvirkes av publikums forståelse av problemene som kommunen står ovenfor, derfor kan til en viss grad problemstrømmen og politikkstrømmen forbindes (kingdon, 2003, s. 88).



Figur 1.0 Illustrasjon av strømmene før de blir sammenkoblet. Basert på Kingdon (2003).

2.2 Mulighetsvinduer og politiske entreprenører

I kingdons rammeverk kalles aktører som jobber aktivt med å forutse og planlegge kobling av strømmene for å kunne skape ny eller endret politikk for politiske entreprenører (Kingdon, 2003, s. 122 – 123). De politiske entreprenørene jobber for at deres foretrukne løsning skal fanges opp i en politisk beslutningsprosess, og de blir omtalt som «idé pushere» som skaper ideer og arbeider aktivt for å oppdage og tilpasse muligheter som kan skape en etterspørsel for deres foretrukne løsning (Schneider mfl. 1995). Kingdon definerer deres rolle slik:

«(...)advocates who are willing to invest their resources, time, energy, money and reputation - to promote a position in turn of anticipated future gain in the form of material, purposive or solidary benefits” (Kingdon 2003. S. 179).

Endring i de tre strømmene kan føre til at det åpner seg et *mulighetsvindu* som skaper en anledning for at politiske entreprenører kan få oppmerksomhet for de problemene de er opptatt av, eller fremme forslag til sine løsninger. (Vabo, 2020, s. 108). Agendaen påvirkes ikke automatisk, selv om alle strømmene er modne for kobling, derfor må aktørene som ønsker å få sin sak på den politiske agendaen være klare når vinduet åpner seg (Zaharadis, 2007). Et mulighetsvindu er kun åpent i korte tidsrom og kan oppstå både uforutsigbart, gjennom for eksempel en krise, eller forutsigbart ved et valg. Muligheten for å bidra med innspillene som var tenkt kan være borte når politiske vindu lukkes. Derfor må man koble nye elementer i de tre strømmene sammen, fordi nye aktører er involvert frem til neste tidsrom. Howlett peker på at det eksisterer to grunnleggende typer politiske vinduer, saksvindu (problem window) og politikkvindu (political window). Skillet går mellom disse hovedtypene begrunnet i årsaken til at vinduet åpnes. Et politikkvindu kan åpnes gjennom at endring i omgivelsene gjør at et samfunnsfenomen blir aktuelt, som for eksempel gjennom at folks meninger endrer seg, eller gjennom et regimeskifte. Et saksvindu åpner seg som følge av et samfunnsfenomen fanger oppmerksomheten til relevante aktører og myndighetene (Howlett 1998, s. 499). I en lokalpolitisk kontekst som denne studien tar utgangspunkt i, kan det tenkes at lokalvalget i 2019 var mulighetsvinduet som de politiske entreprenørene arbeidet strategisk med for å fremme sin agenda.

Kingdon peker på at det finnes politiske entreprenører både innenfor og utenfor beslutningsapparatet på den politiske arenaen. Deltakere som opererer på utsiden av beslutningsapparatet er gjerne aktører som er en del av interessegrupper, sivilsamfunn, befolkningen eller media. Aktører som befinner seg innenfor det politiske beslutningsapparatet er kjennetegnet ved at de er personer som innehar en formell beslutningsmyndighet. Det kan være politiske representanter i formannskapet, i politiske utvalg, gruppeledere, representanter i bystyret eller representanter i fra den politiske posisjon eller opposisjon. Disse aktørene kjennetegnes ved at de har flere viktige ressurser som ekspertise, publisitet og legitimitet, som kan brukes for å påvirke agendasetting. Likevel spiller deres relasjon til for eksempel interessegrupper og andre deltakere på utsiden av

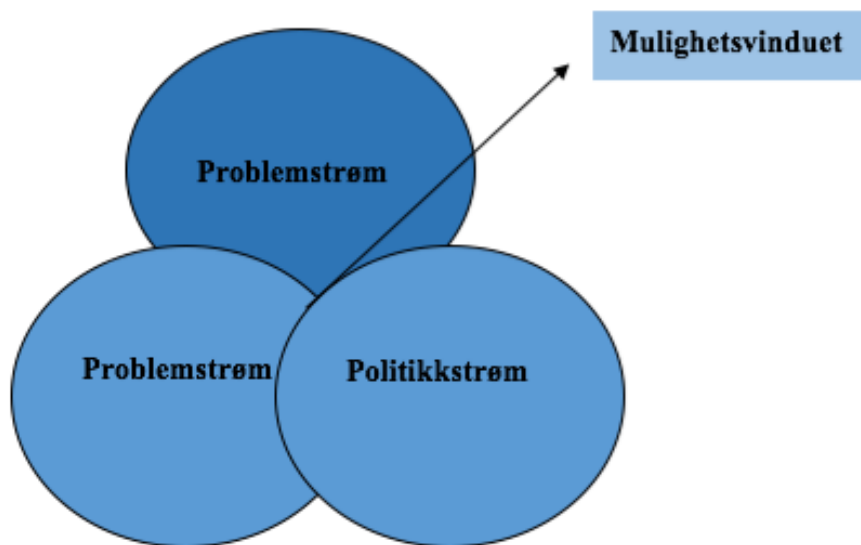
beslutningsapparatet en viktig rolle for å få oppslutning til deres forslag (Kingdon, 2003, s. 42 – 45).

Norske kommuner styres til en viss grad av samstyring og nettverksorganisering som følge av styringsdoktrinen New Public Governance. Derfor kan det være utfordrende å trekke klare skillelinjer mellom aktører på utsiden og aktører på innsiden av beslutningsapparatet, og store deler av de to gruppenes aktiviteter er sammenfallende (Røisland og Vabo, 2016; Jacobsen 2020). Likevel påpeker Kingdon at det er en avgjørende forskjell mellom aktørene fordi personer innenfor beslutningsapparatet har en formell autoritet basert på konstitusjoner, som personer utenfor beslutningsapparatet ikke kan benytte seg av (Kingdon, 2003, s.45).

De ulike aktørene på den politiske agendaen består som nevnt av flere typer aktører, for eksempel folkevalgte, eksterne aktører, byråkrater, interessegrupper eller eksperter. Disse aktørene er enten synlige eller usynlige, og virker enten i full offentlighet eller mer eller mindre unndratt allmennhetens innsyn. Vi deler disse aktørene inn i to grupper, henholdsvis de som utgjør usynlige nettverk og de som utgjør synlige nettverk, utfra hvilken grad det er klart for offentligheten at en gruppe med aktører tar del i politisk beslutningstaking. Det ser ut som at synlige klynger eller grupper som for eksempel politikere innehar en dominerende innflytelse på hvilke temaer som skal behandles (Kingdon 2003, s. 45). Synlige aktører i lokalpolitikken kan for eksempel være lokalavisen, bystyrerepresentanter, gruppeledere, partiledere eller ordfører. Mindre synlige klynger eller grupper av aktører kan for eksempel bestå av konsulenter, eksperter eller forskere. Disse aktørene får mer innflytelse i spørsmålet om hvilke handlingsalternativer som skisseres, enn det de har i spørsmål om hvilke temaer som skal behandles (Kingdon, 2003, s. 70 - 71). Dette kan forklares ved at agendaen er mer eller mindre satt når folkevalgte politikere vier oppmerksomhet mot en bestemt sak, i sin tur resulterer dette i at andre aktører vil følge etter. De usynlige aktørene innehar av og til en viss grad av ekspertise innenfor sine felt, og derfor blir deres vurderinger og tolkninger vektlagt når handlingsalternativer skal behandles.

I følge Kingdon blir agendaen satt i politikkkstrømmen, eller problemstrømmen, og alternativene utvikles i løsningsstrømmen. I denne studien kan det tenkes at det finnes politiske entreprenører både innenfor og utenfor det politiske beslutningsapparatet, som opptrer både som enkeltpersoner og i klynger. Aktører i det interne formelle beslutningsapparatet antas å først og fremst styre agendaen i hovedsaken. Med andre ord er det

lokalpolitikere med tilgang på det politiske beslutningsapparatet basert på Kingdons teori om at en sak havner på agendaen basert på deres evne til å koble politikk opp mot problem og løsning som vil være avgjørende for hvorvidt en sak havner på agendaen.



*Figur 2.0: Illustrasjon av strømmene etter at de blir koblet sammen av et mulighetsvindu.
Basert på Kingdon (2003)*

2.3 Agenda bestemt av hvordan problemer konstrueres.

Den kanadiske samfunnsforskeren Erving Goffman (1974) peker på at grunnlaget for hvordan deltakere oppfatter egne sosiale realiteter baseres på hvordan situasjonen ble *definert*.

Menneskers har et grunnleggende tanke sett som brukes til å tolke situasjoner. Sosial konstruktivisme defineres som at «menneskers virkelighetsforståelse betraktes som former av opplevelser de har, situasjoner de befinner seg i og avhengig av hvem de kommuniserer med» (Store norske leksikon, 2019; Vabo, Klausen & Askim, 2020, s. 101.) På denne måten kan den som setter agendaen ha makt til å definere virkeligheten. Hvordan problem blir definert vil spille stor rolle i oppfatningen av hva som er formålstjenlige løsninger. Aktører både innenfor og utenfor det politiske beslutningsapparatet har et sett med ideer som omhandler hvilke prinsipielle overbevisninger aktørene har, hvilke kausale sammenhenger de oppfatter

som eksisterende og hvilket syn de har på verden (Saurugger, 2016). Betydningen av egenskaper ved et problem tillegges stor vekt, mens andre egenskaper ved problemet minimeres, og på denne måten blir definisjonen av problemet sosialt konstruert. I studiet av agendasetting er det rammer (frames), som setter søkelyset mot hvordan vi beskriver og omtaler problemer.

Dersom det rettes oppmerksomhet mot å assosiere et problem med en lang tradisjon av å komme frem til en fredelig løsning, kan det bidra til å hindre konflikt. Eller motsatt, dersom et problem blir assosiert med en lang tradisjon av konflikter kan dette føre til at konflikten utvides og/eller fortsetter (Saurugger, 2016).

Når en sak legges frem, kan det benyttes ulike virkemidler for å oppnå ønsket fokus i fra publikum. Dette handler om hvordan vi benytter oss av retorikk, hvordan vi bruker språk og hvordan vi mobiliserer symboler, for å få fram et budskap og/eller påvirke offentlig mening (Vabo, 2020, s. 102).

Det sosialkonstruktivistiske perspektivet utviklet seg fra tidlig 1970 – tallet til en økt vektlegging av de strategiske aspektene ved den politiske prosessen (Saurugger, 2016; van Hulst & Yanow, 2016). Dersom man er først ute med å ramme inn et problem vil man få et forsprang i agendasettingsprosessen, og gjeldende politikk blir ofte utfordret av forsøk på å sette en sak på agendaen. Retningsvalget offentlige myndigheter legger til grunn i en beslutningsprosess bør være basert på en politikk som per definisjon har en legitimert innramming. Derfor bruker offentlige myndigheter og andre på den politiske arenaen rammer strategisk for å strukturere diskusjoner på en måte som fremmer deres «favorittløsning» (Vabo, 2020, s. 103).

2.3.1 Framing som prosess

Framing fokuserer i hovedsak på mediernes fremstilling og vinkling av spesifikke saker eller hendelser. De Vreese (2005) setter søkelys på framing som en *prosess*, og peker på to måter å illustrere frames. Generiske rammer («generic frames») og saksspesifikke rammer («issue – specific frames»). Skillet mellom disse blir oppfattet som uklart. Beyer (2010) peker på at begge typer forståelsesrammer i liten grad er operasjonalisert. Den førnevnte er av en så generell art at den kan knyttes til ulike kulturelle kontekster, på tvers av tid og tilknyttet flere spørsmål. Saksspesifikke rammer gir mulighet til å gå detaljert til verks i saken som skal

undersøkes, og har sitt opphav i politikk, hvor mediene fungerer som talerør eller kanal for politikernes budskap (Jacoby, 2000, s. 751).

Videre fremhever de Vresee «frame building og «frame setting», som to dynamiske prosesser (de Vresee, 2005, s.51). Gans peker på at frame – building - prosessen oppstår i den kontinuerlige interaksjonen mellom journalister og eliten (Grans, 1979; Tuchman, 1978). Frame – Setting referer til forholdet mellom mediens rammer (frames) og individers antakelser og forhåndskunnskaper. I denne studien vil rammer forstås som spesifikke elementer som blir fremhevet i medieoppslag og i podkasten, og det vil benyttes en bred definisjon i analysen.

2.3.2 Spillrammer

I strategisk nyhetsvinkling er spillrammer (game framing) et begrep som forklarer politikk først og fremst utfra strategiske temaer (Lawrence, 2004, s. 93). Capella og Jamieson kaller dette «Strategi rammer» hvor aktører bruker taktikk for å plassere seg foran andre på den politiske arenaen (Capella, 1997, s. 33). Som nevnt tidligere handler dette blant annet om at dersom man er først ute med å ramme inn et problem vil man få et forsprang i agendasettingsprosessen. Politikk er et strategisk spill der aktører konkurrerer mot hverandre (Patterson, 1994, s. 57 – 58). Lawrence peker på at medias makt illustreres gjennom hvordan de evner å ramme inn en sak eller problem. Journalister bruker historiefortellinger for å fremstille politikk som om det var en politisk konkurranse, for eksempel ved et politisk valg. Dette illustreres gjennom hvordan mediene dekker et valg, og at det ofte handler om vinnere og tapere (Lawrence, 2000, s. 94). Jeg tror at denne teorien vil evne å gi komplementær innsikt til analysen, sett opp mot lokalvalget i 2019 og hvilke konkurrerende frames som var fremtredende.

Ifølge Lawrence (2000) er det en forutsetning at det finnes en elite innenfor spill - innrammet nyhetsvinkling. Det er på denne måten journalister identifiserer at det er snakk om et «spill». I en slik spill - definisjon er det nærliggende å gå ut ifra at foreligger en konfliktdynamikk mellom partene som er involvert. Likevel trenger ikke konflikt og debatt å være nøkkelen til spill - innrammet nyhetsvinkling i seg selv. Ikke alle saker blir identifisert som en konflikt i like stor grad. Da er det snakk om en «kontrollert konflikt» eller en «konflikt i bevegelse». Timothy Cook argumenterer for at «daglige nyhetshistorier» er episoder i større pågående

sagaer. Journalister må produsere og visualisere en sak knyttet opp mot en større historiefortelling, fra en fase i en sak til den neste (Cook, 1996, s. 474). Et valg er et eksempel på en «kontrollert konflikt». I en valgsammenheng vil dette komme til uttrykk gjennom at valgdagen er mållinjen og alt som skjer opp mot denne dagen er bare viktig ettersom det gjelder partiets eller politikerens sjanser for å vinne. Nyhetsverdien vil være stor fordi den er knyttet til en konflikt som lover en løsning (Lawrence 2000; Kingdon 2003), altså i denne sammenheng valgdagen.

Politikere kan oppnå økt oppmerksomhet rundt temaer basert på uttalelser om en sak eller hendelse. For eksempel kan politikere sette søkelys på visse aspekter ved en sak, som i sin tur kan ta oppmerksomheten vekk i fra det som har vært oppfattet som hoved - essensen i en sak tidligere. På denne måten bruker eliten «game framing» som et strategisk verktøy for å fremme en sak.

En konsekvens av spill – innrammet nyhetsvinkling er at det tilbyr publikum et ensidig syn på politikk. Den strategiske måten å fremstille saker og problemer i en slik spill – setting gjør at journalister konsentrerer seg for mye om resultater i det politiske spillet, hvem som klatrer opp og ned på de seneste meningsmålingene, og saker som politikere er valgt på, faller ut av fokus. I sin tur kan dette gjøre det vanskelig å holde politikere ansvarlige (Lawrence, 2000, s94). Dette går utover det Fallows forklarer som «the essence of real journalism, which is the search of information of use to the public» (1997, s. 7).

Jeg antar at det foreligger flere ulike oppfatninger om hva som er det grunnleggende elementer som utgjør «frames» i hovedsaken. Dette vil komme til lys i sammenhenger hvor den politiske debatten har blitt potent. Det kan tenkes at politikere, næringslivsaktører, ekscampere og øvrige i lokalbefolkningen, samt interessegrupper rammer inn saken på ulike måter. Er aktørene enige eller uenige om hva saken dreier seg om? Det er nærliggende å tro at næringslivsaktører rammer inn hovedsaken som en utviklingssak. Politikere kan tenkes å fremstille det som et prosjekt for å fremme fellesskapets interesser. Motstandere kan tenkes å fremsette rammer om et prosjekt initiert i hemmelighet, med elementer av korrupsjon, næringslivskultur og en forsømmelse av naturvern, friluftsliv og bærekraft.

2.4 Medias rolle i agendasetting.

I dette kapitlet vil det først bli presentert tidligere forskning på mediers rolle i agendasetting. Deretter presenteres teori om redaktørstyrte medier som politisk kommunikasjonsplattform, etterfulgt av et delkapittel om podkastens posisjon i det moderne medielandskapet og til slutt teori om sosiale medier som politisk kommunikasjonsplattform.

Når massemedia legger vekt på et tema, vil publikum som mottar budskapet anse temaet som viktig (Choen, 1963; McCombs & Shaw. 1972). Massemedia er «teknologiske meddelelsesmidler som gjør det mulig å nå et stort publikum på kort tid innenfor et geografisk vidt område (Stor norske leksikon. 2021). Datagrunnlaget i denne studien er avgrenset til å omhandle redaktørstyrte medier og sosiale medier i en lokalpolitisk kontekst, dermed er det geografiske området i denne sammenheng noe begrenset. På bakgrunn av sakens politisk potente debattklima, kan det likevel tenkes at saken har fanget interessen til medier også på nasjonalt nivå, men dette spørsmålet er utenfor problemstillingens avgrensning i denne studien.

Rofstad (2016, s. 13) formidler at: «måten massemediene formidler nyhetene på påvirker ikke bare hvilke saker folk syns er viktige, men også publikums oppfatning av hvor viktige saker er, synet på enkeltpolitikere og hvilke parti folk skal stemme på».

Kingdon peker på at medias hovedfokus er på de mest spektakulære historiene i politiske beslutningsprosesser, men disse historiene har en tendens til å oppstå mot slutten av politikkutviklingsprosessen, og ikke i begynnelsen, noe som kan svekke medias påvirkning på agendasettingen (Walgrave, 2006, s.90-91). Mens Cobb og Elder (1971, s. 909) pekte på for mer enn 30 år siden at «Mediene kan også spille en svært viktig rolle i å heve spørsmål til den systematiske agendaen og øke deres sjanser til å bli vurdert på institusjonelle agendaer». Et eksempel er Trumbo (1995) som studerte veksten og fallet av globaloppvarming - spørsmålet fra 1985 til 1992 og konkluderte med at media hadde spilt en betydelig rolle i veksten av politisk oppmerksomhet rundt problemet. Videre argumenterte også Cook et al. (1983) igjennom et innovativt eksperimentelt design at politikkutviklere ble påvirket av å konsumere nyhetssendinger på tv og anså at mediedekkede saker ble viktigere og myndighetene handlet kjappere etter å ha sett nyheter på tv. Denne studien tar ikke for seg nyhetssendinger i tv-format i datagrunnlaget, men ettersom podkast, nettaviser og papiraviser er massemedier anser jeg dette som en komplementær kilde.

Walgrave peker blant annet på at studier av mediernes agendasettingsmakt er divergerende og lite operasjonalisert (2006, s 91), og formidler gjennom sin studie at aktører innenfor media og kommunikasjonsforskning og forskere innenfor statsvitenskap setter søkelys på ulike aspekter ved agendasetting, og utviklet seg på ulike måter. Forskning gjort på agendasetting innenfor den statsvitenskapelige disiplin handler i følge Walgrave (2006) hovedsakelig om hvordan politiske aktører prioriterer, og gir oppmerksomhet til eller ignorerer problemer, og tar tar heller ikke beslutning angående disse temaene (Baumgartner & Jones, 1993; Cobb & Elder, 1971; Kingdon, 1984; Klingemann, Hofferbert, & Budge, 1994; Laver & Budge, 1992). Forskere innenfor media og kommunikasjon setter søkelys på prosessen der massemedia vektlegger et tema, og publikum som mottar budskapet vil i sin tur anse temaet som viktig (Cohen, 1963; McCombs & Shaw, 1972). Et stort utvalg av studier fra hele verden (med en overvekt av amerikanske studier) etablerer en sterk korrelasjon mellom offentlige prioriteringer og media (Dearing & Rogers, 1996; Ghanem, 1996; McCombs & Shaw, 1993; Weaver, Graber, McCombs, & Eyal, 1981). I fra 1980 – tallet ble forskere opptatt av å se på media og den politiske agendasettingsprosessen. De undersøkte om, og hvordan offentlige og medieagendaer, som tidligere kun var fokus for kommunikasjonsforskere, samhandler med politiske agendaer, som tidligere var den eksklusive lekeplassen for statsvitere. I løpet av de siste tiårene har forskere i større grad begynt å løse media – og det politiske agendasettingspuslespillet (Walgrave, 2006, s. 89). Med utgangspunkt i at tidligere studier om media og politisk agendasetting er undertematisert forsøker Walgrave å finne ut under hvilke spesifikke omstendigheter massemedia er i stand til å øke politisk oppmerksomhet til et tema.

Ulike medieplattformer vil ha ulike roller i agendasettingprosessen i følge Walgrave. Det råder ulike oppfatninger om hvilke medier som egner seg best til agendasetting. Noen favoriserer tradisjonelle medier på print, mens andre favoriserer den digitale formen (Eilders, 1997; Protess & McCombs; Schoenbach, 1991; Shaw & McCombs, 1977). Daglig kontakt mellom journalister og det konkurransepregede media-landskapet, skaper en høy grad av konvergens mellom forskjellige medier i forhold til problemstillinger og kilder. Walgrave spekulerer i at aviser kan ha større effekt på agendasetting enn nyheter presentert på Tv, basert på avisers fullstendige dekning av saker. En annen mulighet kan være at politikere selv, basert på avisers lette og fleksible prosessering, er mer eksponert for aviser enn tv – nyheter, og på denne måten mer påvirket av avis-dekning av saker (Walgrave, 2006, s.92). Dermed vil det å benytte medieoppslag fra aviser som datagrunnlag kunne være med på å gi innsikt i å

svare på problemstillingen. Det kan tenkes at NRK Sørlandet har dekket saken gjennom tv - sendinger, men på bakgrunn av oppgavens omfang og tidsmessige avgrensing blir nyhetsinnslag i Tv- format ikke innlemmet i denne studien.

Baumgartner et. al (1997) påpeker at negativ dekning av saker har en større agendasettingseffekt enn positiv dekning av saker. Bakgrunnen for dette er at negativ nyhetsvinkling tiltrekker seg oppmerksomhet, og det blir forventet en eller annen form for politisk reaksjon (Walgrave, 2006, s. 94). I en norsk valg- kontekst vil partiene ha bygd opp tillit til valgmassen på ulike saksfelt, og partiene vil ha ulike sakseierskap til forskjellige stridsspørsmål. Derfor vil, ut ifra sakseierskap, noen av sakene som blir satt på agendaen favorisere noen partier og være dårligere for andre (Karlsen & Aardal, 2011, s. 132). I hovedsaken går jeg ut ifra at det var protestpartiet «hovelist» som hadde sakseierskap under lokalvalget i 2019.

2.5.1 Redaktørstyrte medier som politisk kommunikasjonsplattform

Tidligere år har det hovedsakelig vært massemedier som Tv, radio og aviser som har fungert som enerådende produsent av, og formidlere av informasjon. *Medier som driver regelmessig journalistisk produksjon og publisering av nyheter, aktualitetsstoff, samfunnsdebatt eller annet innhold av allmenn interesse* (medieansvarsloven, 2020, §1-3), er regulerte av mediaansvarsloven, noe som innebærer at det pliktes å utpeke en redaktør. Redaktøren har rettslig ansvar for å sørge for: «å holde brukergenerert innhold fra redaksjonelt innhold i mediet og opplyse om hvilket innhold som er brukergenerert» (medieansvarsloven, 2020, §6). I nyhetsoppdrag skal det fremkomme tydelig hva som defineres som for eksempel leserinnlegg eller leder innhold (redaksjonelt innhold). Leserinnlegg er eksempel på brukergenerert innhold, og kan forfattes av både publikum og politiske aktører, og kan fungere som talerør og formidlingsarena i politiske saker. Innhold merket med for eksempel leder viser til at redaktør i et gitt mediehus uttaler seg om en sak. En avis som tar sikte på å fremstå som en seriøs medieaktør, vil ha som mål å rapportere så objektivt som mulig i saker de dekker, samt at journalister skal være uavhengig av aktørene de dekker. «Av den grunn har journalister gjerne ikke lov til å engasjere seg politisk, og er forventet å holde politiske sympatier og meninger for seg selv» (Rogstad, 2016, s. 88).

Likevel har redaksjonelle aktører mulighet til å fremme sitt ståsted med «vær varsom plakaten» (utarbeidet av pressens faglige utvalg) som bakteppe. Pressens faglige utvalg (PFU) er: «en selvdømmeordning som er opprettet av Norsk Presseforbund. PFU har som formål å fremme den etiske og faglige standarden i norske medier, gjennom å behandle klager mot disse» (presse.no, 2023). Vær varsom plakaten presenterer etiske normer for pressen. Det faktum at pressen har en selvdømmeordning kan ifølge Sørum, (2006) «betraktes som en strategisk handling. Gjennom oppdateringer og endringer i Vær Varsom-plakaten bidrar presseetikken til å avhjelpe kritikk og innblanding utenfra ved at pressen framstår med profesjonell ansvarlighet og viser at de kan holde orden i eget hus(...)» (Sørum, 2006, s. 2)

Massemedier har definisjonsmakt til å avgjøre *hvem* og *hva* som får oppmerksomhet i mediene. Denne definisjonsmakten er betinget i medienes ansvar som portvoktere i den offentlige sfæren (Rogstad, 2016, s. 42). Strömbäck (2003) peker på at journalister ofte betrakter seg selv for å være demokratiets «vaktbikkjer», og har som ansvar å overvåke samfunnets eliter. Likevel hevdes det av mange at journalistene selv har blitt en del av denne eliten, gjennom at de har blitt for nære dem de skal overvåke (Rogstad, 2016, s. 43). I en lokalpolitisk kontekst kan det tenkes at det er kontaktflate mellom journalister fra lokale og regionale – medier og representanter fra politiske utvalg eller i bystyre eller andre representanter med politisk posisjon.

2.5.2 Podkastens posisjon i dagens medielandskap

I dette delkapitlet vil jeg forsøke å definere podkastens posisjon i dagens medielandskap. I analysen er det Agderpostens podkast; «Kampen om hove» som blir benyttet. Dermed er det redaktørstyrte podkasters posisjon i dagens medielandskap som blir undersøkt, men for å gi et innblikk i hva som er bakgrunnen til podkastens fremvekst og popularitet, skal vi først se på hva som kjennetegner podkast mer generelt. Den mest konvensjonelle måten å definere podkast forklarer podkast som metode for å levere lyd eller videofiler over internett som i sin tur kan lastes ned på ulike enheter hvor filene avspilles (Markman & Sawyer, 2014, s. 21). Kommunikasjonsformen ligner på bloggere og youtubere innenfor en gruppe av nye innholdsprodusenter. Kommunikasjonsformen er kjennetegnet av å ha en «open access», åpne strukturer, det vil si at alle har tilgang til innholdet via internett (Fjellro, 2018). Sosiale medier er også kjennetegnet av å ha open access. På denne måten vil innholdet til disse gruppene potensielt nå ut til mange. Lüders påpeker at podkasting, på lik linje med andre type

fildelinger som lyd, tekst eller bilder på internett er institusjonelt og strukturelt annerledes fra massemedia, fordi avsender kan være amatør (Lüders, 2008, s. 699).

Thyrum påpeker i masteroppgaven «podkast – radio på ny plattform? En tekstanalyse av de journalistiske podkastene Giæver og Joffen og aftenpodden, at podkast ikke trenger å følge radioens sendeskjema, og derfor har en fleksibel tidsramme. Dette kan sies å være en av hovedforskjellene mellom podkast og tradisjonelle radiosendinger. I tillegg argumenterer Thyrum for at podkast er et medium som er intimt av natur. Videre peker Thyrum på at: *«gjennom podkastene oppstår det tettere bånd mellom mediehusene og podkastlytterne blant annet gjennom den uformelle og tilsynelatende autentiske væremåten til podkastjournalistne. I så måte vil jeg si at podkast kan være et effektivt medium»* (Thyrum, 2018, s. 81). På bakgrunn av dette mener Thyrum at det å vise åpenhet kan lønne seg mediehus i et polarisert medielandskap (Thyrum, 2018, s. 81).

Bottomley mener at de fleste som lytter til podkast gjør dette med øreplugg koblet til smarttelefon, og på bakgrunn av dette når podkastprodusenter langt inn i hodet til lytteren (Bottomley, 2015, s. 165). MacDougall peker på at når man lytter med øreplugg i, for eksempel hjem fra jobb eller på reisefot gir dette en organisk følelse av tilstedeværelse (MacDougall, 2011, s. 722). Berry i sin tur fremhever at det skapes en dypere form for intimitet mellom lytter og podkastprodusent gjennom at podkasten i utgangspunktet har en appell til lytteren og det faktum at man kan lytte når man vil hvor man vil (Berry, 2016, s. 13).

Medieforsker Mia Lindgren påpeker i en forskningsartikkel hvor tre journalistiske podkaster undersøkes at journalister bruker mer sine egne opplevelser og personlig språk i fremleggelse av innhold. Ifølge Lindgren handler dette om at journalister kombinerer journalistisk metode og praksis med større frihet enn på andre plattformer (Lindgren, 2014, s. 28). Dette er ifølge Lindgren en tilnærming som gjør journalistisk *tyngre stoff* mer underholdende. Man kan si at journalisten knytter bånd til leseren gjennom å ta i bruk en uformell tilnærming til samtalen. Lindgren hevder at stemmene i podkastene kan bli en venn for lytterne i all ensomheten på internett gjennom å avgi varme, personlighet og empati (Lindgren, 2014, s. 37). Om dette er tilfelle i podkasten som skal undersøkes vil ikke denne studien svare på, men teorien sier noe om hva som skiller podkast ut i dagens medielandskap. Thyrum's masteroppgaven «Podkast – radio på ny plattform?» - en tekstanalyse av de journalistiske podkastene Giæver og Joffen og

Aftenpodden, som er henholdsvis VG og Aftenpostens ukentlige sendinger i sjangeren nyheter og politiske podkast. Thyrum intervjuet podkastjournalistene, og de innrømmet at den autentiske tonen de brukte, og det at de fortalte *litt mer* i podkastene enn det de skrev om, hadde en nytteverdi for avisen. Grunnen til det var fordi denne måten å snakke på viser åpenhet om journalistisk praksis, som i sin tur gir avisene troverdighet (Thyrum, 2018. s 63).

I analysen vil det være interessant å se på i hvilken grad podkasten skiller seg fra tradisjonelle medier og sosiale medier sin nyhetsvinkling. Med dette vil jeg påpeke at podkasten som brukes i analysen er Agderpostens egen podkast om hovedsaken, og fungerer derfor som en utvidelse av Agderpostens rolle i agendasettingsprosessen. Det antas derfor at det ikke fremkommer nye «frames» i podkasten, men sett i lys av teori om podkast sin posisjon i dagens medielandskap kan man regne med at journalistene i podkasten er mer personlige i sin nyhetsvinkling.

2.5.3 Sosiale medier som politisk kommunikasjonsplattform

Kaplan & Hanelein (2010) definerer sosiale medier slik: «(..) a group of Internet – based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of user generated content” (Kaplan & Hanelein, 2010, s. 61).

Web 2.0 er definert som mange – til – mange kommunikasjon der brukerne deler og skaper informasjon, og kjennetegnes med å være brukergenerert. Det er Web. 02 som forklarer fremveksten av sosiale medier som innflytelseskanal. Web 1.0 derimot, refereres til som enveiskommunikasjon (Kaplan & Haenlein, 2010, s. 61). Som nevnt tidligere var det massemedier som hovedsakelig fungerte som enestående produsenter og formidlere av informasjon, men de senere år har også sosiale medier blitt en viktig kanal for politisk påvirkning (Enjolras, Karlsen, Steen – Johansen & Wollebær, 2013. s 12).

Kommunikasjonsverktøy som tidligere bare var forbeholdt profesjonelle nyhetsmedier, er gjennom sosiale medier åpnet for et bredere publikum. Grupper eller enkeltindivider har muligheten til å delta i den offentlige samtalen gjennom å produsere og distribuere nyhetsinnhold selv (Enjolras et al., 2013, s. 10). Rogstad (2016) hevder at antallet arenaer for kommunikasjon har økt kraftig, og at terskelen til det offentlige rom har blitt lavere (Rogstad, 2016, s. 13). Dette innebærer at det har skjedd en endring i den politiske kommunikasjonen både i forhold til det som gjeler *hva* som blir kommunisert, *hvordan* det blir kommunisert og *hvem* som deltar i den offentlige samtalen (Rogstad, 2016, s. 14).

Enjolras hevder at sosiale medier skaper et uforutsigbart medielandskap, som er mer fragmentert, der det er mindre tydelig hvem som har makt til å påvirke den politiske kommunikasjonen (Enjolras, 2016, s. 10). På den andre siden kan det diskuteres at sosiale medier styrker ytringsfriheten fordi det er en arena som muliggjør et stort aktør – og meningsmangfold. Sammensetningen i et hybrid medielandskap med politiske aktører, media og borgere er særlig interessant å studere ved valg. Aktørstyrtemedier er karakterisert som portvoktere, men med fremveksten av sosiale medier har det åpnet seg andre muligheter for politikere å kommunisere direkte med sine velgere, via for eksempel twitter eller facebook og vice versa. Samtidig fungerer facebook og twitter som viktige kanaler for journalister og nå ut til lesere, og verktøy for politiske kilder (Kalsnes, 2016, s. 11). På denne måten vil sosiale medier fungere som strategisk verktøy under valg. I en valgkamp vil partiene trekke fokus mot saker der partiet har tillit hos valgmassen.

Basert på en studie av den norske valgkamp i 2013 hevder Kalsnes at en av de viktigste konsekvensene sosiale – media logikken er medienes svekkede rolle som portvokter (Kalsnes, 2016, s.11). Basert på at politiske aktører og øvrig befolkning kan nå ut til publikum gjennom deres egne kanaler eller profil på sosiale medier, vil redaktørstyrte medier få en ny rolle i offentlige nettverk, som «kuratorer» som produserer journalistikk, men også verifiserer, velger og presenterer innhold fra forskjellige brukere. Tidligere har massemedier satt premiss for en nyhetsmedia - logikk der individer, institusjoner, organisasjoner og selskaper måtte forholde seg til medieaktører. Nå må medieaktører forholde seg til sosiale mediers logikk, på lik linje med politiske aktører og befolkningen (Kalsnes, 2016, s. 78 - 79). Dette betyr at redaktørstyrte medier kan ha fått svekket sin rolle som «portvoktere» som resultat av fremveksten av sosiale medier. I denne studien tas det sikte på å undersøke dynamikken mellom sosiale medier og redaktørstyrte medier.

2.5 Oppsummering teori

Basert på Kingdons teori om flerstrømsperspektivet, kan man koble de tre strømmene; problemstrøm, løsningsstrøm og politikkstrøm når det oppstår et mulighetsvindu ved hjelp av en eller flere politiske entreprenører for å fremme en sak, og sette agenda i en politisk

beslutningsprosess, skal vi se videre på hvem som har fungert som politiske entreprenører i hovesaken, og hvilke frames som har vært fremtredende.

Med utgangspunkt i massemedienes portvokterrolle som innebærer en definisjonsmakt til å avgjøre hva og hvem som får oppmerksomhet i mediene (Rogstad, 2016, s. 42), blir det aktuelt å undersøke hvilke «frames» som fremstilles i redaktørstyrte media kontra sosiale medier, og hvordan podkast som medieplattform fungerer som en forlengelse av redaktørstyrte mediers rolle i agendasetting.

Basert på overnevnt teori har jeg utviklet tre forskerspørsmål som har til hensikt å bidra med komplementær innsikt til å svare på problemstillingen. Det blir aktuelt å se på hvem som defineres som politiske entreprenører og hvilke mulighetsvindu som har blitt brukt av politiske entreprenører for å fremme sin agenda. Hvordan fremstilles hovesaken av de ulike aktørene, og hvilke frames er tydelige i medieoppslagene og i podkasten?

- 1. Hvem kan defineres som politiske entreprenører, og hvilke mulighetsvindu har de benyttet i hovesaken for å fremme sin agenda?*
- 2. Hvilke frames er tydelige i medieoppslagene og i podkasten, og hvordan fremstilles hovesaken av de ulike involverte aktørene?*
- 3. Hvordan har henholdsvis redaktørstyrte medier og sosiale medier påvirket det offentlige ordskiftet i hovesaken?*

1. Metode

I dette kapitlet vil det bli gjort rede for valg av metode og forskningsdesign for å besvare oppgavens problemstilling.

3.1 Valg av forskningsdesign

I denne studien blir det benyttet en kvalitativ metode med et casesentrert forskningsdesign. Forskningsdesignet har som formål å fungere som en plan for hvordan et forskningsprosjekt kommer fra spørsmål til svar (Yin, 1984). Fordelen med casestudie som forskningsdesign er at det gir et rikt bilde av situasjonen (Easton, 2010). Samtidig er designet hensiktsmessig å benytte når det ønskes å undersøke og skape en dypere forståelse av et fenomen i en naturlig kontekst (Yin, 2013). I følge Bryman (2012) er casestudie en intensiv og detaljert analyse av ett enkelt case. For å belyse sentrale teoretiske spørsmål knyttet til fremstilling av politiske saker, media som politisk kommunikasjonsplattform og agendasetting, benyttes det en casestudie av den såkalte hovesaken, hvor empiriske data blir brukt for å belyse teoretiske antakelser. Aktuelle «frames» som identifiseres i medieoppslagene og i podkasten utledes i analysen, dermed vil det benyttes et eksplorativt design.

Spørsmålet om hvorvidt en casestudie er tilstrekkelig til å forstå et fenomen er sentralt. Dette knytter seg til usikkerhet omkring generalisering av resultater og begrenset mulighet for representativitet (Gerring, 2007). Yin påpeker at casestudie er å foretrekke når konteksten er viktig, og grensene mellom konteksten og fenomenet ikke er klare (Yin 2014). Jeg har innlemmet et eget kontekstkapittel som presenterer casen, for å tydeliggjøre skillet til konteksten den inngår i, noe som Yin påpeker at kan være en utfordring (Yin, 2014, s. 17). Dersom formålet med en studie er å kartlegge omfanget av et fenomen, vil ikke casestudier egne seg. Liljehart påpeker at ikke alle casestudier har som formål å generalisere. I tråd med den teoretisk tolkende formålstypen der teorier brukes som rammer for å gi mening til fenomenet som studeres (Yin, 2014), er hovesaken valgt som case med sikte på å studere, analysere og diskutere forekomsten av ulike aktørers påvirkning på agendasetting i en lokalpolitisk kontekst.

3.2 Metodisk tilnærming

Jeg benytter et holistisk perspektiv hvor casen blir sett på i et helhetlig perspektiv og studert på et overordnet nivå. Hensikten med å studere fenomen (i denne sammenheng agendasetting) i sin kontekst er å få økt innsikt i temaet som undersøkes. Det vil bli benyttet en kvalitativ metodologisk tilnærming med data fra både medieoppslag og podkast for å svare oppgavens overordnede problemstilling. Analysen vil være en kvalitativ innholdsanalyse hvor funn i fra medieoppslag og podkasten presenteres og sammenlignes.

3.3 Medicoppslag som datakilde

I dette kapitlet presenteres medieoppslag som datakilde. Det er først og fremst viktig å få et overblikk og innsikt i medias dekning av saken. Å dekke det komplette saksomfanget i hovesaken både med tanke på aktørmangfoldet, men også de mange ulike innrammingene, er saktens ikke mulig i denne studien først og fremst betinget i masteroppgavens begrensede omfang. Derfor har det vært viktig å foreta en strategisk utvelgelse av medieoppslag som på best mulig måte kan belyse studiens teoretisk motiverte forskningsspørsmål og problemstillingen. I analysen vil man se hvordan sakens intensitet har fordelt seg i tidsperioden 2018 – 2023. Tidslinjens startpunkt er satt fra 2018 da saken først fikk medias oppmerksomhet, og ble satt på agendaen. Basert på at det ble fattet vedtak i saken etter mekling hos statsforvalteren i mars 2023 er sluttunktet for tidslinjen satt til 2023. Det er likevel verdt å bemerke at det ligger to klager inne hos sivilombudsmannen, to hos statsforvalteren og statsbygg undersøker om det foreligger brudd på EØS – avtalen om subsidiering av privat næring. I juni 2023 ble det bekreftet av kommunal – og distriktsdepartementet at statsforvalteren i Agder har oppnevnt eksternt klageorgan etter å ha erklært seg inhabil i Hovesaken. Utfallet er derfor usikkert på nåværende tidspunkt.

Jeg har foretatt systematiske søk i nyhetsarkivet/databasen Atekst for innhenting av datamaterialet. Formålet med innhenting og analyse av datamaterialet er å få et overblikk over de ulike aktørene og temaene de fremmer for å identifisere såkalte «frames»
Jeg benyttet såkalt boolsk søk i atekst for å finne frem til relevante medieoppslag. Jeg startet med å søkeord som «hove-debatten», «hove – striden» og «hovesaken». Dette ga et stort søkeresultat, og for å koble søkeordene på riktig måte var det nødvendig å kombinere søkeordene med not/and/or (boolsk søk), for å få et utvalg som kunne gi en helhetlig beskrivelse av agendasettingen i hovesaken. Søkeordene jeg endte opp med til slutt var: *hovesaken, canvas and hove, *hovelist*.

3.3.1 Datamaterialet

Innholdsanalysen vil baseres på artikler publisert i Agderposten, lokalavisa geita og Arendals tidene som har vært en sentral formidler av nyheter i hovesaken. Også en rekke andre medier som Fædrelandsvennen og NRK Sørlandet har dekket saken, men ikke i like omfattende grad

som de overnevnte. I tillegg har saken blitt diskutert i sosiale medier og i Agderpostens kommentarfelt. På bakgrunn av masteroppgavens omfang og metodiske hensyn vil publikasjoner i sosiale medier bli utelukket. Hovesaken har blitt (og fremdeles blir) debattert på sosiale medier, og en fremtredende plattform i sosiale medier i denne saken er «bevar hoveodden» facebook siden. Det blir satt søkelys på hvordan aktørene i de ulike medieoppslagene og i podkasten uttaler seg om facebook gruppen «bevar hoveodden». På denne måten vil «bevar hoveodden» fungere som en aktør i hovesaken gjennom hvordan den når ut til aktører utover sosiale medier, og omtales i medieoppslag og i podkasten.

Kriterier for utvelgelse er at medieoppslagene er at de dekker sentrale hendelser som finner sted på tidslinjen i fra 2018 til 2023, at det presenteres viktige aktører som utmerker seg i hovesaken, samt at artiklene inneholder de ulike aktørenes forskjellige måter å fremstille saken på. Fra september 2018 til mai 2023 er det totalt 2 677 treff på søkeordene i atekst. Hvorav lokalavisa geita har 519 treff, Agderposten har 1730 treff og Arendal tidene har 294 treff.

3.3.2 Analysestrategi

Bryman påpeker at innholdsanalyse som forskningsmetode er et middel til å generere data, samt en tilnærming til analyse av tekster og dokumenter (Bryman, 2012, s. 289). En kvalitativ innholdsanalyse sees på som en fleksibel tilnærming til analyse av tekstdata, som en systematisk tilnærming til å identifisere og klassifisere mønstre eller temaer i dataene (Berg & Lune 2012; Hsieh & Shannon 2005). Dette forklarer hvorfor innholdsanalyse er et godt verktøy å bruke når det skal undersøkes hvordan og når hovesaken kom på agendaen.

3.4 Podkast som datakilde

Det er relevant å benytte podkast som datakilde i denne studien fordi Agderposten lagde sin egen podkastserie om hovesaken, hvor en rekke fremtredenene aktører blir intervjuet om deres posisjon og oppfattelse av viktige hendelser i saken. Dette er også en god måte å oppdage hva Agderposten kjennetegner som relevante hendelser i saken, i form av hvilke spørsmål som blir stilt til intervjuobjektene, og hva som ellers kommer frem av informasjon.

Podkast er et relativt nytt fenomen, med en levetid på omtrent 20 år. (Boinni, s. 22). Noen forskere definerer podkast som en form for internetradio, men noe av diskusjonen ligger på om det kan defineres som noe *eget*. De som har forsket på radio utpeker podkast som et intimt medium, et personlig medium og et medium som bidrar til å gjøre forbrukere som produsenter (Thyrum, 2018, 6).

Gjennom medieoppdrag og podkasten vil Agderposten fungere som både en aktør og en distributør i saken.

3.4.1. Datamaterialet

Agderpostens «KAMPEN OM HOVE» er en podkastserie på 7 episoder. I hver episode blir det foretatt intervjuer av ulike sentrale aktører som har med hovesaken å gjøre. I tillegg blir det intervjuet aktører i lokalbefolkningen som har et forhold til hoves historie, for å gi lytteren en innsikt i hoves bakgrunn i et historieperspektiv. Podkastserien er også ment til å ha en viss underholdningsverdi.

Tabellen nedenfor illustrer en oversikt over episodene med navn, utgivelsesdato og spilletid.

«Det foregår en krig på hove»	26. november 2021	21:56 min
«Hvor kommer dette hatet fra»	4. desember 2021	26:26 min
«Den store gaven»	10. desember 2021	24:35 min
«Vi hadde en plan om å kutte kampingen»	17. desember 2021	30:20 min
«Det er ingen skumle mørke menn»	25. desember 2021	17:37 min
«Vi må ta vår del av ansvaret»	7. januar 2022	36:21 min
«Et velregissert kuppforsøk»	14. januar 2022	35 min

(Agderposten.no, 2021 – 2022)

3.4.2 Analysestrategi

Etter å ha transkriberte podkaster, foretok jeg en strategisk utvelgelse av ulike viktige aktører i saken som kan ha fungert som politiske entreprenører. I tillegg til dette forsøkte jeg å identifisere ulike «frames». Som nevnt tidligere er podkaster en utvidelse av Agderpostens dekning av hovedsaken gjennom medieoppslag i avisformat. Derfor er ikke podkaster som en uavhengig kilde å regne i denne sammenheng. Jeg forventer at journalistene i podkaster ikke fremsetter noen «frames» som ikke allerede er kjent gjennom medieoppslagene. Det er likevel interessant å se hva som kjennetegnes som viktige elementer i hovedsaken ut ifra hva som blir fremsatt av informasjon i podkaster. I analysen vil det også fokuseres på hvordan podkasterens posisjon i dagens medielandskap påvirker redaktørstyrte mediers rolle i agendasettingsprosessen, og hvordan redaktørstyrte medier kan benytte podkaster som en utvidelse av sin rolle i agendasettingsprosessen. Sett i lys av teorien om at redaktørstyrte mediers portvokterrolle svekkes av fremveksten av sosiale medier er dette et interessant inntak til denne studien.

3.5 Forskningsetiske vurderinger

Når det er snakk om forskningsetiske vurderinger i denne innholdsanalysen av medieoppslag og podkaster, er det nødvendig å presisere at fokuset har vært på hvordan avisene og podkaster fremstiller saker, og ikke hvordan enkelte journalister gjør det. Dette knytter seg også mot medieansvarsloven av 2020, som er presentert i kapittel 2. Alle kildene som blir brukt i innholdsanalysen er innhentet fra allerede offentlige medieoppslag og podkaster. Dette innebærer at informasjon som er hentet inn er tilknyttet offentlige personer som inngår i casen. Etersom jeg har valgt å ikke benytte andre kilder i datagrunnlaget enn det som fremkommer i medieoppslag og i podkaster, var det svært viktig å få oversikt over saken, ettersom jeg ikke kunne etterprøve påstander direkte. Jeg hadde lyst til å benytte meg av podkaster til Agderposten i datagrunnlaget, og på bakgrunn av tidsavgrensninger måtte jeg ta et valg, enten benytte meg av podkaster, eller å foreta egne intervju. Podkaster er et spennende inntak til denne studien basert på oppgavens tematikk som omhandler medier innflytelse på agendasetting.

Da jeg i første instans startet prosessen med å sette meg inn i hva hovesaken dreide seg om, var det nødvendig å forsøke å danne seg et overblikk over hva som hadde blitt gjort og ikke i saksbehandlingen. Dette gjorde jeg gjennom å søke i kommunens nettsider, og arkiv via einnsyn. Einnsyn er Arendal kommunes digitale arkiv. Databasen kan brukes til å søke i politiske dokumenter som for eksempel møteinnkallinger, saksframlegg og saksprotokoller. Tidlig forstod jeg at saken hadde et stort dokumentinnhold og saksomfang. Jeg kom i kontakt med en juridisk rådgiver i kommunen som kunne fortelle meg at arbeidet med reguleringsplanen alene inneholdt 600 dokumenter. Prosessen har vært relativt lang og omfattende, og saken kan sies å fremdeles være politisk potent som kommer til uttrykk både redaktørstyrte og sosiale medier frem til dags dato. Representant fra arendalslista (tidligere hovelista) har ytret at de ønsker å gå til valg med hovesaken som flaggsak, i det kommende kommune og fylkesting valget til høsten (Agderposten, 2023). Siste ord i hovesaken er med andre ord ikke sagt.

3.6 Validitet og relabilitet

Validitet og relabiliteter er knyttet til kvalitetskriterier i et forskningsprosjekt. Det vanlig å bruke validitet og relabilitet som vurderingsgrunnlag for oppgavens gyldighet og pålitelighet. Validitet viser til gyldighet, mens relabilitet oversatt til norsk er pålitelighet. Relabilitet viser til forskerens troverdighet og viser til om et gitt resultat av forskningen kan reproduseres av andre forskere på et annet tidspunkt. Validitet viser til hvorvidt metoden som er benyttet egner seg til å undersøke det den skal undersøke (Kvale og Brinkmann, 2017, s. 276). Det er vanlig å skille mellom ekstern og intern validitet. Ekstern validitet knytter seg til om funnene kan generaliseres utover studien som undersøkes. Intern validitet handler om gyldigheten i våre konklusjoner (Yin, 2014, s. 47 – 48).

Når det skal foretas en selekteringsprosess av medieoppslag er det nødvendig i analysen å ta høyde for hvem som skriver og hvem som publiserer artiklene. For å styrke den eksterne validiteten har jeg brukt atekst for å systematisere datamaterialet. Atekst har gjort det mulig å få forståelse og oversikt over medias dekning av hovesaken i løpet av tidslinjen som er satt. Et annen grep jeg har tatt for å styrke den eksterne validiteten er å lage beskrivelser og forklaringer som kan knyttes til områder på utsiden av casen som undersøkes i denne studien.

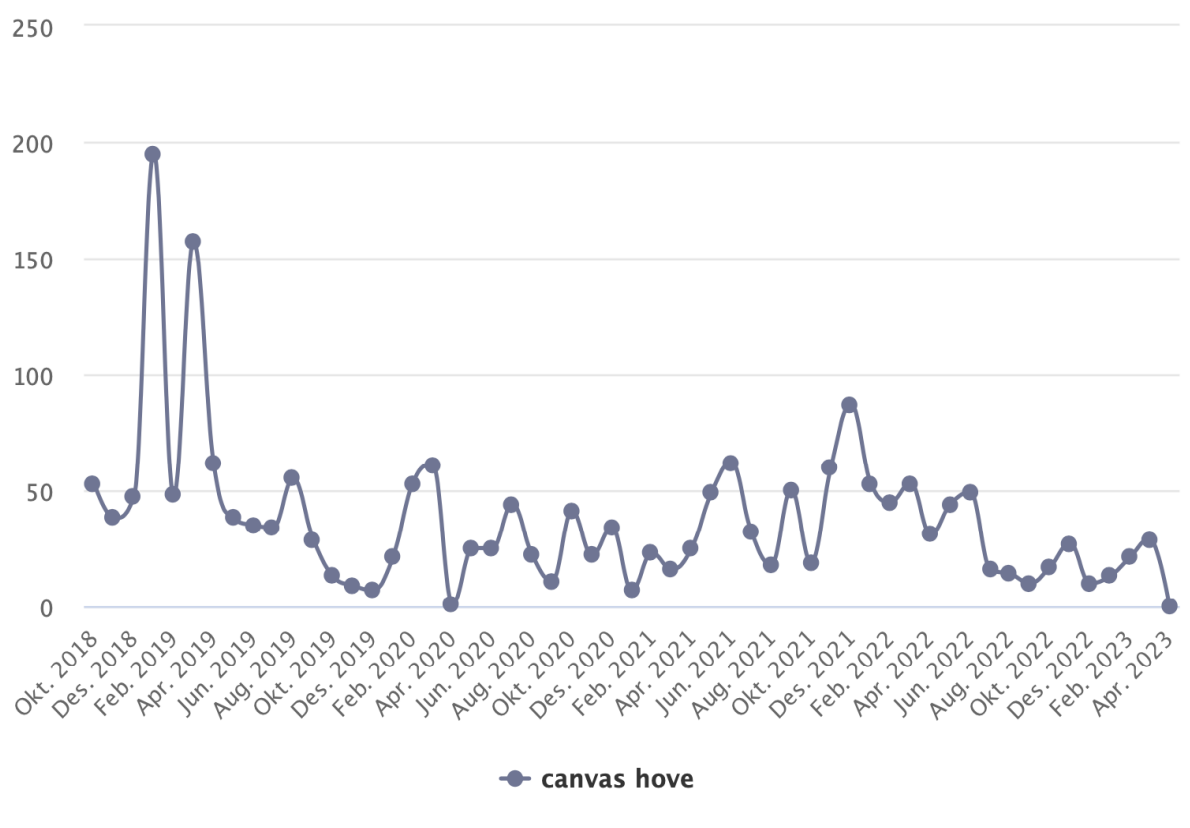
Innenfor en fortolkende innholdsanalyse vil fullstendig nøytralitet ikke være mulig (Tjore, 2012, s. 203). Det er viktig å vise til hvilke informasjon som kommer av egen analyse, og hva som kommer gjennom datagenering for å at oppgaven skal ha høy pålitelighet. Podkasten har blitt transkribert og jeg har foretatt en selekteringsprosess av viktige påstander og utsagn som kan si noe om hvilke «frames» som blir framsatt av de ulike aktørene.

4 Presentasjon av funn

I dette kapitlet vil empiriske funn i fra 20 medieoppslag tilgjengelig i Atekst presenteres. I tillegg vil podkasten med 9 nøkkelinformanter, samt journalistenes egne utsagn og vurderinger presenteres. I tillegg vil podkastens oppbygning og struktur bli vurdert og presentert. Før jeg setter i gang med presentasjon av funn er det hensiktsmessig å gi en forklaring av bakgrunnen for den satte tidslinjen. Jeg forstod at enten måtte jeg velge å sette en kort tidslinje fra saken kom på agendaen i 2018 frem til lokalvalget i 2019, for å på denne måten kunne studere ulike aktørers innflytelse på agendasettingen konsentrert i en valgsammenheng. Alternativet var å strekke tidslinjen lengre, fra da saken kom på den politiske agendaen i 2018, frem til 2023. Dette alternativet åpner for et større bilde av saken, og flere mulighetsvinduer og «frames» vil kunne bli studert for å danne datagrunnlaget til analysen. Baksiden med denne tilnærmingen er at det muligens kan danne et mer fragmentert datagrunnlag.

4.1 Medienes dekning av saken

Et søk på ordene *canvas hove* på Atekst generer 2012 treff i redaksjonelle medieoppslag på en tidslinje i fra oktober 2018 til april 2023.



Diagrammet viser intensiteten i fra da saken kom på agendaen i oktober 2018 frem til april 2023. I oktober 2018 var det 50 artikler som var skrevet om canvas hove. Den høyeste toppen illustrerer når saken var mest omtalt, som var i januar 2019 med 194 artikler. Antall medieoppslag sank betraktelig i februar med 48 artikler, som fremdeles er et relativt høyt tall i en lokalpolitisk sammenheng. Etter den høye toppen i januar 2019 har aldri omtalen av canvas hove vært like omfattende, men omtalen har vært fremtredenene i perioder i årene som fulgte. I september 2021 foreligger det 41 artikler og desember 2021 var det skrevet 87 artikler om saken.

4.1.1 Lanseringen av Canvas Hove

Hovesaken kom på agendaen den 18. oktober 2018, da det ble gjort kjent at Hove drifts – og utviklingsselskap hadde gått sammen med Lowcamp om å etablere ny og innovativ campingdrift på Hoveodden. Planene legges frem på rådhuset i Arendal tirsdag. 16. oktober 2018 klokka 10:30. Den første artikkelen som blir publisert i Agderposten om saken heter «Skal få beachclub, tretoppshotell, glamping og treningssenter» (Eide, 2018). (Artikkel 1).

«Driften av Hove Camping er kommet til et veiskille» Heter det i en pressemelding som er sendt ut tirsdag morgen. «I 2016 ble Raet nasjonalpark etablert, og i prosessen frem mot etableringen drøftet styret i Hove Drifts- og Utviklingsselskap AS hvordan det vil påvirke campingtilbudet på Hove. Det ble lagt en strategi der vi ønsket å utvikle Hove Camping i en retning der den fremstår som en «nasjonalpark-camping». Kriteriene for dette var at aktivitet, friluftsliv og større tilgang for alle skulle stå mer i fokus. Hove Camping skal nå bygges opp igjen på helt ny og innovativ måte. Navnet på den nye destinasjonen er «Canvas Hove» og skal drives av selskapet LowCamp som hovedaksjonær, med Hove Drifts- og Utviklingsselskap AS som medeier. », Visjonen for den nye destinasjonen er å bli Norges foretrukne destinasjon for sjønære aktiviteter og opplevelser - og en arkitektonisk severdighet. Prosjektet har bred støtte fra politisk ledelse i Arendal Kommune, som er grunneier. Canvas Hove skal etter planen, gradvis over noen år, bygges opp med følgende innhold: Restaurant, Tretopp-hotell, Designhytter, Glamping. Teltplasser og aktivitets- og treningssenter. Vi vil starte arbeidet med nysatsingen allerede til våren, heter det videre i pressemeldingen som er gjenfortalt i artikkelen i Agderposten, (Eide, 2018).

Videre fremkommer det i artikkelen at ingen av de som har leiekontrakt på Hove Camping får fornyet sine kontrakter. Initiativtakerene får spørsmål om dette er en god ide og til dette svarer de at: Gamle hove Camping områdene rundt blir mye større grad åpent for alle og får et park – preg. Det blir lagt til rett for et stort aktivitetstilbud i tråd med den nye nasjonalparkens formål, der gjester og lokalbefolkning blir invitert inn. Arendal får en internasjonal spydspiss innen reiseliv. Hoveodden vil få en beachclub – restaurant med for, ærlig mat. Mange nye arbeidsplasser og helårsdrift, Arendal øker kapasiteten på varme senger, Området vil bli et visuell godtepose for de som liker å legge ut bilder på sosiale medier. Folk som bil oppleve området får overnattingstilbud som strekker seg fra full hotellstandard til billige teltplasser (Eide, 2018).

Samme dag som planene om Canvas hove blir presentert fanger mediene opp misnøyen i fra motstandere av prosjektet. Det er i første omgang campinggjestene som ikke får fornyet sine ettårskontrakter på campingplassen som er misfornøyd med canvas hove prosjektet. Beboer Åsne Kristine Lothe Berthussen forteller til NRK Sørlandet at hun er misfornøyd med hvordan planene på stedet er formidlet. Eks camperen mener også at det er for kort tid frem til april 2019 for å flytte permanent fra campingten (Wiig – Andersen/NRK, 2018) Agderpostens journalist Tore Ellingsen poengterer også fra lanseringsdagen om canvas hove i artikkelen

«Nå mobiliserer campinggjestene: - Vi er som en stor familie» (artikkel 2) at «De er som en stor familie, campinggjestene på Hove, som teller flere generasjoner og nå skal vil kjempe for å beholde stedet sitt. Klokken sju tirsdag morgen fikk gjestene på Hove Camping en e – post hvor de ble orientert om planene» (Ellingsen, 2018). Styrelederen i Hove drifts – og utviklingsselskap (heretter kalt HDU) på den tiden var Ingunn Kilen Thomassen. Ellingsen skriver at de tidligere gjestene er skuffet over mangelen på informasjon. På dette svarer Thomassen at det var først mandagen at avtalen var klar, altså dagen før pressekonferansen (Ellingsen, 2018).

Dagen etter HDUs og LowCamps presentasjon av canvas hove blir facebook – gruppen «Bevar Hove Camping» etablert. i Agderpostens artikkel «tusenvise med i facebook – gruppe mot planene på Hove» (artikkel 3) står det at «rundt 3000 personer (..) meldt inn i gruppen «bevar hove camping». Initiativtakeren er Live Arneberg, tidligere camper på Hove. Arneberg beskriver at hun valgte å opprette gruppen fordi hun frykter for tilgjengeligheten på hove, og at mange andre sitter med den samme redselen. Samtidig som det kommer frem at gruppen har 3000 medlemmer, pekes det på at det er mulig for eksisterende medlemmer å legge til vennene sine, uten at de nødvendigvis har ønske om å være med i gruppen selv. Skepsisen er stor blant medlemmene som har skrevet innlegg på facebook-gruppen. I artikkelen refereres det til flere kommentarer tatt direkte fra facebook – gruppen. (Facebook- gruppen er den samme som senere omdøpes til «Bevar hoveodden»). Her kommer det til uttrykk at aktørstyrte mediers dagsorden blir påvirket av sosiale medier, og at redaktørstyrte medier bruker sosiale medier som informasjonskanal.

Utover høsten 2018 legger mediene vekt på camping- gjestene som hadde tilhold på hove før canvas hove ble etablert, mistet et kjært feriested. Umiddelbart er det denne gruppen som utpekes som «taperne» i saken. Mediene kritiserer HDU for måten de annonserte planen om canvas hove til camping – gjestene, via e-post, klokka sju på morgenen, rett før pressekonferansen ble hold den samme formiddagen. Representanter i fra HDUs tilsvaret til dette er at avtalen ikke ble signert før dagen før, og at de hadde informert om at det ville bli endringer på camping (Ellingsen, 2018). Agderpostens første Leder- artikkel etter canvas hove planene ble presentert, hadde denne overskriften: «Passer ikke denne gjengen når Hove Camping nå skal bli «glam»». (artikkel 4). I artikkelen omtaler redaksjonen planene som spennende, og det presiseres at Agderposten heier på de nye planene fordi det vil skape flere arbeidsplasser i landsdelen og reiseliv er positivt for økonomien. «Men selv om planene er

flotte (..) er det viktig å huske på at tirsdagens pressekonferanse ikke var godt nytt for dem som har skapt sine ferieminner på hove lenge før facebook og Instagram. De hadde fortjent å få beskjeden på en annen måte» (Agderposten, 2018). Det samme budskapet kommer frem i et debattinnlegg i Agderposten (artikkel 5) fra oktober 2018 med overskriften «Trenger et sted for allmennheten, ikke et instavennlig sted for eliten» (Berntsen, 2018).

Den 31. oktober 2018 publiserer Agderposten en artikkel med overskriften «Hove – satsingen: selskap inngikk samarbeid med sitt eget styremedlem» (Berg, 2018) (Artikkel 6). I styreprotokollen som Agderposten har fått delvis innsyn i, kommer det frem at styret i HDU valgte å samarbeide med sitt eget styremedlem Jan Fasting. Jan Fasting er som tidligere nevnt en av aksjonærene i Lowcamp. Lowcamp vant gjennom i anbudsprosessen da mulighetene til camping på hove skulle utarbeides, etter at det i kjølvannet av nasjonalpark – vedtaket ble klart at det ville komme krav om regulering av camping i 2016. Ifølge sitater fra artikkelen kommer det frem at Jan Fasting ble registrert som nytt styremedlem i HDU i september 2015. Fasting deltar på de fleste styremøtene i 2016 og 2017, frem til han blir erklært inhabil, frem til han fratrer i fra styret i september 2017. På bakgrunn av at HDU er et heleid kommunalt aksjeselskap gjelder det unntaksbestemmelser i henhold til offentlighetsloven. Derfor blir blant annet ikke de to konkurrerende aktørene i anbudsprosessen avslørt, da dette var å betrakte som en forretningshemmelighet (Berg, 2018).

4.1.2 Den lukkede prosessen

I et åpent brev publisert av Agderposten (artikkel 7), skriver representanter i fra Arendal Fremskrittsparti at de er «glade for at ting skjer, og vi ønsker næringsinteresser velkommen, men om det fører til at den vanlige mann i gata blir skadelidende, er ikke fasit gitt» (Fagerland, Terjesen og Arff, 2018). Videre påpeker representantene fra Frp at det «smalt» i media. Dette viser til den massive oppmerksomheten som saken fikk. Videre knyttes det i det åpne brevet spørsmål til formalia. Frp representantene setter spørsmålstegn til hvilken måte politikerne fikk informasjon om utviklingen i prosessen gjennom 2017 og 2018, og når planen ble formidlet til politikerne i Arendal. Resonnementet i det åpne brevet knyttes til hele den politiske prosessen som har foregått gjennom en ikke – offentlig prosess. Brevet avsluttes med setningen «Ser dere at dette kan skape mistillit?» (Fagerland, Terjesen og Arff, 2018).

Etterhvert som det blir klart for offentligheten utover høsten 2018 og vinteren 2019 at det har foregått en politisk prosess som ikke har vært offentlig, knyttes saken til mistenkeliggjøring i forhold til den interne saksprosessen, og det spekuleres i om den er foretatt på en uryddig måte. Roar Gundersen i Høyre kritiserer ordføreren for å ha større fokus på å holde avtaler hemmelige av hensyn til involverte aktører for å unngå støy, fremfor å ha åpne demokratiske lokale prosesser. Dette fremkommer i et bystyremøte i desember 2018, sitert av journalist for Agderposten, Tore Ellingsen, publisert i en artikkel med overskriften: «svært kritisk til Hove – prosessen: - mener ordføreren at slike avtaler skal holdes hemmelige? (Ellingsen, 2018). (artikkel 8)

«Styret dro på tur til Canvas – Hotell før Hove avgjørelse» (artikkel 9) Slik lyder en overskrift i Agderposten fra januar 2019 da det blir klart at styret i HDU dro til Lowcamps hotell i Nissedal snaue fire uker før avgjørelsen om avtalen mellom HDU og Lowcamp. Dette ble omtalt som en «inspirasjonstur» (Berg, 2019). Møtene blir ved fler anledninger omtalt som de «de hemmelige møtene.»

Agderposten publiserer artikkelen «Dette mener partiene om hovesaken». (artikkel 10). Her belyser journalist Inger Stavelin ulike aktørers innvendinger i saken. «En innvending er at «glampingen» (en glamourøs camping) kan bli så dyr at bare *fiffen* vil ha råd til å feriere der. Dette blir tilbakevist av Espen Bierud på vegne av Canvas Hove i Agderposten 5 desember. Han lover teltplasser til 100 kroner per person per natt» (Stavelin, 2018). Videre refereres det til at gruppeleder i SV Rune Sævre mener at det er kritikkverdig at bystyret ikke visste om planene på Hove før de ble presentert, og kaller dette å handle uprofesjonelt. Sævre siteres i at «(..)dette er en arealplan – sak som burde ha vært i orden først. Bystyret ble heller holdt utenfor. Jeg visste ikke at det var noen prosess på gang før planene ble presentert» (Sævre, 2018). Sævre vil imidlertid ikke fremme mistillitsforslag, men påpeker at HDU burde ha kommet til bystyret og bedt om en arealplan før prosessen ble satt i gang (Stavelin, 2018).

Høyres gruppeleder Geir Fredrik Sissener sier i dialog med Stavelin at han forstår at HDU valgte en lukket prosess med tanke på få mest mulig tilbydere og gode forslag. Likevel skulle han ønske at det hadde vært valgt en åpen prosess, med tanke på at området er offentlig og eies av kommunen. I tillegg burde det ha vært en områdeplan/reguleringsplan. På denne måten kunne bystyret ha peket ut en retning for hva som skulle være formålet med videre utvikling av området, før de gikk ut i markedet og lette etter noen som ville utvikle området i

tråd med planen og Raet Nasjonalpark. Aners Kylland i Fremskrittspartiet mener saken er blitt vanskelig på grunn av prosessen. Milly Gundersen fra Senterpartiet er ikke fornøyd med prosessen og mener den er helt gal. Atle Svendal i arbeiderpartiet sier han forstår deler av kritikken, men er fornøyd med at selskapet arbeider aktivt med utviklingsplaner. Som gruppeleder i «ordfører partiet» fikk han ingen informasjon før planene ble presentert, ifølge ham selv. Han mener likevel at dette ikke ville ha påvirket fasen, og at det er først når reguleringsplanen kommer til politisk behandling at Ap får si sin mening. Terje Eikin gruppeleder i kristelig folkeparti har forståelse for at selskapet (HDU) ikke kunne ha full offentlighet før en avtale er inngått, og er positiv til prosjektet. Pål Koren Pedersen, gruppeleder i Venstre er positiv til prosjektet og omtaler det som et «utrolig spennende prosjekt», samtidig er han åpen om at det kan diskuteres om selskapet burde ha gått inn for en åpen prosess i fra dag en. Han mener at gruppelederne ble informert «til en viss grad underveis» (Stavelin, 2018).

Det er skille i hvor de ulike politiske partiene stiller seg i hovesaken. Det er, med noen unntak, enighet om at prosessen kunne ha vært mer åpen fra starten av, først og fremst med tanke på at området kommunens eiendom, og derfor ansett som offentlig eiendom.

I et leserinnlegg til Agderposten skriver Alf M Sandberg at «Det er presset fra publikum og mediene som har fått hull på hemmelighetskremmeriet». (artikkel 11) Dett er et tilsvaer til Trond S. Berg, tidligere juridisk spesialrådgiver i Arendal Kommune sitt innlegg i Agderposten hvor han kritiserer Agderposten for å slippe hovelista til med både helsider og dobbeltside, der partiets representanter «får fremme sin vrede over prosess, HDU styret, Canvas Hove, og bystyret». Sandberg slår fast at det er det vedvarende presset fra publikum og mediene som har slått hull på hemmelighetskremmeriet i saken (Sandberg, 2019). Her kommer det fram at det er presset i fra publikum, en såkalt «skjult klynge» og mediene som har ført til avsløringer i saken.

4.1.3 Lokalvalget i 2019

I underkant av et år etter Canvas Hove ble lansert som planprosjekt, er det kommune – og fylkestingsvalg i 2019. Den polariserte debatten i kjølvanet av hovesaken førte til opprettelsen av «Hovelista», et protestparti dannet av Thore K. Karlsen. I samtale med

journalist i Agderposten, Liv Ekeberg forteller Karlsen at han har 10 navn på lista, og at engasjementet til opprettelsen av aksjonslista ble utløst etter han skrev et leserinnlegg i Agderposten, der Karlsen advarte mot det han kalte Barbufella. (artikkel 12). Karlsen forteller videre at de har en partiuavhengig protestliste, men dersom de blir sittende i kommunestyre de neste fire årene, vil de selvfølgelig også ha et relevant program som de mener kan tilføre politikken mye og gjøre Arendal bedre. Han sier videre at partiet vil mene noe om hvordan lokaldemokratiet kan styrkes gjennom å etablere rådgivende bydelsutvalg i Arendal med bakgrunn i at stadig flere føler seg overkjørt av offentlige avgjørelser. Han påpeker at partiet frykter at det kan føre til flere hjemmesittere og at flere stemmer på ytre venstre, og ytre høyre fløy. Hovelistas jobber for at Hove skal bli et såkalt LNF – område, et Landbruks, Natur – og Friluftsområde, som legger føringer for hvordan et område kan reguleres i forhold til naturhensyn, noe som i sin tur ikke gjør Canvas Hoves planer mulig å gjennomføre. Hovelistas får 5.9 % av stemmene og dermed to politikere inn i bystyret. Arbeiderpartiet vinner valget med 26.9% av stemmene, med en nedgang på -11% siden det foregående valget i 2015 (VG.no)

Et annet parti som også utmerker seg som et motstandsparti i hovesaken er Helsepartiet Arendal. I et leserinnlegg i Agderposten (artikkel 13) peker styremedlem i helsepartiet, Pål Frydenberg på at partiet jobber med valgprogrammet. «Og vær trygge, Helsepartiet jobber for at Hove skal gå tilbake til *naturen*, ikke privatiseres eller utsettes for luftslott» (Frydenberg, 2019). Det er altså to partier som har utpekt hovesaken som «hjertesak» oppunder valget i 2019.

4.1.7 «Giftig debattklima på internett»

Flere medieoppslag omtaler facebook – gruppen «Bevar Hoveodden» sin posisjon i hovesaken. Aina Frisch skriver leserinnlegg i Agderposten med overskrift «Canvas Hove vrir det til at det er FB – gruppen Bevar Hoveodden som nesten styrer lokaldemokratiet». (artikkel 14) Frisch refererer til et innlegg av Canvas Hove, publisert i Agderposten noen dager i forveien. Frisch siterer canvas hove slik – «Slik jeg leser det, ser det ut som at Facebook - gruppen består av et par håndfulle motstandere, som alle bedriver trakassering, hets og har en generell mangel på oppdragelse». I innlegget Frisch referer til påpeker Canvas Hove at de også utsettes for ødeleggende anmeldelser som går utover deres omdømme for tilreisende og

truer arbeidsplassene de prøver å skape. Frisch skriver videre at hun forstår det som at Canvas Høve forsøker å vri det til at facebook – gruppen Bevar Høvedden nesten styrer lokaldemokratiet i Arendal. Frisch peker på at dette ikke er tilfellet, ei heller at lokaldemokratiet ikke vil finne seg i at flertallet i kommunestyret overkjører «oss som har valgt dem inn» (Frisch, 2019). Funnet indikerer at redaksjonsstyrte medier plukker opp at facebook – gruppen har stor innflytelse i saken, gjennom at den blir omtalt av aktører også innenfor den synlige klyngen, som representante fra Canvas Høve.

Nina Jentoft og Vanja Grut fra arbeiderpartiet går hardt ut mot det de omtaler som «netthets og giftig debattklima», i et innlegg publisert av Agderposten, på førstesideplass (artikkel 15). Journalist Sindre Haugen Mehl intervjuer arbeiderparti -duoen som mener at i sosiale medier er det lav terskel for å spre løgner og hatefull retorikk, og at gjennom dette har «falske nyheter kommet til byen» (Jentoft og Grut, 2021). De mener at det daglig spres usannheter om politikere og politiske saker på nettet. I artikkelen refereres det til Kommunal Rapport som peker på at lokalpolitikere flere steder i Norge har tatt et oppgjør med ukultur og netthets. En rapport i regi av KS, gjengitt i kommunal rapport viser at hatefulle trusler og ytringer mot lokalpolitikere gjerne kommer i lokale, omstridte saker. Jentoft mener at folk sprer konspirasjoner, som for eksempel med å si at ordføreren vil selge Høvedden og jobber for privatisering, noe som ikke stemmer ifølge Jentoft. Arbeiderparti – duoen vektlegger i artikkelen at de bruker mye tid og ressurser på å forsvare seg i leserinnlegg og i kommentarfelt. Likevel er det ikke aktuelt å kutte ut sosiale medier – for: «skal du være med i boksekamp må du opp i ringen» (Jentoft, 2021). Dette illustrerer at politikeren mener at sosiale medier anses som en viktig arena for politisk kommunikasjon.

Kristina Stenlund Larsen har markert seg som kritisk stemme i hovesaken. Hun ble valgt inn i bystyret som representant for hovelista etter valget i 2019, men trakk seg fra partiet kort tid etterpå på grunn av uenigheter knyttet til andre saker i partiet. Hun mener at canvas – driverne har kommet med injuriende påstander. Larsen er enig med Jentoft og Gruts analyse om debattklimaet, men mener det foreligger en helt annen forklaring for hvorfor det har blitt sånn: «Trumpismen har kommet til Arendal, men den kom fordi andre prøver å dempe andres stemme. Det er vanskelig å være politiker i Arendal viss du brenner for noe» (Larsen, 2021). Hun sier hun selv har vært vitne til nettdebatter som har gått over streken, og har sagt i fra ved flere anledninger. Hennes forklaring på at noen roper høyt i sosiale medier er at enkelte grupper i samfunnet sjelden kommer til orde. Disse stemmene bør bli løftet, mener hun.

Larsen ble på et tidspunkt truet med søksmål av Vebjørn Haugerud og Jan Fasting for æreskrenkelse, dersom hun ikke beklaget seg for å ha påstått at «prosessen (i canvas hove) gir godt grunnlag for å mene at hovesaken er klart innenfor hva som defineres som korrupsjon».

I artikkelen påpeker Grut og Jentoft at mye av nettdiskusjonen foregår på facebook – gruppa «Bevar Hoveodden». Arbeiderpartipolitikerene mener at gruppa er arnested for mye av det de mener er dirkete løgner. De trekker paralleller til den kontroversielle facebooksidene «sørlandsnyhetene», som etter flere år dømme påvirket utfallet av kommunevalget i Kristiansand i 2019. Den fikk kritikk for å blant annet publisere udokumenterte påstander og anonyme innlegg. «Det er bare å se hvor mange velgere sørlandsnyhetene klarte å flytte på, og det kan skje i Arendal også. Derfor er vi nødt til å si i fra. Dersom ingen stiller spørsmål (...), begynner jo folk å tro det de leser er sant» (Grut, 2021). Arneberg som er administrator i facebook - gruppa «bevar hoveodden» syns at sammenligningen med sørlandsnyhetene bare er tull, men legger ikke skjul på at de forekommer kommentarer og personkarakteristikker som er over streken. Hun sier at disse slettes så fort de blir oppdaget, og hun nøler ikke med å kaste ut folk av gruppa. Arneberg mener at lokalpolitikere som kaster seg med i diskusjonen er med på å legge lista for hva som er greit å si og skrive. Ifølge Arneberg ble det store reaksjoner etter at Canvas ville saksøke Krisitna Stenlund Larsen. «Da det kom frem i mediene, fikk vi mange nye medlemmer» (Arneberg, 2021).

Også Inger Brokks de Ruiters for sosialistisk venstreparti har synspunkter på nettdebattene. Hun mener dette kommer av det polariserte debattklimaet der saker med definerte ytterpunkter anklager motparten i krasse ordlag. «- Det er litt for mange som roper varsku om konspirasjonsteorier og amerikanske tilstander på den ene siden. På den andre siden har du de som bruker begrep som maktmisbruk og korrupsjon for ofte. Da har erfarne politikere et ekstra ansvar for å få fram nyansen, sier hun» (de Ruiters, 2021). Videre i artikkelen beskriver de Ruiters at Arendal mangler en reell åpenhetskultur (Mehl, 2021).

4.1.8 Arbeidet med reguleringsplanen

Det var mye støy da det skulle bestemmes da den delen av hove som utgjør campingområde skulle reguleres. En reguleringsplan er kommunens måte å styre utviklingen av et område på. Utarbeidelsen av en reguleringsplan skal legge føringer for hva som kan bygges på område,

og hvor det kan bygges. En reguleringsplan består av et plankart med planbestemmelser og plangivelse. *Reguleringsplan med tilhørende bestemmelser angir bruk, vern og utforming av arealer og fysiske omgivelser, jf. Plan – og bygningsloven § 12 -1* (regjeringen.no.). Det skulle tas stilling til om reguleringsplanen skulle utarbeides av kommunen selv, eller som et privat planforslag. Det endte med at det var kommunen selv som skulle utarbeide planforslaget.

Arbeidet med reguleringsplanen blir foretatt igjennom en offentlig politisk prosess, i motsetning til prosessen med utvelgelsen av samarbeidsaktør i prosjektet for å utvikle Campingområdet på hove. En vedtatt reguleringsplan er en politisk beslutning der bystyret/kommunestyret avveier ulike interesser og hensyn. En effektiv reguleringsprosess skal involvere de som er berørt på en relevant måte, og utvikle forslag til planløsninger. Dette gjelder uavhengig om reguleringsplanen er utarbeidet av kommunen eller som et privat planforslag (regjeringen.no) Etter at området som omringer campingen ble en del av Raet Nasjonalpark i 2016, ble det vurdert som nødvendig å sette i gang en prosess som skulle fastslå hvordan området skulle forvaltes videre. I prosessen med utarbeidelsen av reguleringsplanen er det mange ulike aktører som ønsker forskjellige ting for området. Det blir utarbeidet ulike alternativer. Alternativene varierer i forhold til antall overnattingsenheter, og om det for eksempel skal være cafe drift eller ikke. Det blir også viktig ta høyde for hvilke alternativer som kan gjøres for å bevare natur – og dyrelivet på hove. Det blir ofte pekt på at blant annet fugle- og plantelivet er sårbart, i tillegg til at det befinner seg kulturminner her. Fokuset på å bevare natur og miljøvern er ett av argumentene aktørene på motstandssiden bruker. Kommunen utreder sårbarhetsanalyse som kartlegger de ulike delene av området.

Underveis i reguleringsplanprosessen blir det klart at canvas Hove har gått inn i en intensjonsavtale med Dyreparken. Agderposten publiserer saken «Her inngår Dyreparken og Canvas – eier historisk avtale» (Mehl, 2021). (Artikkel 16) I artikkelen fremkommer det at formålet er å etablere et langsiktig strategisk partnerskap. Også dette har skjedd uten offentlig politisk behandling. Oktober 2022 publiserer Agderposten en artikkel med overskrift «Dyrepark – samarbeid er historie» (artikkel 17) «Avtalen om at dyreparken fikk rett til å kjøpe seg inn i Canvas Hove skapte furore da det ble kjent. Nå er intensjonsavtalen historie» (Helgebø, 2022). Dermed forelå intensjonsavtalen mellom canvas hove og dyreparken i omtrent et år, før den ble skrotet. I tiden før dyreparken valgte å trekke seg var det knyttet stor misnøye fra motstandersiden av canvas hove. Nok en gang var det inngått en avtale mellom

private aktører som ville inn på eiersiden i et område som eies av kommunen. Det ble mye snakk om privatisering av det offentlige i både redaktørstyrte og i sosiale medier.

Det jeg har markert som slutten på tidslinjen i denne studien er april 2023. Etter vedtak av reguleringsplanen i bystyret og mekling hos statsforvalteren i mars 2022, ble altså vedtaket meklingsforslaget til statsforvalteren. Ifølge Agderpostens artikkel «hoveplanen vedtatt bevarerene lover omkamp», (artikkel 18) «slaktet statsforvalteren planer som et flertall av arendalspolitikere opprinnelig vedtok» (Ballestad 2022). Dette resulterte i at sentrale politikere og kommunetopper fra Arendal kommune måtte møte med statsforvalteren. Forslaget innebar et mindre antall overnattingsplasser og «glamping teltene» måtte bort fra hove. (Her må det presiseres at grunnen til at det var satt opp telt og «glamping» på hove før reguleringsplanen var vedtatt, var fordi denne prosessen ble lang, og Canvas Hove fikk lov til å drive næringsvirksomhet på området før vedtatt reguleringsplan). Reguleringsvedtaket var ikke forenelig med den driften canvas hove hadde i sine planer, noe som fører til at canvas hove endrer navn til Raet Camping, og det ble bestemt i bystyret 2. mars 2023 at leieavtalen mellom kommunen og canvas hove skal reduseres med 200.000 kr. Det ble også bestemt at HDU vil ha ansvaret om det i fremtiden skulle bli omregulert slik at forretningsmuligheter blir redusert. Dette utløser reaksjoner blant motstandere, og i en artikkel fra lokalavisa geita fremkommer det at tre bystyrepolitikere klager på dette vedtaket (Eskelund, 2023) (artikkel 19).

4.2 Hovedfunn fra podkasten

Som nevnt i metoddelen av oppgaven forventes det ikke å finne andre fremstillinger av hovesaken i podkastmaterialet enn det som allerede er publisert av artikler i Agderposten. Podkasten blir i denne sammenheng et mer interessant inntak for å se hvordan Agderposten sammenfatter det de mener er viktige elementer og aktører i saken i podkastformat.

Agderpostens podkast «KAMPEN OM HOVE» er som nevnt en podkastserie på sju episoder. Agderpostens journalister Sindre Haugen Mehl og Grete Helgebø står bak podkasten.

Den første episoden i serien heter: «det foregår en krig ute på hove». Journalistene forklarer at dette er deres forsøk på å forsøke å beskrive hovesaken i påvente av at reguleringsplanen skal bli vedtatt av politikere. Deres mål er «å ta det litt fra begynnelsen av, og fortelle litt om historien og presentere de ulike aktørene, slik at publikum kan lett måte bli opplyst, informert og kanskje også *underhold* i alt som har skjedd rundt hove de siste årene» (Mehl, 2021).

I episoden blir Ingebjør Amanda Godskesen og Anders Haslestad intervjuet. Godskesen er tidligere stortingsrepresentant for Frp, og nå pernsjonistprtipolitiker i bystyret, og tidligere campinggjest på Hove. «Haslestad var sjef for protestantene på hove camping da de ble kastet ut for å gi plass til canvas hove» (Mehl, 2023). Anders og Ingebjørg mener det pågår en krig på hove, og at det ikke er canvas hove som er «motstanderen», eller at det er de som har skylden i at situasjonen har blitt til det de omtaler som en *krig*.

«Det er ikke egentlig canvas i utgangspunktet som har lagt opp til det» (Haslestad)

«De er egentlig like uskyldige som oss andre. Så viss dere tror det er de vi er imot så har dere misforstått. For det er helt feil. Men samtidig må de komme med ærlig spill(.) ærlighet varer lengst, Det er kommunens håndtering og visse poltikeres håndtering som egentlig er skyld i det» (Godskesen, 2021).

Videre i episoden peker journalistene på at det var stas når planer om hove ble presentert så høyt opp som på dagsrevyen på NRK, og at planene så veldig flotte ut. Etter bare få dager så man en veldig stor gruppe som følte seg tråkka på. Og konflikten som vi ser i dag dukket opp nesten umiddelbart etter disse planene ble kjent.

I episode to, «Hvor kommer dette hatet fra» intervjues Vebjørn Haugerud som er en av eirene på Canvas Hove. Journalistene møter Haugerud på hove, og de får ta en titt på noen telt som leies ut der. Haugerud snakker varmt om glamping konseptet, og viser journalistene rundt på plassen. I episoden forteller journalistene noen hendelser som har skjedd i saken. De nevner «Bevar hoveodden» facebook – gruppen, hovelista og at Haugerud og Fasting gikk til sak mot Kristina Stenlund Larsen på grunn av æreskrenkelser, men trakk senere søksmålet. De forteller også at et av canvas hoves glamping telt har blitt kuttet opp og et av bygga har blitt dynka i parafin. Videre blir det fortalt om en situasjon hvor Fasting skal ha lagt igjen en kommentar under et leserinnlegg på Agderposten hvor han beskylder en navngitt person for å stå bak hærverket. Fasting blir politianmeldt for dette, og må senere beklage seg.

Kristina Stenlund Larsen kan sies å indirekte kritisere redaktørstyrte mediers dekning av saken gjennom å presisere i podkasten at bevar hoveodden facebook -gruppen har tjent en veldig viktig funksjon i fraværet av andre gode informasjonsplattformer. Hun er særlig opptatt av at område må bli LNF; Landbruks-, natur- og friluftsområde. Motstandere av hoveprosjektet er opptatt av at campingområdet på hove ble overdratt vederlagsfritt fra staten ved statsbygg i 1998 som en gave til Arendal. I avtalen mellom kommunen og Staten står det at kommunen plikter å overholde lovlig inngåtte avtaler. Larsen peker på at avhendingen av friluftsområdet var «vederlagsfri» grunnlagt i de særskilte tinglyste heftelsene om friluftsliv og naturvern for allmennheten. Forståelsen av denne kontrakten har blitt tolket ulikt av aktører i kommunen, og de som ønsker at hove skal være Natur – og friluftsområde. I en artikkel publisert av Agderposten (artikkel 20) siteres rådmann Harald Danielsen i at diskusjonen om heftelsene på Hove – eiendommen kan sammenlignes med at jorda er flat, og at saken er så opplagt at heftelsene kan slettes (Thorsen, 2020). Dette illustrerer det sprikende meningsforholdet mellom aktørene i saken.

4.2.1 Agderpostens redaktør sine redaksjonelle vurderinger

Noe som gjør podkastserien til et særlig interessant tilskudd til denne studien er sjefsredaktør i Agderposten, Katrine Lia sin redaksjonelle vurderinger knyttet til dekkingen av hovesaken. I podkasten uttaler hun seg slik:

«(...)vi tar jo de samme hensynet i alle saker vi skriver om. Det som er et hensyn å ta i en sak som hovesaken er hvor mye har vi skrevet om saken før, og hvor ofte er en person blitt eksponert for eksempel på første siden vår. Det kan jo være en belastning for personen når noen ganger man blir dradd frem igjen og igjen på førstesiden så vi ser litt på historikken for eksempel i forhold til hvor ofte vi skal ha noen på førstesiden, og så må vi se på det vi har skrevet tidligere, er det noe nytt i saken som er skrevet de siste to tre åra som er skrevet om saken, for vi opplever jo at det er en del lesere som ikke får med seg alt vi skriver om saken, og tar kontakt med oss og mener at vi tilbakeholder informasjon og fakta når det handler om er at det er gammelt nytt på en måte det er ting som har vært omtalt tidligere for eksempel» (Lia, 2021).

På spørsmål i fra Mehl om Agderposten har tatt noe standpunkt i om det skal være camping eller friområde på hove svarer Lia: «Vi har ment ting om det noen ganger før, det vi har ment tydeligst i fra lederplass er at prosessen bak anbudsrunder var at den var dårlig forankra demokratisk, at det var uheldig at enkeltpolitikere fikk informasjon om saken før generalforsamlingen og at det var uheldig at Fasting, en av canvas eierene satt i styret i HDU samtidig som denne prosessen foregikk. Så vi har vært veldig kritiske til selve prosessen, men vi har samtidig ønsker næringsutvikling i det området velkommen, når det gjelder reguleringsprosessen nå har vi ikke ment noe om den» (Lia, 2021).

I den sjuende og siste podkastepisoden, «Et velregissert kuppforsøk», forteller sjefsredaktør i Agderposten, Katrine Lia at det er ingen utviklingsprosjekter Agderposten har skrevet så mye om både på lederplass og reportasjeplass som hovesaken. Hun forklarer at glassheisen eller barbu som var to andre omtalte og debatterte saker i Arendal for en del år tilbake ikke var i nærheten av å ta så masse spalteplass som hovesaken. Videre snakker Lia om risikoen knyttet til at området forvaltes gjennom et offentlig aksjeselskap. Risikoen knyttes ikke nødvendigvis til økonomisk risiko, det dreier seg om en demokratisk risiko knyttet til at folk flest ikke har samme innsynsretten i hvilke avtaler som blir inngått mellom et aksjeselskap og et annet selskap. Lia presiserer at området har veldig stor allmenn interesse, og at det er risiko for demokratisk underskudd når de folkevalgtes innflytelse reduseres gjennom et kommunalt eid aksjeselskap.

4.2.2 Facebooksiden «Bevar Hoveodden»

Journalistene spør intervjuobjektene om deres forhold til facebook – gruppa «bevar hoveodden», svarene spriker mellom aktørene. Helgebø spør Haugerud hvor mye han følger med på facebook – gruppa og alle de små og store protestene mot, og om han er medlem, eller «kikker innom iblant». Han svarer at han ikke er medlem, men at det har hendt at han har kikket, men at han ikke blir i spesielt godt humør av det.

Terje Stalleland var leder for HDU på tidspunktet da podkasten ble laget. Han fikk mye motstand og fikk gjennomgå i kommentarfeltene på facebook fordi han publiserte en video der HDU glatt avfeier kritikk mot selskapet og prosessen som har vært. I klippet sier Stalleland at «vi vil at hove skal være for alle. HDU har som mål å skape gode opplevelser for alle ute på Hove». Helgebø gjengir noe av det som står i kommentarfeltet under: «Reinspikka propaganda fra kommunens ansatte», «blotta for retorikken rett og slett». Dette er nok eksempel på sosiale mediers innflytelse på redaktørstyrte medier, der sosiale medier setter dagsorden for redaktørstyrte medier.

Mehl sier at det er en ting han ofte legger merke til når han intervjuer folk om hove, og det er at de forskjellige aktørene ofte mener motstanderne i saken har liten troverdighet. Et eksempel på det er når stalleland blir spurt om facebook- gruppa «Bevar Hoveodden». Stalleland svarer at der er det mye rart, og at det er mye misforståelse ute og går, og at han ikke kan fokusere på ting han leser der. Likevel fremstår det som andre aktører innenfor det kommunale beslutningsapparatet anser facebook – gruppen som en viktig politisk kommunikasjonsplattform.

Kristina Stenlund Larsen mener at facebook siden «bevar hoveodden» ble opprettet for å gi folk mulighet til å forstå, og dele erfaringer. Det har tjent en utrolig viktig funksjon i fraværet av andre gode informasjonsplattformer. Larsen mener at det er en opplevelse av veldig sterk maktmisbruk, og at den er lett å påvise helt korrekt. Hun mener at man må regne med at dette vil føre til utsagn som er kritikkverdige og påstander som ikke har hold i virkeligheten, men at dette naturligvis er beklagelig. Hun peker på at hun selv ikke ville ha brukt ordet *korrupsjonslignende* med mindre hun kunne begrunne det godt. Thore k. Karlsen forteller at han aldri har hatt noe med facebook – siden å gjøre, og heller aldri kommer til å ha det.

Sjefsredaktør i Agderposten, Katrine Lia sin kommentar til hvordan debatten har foregått på sosiale medier lyder; «helt generelt, og uten å gå i rette med enkeltpersoner at dersom du ender opp med å kun forholde deg til udokumenterte påstander i sosiale medier hvor vi vet at algoritmer bidrar til at de mest ekstreme standpunktene blir mest tydelige. Hvis du alltid er mistenkelig mot motparten og vrangleser hva andre mener, og hvis du til slutt mener at journalister, politiske eksperter i forvaltningen og alle politiske prosesser også det som innebærer en reguleringsprosess, at ingenting av det er til å stole på lenger, og hvis du heller

ikke er villig til å godta resultatene av en politisk prosess selv om du taper, da ender du opp på et veldig skummelt sted. Et sted som kanskje er til forveksling likt det vi ser i USA, da ender vi opp med amerikanske tilstander på hove» (Lia, 2022).

Podkaster har et underholdende preg. Lytteren får følelsen av å «være med» journalistene for å møte de ulike aktørene. Grete Helgebø som forklarer at hun er fra Arendal forteller historier om barndommen da hun besøkte hove, og kjøpte is på brygga. I den femte episoden av podkastserien skal Per Arnstein Aamodt som er administrerende direktør i dyreparken intervjues. Episoden starter med det de omtaler som sin «husmusikant» som synger den kjente dyreparken – sangen «hiv og hoi». Anekdoten var underholdende og personlig, noe som skiller seg fra trekk som kjennetegner de mer tradisjonelle redaktørstyrte medieoppslagene.

Det kan sies at Agderposten som redaksjonell aktør tar ulike grep for å framstille de mest spektakulære sidene av hovesaken. Dette kommer til uttrykk både i medieoppslag og i podkaster. Dekkingen av episoden av hærverket på canvas hoves eiendom er et eksempel på dette. Episoden illustrer et direkte resultat av hvor intens debatten ble, og hvor langt en (eller flere) aktør(er) var villig til å gå for å poengtere sin misnøye, gjennom å foreta kriminell handling. Dette var en enkeltepisode som både ble dekket i medieoppslag og i podkaster. I podkastens sju episoder var det andre aspekter av saken som ikke ble inkludert. Journalistene påpeker at redaksjonen hadde gitt spesifikke føringer for å holde episodene korte: «(...) vi har fått beskjed av sjefene våre om å holde disse podkastene litt korte(..) (Helgebø, 2021. 22:42). Dette er et eksempel spillinnrammet nyhetsvinkling. Timothy Cook argumenterer for at «daglige nyhetshistorier» er episoder i større pågående sagaer. Journalister må produsere og visualisere en sak knyttet opp mot en større historiefortelling, fra en fase i en sak til den neste (Cook, 1996, s. 474).

5. Drøfting

I denne delen av oppgaven vil jeg etter beste evne forsøke å besvare forskningsspørsmålene som er utledet av teoretiske perspektiver, og skal bidra til å besvare problemstillingen.

5.1 Hvem kan defineres som politiske entreprenører, og hvilke mulighetsvindu har de benyttet i hovesaken for å fremme sin agenda?

Agendasettingen skjer på flere tidspunkter i løpet av femårsperioden som undersøkes. Dermed er det utfordrende trekke et klart skille mellom hvem som kan defineres å befinne seg innenfor og utenfor det kommunale beslutningsapparatet, og å definere synlig og usynlig klynge. Mange politikere var kritiske til den lukkede prosessen knyttet til at et kommunalt aksjeselskap skulle drifte kommunens eiendom. Samtidig viser funn at mange av de samme aktørene var positive til næringsutvikling på stedet. Et flertall av bystyrerepresentantene i Arendal har stemt for vedtak om reguleringsplan som tillater næringsutvikling på hove, dette er altså en synlig klynge med tilgang på beslutningsapparatet. Jan Fasting og Vebjørn utpeker seg som private aktører i denne sammenheng.

Det kan diskuteres om facebook – gruppa «bevar hoveodden» kan defineres som en synlig klynge eller ikke. Flere av medlemmene som har tilgang på det politiske beslutningsapparatet er også medlemmer i denne gruppen. Dette kan indikere at facebook – gruppen har en viss grad av legitimitet. Kristina Stenlund Larsen poengterer at flertallet av aktørene innad i denne gruppa er likevel ikke å anse som synlige aktører, og gruppen kan med dette omtales som en usynlig klynge.

Kingdon argumenterer for at det er først og fremst aktører med aksess til det interne formelle beslutningsapparatet som styrer agendaen. I hovesaken er det et interessant aspekt at HDU er et kommunalt aksjeselskap, når vi skal se på når saken kom på agendaen første gang. dette knytter seg til mye av kritikken som canvas hove prosjektet fikk i ettertid – nemlig hemmeligholdet rundt møtene som ble foretatt mellom politikerene og næringslivsaktørene forut for at avtalen ble signert. På bakgrunn av den ikke – offentlige prosessen, ble den skjulte klyngen veldig raskt fremtredende i 2018 rett etter lanseringen av canvas hove. Den skjulte klyngen er fremtredende også i 2019 før lokalvalget.

Det er særlig tre hendelser som utpeker seg som mulighetsvinduer i hovesaken. Den første hendelsen vil jeg definere som avsløringen av de hemmelige møtene. Den andre hendelsen er lokalvalget i 2019, og den tredje er intensjonsavtalen med dyreparken. Det første, og det siste potensielle mulighetsvinduet bærer preg av det Kingdon (2003) definerer som et problemvindu. Aktører på utsiden av det interne beslutningsapparatet kan utnytte dette handlingsrommet til å trekke oppmerksomhet til spesifikke problemer med hovesaken. Lokalvalget i 2019 er det Kingdon (2003) definere som et politisk drevet vindu. Innenfor teori om flerstrømsmodellen kan det argumenteres for at motstandere greide å koble hovesaken til et problem, innenfor teorien om framing kalles dette «frames».

5.1.2 Avsløringene om de hemmelige møtene mellom HDU og Lowcamp

Det første mulighetsvinduet oppstår når Agderposten avslører at HDU og Lowcamp hadde hatt flere hemmelige møter sammen forut for signeringen av intensjonsavtalen. Dette ble blant annet problematisert fordi Jan Fasting satt i styret i HDU i fra 2015, som innebærer at dette skjedde i perioden hvor Lowcamp og HDU var i dialog rundt samarbeidet om canvas hove. På bakgrunn av at HDU er et kommunalt aksjeselskap, er det andre bestemmelser knyttet til offentlig innsyn. Motstandere av prosjektet velger å vektlegge hemmeligholdet rundt møtene, og Jan Fasting sin «dobbelte rolle». Politiske entreprenører på innsiden av det kommunale beslutningsapparatet fremsetter at det er vanlig praksis i kommunale aksjeselskap at noen avtaler blir holdt unna offentligheten med tanke på markedets konkurransehensyn. Den skjulte klyngen av politiske entreprenører greier å trekke oppmerksomhet mot problemet.

5.1.3 Lokalvalget i 2019

Lokalvalget i 2019 er det andre mulighetsvinduet. Hovesaken kom på agendaen høsten 2018, omtrent et år før lokalvalget i 2019. Da nyheten om canvas hove slapp, ble den omtalt som en bombe i media. I diagrammet som illustrer omtalen av saken i redaksjonelle medier, ser man at saken er mest omtalt i januar 2019. Saken ble heftig debattert både i sosiale medier og gjennom innlegg i redaksjonelle aviser, det kan sies at alt lå til rette for at hovesaken ville engasjere under lokalvalget. Hovelista blir dannet og ender opp med å få 5,9% av stemmene og får dermed to representanter inn i bystyret. Hovelista evnet å appellere til velgerne sine gjennom å fremme hovesaken som en «hjertesak».

Innenfor teori om «game – framing» bruker mediene et valg som en løsning til en konflikt, i dette tilfellet vil konflikten være lokalvalget. Dette er et grep mediene tar fordi nyhetsverdien er større (Lawrence, 2000), som i sin tur vil tiltrekke seg lesere. Hoveskaen blir av og til knyttet til en *elite konflikt* hvor det blir pekt på at det ville være kostbart for «vanlige folk» å besøke canvas hove, og at området ble tilrettelagt for eliten. Denne elite - konflikten er en forutsetning innenfor «game framing» (Lawrene, 200, s. 97), hvor det er fokus på vinnere og tapere.

Er det et «demokratisk paradoks» at game framing skaper interesse og engasjement blant valgmassen, slik at flere mennesker kan få med seg hva som er på den politiske agendaen, samtidig som teori om game framing har vist til at denne måten å drive strategisk nyhetsvinkling på, kan føre til at saker som politikere er valgt på faller ut av fokus? Dette spørsmålet evner ikke denne oppgaven å svare på, men det er et interessant inntak til videre forskning.

5.1.4 Intensjonsavtalen med dyreparken

Det tredje mulighetsvinduet er intensjonsavtalen med dyreparken. Det ble klart for publikum at canvas hove nok en gang var gjenstand for en hemmelig avtale foretatt av private aktører hvor kommunens eiendom «lå på bordet». Mange fra motstandersiden tok til orde og uttrykte bekymring for hva som ville skje med hove dersom dyreparken kom inn på eiersiden, aktørene var bekymret for at hove skulle bli privatisert, og på sikt solgt til dyreparken.

Dyreparken valgte altså å trekke seg fra intensjonsavtalen rett før meklingen med statsforvalteren og vedtaket om reguleringsplanen endelig ble klart. I denne perioden var det debatten veldig opphetet, og det er rimelig å gå ut ifra at dette satte et press på dyreparken til å trekke seg. Reguleringsplanen som ble vedtatt hadde færre overnattingsplasser, og mindre næringsvirksomhetsmuligheter enn det forslaget som bystyret vedtok, før det ble sendt til mekling, og endret.

5.2 Hvilke frames er tydelige i medieoppslagene og i podkasten, og hvordan fremstilles hovesaken av de ulike involverte aktørene?

I analysen har jeg brukt framing som verktøy for å undersøke hvilke temaer som er med på å sette saken på agendaen. Hovesaken har en veldig stor aktør mangfold, og en rekke interessegrupper. Jeg mener det er nødvendig å presisere at det er andre fremstillinger av saken som ikke inkludert i denne oppgaven. Blant annet har det vært et fokus på habilitetsspørsmål knyttet til politikere som har hatt flere verv innenfor grupper som på en eller annen måte berører deres posisjon til hovesaken. I bystyret har det foregått flere prosesser hvor det har blitt vurdert habilitet til ulike aktører. Av hensyn til oppgavens tidsmessige avgrensning har jeg ikke innlemmet denne prosessen. Det tydeligste habilitetsspørsmålet i saken har vært knyttet til Jan Fasting sin posisjon i styret i HDU, og som aksjonær i Canvas Hove.

Etter å ha foretatt en strategisk utvelgelse, har jeg forøkt å dekke de mest fremtredende fremstillingene. Herunder vil jeg trekke fram at fremstillingene kan bli tolket forskjellig avhengig av hvem som ser på dem.

5.2.1 «Innovasjon»

Ifølge Lawrence (2000) er det som oftest eliter som er først ute med å omtale hendelser. Eliter i denne sammenheng forstås som aktører på innsiden av beslutningsapparatet i kommunen. Den første rammen er knyttet til visjonen som HDU og Lowcamp presenterer for canvas hove under pressekonferansen den 18. oktober 2018. Vabo peker på at når en sak legges frem, kan det benyttes ulike virkemidler for å oppnå ønsket fokus i fra publikum. Dette handler om hvordan vi benytter oss av retorikk, hvordan vi bruker språk og hvordan vi mobiliserer symboler, for å få fram et budskap og/eller påvirke offentlig mening (Vabo, 2020, s. 102).

Under pressekonferansen forsøkte *eliten* å bruke svært billedlige beskrivelser av hvordan området kom til å se ut, og det er snakk om en innovasjon knyttet til utviklingen av området. «Det ble lagt en strategi der vi ønsket å utvikle Hove Camping i en retning der den fremstår som en «nasjonalpark-camping». Kriteriene for dette var at aktivitet, friluftsliv og større

tilgang for alle skulle stå mer i fokus. Hove Camping skal nå bygges opp igjen på helt ny og innovativ måte» (Eide, 2018).

5.2.2 «Kameraderi»

Den andre rammen jeg trekker fram er «kameraderi». Helt i fra det ble kjent at Lowcamp og HDU hadde gått inn i et samarbeid, og signert en avtale som muliggjøre at en privat aktør fikk kjøpe seg inn på eiersiden av et selskap som skulle forvalte, og tjene penger på kommunens eiendom ble det framsatt frames om at dette var en slags *elite – konspirasjon*. Dette kan knyttes til Kongdons teori om (2003) om skjulte klynger som utgjør et skjult nettverk som samarbeider med hverandre. Aktørene som framsetter denne rammen, mener at innad i denne skjulte klyngen vil det befinne seg aktører som inngår i samarbeid med hverandre for egen vinning. Aktører på motstandersiden av prosjektet trakk også fram Terje Stalleland sitt familiære forhold til en i fra konsulentfirmaet som la til rette for samarbeidsavtalen mellom Lowcamp og HDU, som fikk en million i suksesshonorar. Dette knyttes også til anklager om «korrupsjon». Aust – Agder revisjon avgjorde at det ikke var foretatt noe ulovlig, men at bystyret burde ha vært bedre informert.

Senere når intensjonsavtalen mellom dyreparken og canvas Hove blir offentliggjort forsterkes på nytt denne «Kameraderi» rammen. Denne avtalen blir sett på som nok et steg i retning av en skjult agenda knyttet til et større nettverk av aktører som operer med hverandre for egen vinning.

5.3 Hvordan har henholdsvis redaktørstyrte medier og sosiale medier påvirket det offentlige ordskiftet i hovesaken?

Redaktørstyrte medier og sosiale medier fremstår som agendasettere i hovesaken. Sosiale medier utgjør en ny plattform innenfor politisk kommunikasjon som gjør det mulig for flere, og nye aktører å påvirke den politiske agendaen. Den politiske debatten på sosiale medier bærer preg av å være polariserende og røff. Og politikere særlig innenfor det politiske beslutningsapparatet har tatt til orde for det de mener er «et giftig debattklima». Særlig aktører med tilgang til det politiske beslutningsapparatet, innenfor den synlige klyngen kritiserer sosiale medier som politiske kommunikasjonsplattform. De omtaler ordskifte på

facebook- gruppen «bevar hoveodden» for å være netthets og sjikane, og beskylder aktørene for å spre «falske nyheter», og påstod at amerikanske tilstander hadde kommet til Arendal. Representanter for facebook – gruppen var enige i noen usannheter og udokumenterte utsagn kunne bli spredt, men de påpekte at det var en kultur for å si i fra, eller og kaste ut eventuelle personer som drev med dette. Representantene for facebook – gruppa anså den som en plattform for deling av informasjon og erfaringer.

I hovesaken ser man at sosiale medier har blitt betraktet som viktig arena for både aktører innenfor og utenfor beslutningsarenaen. Funn kan indikere at aktørstyrte mediers dagsorden blir påvirket av sosiale medier, og at redaktørstyrte medier bruker sosiale medier som informasjonskanal. De politiske entreprenørene innenfor beslutningsapparatet mente at den politiske kommunikasjonen på facebook – gruppen «bevar hoveodden» var viktig, mens andre mente at den ikke var det, og ga uttrykk for at de ikke tok det så seriøst.

Aktører som er intervjuet i podkasten, og sentrale aktører som kommer frem i medieoppslagene beskriver at mediene sin dekning av saken har vært både viktig og kritikkverdig. Særlig Agderposten skiller seg ut som en redaktørstyrt media – aktør som har dekket saken, sammen med lokalavisa geita, Arendals tidene og til en viss grad NRK Sørlandet. Da saken først kom på agendaen i oktober 2018 var mediene tidlig ute med å kritisere måten dette ble foretatt på. Det var campinggjestene som ikke fikk fornyet sine kontrakter som ble utpekt som den *tapende gruppen* i starten. Empiriske funn viser at Agderposten var tidlig ute med å kritisere prosessen rundt hemmeligholdet av avtalen

Sjefsredaktør Katrine Lia forteller i podkasten at både aktører som er for camping på hove, og personer som er på motstandersiden mener at avisen har tatt parti med den andre fronten, og de har fått kritikk i fra begge kanter. Kristina Stenlund Larsen kritiserer Agderposten for å ha tatt stilling i saken ved å være positive til å drive næringsutvikling der (Helgebø, 2022). Lia forklarer at Agderposten utrykte begeistring for prosjektet, at det kunne bli en flott turistdestinasjon. Lia påpeker at Agderposten har vært kritiske til den lukkede prosessen i forhold til de opprinnelige avtalene, og den lukkede anbudsprosessen, samt uttrykt skepsis til at området blir forvaltet gjennom et offentlig aksjeselskap. (Lia, 2022). Dermed stiller ikke Agderposten seg positiv til selve prosjektet, men heller til prosessene rundt. Lia mener at Agderpostens avsløring om at styret i HDU besøkte lowcamp sitt hotell i Telemark før kontrakten ble inngått, og at de skrev om Jan Fasting sin plass i HDU - styret før avtalen ble

inngått, bidro til at politikerene fikk større kjennskap til hva som egentlig foregikk, og hva som egentlig stod på spill. Lia drar også frem nok et eksempel på en av Agderpostens avsløringer i saken. Nemlig suksesshonoraret. Suksesshonoraret på en million ble utbetalt til konsultentselskapet DHT som ble engasjert for å finne avtalepartner på hove. Det ble kjent at daglig leder i HDU på den tiden, Terje Stalleland hadde et familiært forhold til en som arbeidet i dette firmaet. Aust – Agder revisjon konkluderte med at det ikke ble gjort noe ulovlig, men det var med på å skape grobunn til mistanker og påstander om *Kameraderi og korrupsjon*.

6. Konklusjon

Både redaktørstyrte – og sosiale medier har fungert som agendasettere i hovesaken. Basert på at politiske aktører og øvrig befolkning kan nå ut til publikum gjennom deres egne kanaler eller profil på sosiale medier, kan redaktørstyrte medier få en ny rolle i offentlige nettverk, som «kuratorer» som produserer journalistikk. Tidligere har massemedier satt premiss for en nyhetsmedia - logikk der individer, institusjoner, organisasjoner og selskaper måtte forholde seg til medieaktører. Kalsnes argumenter for at medieaktører må forholde seg til sosiale mediers logikk, på lik linje som politiske aktører og befolkningen (Kalsnes, 2016, s. 78 - 79).

Jeg vil argumentere for at podkasten er et interessant inntak til studien fordi den gir en ny plattform for redaktørstyrte medier å nå ut til publikum. Med fremveksten av sosiale medier kan det argumenteres for at redaktørstyrte medier forsøker å nå ut til publikum på andre måter enn tidligere. Podkastformatet har flere likhetstrekk med sosiale medier i den grad at journalistene er mer personlige, og det er et større fokus på underholdningsverdien i nyhetsvinklig, enn det man ser i tradisjonelle redaktørstyrte medier. Man kan muligens anta at redaktørstyrte medier bruker podkastformatet for å «ta opp kampen» med sosiale medier for å vinne tilbake sin portvokterrolle.

Ved sosiale medier inntog i dagens medielandskap viser hovedfunnene at redaktørstyrte mediers portvokterrolle har blitt utfordret. Sosiale medier gir mulighet til et større aktør - og

menings mangfold. Innenfor dette mangfoldet råder det et polariserende debatt - miljø som karakteriseres av et skarpere ordskifte enn det som finnes innenfor redaktørstyrte medier. Oppgaven viser også at det finnes et gjensidighetsforhold mellom redaktørstyrte - og sosiale medier.

Referanser

<https://www.agderposten.no/meninger/i/3EzkyM/vil-gjoere-hovesaken-til-hovedsak-i-valgkampen?>

Baumgartner, F. R., & Jones, B. D. (1993). *Agendas and instability in American politics*. Chicago: University of Chicago Press.

Baumgartner, F. R., Jones, B. D., & Leech, B. L. (1997). Media attention and congressional agendas. In S. Iyengar & R. Reeves (Eds.), *Do the media govern? Politicians, voters and reporters in America* (pp. 349–363). Thousand Oaks, CA: Sage.

Berry, R. (2016) Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *The Radio Journal International Studies in Broadcast and audio media* [Internett], 14 (1), s.7-22. DOI: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1

Berg, Bruce L. & Lune, Howard (2012). *Qualitative research methods for the social sciences*. New Jersey: Pearson Education Inc.

Beyer, A. (2010). Hvordan studere generiske nyhetsrammer? – Forslag til metodiske forbedringer. *Norsk Medietidsskrift*, 17, 162-178.

Bonini, T. (2015) The 'Second Age' of podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns del cac* [Internett], 41 (XVIII), s.21-30. Tilgjengelig fra: https://www.researchgate.net/publication/281207331_The_Second_Age_of_Podcasting_reframing_podcasting_as_a_new_digital_mass_medium_-_English_version

Bottomley, A. (2015) Podcasting: A Decade in the life of a «new» Audio medium: Introduction. *Journal of Radio & Audio Media* [Internett], 22 (2), s. 164-169. DOI: <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880>

Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*, 4th Edition. Oxford, UK: Oxford University Press.

Capella, J. A., & Jamieson K. H. (1997). *Spiral of cynicism*. New York: Oxford university press: center of study of policy attitudes. (1994). *Fighting overtly in America*. Washington DC: Author

Cobb, R., & Elder, T. (1971). The politics of agenda-building: An alternative perspective for modern democratic theory. *Journal of Politics*, 33, 892–915.

Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Cook, F. L., Tyler, T. R., Goetz, E. G., Gordon, M. T., Protess, D., Leff, D. R., et al. 1983). *Media and agenda setting: Effects on the public, interest group leaders, policy makers, and policy*. *Public Opinion Quarterly*, 4, 716–735.

Cook, T. E. (1996) Afterword: Political values and production values. *Political communication*, 13, 469 – 481.

Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1996). *Communication concepts 6: Agenda-setting*. Thousand Oaks, CA: Sage.

de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information design journal & document design*, 13(1), 51-62.

Easton, G. (2010). Critical Realism in Case Study Research. *Industrial Marketing and Management*, 39, 118-128. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2008.06.004>

Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johnsen, K., & Wollebæk, D. (2013). *Liker - liker ikke: sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Oslo: Cappelen Damm akademisk.

Eilders, C. (1997). The impact of editorial content on the political agenda in Germany: Theoretical assumptions and open questions regarding a neglected subject in mass communication research (Berlin: WZB Discussion Papers, FS III).

Fallows, J. (1997). *Breaking the news*. New York: Vintage

Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news*. New York: Pantheon Books.

Gerring, J. (2007) *Case Study Research: Principles and Practices*. Cambridge University Press, Cambridge.

Ghanem, S. (1996). *Media coverage of crime and public opinion: An exploration of the second level of agenda setting*. Austin: University of Texas at Austin.

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience* Harvard University Press.

Herweg, Nicole, Nikolas Zahariadis og Reimut Zohlnhöfer. 2018. "The Multiple Streams Framework: Foundations, Refinements, and Empirical Applications". I *Theories of the Policy Process*, redigert av Christopher M. Weible og Paul A. Sabatier, 17-53. New York: Routledge

Howlett, Michael. 1998. "Predictable and Unpredictable Policy Windows: Institutional and Exogenous Correlates of Canadian Federal Agenda-Setting" *Canadian Journal of Political Science*, 31 (3): 495-524. DOI: 10.1017/S0008423900009100

Jacoby, W. G. (2000). Issue Framing and Public Opinion on Government Spending. (Statistical Data Included). *American Journal of Political Science*, 44(4), 750-767. <https://doi.org/10.2307/2669279>

Jacobsen, D. I (2020) Forståelse, beskrivelse og forklaringer. *Innføring i metode for helse – og sosialfagene*. Cappelen damm Akademisk:

Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010) Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Karlsen, R. & Aardal, B. (2011). Kamp om dagsorden og sakseierskap. I B, Aardal (red.) *Det politiske landskap. En studie av stortingsvalget 2009*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

Karlsen, R., Steen-Johnsen, K., Wollebæk, D. & Enjolras, B. (2017). Echo Chamber and trench warfare dynamics in online debates. *European Journal of Communication*, 32(3), 257-273. <https://doi.org/10.1177/0267323117695734>

Kingdon, J. W. (1984). *Agendas, alternatives and public policies*. New York: Harper Collins.

Kingdon, J.W. (2003) *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. 2nd Edition, Addison-Wesley Longman Inc., Boston.

Klingemann, H., Hofferbert, R., & Budge, I. (1994). *Parties, policies and democracy*. Oxford U.K.: Westview.

Laver, M., & Budge, I. (Eds.). (1992). *Party policy and government coalitions*. London: St. Martin's Press.

Lawrence, R. G. (2000). Game-Framing the Issues: Tracking the Strategy Frame in Public Policy News. *Political Communication*, 17(2), 93-114. <https://doi.org/10.1080/105846000198422>

Lindgren, M. (2016) Personal narrative journalism and podcasting. *The radio journal – international studies in Broadcast & Audio Media* [Internett], 23 (1), s.23-41. DOI: https://doi-org.ezproxy.uio.no/10.1386/rjao.14.1.23_1

Lijphart, Arend (1971) *Comparative Politics and the Comparative Method*. American

Political Science Review. 65 (3):682-693.

Lüders, M. (2008) Conceptualizing personal media. *New Media & society* [Internett], 10 (5), s.683-702. DOI: 10.1177/1461444808094352

MacDougall, R.C. (2011) Podcasting and Political life. *American Behavioral Scientist* [Internett], 55 (6), s.714-732. DOI: 10. 1177/000276421 1406083.

Markman, K. og Sawyer, C. (2014) Why pod? Further Explorations of the Motivations for independent Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media* [Internett], 21 (1), s.20-35. DOI: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19376529.2014.891211>

McCombs, M. E., & Shaw, D. (1993). The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, 43(2), 58–67.

Medieansvarsloven. (2020). Lov om redaksjonell uavhengighet og ansvar i redaktørstyrte journalistiske medier. LOV-2008-06-13-41. Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2020-05-29-59>

Regjeringen.no:<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/reguleringsplanveileder/id2609532/?ch=4>

Rogstad, I. L. (2016). Politisk kommunikasjon i et nytt medielandskap. Oslo: Cappelen Damm akademisk.

Røiseland, A., Vabo, S., I, 2016. «*Styring og Samstyring – Governance på norsk*». 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget.

Patterson, T. E (1980). *The mass media election*. New York: Praeger.

Protess, D. L., & McCombs, M. (Eds.). (1991). Agenda setting: Readings on media, public opinion and policymaking. Communication textbook series. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Sabatier, Paul A. 2007. *Theories of the Policy Process*. 2.utg. Boulder: Westview Press.

Saurugger, S. (2016) Constructivism and agenda setting. I N. Zahariadis, red., *Handbook of Public Policy Agenda Setting* H. Cheltenham UK & Northampton Massachusetts: Edward Elgar Publishing.

Schneider, M., P. Teske and M. Mintrom. 1995. *“Public Entrepreneurs: Agents of Change in American Government”* Princeton, NJ: Princeton University Press.

Shaw, D. L., & McCombs, M. (1977). The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press. St. Paul, MN: West.

Snow, D. A., Rochford, E. B., Worden, S. K. & Benford, R. D. (1986). Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation. *American Sociological Review*, 51(4), 464-481. <https://doi.org/10.2307/2095581>

Strömbäck, J. (2003). Medierna som fjärde statsmakt. *Studier i politisk kommunikation* 1 (1),1-36.

Sørum, K.Y. (2006). *Presseetikk på plakaten: En kritisk diskursanalyse av vær varsom – plakaten (1936 – 2001)* [Hovedfagsoppgave i medievitenskap for cand. polit. graden Institutt for medier og kommunikasjon Universitetet i Oslo] Våren 2006. DUO vitenarkiv: <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/27607/Presseetikxxplakatenx-xferdig.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Thyrum, T (2018). Podkast – radio på ny plattform?En tekstanalyse av de norske journalistiske podkastene Aftenpodden og Giæver & Joffen. Masteroppgave i medievitenskap Universitetet i Oslo. Høst 2018. DUO vitenarkiv: <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/67237/Podkast---radio-p--ny-plattform-Thorbj-rn-Thyrum.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tuchman, Gaye (1978) *Making news. A study in the construction of reality*. New York: Free Press.

Trumbo, C. (1995). Longitudinal modelling of public issues: An application of the agenda-setting process to the issue of global warming. *Journalism and Mass Communication Monographs*, 152.

Hsieh, Hsiu-Fang & Shannon, Sarah E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15 (9), s. 1277–1288.

Vabo, S.I., Klausen, J.E., Askim, J., 2020. «*Offentlig politikk*». Oslo: Universitetsforlaget.

Vg.no (2019) <https://www.vg.no/valgnatt/2019/valg/ko/fylker/agder/kommuner/arendal>

Weaver, D., Graber, D., McCombs, M., & Eyal, C. (1981). Media agenda setting in a presidential election: Issues, images and interest. New York: Praeger.

Walgrave, S. & Van Aelst, P. (2006). The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory. *Journal of communication*, 56(1), 88-109.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00005.X>

Wiig, A (2018). Sørlandssendinga – Distriktsprogram. NRK P1.

Hentet fra: <https://radio.nrk.no/serie/distriktsprogram-soerlandet/sesong/201810/DKSL02021818>

Zahariadis, Nikolaos. 2015. «Setting the agenda on agenda setting: definitions, concepts, and controversies». *Handbook of public policy agenda setting*. US: Edward Elgar Publishing. doi: 10.4337/9781784715922.

Yin, R. K. (2014). Case study research. Design and Methods. 5th edition. SAGE publications, Inc. United States of America.

Datamaterialet fra Atekst

Vedlegg:

Eide, (18.10.2018) Skal få beachclub, tretopphotell, glamping og treningssenter. Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=Skal%20f%C3%A5%20beachclub%2C%20tretopphotell%2C%20glamping%20og%20treningssenter&toDate=2023-04-01>

Ellingsen, T (16.10.2018) Nå mobiliserer campinggjestene, Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-01-01&searchString=N%C3%A5%20mobiliserer%20campinggjestene&toDate=2023-04-01>

Flaa (17.10.2018) tusenvis med i facebook – gruppe mot planene på Hove. Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-01-01&searchString=%26lt;tusenvis%20med%20i%20facebook%20%20%20gruppe%20mot%20planene%20p%C3%A5%20Hove%26gt;%20&toDate=2023-04-01>

Leder Agderposten (18.10.2018) Passer ikke denne gjengen når Hove Camping nå skal bli «glam» Agderposten.

Hentet fra <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-01-01&searchString=%26lt;Passer%20ikke%20denne%20gjengen%20n%C3%A5%20Hove%20Camping%20n%C3%A5%20skal%20bli%20%26lt;glam%26gt;%20&toDate=2023-04-01>

Bertsen (26.10.2018) Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-01-01&searchString=%20ikke%20et%20instavennlig%20sted%20for%20eliten&toDate=2023-04-01>

Berg, (26.10.2018) Hove – satsingen: selskap inngikk samarbeid med sitt eget styremedlem Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-01-01&searchString=selskap%20inngikk%20samarbeid%20med%20sitt%20eget%20styremedlem&toDate=2023-04-01>

Fagerland, Terjesen og Arff (01.11.18) Ser dere at dette kan være med på å skape mistillit? Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-01-01&searchString=Fagerland%2C%20Terjesen%20og%20Arff%2C%202018&toDate=2023-04-01>

Ellingsen (18.12.2018) vært kritisk til Hove – prosessen: - mener ordføreren at slike avtaler skal holdes hemmelige? Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-01-01&searchString=vært%20kritisk%20til%20Hove%20prosessen%20mener%20ordføreren%20at%20slike%20avtaler%20skal%20holdes%20hemmelige&toDate=2023-04-01>

Stavelin (13.12.2018) Dette mener partiene om Hove-prosessen: - Kritikkkverdig at bystyret mistet kontroll. Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=sævre%20hove&toDate=2023-04-01>

Sandberg (27.08.2019) Det er kun presset fra publikum og mediene som har fått hull på hemmelighetskremmeriet. Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=Det%20er%20presset%20fra%20publikum%20og%20mediene%20som%20har%20fått%20hull%20på%20hemmelighetskremmeriet&toDate=2023-04-01>

Ekeberg (07.03.2019) Dannet hovelista i protest. Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=thore%20karlsen%20hovelista%20and%20liv%20ekeberg&toDate=2023-04-01>

Frydenberg: Guttene på bakrommer.(18.03.2019) Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=Og%20v er%20trygge%2C%20Helsepartiet%20jobber%20for%20at%20Hove%20skal%20g a%20tilbake%20til%20naturen%2C%20ikke%20privatiseres%20eller%20utsettes%20for%20luftslo t&toDate=2023-04-01>

Frisch (28.08.2019) Canvas Hove vrir det til at det er FB – gruppen Bevar hoveodden som nesten styrer lokaldemokratiet. Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=oss%20som%20har%20valgt%20dem%20inn%20and%20frisch%20and%200canvas&toDate=2023-04-01>

Mehl (01.07.2021) Frykter for rekrutteringen til politikken. Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=giftig%20debattklima%20and%20canvas%20hove&toDate=2023-04-01>

Mehl (15.10.2020) Her inng ar dyreparken og canvas – eier historisk avtale. Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=Her%20inng ar%20Dyreparken%20og%20Canvas%20-%20eier%20historisk%20avtale&toDate=2023-04-01>

Helgeb  (03.10.2022) Dyrepark – samarbeid er historie. Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=Avtalen%20om%20at%20dyreparken%20fikk%20rett%20til%20 a%20kj p>

[e%20seg%20inn%20i%20Canvas%20Hove%20skapte%20furore%20da%20det%20ble%20kjent.%20Nå%20er%20intensjonsavtalen%20historie&toDate=2023-04-01](https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=ballestad%20and%20statsforvalteren%20and%20hove&toDate=2023-04-01)

Ballestad (17.11.2022) Hove – planen vedtatt – men bevarerne lover omkamp. Agderposten.

Hentet fra: <https://app.retriever->

[info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=ballestad%20and%20statsforvalteren%20and%20hove&toDate=2023-04-01](https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=ballestad%20and%20statsforvalteren%20and%20hove&toDate=2023-04-01)

Eskelund (24.03.2023) HOVE – SAKEN: Tre politikere klager på vedtaket. Lokalavisen geita.

Hentet fra: <https://app.retriever->

[info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=eskelund%202023&toDate=2023-04-01](https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=eskelund%202023&toDate=2023-04-01)

Thorsen (10.02.2020) – Å si heftelsene på Hove er gyldige, er som å si at jorden er flat.

Agderposten

Hentet fra: <https://app.retriever->

[info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=harald%20danielsen%20and%20heftelsene&toDate=2023-04-01](https://app.retriever-info.com/services/archive?canFetchDataOnDateSelectorChange=false&fromDate=2018-10-01&searchString=harald%20danielsen%20and%20heftelsene&toDate=2023-04-01)

Podkasten

Helgebø, G og Mehl, H. S., Agderposten. Polaris media (2021-2022). *Kampen om hove*.

Hentet fra: <https://www.agderposten.no/nyheter/i/gEaRw5/kampen-om-hove-episode-6-har-ingenting-aa-skjule>