

**Cecilie Asker**

---

# **Borte bra, men hjemme best?**

**Journalistisk kreativitet, samhandling og arbeidskultur,  
i digitale rom på hjemmekontor**

**Masteroppgave 2021**

**Master i journalistikk**

**OsloMet - storbyuniversitetet, Institutt for journalistikk og mediefag**

## Sammendrag:

Denne kvalitative studien undersøker hvordan tolv journalister, fra VG, Aftenposten, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad, har opplevd arbeidshverdagen under koronapandemien, da åpne kontorlandskap og trange møtelokaler ble byttet ut med skjerm og digitale kommunikasjonsverktøy (OCS) på hjemmekontor.

Her er det særlig bruken av de digitale kommunikasjonsverktøyene Slack og Google Meet i ulike journalistiske arbeidsprosesser som har vært fokus. Studien legger videre til grunn at disse verktøyene ikke bare er digitale hjelpemidler, men at de kan fungere som rom på lik linje med fysiske rom. Ved hjelp av Harveys teori (2006) om tredelt romforståelse er erfaringer og opplevelser sortert og analysert, med det formål om å søke innsikt i hvorvidt det digitale redaksjonsrommet har fungert som en fullgod erstatter for det fysiske redaksjonsrommet.

Studien identifiserer til sammen tolv relevante funn, som viser hvordan digitale rom har fungert annerledes enn fysiske rom. Studien konkluderer med at digitale rom har fungert som en god erstatter for fysiske rom i journalistiske arbeidsprosesser som omhandler informativ og kortfattet kommunikasjon. Den støtter også at digitale rom tidvis har fungert bedre enn fysiske rom i disse tilfellene. Men studien viser også at digitale rom ikke har fungert som fullgod erstatter for fysiske rom i journalistiske arbeidsprosesser som omhandler kreativ kommunikasjon, som f.eks. idéskapning og idéutvikling.

Videre viser studien at mangelen på uformelle møteplasser og uformelle samtaler i det digitale rom, er et hinder for både kreative arbeidsprosesser og en trygg og arbeidskultur. Ved siden av å konkludere med at det digitale rom har skapt et skarpere skille mellom ulike typer samhandlinger, er hovedkonklusjonene i studien at de mellommenneskelige hindringene for kreativitet i digitale rom er større enn de teknologiske hindringene, og at en trygg arbeidskultur og et sterkt fellesskap ikke kan skapes og dyrkes i digitale rom alene, men at de først må forankres i fysiske rom.

## Forord:

Da koronapandemien traff Norge og journalistikken måtte flytte på hjemmekontor, var jeg selv med på flyttelasset. I løpet av det siste året har jeg som både journalist og redaktør fått oppleve på nært hold hvordan tilværelsen på hjemmekontor oppleves annerledes fra tilværelsen på kontoret i Akersgaten. Det har fått meg til å lure på hvor mye som egentlig “sitter i veggene” i redaksjonslokalet, og om det faktisk er mulig å finne digitale løsninger som er så gode at ikke flyttelasset trenger å kjøre tilbake.

Denne masteroppgaven er et forsøk på å gi noe av den journalistiske nysgjerrigheten en mer vitenskapelig ramme, og på den måten bidra med forskningrelevant innsikt fra en tidsepoke i journalistikken som uansett utfall vil gå inn i historiebøkene.

Tusen takk til Oscar Westlund for kyndig, treffsikker og veldig lærerik veiledning. Det har vært utrolig spennende å få omsette journalistisk innsikt til akademisk innsikt. Jeg vil også takke alle intervjupersonene som stilte opp og delte åpenhjertig av sine erfaringer fra livet på hjemmekontoret.

Fra eget hjemmekontor vil jeg takke pappa for mange interessante diskusjoner om tematikken og lillesøster Therese for hyppig barnepass. Jeg må også takke min tålmodige mann Anders, som utallige kvelder, fridager og helger det siste året har holdt to energiske unger i sving, på lydmessig forsvarlig avstand. Og aller sist, en shout out til Eva (8) og Agnes (4). Til helgen lover jeg å bli med dere ut å leke igjen!

Oslo, mai 2021

Cecilie Asker

# Innholdsfortegnelse:

1 INNLEDNING	
1.1 Fra smekkkulle kontorlokaler til de tusen hjemmekontor.....	05
1.2. Problemstilling og avgrensning.....	08
1.3. Oppgavens oppbygning.....	10
2 TEORETISK RAMMEVERK	
2.1. Om teori og forskningsoversikt.....	11
2.2. Harveys teori om tredelt romforståelse.....	13
2.2.1. Valg av teori.....	13
2.2.2. Absolutt rom.....	15
2.2.3. Relativt rom.....	17
2.2.4. Relasjonelt rom.....	19
2.2.5. Forholdet mellom absolutt, relativt og relasjonelt rom.....	21
2.2.6. Redaksjonslokalets plass i medieforskningen.....	22
2.3. Forskningsoversikt - forskningslitteratur og relevante studier.....	25
2.3.1. Valg av forskningslitteratur og relevante studier.....	25
2.3.2. Kreativitet og innovasjon i journalistikken.....	27
2.3.3. Journalistiske arbeidsrutiner og arbeidskultur.....	29
2.3.4. Samarbeid og samhandling i den moderne journalistikkens tid.....	30
2.3.5. Online collaborative software (OCS) - et redaksjonsrom i skyene.....	33
2.3.6. Nye digitale kommunikasjonsverktøy - muligheter eller hindringer?.....	36
2.4. Norske tilstander: Hjemmekontor eller gjemmekontor?.....	38
2.5. Oppsummering av teoretiske perspektiver og rammeverk.....	40
3 METODISK TILNÆRMING	
3.1. Om valg av metode.....	41
3.2. Habilitetsvurdering - hvordan forske på egen bransje?.....	43
3.3. Det semistrukturerte kvalitative intervjuet.....	45
3.3.1. Utvalg og rekruttering av intervjupersoner.....	45
3.3.2. Intervjuguide og etiske vurderinger.....	46

3.3.3. Gjennomføringen av intervjuene.....	49
3.4. Analyse av datamaterialet.....	49
3.5. Kvalitetsvurdering av studien - reliabilitet og validitet.....	50
4 ANALYSE OG PRESENTASJON AV FUNNENE	
4.1. Om analyse og funn.....	52
4.2. Det digitale absolute rom - et rom for effektiv og målrettet kommunikasjon.....	53
4.2.1. Effektiv for raske beskjeder.....	53
4.2.2. Slack endrer kommunikasjonsformen.....	57
4.2.3. Økt spenning mellom jobb og fritid.....	59
4.3. Det digitale relative rom - brukeropplevelsen varierer mer enn i det fysiske rom.....	61
4.3.1. Større forskjell i brukeropplevelsen.....	61
4.3.2. Store kvalitetsforskjeller på hjemmekontorene.....	63
4.3.3. Trygg kommunikasjon krever at man ser hverandre.....	66
4.3.4. Samarbeid fremstår mer planlagt.....	68
4.4. Det digitale relasjonelle rom - har færre uformelle samtaler og møtepunkter.....	71
4.4.1. Krever en fysisk relasjon først.....	71
4.4.2. Høyere terskel for å ta ordet.....	74
4.4.3. Færre uformelle møteplasser.....	77
4.4.4. Avbrytelser og digresjoner er viktig for kreativiteten.....	80
4.4.5. Fellesskapsfølelsen er svekket.....	84
5 TRE HOVEDKONKLUSJONER	
5.1. Det relasjonelle digitale rom har skapt et skarpere skille mellom ulike typer samhandlinger.....	88
5.2. De mellommenneskelige hindringene for kreativitet i det digitale rom er større enn de teknologiske hindringene.....	90
5.3. Trygg arbeidskultur og sterkt fellesskap må først forankres i et fysisk relasjonelt rom...91	
5.4. Begrensninger: Koronapandemiens rolle i denne studien.....	92
5.5. Fremtidig forskning på det digitale redaksjonsrom.....	94
6 LITTERATURLISTE.....	95
7 VEDLEGG: INTERVJUGUIDE.....	101

# 1 INNLEDNING

*Hadde man ikke visst bedre, ville man trodd det var en helt vanlig onsdag ettermiddag i Akersgata. Kontorlokalene er i ferd med å tømmes for journalister og nok en arbeidsdag nærmer seg slutten. Bare en liten ivrig gjeng hamrer fortsatt løs på tastaturene, på den digitale nyhetsdesken i hjertet av redaksjonslokalet.*

*Om kort tid skal en melding tikke inn i innboksen til samtlige journalister i den tradisjonstunge avisgaten: "I tråd med Schibsteds nye retningslinjer, har vi besluttet som et utgangspunkt at alle som kan jobbe hjemmefra, skal jobbe hjemmefra. De nye retningslinjene gjelder inntil annen beskjed blir gitt".*

*Det er fortsatt en hel natt og en halv dag til hele resten av landet stenges ned. Men for de ansatte i ett av Norges største medieselskap vil 11. mars 2020 likevel markere et vannskille. Etter koronapandemien er det mye som tyder på at arbeidshverdagen for journalister, så vel som mange andre yrkesgrupper, ikke vil bli den samme igjen.*

## 1.1. Fra smekkkfulle kontorlokaler til de tusen hjemmekontor

Som journalist og redaktør i ett av Schibsteds større mediehus, Aftenposten, sto jeg bokstavelig talt midt i rommet da journalistikken forlot redaksjonslokalene for å flytte inn på hjemmekontor. Habilitetsvurdering knyttet til min egen rolle i denne studien vil jeg komme tilbake til i metodekapittel 3.2.

I løpet av et knapt døgn opplevde jeg på nært hold hvordan et helt mediehus klarte å omstille seg til en ny og heldigital arbeidshverdag. Og gjennom et drøyt år med koronapandemi har jeg observert fra innsiden av en redaksjon hvordan nye arbeidsprosesser, nye digitale verktøy og ny arbeidskultur er tatt i bruk.

Denne erfaringen er jeg ikke alene om. Rapporter fra både innland og utland vitner om at store deler av den tradisjonelle journaliststanden klarte å omstille seg til en ny arbeidshverdag i rekordfart (Meehan, 2020). Det er heller ikke meldt om noen store eller mellomstore mediehus her til lands som opplevde driftskritiske hindringer i produksjon og publisering i

dagene som fulgte etter den første nedstengingen (Lindebø, 2020, 13. mars; Jor, 2020, 13. mars). Mediebransjenettstedet Medier24 kunne melde at da Aftenposten for aller første gang i sin 160 år lange historie ble trykket uten at en eneste ansatt var til stede i redaksjonslokalene, og papirsidene ble “brukket om” på vaksjefens kjøkkenbord, var ikke konsekvensene større enn at deadline måtte utvides med 15 minutter (Jor, 2020, 13. mars).

Denne tilsynelatende sømløse overgangen kan skyldes flere faktorer: For det første var de digitale verktøyene som var nødvendige for å opprettholde produksjon allerede på plass i de fleste redaksjonene før koronapandemien inntraff. Utvikling og implementering av nye digitale medieprodukter- og tjenester for både publisering og produksjon har de siste årene vært en del av virksomheten for de fleste større medieselskap i Skandinavia (Westlund et al., 2021, s. 2).

At både teknologien, arbeidsrutinene og arbeidskulturen gjorde det mulig å gjennomføre overgangen så raskt, kan også skyldes de siste årenes økende fokus på innovasjon som en viktig årsak for medienes fremtidige overlevelse (Pavlik, 2013, s. 183; Küng, 2017, s. 127). En felles forståelse av dette i en medieorganisasjon vil naturlig nok gjøre at redaksjonens endringsvilje, så vel som endringsevne, øker. Forskning på medier og innovasjon er riktignok ikke entydige i sin konklusjon om hvorvidt innovasjon er avgjørende for medienes fremtid. F.eks. viser hovedfunnet i en britisk studie fra 2017, som tar for seg mediebransjens draging mot *bright shiny things*, at teknologisk drevet innovasjon i høyt tempo kan være nærmest like farlig som innovativ stagnasjon. Der argumenteres det for at det er på tide å ta et skritt tilbake fra alt som er *skinnende og nytt* (Posetti, 2018, s. 7).

Men det er ikke nødvendigvis bare journalister og redaktører som har en draging mot nye skinnende ting i mediebransjen. Forskningslitteratur og empiriske studier har vist at det samme kan gjelde for dem som skal studere denne utviklingen (Steensen & Westlund 2021, s. 82). Flere forskere argumenterer for at det ligger en teknologisk determinisme til grunn for mye av forskningen som gjøres innenfor digital journalistikk (Boczkowski, 2004; Domingo, 2006). Og at en teknologioptimistisk-diskurs har preget mediehistorien hele veien (Mosco, 2004). Dette kan skape blindsoner i forskningen av ulik karakter. En av dem kan være å overdrive betydningen av teknologien og dens innflytelse. F.eks. indikerte en estisk studie fra 2019 at de oppfattede forventningene til teknologiske ferdigheter i en redaksjon var større enn det faktiske behovet for ferdighetene i den journalistiske arbeidshverdagen (Himma-Kadakas & Palmiste, 2019). Mens Lewis & Molyneux (2018) argumenterer for at

mye av forskningen på digital journalistikk har lagt til grunn en overdreven tro på sosiale mediers positive innflytelse.

Det er altså viktig å ta med seg en naturlig kritisk sans inn i den videre redegjørelsen for denne studien, slik at man ikke ukritisk lar seg blende av de *nye skinnende* teknologiløsningene på de tusen hjemmekontor (Posetti, 2018).

Riktignok har arbeid utenfor det tradisjonelle redaksjonslokalet, med både hjemmekontor og bortekontor, vært kjente arbeidsformer for de mange journalister i lengre tid (Deuze & Witschge, 2018, s. 173; Westlund & Ekström, 2020 s. 83). Men dette er likevel første gang i tradisjonelle norske mediers historie at redaksjoner flyttes ut av redaksjonslokalene, mer eller mindre i sin helhet over en lengre periode. Det åpner opp for en unik mulighet til å se nærmere på hvor mye av mediehusene identitet, kultur og rutine som faktisk “sitter i veggene” i redaksjonslokalene. Og det mest nyanserte øyeblikksbildet av den situasjonen får man mens det fortsatt er unntakstilstander i mediehusene, nemlig akkurat nå.

For arbeidstagere verden over har koronakrisen blitt et levende eksperiment i sanntid på hvor store endringer arbeidshverdagen faktisk tåler. Og ikke minst, hvor mange av disse endringene man ønsker å ta med seg videre inn i en nytt og mer fleksibelt arbeidsliv (Meehan, 2020). På tvers av yrkesgrupper og fagfelt ligger det nå en forventning om at arbeidslivet vil utvikle en ny hybridmodell for tradisjonelle kontorarbeidere (Ro, 2020). Mange av de store teknologigigantene, som Facebook, Twitter og Google, har dessuten lagt ytterligere press på disse forventningene ved å bruke anledningen til å offentliggjøre at de gjør hjemmekontor til “den nye normalen” (McLean, 2020).

En undersøkelse gjort blant amerikanske arbeidstagere i fjor, noen måneder etter koronautbruddet, viste at så mye som 55 prosent ønsker seg en miks av kontor og hjemmekontor i arbeidshverdagen fremover (Bloom, 2020). I Storbritannia viser lignende undersøkelser at arbeidstagere forventer at bruk av hjemmekontor vil øke fra 18 prosent til 37 prosent etter at koronapandemien er over (CIPD, 2020).

International Media Association (INMA), som består av mer enn 850 profilerte mediehus i 70 land, produserte og publiserte i fjor en rapport, “The potential impact of work-from-home on newsroom”. Den viser at mediebransjen ikke er noe unntak når det kommer til å ha konkrete forventninger om en endret arbeidshverdag (Meehan, 2020). Men selv om rapporten bærer med seg tydelige tegn på at koronapandemien har kickstartet en varig endring i den daglige



journalistiske arbeidsrutinen, med bred støtte i medieorganisasjonene, tegner den også bildet av noen tydelige utfordringer.

Denne rapporten som tar for seg amerikanske redaksjoner, viser en arbeidshverdag hvor tettpakke og pulserende redaksjonslokaler er byttet ut med hjemmekontor av svært varierende kvalitetsgrad. Rapporten antyder videre at det vil kreve en større innsats fra både mellomledere og arbeidsgivere, hva man skal kunne sikre en velfungerende arbeidshverdag på hjemmekontor. Utfordringene omhandler ikke bare krav til fysisk utstyr og nye journalistiske arbeidsrutiner. Det handler også om et utvidet ansvar for psykososial oppfølging, og grenseoppgangen mellom arbeid og fritid (Meehan, 2020).

I likhet med bedrifter og selskaper verden over rigger også de norske mediehusene seg for en ny arbeidshverdag på andre siden av koronakrisen. (Lindstad, 2020, 30. mai). Mindre kontorlokaler, mer fleksible kontorløsninger, flere møterom og sosiale møtepunkter, er bare noen av de mulighetene som utredes. I skrivende stund er dette fortsatt på planleggingsstadiet i mange norske redaksjoner. Men det handler om mer enn bare å bygge om fysiske kontorlokaler. Signalene fra flere internasjonalt ledende medieledere er nå at, akkurat som internett og sosiale medier presset frem en digitalisering av mediebransjen, vil koronapandemien presse frem en mer fleksibel og digital måte å jobbe på som journalister (Meehan, 2020).

Så hva skjer med journalistikken når man løsriver arbeidsrutinene og arbeidsprosessene helt fra redaksjonslokalene og dets fysiske karakter? Det er et stort spørsmål, full av komplekse kausale mekanismer (Jacobsen, 2018, s. 86), som både er alt for omfattende og altfor tidlig å svare på i sin helhet i denne studien. Men jeg vil se nærmere på en del av den problemstillingen, da det ofte er bedre å gå i dybden på et avgrenset felt, enn å operere i overflaten i et større område (Østbye et al., 2013, s. 20).

## 1.2. Problemstilling og avgrensning

Denne masteroppgaven skal undersøke fire av Schibsteds mediehus: VG, Aftenposten, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad, som alle er tradisjonelle aviser, etter at de har tilbrakt et drøyt år på hjemmekontor. Hensikten er å skaffe innsikt om hvordan journalistene

selv har opplevd sin nye arbeidshverdag, hvor åpne kontorlandskap og trange møtelokaler er blitt byttet ut med skjerm og digitale kommunikasjonsverktøy på hjemmekontor.

Min overordnede problemstilling er å utforske hvordan den heldigitale arbeidshverdagen på hjemmekontor skiller seg fra den mer fysiske arbeidshverdagen på kontoret? Det vil jeg gjøre ved å se nærmere på hvordan digitale kommunikasjonsverktøy er blitt brukt i journalistiske arbeidsprosesser, inkludert samhandling, idéutvikling og samarbeid, på hjemmekontor under koronapandemien. Helt konkret ønsker jeg å søke økt innsikt i journalistenes egne opplevelser av styrker og svakheter ved bruk av de digitale verktøyene, Slack og Google Meet. Det vil jeg gjøre gjennom å samle erfaringer fra strategisk utvalgte intervjupersoner i de fire Schibsted-avisene. Jeg vil videre argumentere for at disse digitale kommunikasjonsverktøyene fungerer som *rom*, på linje med *fysiske rom* i redaksjonslokalene. Og med utgangspunkt i Harveys teori om tredelt romforståelse ønsker jeg å undersøke hvorvidt journalistene i denne studien har opplevd at det digitale redaksjonsrommet har fungert som en fullgod erstatter for det fysiske redaksjonsrommet?

Med denne problemstillingen har jeg bevisst valgt å avgrense mot andre spørsmål som tar for seg disse verktøyenes eventuelle innvirkning på journalistikken: Som f.eks. hvorvidt de kan påvirke det journalistiske innholdet eller utvalget. Eller om de kan påvirke hva slags kvalifikasjoner det er behov for i journalistrollen. Disse spørsmålene er det for tidlig å besvare i en vitenskapelig kontekst.

Jeg har også valgt å avgrense problemstillingen mot eventuelle utfordringer med arbeidsforholdene journalister har hatt under koronapandemien når det kommer til fysiske og psykososiale konsekvenser, selv om forskning så langt viser at de kan være høyst reelle (Meehan 2020, s 4; Ramachandran, 2021, 23. februar; Idås, 2021, 3. februar). Dette fordi de fysiske og teknologiske forutsetningene kan variere mye fra land til land. Det blir tydelig når man f.eks. sammenligner amerikanske og norske journalisters arbeidsforhold (Meehan, 2020; Idås, 2021). Eller når man ser på Thomson Reuters Foundations rapport over hvordan koronapandemien har påvirket journalister i en rekke utviklingsland og land på den sørlige halvdelen av kloden (Radcliffe, 2021).

I valget av muligheter til å forske på koronakrisens påvirkning på journalistikken er det naturlig å stille spørsmålet om hvorfor jeg har valgt akkurat “journalistiske arbeidsprosesser”

som tema. Som tidligere nevnt forbereder nå medieorganisasjonene seg på en ny tilværelse etter koronapandemien, hvor tilbakemeldingene fra bransjen selv tyder på at hjemmekontor og de digitale kommunikasjonsverktøyene vil spille en mer sentral rolle enn tidligere (Meehan, 2020). At nyere forskningstudier støtter at kommunikasjonsteknologi har potensial til å forme kreativitet og innovasjon ved å endre rutineene for deling av ideer og informasjon (Gibbs et al., 2015; Razmerita et al., 2014; Bunce et al., 2018; Koivula et al., 2020) er et argument for å se nærmere på nettopp forholdet mellom arbeidsprosesser og digitale kommunikasjonsverktøy. Den unike arbeidssituasjonen som mange journalister er i akkurat nå, med en tilværelse nærmest utelukkende på hjemmekontor, gir også mulighet til å samle erfaringer og opplevelser i sanntid, som ikke nødvendigvis vil være like nyanserte og tilgjengelig i samme grad hvis de skulle formidles etter koronapandemien.

### 1.3. Oppgavens oppbygning

Denne masteroppgaven er delt inn i fem deler: Det innledende kapittelet tegner et bakteppe av situasjonen som er kontekst for den aktuelle problemstillingen. Deretter argumenter jeg for hvorfor dette tema er relevant for forskning og redegjør for selve problemstillingen.

I kapittel 2 presenterer jeg oppgavens teoretiske perspektiver og rammeverk, bestående av Harveys teori om en tredelt forståelse av rom, som vil danne utgangspunktet for analysen i kapittel 4, samt en forskningsoversikt med relevant forskningslitteratur og forskningsstudier. Etter å ha argumentert for valg av teoretiske perspektiver og rammeverk, presenterer jeg Harveys tre begreper for romforståelse: *absolutt rom*, *relativt rom* og *relasjonelt rom*. Jeg gjør også rede for hvordan de tre begrepene forholder seg til hverandre. Samt gir en oversikt over hva slags betydning de fysiske redaksjonslokalene som rom har hatt i forskningen gjennom tidene.

I forskningsoversikten har jeg inkludert relevant forskningslitteratur, som er nyttig for å belyse digitale journalistiske arbeidsprosesser. Her gjøres det rede for relevante forskningsstudier fra de siste fem årene, som tar for seg bruken av digitale kommunikasjonsverktøy i disse prosessene. Dette har jeg sortert og presenterer under følgende temaer som er knyttet til digitale journalistiske arbeidsprosesser: Kreativitet og

innovasjon, arbeidsrutiner og arbeidskultur, samhandling og samarbeid, samt digitale kommunikasjonsverktøy. Da alle intervjupersonene i denne empiriske studien kommer fra norske mediebedrifter, er det også satt av litt plass til å redegjøre for den norske konteksten.

I kapittel 3 vil jeg beskrive og argumentere for de metodiske valgene som er gjort i forbindelse med innsamling av kvalitativ empirisk data i denne studien. Det inkluderer å gå nærmere inn på hvordan intervjupersonene er rekruttert, hvordan intervjuguiden er utformet og hvordan intervjuene ble gjennomført. Da min rolle som redaktør i Aftenposten tilsier at jeg har en forforståelse og bindinger som kan innvirke på analysen, er det også satt av plass til å drøfte de forskningsetiske utfordringene som er knyttet til min egen rolle i denne studien.

I kapittel 4 vil jeg presentere det kontekstuelle rammeverket for analysen. Her blir Harveys teori om tredelt romforståelse brukt til å strukturere og presentere selve analysen og funnene. Jeg vil videre ta en gjennomgang av de tolv viktigste funnene i studien, som her vil bli presentert tematisk innenfor de tre kategoriene av romforståelse.

I kapittel 5 vil jeg drøfte de viktigste empiriske funnene, i lys av teori, forskningslitteratur og relevante forskningsstudier, og gjøre nødvendige strukturelle grep for å samle trådene. På bakgrunn av dette vil jeg forsøke å knytte de viktigste funnene til problemstillingen, og videre presentere de i tre hovedkonklusjoner. Jeg vil også redegjøre spesifikt for noen av studiens begrensninger, knyttet til koronapandemien. I tillegg vil jeg komme med noen betraktninger rundt hvordan studiens tema og problemstilling kan forskes videre på.

## 2 TEORETISK RAMMEVERK

### 2.1. Om teori og forskningsoversikt

Endring som fenomen har vært en konstant tilstand i medieindustrien i mer enn tyve år, men nå skjer det både raskere og er mer komplekst enn noen gang før (Küng, 2017, s. 204). Dette har vært et viktig utgangspunkt for valg av forskningsdesign, teori og forskningsoversikt i denne oppgaven. I et forskningsprosjekt forholder man seg til minst to typer av litteratur: den

litteraturen som kan belyse temaet man forsker på og den litteraturen som presenterer teori som er relevant for studien (Skilbrei, 2021, s. 97). Med teori menes det vanligvis forsøk på å begrepsfeste og forklare et fenomen, eller sammenhenger mellom fenomener. I denne prosessen jobber teori og empiri sammen, og teorien får en viktig rolle i analysen av forskningsmaterialet. (Skilbrei, 2021, s. 50).

I denne studien falt valget på den tredelte teorien til Harvey (2006), hvor ett og samme rom kan forstås som både *absolutt*, *relativt* og *relasjonelt*. Denne teorien har vist seg i tidligere empiriske forskningsstudier å være nyttig for å forklare mekanismene som oppstår når digitale kommunikasjonsverktøy blir brukt i journalistiske arbeidsprosesser (Bunce et al., 2018; Koivula et al., 2020; Moran, 2020). Det vil bli redegjort mer inngående for både selve teorien og valget av denne, i neste punkt i dette kapitlet.

Til forskningsoversikten har fokuset vært relevant forskningslitteratur som knytter seg til digitale journalistiske prosesser. Særlig temaer som kreativitet og innovasjon, arbeidsrutiner, arbeidskultur og samarbeid og samhandling. Dataene som samles inn om intervjupersonenes erfaringer og opplevelser rundt disse temaene vil danne utgangspunktet for analysen. Her vil Harveys tredelte romforståelse brukes til å systematisere og presentere de innhentede dataene.

Dette prosjektet vil dessuten basere seg på relevante forskningsstudier fra 2017 til 2021, som tar for seg sammenhenger mellom journalistikk og *Online Collaborative Software (OCS)*, heretter også kjent som *digitale kommunikasjonsverktøy*. OCS kan forstås som teknologi som fasiliterer arbeid i spredte team (Koivula et al., 2020, s. 4). Det er ikke et begrep som er blitt brukt så mye i journalistikkforskningen så langt. Det har vært mer vanlig i forskning som tar for seg organisasjonsarbeid, teamarbeid, software teknologi og brukeradferd knyttet til det (Azarova et al., 2020; Lee et al., 2020; Paul & Sosale, 2020; Waizenegger et al., 2021). At det så langt ikke finnes så mange studier innenfor journalistikken som bruker nettopp dette begrepet kan skyldes at både bruken av og teknologien på disse plattformene er relativt ny. Men man står ikke nødvendigvis på bar bakke av den grunn. Her er det fullt mulig å supplere med relevante funn i tidligere journalistikkforskning, som tar for seg begreper som ligner eller overlapper med dette, som f.eks. *enterprise social media (ESM)* (Gibbs, et al., 2015) eller *instant messaging (IM)* (Hendrickson, 2009).

Jeg vil derfor argumentere for at *OCS*, eller *digitale kommunikasjonsverktøy*, er treffende begrep i denne sammenheng, da dette omfatter noe mer enn bare et digitalt verktøy, som f.eks. produksjonssystemer, operativsystemer eller e-posttjenester. Dette er plattformer som er skapt i samme mediale kontekst som smarttelefoner og sosiale medier, og bærer med seg kvaliteter som er både gjenkjennelige og overførbare for brukerne (Lee et al., 2021, s. 240). De få relevante studiene som omfatter OCS i journalistiske prosesser vil bli redegjort for i løpet av teorikapittelet (Koivula et al., 2020; Bunce et al., 2018; Moran 2020).

Jeg vil videre legge til grunn at disse digitale kommunikasjonsverktøyene ikke bare er digitale hjelpemidler, men at de kan fungere som *rom* på lik linje med et *fysisk rom* (Bunce et al., 2018; Koivula et al., 2020; Moran, 2020; Usher, 2015; Robinson 2011). Dette vil bli redegjort nærmere for senere i teorikapittelet. Nå som det aller meste av journalistisk kommunikasjon og samhandling er tatt ut av de fysiske redaksjonslokalene, som en konsekvens av koronapandemien, er det ekstra interessant å se hvordan det ser ut på innsiden av disse digitale rommene. Noe ekstra plass blir også satt av til å se nærmere på det digitale kommunikasjonsverktøyet Slack og Google Meet, da de brukes av samtlige mediehus i denne studien. Slack har i tillegg vært en medieyndling en god stund og vært brukt av mange profilerte mediehus de siste årene (Owen 2015; Bunce et al., 2018; Moran 2020). Da samtlige intervjupersoner i denne studien tilhører norske mediehus vil det også til slutt i dette kapittelet bli tegnet et bilde av den norske konteksten.

## 2.2. Harveys teori om tredelt forståelse av rom

### 2.2.1. Valg av teori

Mange samfunnsforskere har engasjert seg i *rom* og *romlighet* som fenomen og perspektiv. Det finnes en rekke ulike måter å forstå det på, og en rekke faglige og tematiske utgangspunkt som kan fungere som en forskningsmessig innramming, f.eks. kulturelt, sosialt, politisk, økonomisk og emosjonelt, avhengig av hva man skal studere (Robinson, 2011, s. 1124; Jordhus-Lier & Stokke, 2017, s. 47). Medieforskningen har også hatt mange studier som tar utgangspunkt i hva som skjer i redaksjonslokalet, men som tidligere nevnt er det

likevel ikke redaksjonslokalene som et fysisk rom i seg selv som tradisjonelt sett har vært fokuset i etnografiske studier av journalistikk i redaksjonslokalene (Westlund & Ekström, 2020, s. 84).

En av dem som likevel adresserte selve rommet som en viktig del av det journalistiske arbeidet var Tuchman (1978). Hun viste hvordan romlige og territorielle faktorer gjennomsyret de daglige rutinene og avgjørelsesprosessene i journalistikken og hun argumenterte for at inndelingen av det fysiske rommet var viktigere enn tematiske inndelinger (som politikk, kultur, sport, utenriks etc.) i en medieorganisasjon. Dette illustrerte hun blant annet ved å vise til hvordan medieledere lukket seg inne på kontorene sine, i påsyn av sine underordnede, når viktige avgjørelser skulle tas (Zaman, 2013, s. 820). Med unntak av Tuchman må man hovedsakelig bevege seg til denne siden av millennium-streken for å finne relevante studier som spesifikt tar for seg betydningen av rom i den journalistiske arbeidshverdagen.

Når jeg nå skal se nærmere på det redaksjonelle rommet som de digitale kommunikasjonsverktøyene Slack og Google Meet kan skape, er det naturlig å velge en teori som får frem nyansene i disse brukeropplevelsene. Det er også viktig å velge en teori som tydeliggjør betydningen disse digitale kommunikasjonsverktøyene har fått for sine brukere, da tidligere empiriske studier har argumentert for at digital utvikling kan påvirke både lokasjon og prosesser for det journalistiske arbeidet (Robinson, 2011, s. 1138). Og at de har potensial til å forme kreativitet og innovasjon ved å endre rutiner for deling av ideer og informasjon (Gibbs et al., 2015).

En mulig teoretisk ramme for å se på journalistiske prosesser er å ta utgangspunkt i Lefebvre (1984) og hans teori om at alle rom er en sosial konstruksjon, som produseres og reproduseres (Zaman, 2013, s. 823). Her er selve handlingen med å produsere det som definerer rom. Med andre ord, det er det som skjer i rommet som er avgjørende (Robinson, 2011, s. 1124). Lefebvres teorier er blitt brukt i journalistikkforskning tidligere, deriblant som en del av en australsk studie (Zaman, 2013).

Et annet utgangspunkt kunne være debatten rundt *spaces & places*, altså *rom & sted*, som foregår på tvers av akademiske retninger og sjangere. Her har blant annet Gutsche & Hess (2020) tatt til orde for å se nærmere på hvordan journalistikken både former og blir formet av

stedene hvor det blir produsert, praktisert og konsumert. For å skjønne når og hvor rom for nyhetssamhandling blir til steder, eller transformeres til steder, har de introdusert begrepet *placeification*. Det definerer hvordan digitale nyhetsomgivelser endres fra rom som publikum beveger seg gjennom og rundt i, til å bli steder av mening og betydning (Gutsche & Hess, 2020, s. 587).

I denne kvalitative intervjustudien, som dykker ned i de daglige arbeidsrutinene til tolv ulike intervjupersoner, vil det bli behov for et mer finmasket analyseverktøy. Her vil debatten om *rom & sted* alene bli for vidløftig til å være til nytte i denne analysen. Dessuten vil det å se på prosesser for produksjon og konsum bevege seg langt utenfor rekkevidden til denne oppgaven. Lefebvres (1984) teori om rom som sosial konstruksjon, er sånn sett et mer hensiktsmessig utgangspunkt. Men jeg vil likevel argumentere for at det er behov for å dele rom inn i flere kategorier for å kunne gjøre en fullverdig analyse. Dessuten er det behov for en forståelse av rom som ser forbi det fysiske rom, og dermed kan brukes både om fysiske og digitale rom (Bunce et al., 2018, s. 3383; Moran, 2020, s. 3).

Derfor falt valget på samfunnsgeografen Harveys teori om tredeling av rom, hvor han skiller mellom *absolutt rom*, *relativt rom* og *relasjonelt rom* (Harvey, 2006). Teorien er blitt brukt i flere forskningsstudier om journalistikk, både til å analysere fysiske rom, så vel som digitale rom (Usher, 2015; Bunce et al., 2018; Moran, 2020; Zaman, 2013). Videre gir hans tredeling av rom muligheten til ikke bare å se både kontorlokalene, så vel som det digitale hjemmekontoret, som egne rom. Men denne teorien gir også muligheten til å se begge disse lokasjonene med tre ulike sett med briller. Det gjør også teorien nyttig for denne studien at de tre ulike romforståelsene ikke utelukker hverandre, tvert imot kan alle tre eksistere på samme tid (Harvey 2006, s. 125). Her blir det altså isteden tre ulike briller som brukes for å tolke og forstå de opplevelsene og erfaringene som journalistene har gjort seg i sin nye arbeidssituasjon det siste året.

### 2.2.2. Absolutt rom

Absolutt rom betyr at den fysiske verden er en objektiv og stedbunden ramme, og innenfor den finner vi materielle ting, aktører og praksiser. Den er fastlåst i sin form og vi planlegger



og gjennomfører hendelser innenfor disse rammene (Harvey, 2006, s. 121). Dette er en forståelse av rom som først og fremst er knyttet til geografiske oppmålinger og kartografi (Jordhus-Lier & Stokke, 2017, s. 47). Dette rommet er fast og konkret, uavhengig av omstendighetene, og kan både telles, måles, beregnes og observeres etter vanlige standarder (Zaman, 2013, s. 823; Bunce et al., 2018, s. 3383). Her eksisterer rommet uavhengig av hva som foregår i rommet. Det er heller ikke en type rom som kan flyttes uten videre (Usher, 2015, s. 1008). Det vil i så fall kreve en faktisk fysisk manøver eller innsats.

De geografiske rammene påvirker hvordan folk forstår rom, sosiale relasjoner og steder for produksjon. Disse uendrede fysiske rammene er igjen også påvirket av tid. Her nevner Harvey blant annet transport som et eksempel (Usher, 2015, s. 1010). I mediebransjen ville det absolutte rommet typisk være selve bygningen og bygningskonstruksjonen som medieorganisasjonen befinner seg i. En amerikansk studie som tok for seg journalister i avisen The Miami Herald, før og etter at de byttet lokaler, illustrerer godt betydningen av absolutt rom. Her beskriver flere journalister hvordan det å flytte vekk fra sentrum “hvor nyheten skjer”, påvirket deres muligheter til å dekke nyhetene. Noen mente også at dette skifte av lokaler hadde påvirket de redaksjonelle prioriteringene til avisen (Usher, 2015, s. 1010-1012).

Der det fysiske redaksjonslokalet har stoler, bord, kontorlokaler og møterom som kan utgjøre det absolutte rom i Harveys teori. Det samme gjelder for hjemmekontoret. Men begge disse lokasjonene har også et tilsvarende digital rom som eksisterer via de digitale verktøyene og programvarene som alle journalistene bruker i sin arbeidshverdag, og som de har tilgang til gjennom internett (Bunce et al., 2018, s. 3383). På samme måte som det fysiske absolutte rommet, består det digitale absolutte rommet av *tingene i seg selv* (Harvey, 2006, s. 121), altså typisk maskinvare, programvaren og tjenester. Også her eksisterer det uavhengig av hvordan brukerne bruker eller forholder seg til det. I denne studien vil det typisk være de digitale kommunikasjonsverktøyene Slack og Google Meet. En britisk studie viser at det digitale absolutte rommet ble brukt til veldig mange av de samme oppgavene som det fysiske absolutte rommet, som f.eks. dele og utvikle ideer, redigere og vinkle saker, dele leserrespons, organisatorisk logistikk, tilbakemeldinger og diverse sosial kommunikasjon (Bunce et al., 2018, s. 388).

I en annen amerikansk studie ga et mediehus abonnentene sine tilgang til deres Slack-kanaler, for å bygge tillit gjennom transparens. Her ble det tydelig at Slack ikke nødvendigvis bare er ett absolutt rom, men det kan også oppleves som flere absolutte rom. Studiens funn støttet at det å gi tilgang til redaksjonens nyhetsrom i Slack var med på å styrke både tillit, transparens og fellesskapsfølelse. Men siden mediehuset bare ga abonnentene tilgang til de Slack-kanalene hvor journalistene diskuterte sakene, og ikke de Slack-kanalene hvor avgjørelser ble tatt, var effekten likevel begrenset (Moran, 2020).

### 2.2.3. Relativt rom

Med relativt rom mener Harvey at den geografiske overflaten ikke er objektivt gitt. Den avhenger isteden av hvem som observerer og representerer rommet, og hva som er deres preferanser, erfaringer og perspektiver (Harvey, 2006, s. 122). Lokalisering innenfor rommet oppfattes også som relativt i den forstand at det legges vekt på hvor noe er plassert i forhold til noe annet (Jordhus-Lier & Stokke, 2017, s. 47). Det legges også vekt på relasjonen mellom de ulike objektene og perspektivene på det vil endre seg avhengig av hvem som observerer (Zaman, 2013, s. 823). Her virker rom og relasjoner sammen. På mange måter gir denne romforståelsen en beskrivelse av hvordan folk forholder seg til objektene og den kulturelle meningen man kan trekke ut av det (Usher 2015, s. 1008). Det betyr at spørsmål om avstand, retning og forbindelse mellom elementer i det geografiske rom blir viktig (Harvey, 2006, s. 122; Jordhus-Lier & Stokke, 2017, s. 47).

Hvis man ser på relativt rom, vil det i de fysiske redaksjonslokalene handle om hvordan de ulike aktørene opplever rommet på ulikt vis. Altså hva journalistene faktisk føler og tenker om de fysiske objektene i det fysiske redaksjonslokalet (Usher, 2015, s. 1012). F.eks. kan det å flytte den digitale nyhetsdesken til hjerte av et redaksjonslokale, til fordel for en tradisjonell papirdesk, for noen oppleves som et offensivt steg inn i en moderne medievirkelighet. Mens for andre kan det virke som en nedprioritering av papiravisen. I den amerikanske studien av The Miami Herald opplevde mange i redaksjonen at tomme stoler i det gamle redaksjonslokalet minnet dem om alle som hadde måttet slutte (Usher, 2015, s. 2013). Men da de kom i nye, moderne og lysere lokaler, var det fortsatt mange journalister som opplevde de nye lokalene også følte store og tomme, mens flere ledere beskrev de nye lokalene som

ideelle omgivelser for å bringe journalister og redaktører tettere sammen (Usher, 2015, s. 1013).

I en australsk studie hadde journalistene ulike perspektiver på redaksjonslokalene, men mange av dem hadde likevel til felles at de holdt fast på at det var et sted som var tilrettelagt for hektisk og bråkete virksomhet, og kaotisk og røff produksjon. Flere påpekte også at det var formet som en kamparena. Etter hvert som kontorlokalene hadde blitt modernisert og mer forretningsmessige i utseende, var det flere av dem som opplevde at de samme lokalene minnet mer om et teknokratisk fangenskap (Zaman, 2013, s. 831).

Når det kommer til det relative digitale rommet, så vil det i likhet med det relative fysiske rommet være avhengig av den enkeltes perspektiv. Men her vil det situasjonsbetingede utgangspunktet med hjemmekontor sørge for en ekstra dimensjon. Der man i redaksjonslokalene omgir seg med de samme fysiske objektene, vil man på hjemmekontor ha helt individuelle fysiske utgangspunkt. F.eks. er det mulig å tenke seg at kvaliteten på internettlinjen kan være av varierende kvalitet. Alle som har sittet i videokonferanse og opplevd at bilde hakker eller fryser, vet hvor frustrerende det kan være og hvor mye det kan være til hinder for faktisk å få gjennomført jobben.

Omgivelsene på hjemmekontoret kan også spille en viktig rolle. F.eks. vil et digitalt rom oppleves på ulikt vis avhengig av om man har en rolig dag på hjemmekontor, logger seg på fra en hektisk familieferie på hyttekontor, eller sitter i en bråkete stue, sammen med barn som er på hjemmeskole. I det hele tatt minner det relative digitale rommet oss ekstra om at avstand og ressurser fortsatt har stor betydning (Bunce et al. 2018, s. 3383).

Samtidig som hjemmekontorets utgangspunkt kan gjøre at det relative rommet for et større variasjon i perspektiver, støtter bransjekommentarer og enkeltstudier så langt at verktøy som Slack også kan skape en mer universell og likeverdig opplevelse for brukerne. Der journalister som jobbet utenfor kontoret tidligere var avskåret fra mange av de daglige arbeidsrutinene og det redaksjonelle fellesskapet, fungerer Slack som et felles rom og møtested som alle kan ta del i, uavhengig av fysisk avstand (Bunce et al., 2018, s. 3383). På den måten blir Slack et digitalt redaksjonslokale hvor alle deltagere er i lik avstand fra hverandre, og det kan øke både samarbeid og teamfølelse (Owen, 2015).

Den britiske studien støtter opp under påstanden om at Slack kan ha en innflytelse på det relative rommet. Her bidro Slack til å skape et redaksjonelt fellesskap for en redaksjon som var spredt over flere land, som inkluderte både samarbeid om både logistikk og kreativitet. Høy frekvens av kommunikasjon på Slack bidro også til at redaksjonen skapte sine egne journalistiske normer, som kjennetegnet dem. Som en av informantene påpeker: Mange av disse samtalene ville vært tilnærmet umulig å ha på e-post, og de ville trolig bli regnet for å være for uviktig for å ha dem på Skype (Bunce et al., 2018, s. 3391). Men selv om Slack fasilitererte samarbeid på tvers av store avstander hadde den geografiske plasseringen til journalisten fortsatt noe betydning. En liten gruppe av redaksjonen som holdt til i London, møttes jevnlig i et fysisk lokale. Dette skapte et mindre og mer sammensveiset nettverk med ekstra lag med samhandling som gikk utenpå Slack (Bunce et al., 2018, s. 3392). Altså hvordan man kombinerer tilstedeværelse i de fysiske og de digitale redaksjonslokalene kan ha betydning for det relative rommet.

#### 2.2.4. Relasjonelt rom

Relasjonelt rom betyr her at rommet konstitueres av relasjonene som er innebygd i objekter, aktører og praksiser. Det kan sees på som et brudd med de to foregående romforståelsene ved å ikke anerkjenne rommets eksistens uavhengig av prosessene som definerer det (Jordhus-Lier & Stokke, 2017, s. 48). Som Harvey (2006) formulerer det, så skjer ikke prosessene i rommet, men de isteden definerer rommet (Harvey, 2006, s. 124). Rom gjør altså noen relasjoner mulige, og disse relasjonene igjen former hva rommet betyr for brukerne (Bunce et al., 2018, s. 3392).

Også her er tid sett på som en helhetlig del av relasjonelt rom, noe som gjenspeiler seg i uttrykket *tid & rom* (Zaman, 2013, s. 823). Å inkludere tidsdimensjonen i denne tredelte teorien gjør her at objektene i det relasjonelle rommet i praksis kan oppleves forskjellig av en og samme aktør på ulike tidspunkter. Harvey bruker selv Ground Zero som et eksempel på dette (Harvey, 2006, s. 125). Et lignende eksempel fra Norge kan være f.eks. Utøya. Etter terrorhendelsene 22. juli 2011 vil mange nordmenn ha en kollektiv oppfattelse av Utøya som et felles relasjonelt rom, uten at de nødvendigvis har vært der selv, eller uten at det forholder seg til dens geografiske plassering og utforming.

Et relasjonelt rom beskriver forholdene journalistene seg imellom, men også forhold mellom journalister og ledere, samt mellom nyhetskilder og andre aktører. Disse relasjonene er ikke statiske og satt, men flytende og i stadig endring (Zaman, 2013, s. 824). I stedet for å fokusere på fysiske rom, ting og personer, så fokuserer man på den mer abstrakte ideen om romlighet eller den symbolske betydningen. Dette handler ikke om å se på steder og objekter, men heller å vurdere hvordan folk opplever rom som en måte å forstå verden på (Usher, 2015, s. 1015).

I eksempelet med det fysiske redaksjonslokalet, kan det her handle om den symbolske makten til medieinstitusjonen. I den amerikanske studien var noen av journalistene opptatt av symboleffekten det hadde overfor leserne at de forlot sentrum. Andre beskrev det som et tegn på forfall og et tegn på at gullalderen for aviser var over (Usher, 2015, s. 1015).

I det digitale relasjonelle rommet er det langt på vei de samme mekanismene som former rommet, som i det fysiske. Altså kan man se på det digitale relasjonelle rommet som en forlengelse av det fysiske relasjonelle rommet (Bunce et al., 2018, s. 3384). Robinson (2011) fant at de som var aktive i det digitale rommet formet relasjoner, som utelukket dem som var passive. Mens dem som var passive i det digitale rommet fant sine relasjoner med likesinnede i det fysiske rommet.

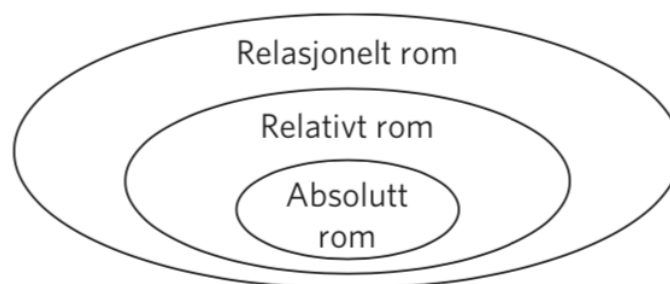
En viktig relasjon i det digitale rommet er den mellom journalist og leder. Selv om det er lite empirisk forskning på Slacks innflytelse på relasjoner i en redaksjon, har flere forskere argumentert med at slike digitale kommunikasjonsverktøy og plattformer kan bidra til å bygge ned hierarkier (Gibbs et al., 2015; Moran 2020), ved at mer av kommunikasjonen er simultan og transparent (Bunce et al., 2018, s. 3384). Men de samme digitale rommene kan også legge til rette for mer overvåking av journalistene og legge et større arbeidspress på dem. Men der argumenterer Cohen (2019) at dette ikke nødvendigvis skyldes de digitale verktøyene og plattformene i seg selv, men heller press fra ledelsen selv og deres mediestrategier (Cohen, 2019, s. 572). Med det som bakteppe blir relasjonelle rommet som består av journalist og leder av ekstra interesse her.

I den britiske studien beskrev flere av informantene at Slack hadde sørget for at de kom nærmere sine kolleger, og at Slack hadde skapt og sikret nye vennskap. Dessuten var det

mulig å ha tett kontakt med en rekke kolleger uten at man noen gang hadde møtte hverandre fysisk (Bunce et al., 2018., s. 3393). Studien støttet også at Slack styrket lagfølelsen og at forholdene mellom journalist og leder ble mindre hierarkiske. Her bidro både transparens, økt informasjonsflyt og en uformell tone i kommunikasjonen til dette (Bunce et al., 2018, s. 3394). Men denne tette kommunikasjonen var ikke uten nedsider. Noen av informantene opplevde at det fulgte både en form for overvåking en god dose stress med Slack, selv om lederne selv oppga at dette ikke var intensjonen. Med både oppsider og nedsider i mente ble konklusjonen i denne studien at Slack hadde en vesentlig innflytelse på relasjonene i medieorganisasjonen. Harvey (2006) argumenterer selv for at en av de viktigste egenskapene til et rom, slik som Slack, er hvordan det forandrer og former relasjoner (Bunce et al., 2018, s. 3395).

### 2.2.5. Forholdet mellom absolutt, relativt og relasjonelt rom

Harvey (2006) hevder at de tre ulike forståelsene av rom, forholder seg til hverandre som konsentriske sirkler, altså med samme sentrum. I denne figuren er absolutt rom det snevreste rommet og relasjonelt rom det mest inkluderende rommet. Der relasjonelt rom kan inkludere både absolutt og relativt rom, og relativt rom kan inkludere absolutt rom, kan absolutt rom ikke alene romme en relativ og relasjonell romforståelse (Harvey, 2006, s. 126; Jordhus-Lier & Stokke, 2017, s. 48).



Figur 1. Forholdet mellom absolutt, relativt og relasjonelt rom i Harveys teori om tredelt romforståelse.

Harvey setter likevel ikke disse tre formene for rom inn i et hierarki. Tvert imot skriver han at alle rom kan være både absolutt, relativt og relasjonelt på en gang (Harvey, 2006, s. 126). Det er altså ikke bare en måte å tenke rom på (Usher, 2015, s. 1008). Det kan også være verdt å merke seg at det kan være vanskelig å skille alle aspektene ved disse romforståelsene fra hverandre, da alle tre variantene reflekterer tilbake på en større symbolsk mening. Dette fordi rom er forbundet til konteksten, som vi former sosiale relasjoner gjennom. Altså kan grenseoppgangene mellom de ulike kategoriene for romforståelse derfor bli litt uklare noen ganger (Usher, 2015, s. 1017).

Tidsaspektet er også viktig å ta med i analysen. Harvey (2006) sier selv at det er umulig å løsrive tid og sted. I den britiske studien ble det tydelig at mange av observasjonene relaterte seg til brukernes opplevelse av tid, f.eks. dens betydning for produktivitet og bortkastet tid, uklare linjer mellom jobb og fritid, og hvordan Slack opplevdes forskjellig avhengig av når på døgnet man jobbet (Bunce et al., 2018, s. 3396). Det er lett å tenke seg at dette vil bli særlig viktig i det relasjonelle rommet i en redaksjon, hvor endringene i relasjonene kan endres kontinuerlig over tid. Men det kan også påvirke den relative romforståelsen i en redaksjon. Her er den nye hjemmekontorsituasjonen et godt eksempel på at både reiseavstand og tidsbruk gjennom arbeidsdagen har endret seg for de fleste i en redaksjon.

## 2.2.6. Redaksjonslokalets plass i medieforskningen

For å forstå hva slags betydning et redaksjonslokale kan ha som absolutt, relativt og relasjonelt rom i et mediehus i dag, enten det er fysisk eller digitalt, er det nødvendig å se på hva slags plass redaksjonslokalet har hatt i medieforskningen gjennom tidene.

Historisk sett har de fysiske redaksjonslokalene spilt en sentral rolle i forskning på journalistikk, særlig i avishusene (Deuze & Witschge, 2018, s. 169). Det kan ha sammenheng med at selve utføringen av journalistyrket har vært såpass tett knyttet sammen med de fysiske lokalene hvor det er blitt utført (Nerone & Barnhurst, 2003, s. 435). Særlig etter at lokasjonen for det journalistiske arbeidet på midten av 1900-tallet ble separert fra det mekaniske trykkeriarbeidet, har redaksjonslokalet som begrep og åsted for forskning stått sterkt (Nerone & Barnhurst, 2003, s. 440; Mari, 2016, s. 11).

At redaksjonslokalet som begrep også står sterkt blant publikum og i samfunnet ellers, kan man lese ut av den sterke visuelle forankringen i populærkulturen. Både synet, lukten og lyden av en travel og energisk arbeidsplass, som er skapt for å pumpe ut et daglig produkt, men også for å ha rom for kreativitet og autonomi, er lett gjenkjennelig (Mari, 2016, s. 16). Enten man ser for seg Clark Kent og Lois Lane taste i vei på skrivemaskiner i *The Daily Planet*. Eller Dustin Hoffman og Robert Redfords kamp mot deadline i røykfylte redaksjonslokaler i *The Washington Post*. Eller journalistiske idealer, som blir ofret til fordel for store overskrifter, i en fiksjonell versjon av *Baltimore Sun* i TV-serien “*The Wire*”. Dette er for øvrig gode eksempler på at redaksjonslokaler fint kan eksistere i et relasjonelt rom for et publikum hvor mange aldri har satt sine ben i et fysisk redaksjonslokale.

Det er ikke bare de journalistiske prosessene og rutinene som er blitt påvirket av redaksjonslokalene. Dette er også stedet hvor journalister tradisjonelt sett har vært samlet og utviklet en egen arbeidskultur (Mari, 2016, s. 12). Endringer i arbeidskulturen i redaksjonslokalet har siden utviklet seg etter hvert som det har skjedd endringer i nyhetsformater og nyhetsprodukter (Nerone & Banhurst 2003, s. 441).

Selve organisasjonsstrukturene i de tradisjonelle avishusene har også hengt sammen med de fysiske lokalene hvor de har bedrevet sin journalistiske virksomhet. Historisk sett har de i stor grad vært bygget rundt de teknologiske forutsetningene for kommunikasjon og koordinasjon som industrialiseringen la til rette for. Disse strukturene reflekterte en organisasjonsform som var stor, stabil og hierarkisk, med sentraliserte fellesfunksjoner, som var koordinert av administrativt byråkrati (Küng, 2017, s. 156; Mari, 2016, s. 14; Robinson, 2011, s. 1127). Og da var det også naturlig nok behov for store fysiske redaksjonslokaler.

I løpet av de siste 10-15 årene har de aller fleste mediehus vært gjennom omfattende endringer, både når det kommer til digitalisering, innholdsstrategi, plattformer, distribusjonskanaler, fortellerteknikker og forretningsmodell (Bjerke et al., 2019; Ottosen et al., s. 221-246; Bygdås et al., 2019; Küng, 2017; Westlund & Krumsvik, 2014, s. 54; Kosterich & Weber, 2019).

Men på tross av dette har mye av denne organisasjonsformen har bestått og man kan fortsatt finne mye av det samme rammeverket i de fleste tradisjonelle avishus fortsatt. Den teknologiske utviklingen har riktignok sørget for at informasjonsflyt og koordinering går mye



raskere, og dette har gjort at det ikke lenger er samme behov for store og komplekse hierarkiske organisasjonsmodeller (Küng, 2017, s. 156). Og da strengt tatt heller ikke store fysiske redaksjonslokaler. Likevel bærer både avdelingsstruktur, møtestruktur og andre rutiner i redaksjonslokalene, i alle de fire Schibsted-avisene i denne studien fortsatt preg av de gamle organisasjonsstrukturene fra papiravisens storhetstid.

Konvergens har vært et hett og bredt diskutert tema i medieindustrien de siste 20 årene (Küng, 2017, s. 79). En naturlig konsekvens av det er et økende behov for å samle både fagressurser, arbeidstagere og innholdsproduksjon i redaksjonslokalene. Dette har ført til et trestegsprosess, hvor først nye digital journalistikk-enheter ble opprettet i andre deler av redaksjonslokalene, for deretter å bli integrert i den mer tradisjonelle papirorienterte redaksjonen. Og til slutt ble det implementert en felles digital først-strategi i hele redaksjonen, hvor den papirorienterte og den digitalorienterte delen av redaksjonsstaben smeltes sammen og nå deler plass i de fysiske lokalene (Küng, 2017, s. 81-82). At fysiske omgivelser signaliserer både reell og symbolsk verdi, ble tydelig i mange redaksjoner da den digital nyhetsdesken ble flyttet til hjertet av lokalene, og dermed signaliserte at dette skal være det nye sentrum for oppmerksomhet. (Bygdås 2019, s. 25). Utviklingen i de fire Schibsted-avisene i denne studien har vært helt i tråd med disse beskrivelsene.

Selv om redaksjonslokalene har spilt en sentral rolle i mye av medieforskningen, også når det kommer til studier av digital journalistikk, så er det gjerne knyttet til den journalistiske profesjonens identitet og håndverk, herunder etikk, kredibilitet, rutiner og normer. Men ikke nødvendigvis så mye om de digitale journalistenes arbeidsforhold (Cohen, 2019, s. 571). Det var også lenge vært et premiss i medieforskningen at redaksjonslokalene ikke bare er stedet hvor man utøver journalistikk, det er også stedet hvor man er journalist (Deuze & Witschge, 2017, s. 169). Ved å velge empiriske studier av redaksjonslokaler og det som skjer på innsiden av dem, har forskere bidratt til å styrke disse ideene (Deuze & Witschge, 2017, s. 169). Denne sentreringen rundt redaksjonslokalet som det begrensede arealet hvor journalistisk utvikling skjer, gjør også at andre steder, rom, rutiner og aktører ekskluderes (Wahl-Jorgensen, 2009, s. 23).

Men på tross av dette er det likevel ikke redaksjonslokalene som et fysisk rom i seg selv som har vært fokuset i etnografiske studier av journalistikk i redaksjonslokalene (Westlund & Ekström, 2020, s. 84). Manglende forskning på redaksjonslokalets betydning som et fysisk

rom støtter at det i denne studien vil bli behov for å se til nyere enkeltstudier, som viser relevante journalistiske arbeidsprosesser bli utført utenfor de tradisjonelle redaksjonslokalene, gjerne i digitale redaksjonsrom (Bunce et. al, 2018; Koivula et al., 2020).

## 2.3. Forskningsoversikt - forskningslitteratur og relevante studier

### 2.3.1. Valg av forskningslitteratur og relevante studier

Harveys teori om tredelt romforståelse gir en mulighet til å dykke dypere ned i hvordan de ulike digitale arbeidsprosessene oppleves og erfares av journalister på hjemmekontor i denne studien. For å kunne analysere hva som oppleves som ulike styrker og svakheter er det nødvendig å se nærmere på hva forskningslitteratur og forskningsstudier sier om noen av temaene som preger disse prosessene. Med utgangspunkt i min egen forforståelse, intervjupersonenes egne erfaringer, samt relevant litteratur og studier, som jeg gjør rede for videre i dette kapittelet, har jeg identifisert følgende temaer som sentrale for den videre analysen: kreativitet og innovasjon, arbeidsrutiner og arbeidskultur, samarbeid og samhandling, samt de digitale kommunikasjonsverktøyenes betydning.

Da de digitale kommunikasjonsverktøyenes inntog i den journalistiske hverdagen er av relativt nyere dato, finnes det ikke mange studier som direkte tar for seg journalisters bruk av disse. Og enda færre studier tar for seg de samme digitale verktøyene som brukes av samtlige av intervjupersonene i denne studien, nemlig Slack og Google Meet.

Men det finnes noen få, og en av dem er en britisk studie, hvor både Harveys teori og Slack brukes. Denne studien viser hvordan journalister jobber sammen i et digitalt nyhetsrom, ved hjelp av disse verktøyene. Her argumenteres det for at en av de viktigste egenskapene til et hvilket som helst rom, i dette tilfelle Slack, er på hvilken måte det endrer og former relasjoner (Bunce et al., 2018, s. 3395). Samme studie viser også hvordan slike digitale rom kan skape ny maktdynamikk (Bunce et al., 2018, s. 3396).

En finsk studie som tar for seg journalisters bruk av både Slack og Google Meet, ser nærmere på hvordan disse digitale verktøyene påvirker kreativitet og arbeidsrutiner. Her argumenteres

det for at et trygt arbeidsmiljø og sunn kommunikasjonskultur er avgjørende for at de skal føre til økt samarbeid og idéutveksling (Koivula et al., 2020, s. 14).

En amerikansk studie, som også tar for seg både Harveys teori og Slack, ser ikke på journalistenes bruk seg imellom, men heller på hvordan det fungerer i forholdet mellom journalister og lesere. I dette tilfelle ble abonnenter invitert til å delta i redaksjonens Slack-kanaler. studien argumenterer med at denne transparensten kan bidra til å styrke tillit og fellesskapsfølelse til lesere. Men konkluderer med at tilgangen til lesere i praksis var begrenset, og at da ble effekten det samme (Moran, 2020).

En annen amerikansk studie som ikke omhandler journalister, men som har sett på Slack-aktivitet i samarbeid, fant ikke de samme styrkene ved digitale rom, som de ovennevnte studiene. Selv om Slack fasiliterte samarbeid på tvers av landegrensener i denne studien kunne ikke forskernes funn støtte at Slack formet nye relasjoner. Det ble også antydnet at barrieren mellom ulike grupper i det digitale rom var høyere, og at dette igjen førte til at digitale fellessamtaler endret seg til å bli individuelle 1:1-samtaler (Azarova et al., 2020, s. 19). Samme studie viste også at de som ble identifisert som de mest aktive i det fysiske rom også var de mest aktive i det digitale rom (Azarova et al., 2020, s. 21).

En newzealandsk studie av kunnskapsarbeidere på hjemmekontor under koronapandemien belyser noen av de særegne sidene ved situasjonen akkurat nå, som kan være verdt å ta med seg inn i denne masteroppgavens analyse. Studien viser hvordan koronapandemien har sørget for en situasjon med spesielle omstendigheter, hvor arbeidstagerne i større grad enn tidligere empiriske studier er kollektivt tvunget til å jobbe hjemmefra. Og i tillegg har de smitteverntiltak å forholde seg til, samt varierende grad av smittefrykt (Waizenegger et al., 2020, s. 434). Det mest relevante her er at studien argumenterer for at koronapandemien har endret mønsteret for kommunikasjon arbeidstagerne imellom, både når det gjelder lengde, form og frekvens (Waizenegger et al., 2020, s. 437). Studiens funn antyder at mangelen på ad-hoc-møtepunkter og fysiske avbrytelser i arbeidshverdagen har gjort at terskelen for spontane samhandlinger er blitt høyere. I tillegg argumenteres det for at det er blitt mindre kunnskapsdeling og spontan koordinasjon, som et resultat av at kommunikasjonen er blitt mer målrettet og effektiv (Waizenegger et al., 2020, s. 435).

### 2.3.2. Kreativitet og innovasjon i journalistikken

Kreativitet er ikke bare regnet som en viktig del av det å utvikle innovasjon i journalistikken, det er også regnet som det første og grunnleggende steget i enhver innovasjonsprosess (Küng, 2017). I forskning på medieledelse er kreativitet anerkjent som en nøkkelressurs i konkurranse, for medieorganisasjoner og nyhetsmedier spesielt (Küng, 2017).

Kreativitet er her definert som produksjon av nye og nyttige ideer (Nylund, 2013), noe som utgjør er en vesentlig del av den journalistiske arbeidsrutinen. Det har en sterk tilknytning til kommunikasjonsprosesser, da kreativitet skapes gjerne i samhandling mellom mennesker. (Koivula et al., 2020, s. 3). I organisasjonsteori generelt har fokuset de siste tiårene endret seg fra å se på kreativitet på individuelt personnivå, til å se mer til kreative prosesser som involverer flere (Landsverk et al., s.77; Küng, 2017, s. 108). En viktig konsekvens av den endringen er at kreativitet ikke lenger er noe som anses som en medfødt personlig egenskap, men i stedet mekanismer man kan forandre og utvikle (Küng, 2017, s 129).

Grenseoppgangen mellom innovasjon og kreativitet er ikke nødvendigvis alltid så tydelig, men generelt sett kan man beskrive innovasjon som større prosesser der den vellykkede implementeringen av kreativitet foregår (Küng, 2017, s. 111). Arbeid utført etter vanlig journalistisk rutine kvalifiserer ikke som innovasjon, selv om det bærer med seg elementer av kreativitet. Dette har i tidligere forskning tidvis blitt behandlet som medieinnovasjon (Westlund & Krumsvik, 2014, s. 59).

Holdningen til kreativitet som begrep later å være generelt sett positivt ladet blant de ansatte i medieorganisasjoner. Forskere har funnet at journalister selv ser på kreativitet som en essensiell del av sitt eget arbeid og at det å utvikle nye arbeidsrutiner og prosesser føles motiverende og meningsfullt, ikke til hinder (Koivula et al., 2020, s. 3). Det er verdt å merke seg at andre studier har vist at den samme entusiasmen for innovasjon som en målsetning i seg selv ikke nødvendigvis er like stor blant journalistene (Westlund & Krumsvik, 2014, s. 67; Westlund et al., 2021, s. 16). Da må man klarte lenger opp på karrierestigen for å finne det, nærmere bestemt til ledelsen (Küng, 2017).

I tillegg til å lage innovativt innhold trenger mediene profesjonelle som kan være innovative på områder som ny teknologi, innholdsdistribusjon og brukerengasjement (Küng, 2017; Westlund et al., 2021). På bakgrunn av dette er det spesielt interessant å studere kreativitet og innovasjon i sammenheng med medier og journalistikk. (Koivula et al., 2020, s. 2). I praksis har ikke kreativitet handlet så mye om å finne på nye ting, heller om å forbedre det gamle og utvikle eksisterende ideer. Det har mest handlet om kreativitet når det kommer til innholdsproduksjon (Küng, 2017).

Selv om det kan virke som at medieorganisasjonene fra topp til bunn i utgangspunktet er gjennomsyret av en positiv holdning til kreativitet som fenomen, er det likevel grunn til å se nærmere på hvor kreativiteten er truet i journalistiske prosesser. Fra tidligere forskning ser vi at journalister kreativitet gjerne blir lett spist opp av dag-til-dag nyhetsarbeid, som fokuserer på effektiv produksjon og kortsiktige krav, og at mye derfor er ofte medieinnovasjon er preget av rask uttelling, istedenfor langsiktig utforskning utenfor boksen, selv om det er det siste de trenger mest (Küng, 2017; Koivula et al., 2020, s. 4).

En av de kreative prosessene som er en gjenganger i den journalistiske arbeidshverdagen er prosessen rundt idéskaping og idéutvikling, noe som skjer både individuelt og i fellesskap i en redaksjon. Da dette er utgangspunktet for det meste av medieinnholdet som produserer er også medieorganisasjonene hele tiden avhengig av et å få ferske ideer på løpende bånd (Nylund, 2013, s. 197). En finsk studie fra 2013 viste at nye og nyttige ideer som f.eks. avisjournalister spiller inn i løpet av en arbeidsdag er gjerne begrenset av det aktuelle nyhetsbildet og den umiddelbare oppgaven det er å lage en avis (Nylund, 2013, s. 202). Der ble det også tydelig at det kreative potensialet i de faste formelle nyhetsmøtene var begrenset og at de fleste ideene ble til i andre og mer uformelle settinger (Nylund, 2013, s. 206). Noe som argumenterer for at de uformelle møtepunktene er viktig del av den journalistiske arbeidsrutinen. Men studien viser også at de faste nyhetsmøtene fortsatt spiller en viktig rolle for utvikling og ferdigstilling av ideer (Nylund, 2013, s. 208).

Sammenhengen mellom kreativitet og digital kommunikasjonsverktøy blir enda tydeligere når man ser at kommunikasjonsteknologi har potensial til å forme kreativitet og innovasjon ved å endre rutinene for deling av ideer og informasjon (Koivula et al., 2020, s. 2). Derfor er det interessant å se nærmere på hvorvidt idéskaping og idéutvikling blant journalister foregår annerledes i digitale rom enn det gjør i fysiske rom.

### 2.3.3. Journalistiske arbeidsrutiner og arbeidskultur

Det er vanskelig å snakke om en enhetlig type journalistisk rutine eller kultur, da journalistisk arbeid i dag blir utført under svært ulike forhold og med svært ulike forutsetninger. Ikke bare har nye medier utfordret de tradisjonelle mediene og gjort medielandskapet langt mer mangfoldig. Men de tradisjonelle mediehusene har også endret seg etter hvert som ny teknologi, nye brukervaner og nye konkurrenter er kommet på banen (Küng, 2017). Både teori og studier viser derfor at den postindustrielle journalistikken ikke bare skjer i mediehusenes egne redaksjonslokaler, men også på hjemmekontor, på veien, i organiserte arbeidsfellesskap og start-up-klynger, for å nevne noen alternativer (Deuze & Witschge 2017, s. 173). Det er likevel et behov for å noen begrepsavklaringer før jeg går videre.

Den journalistiske arbeidsrutinen kan her forstås som summen av de reglene, prosedyrene konvensjonene, prosessene, strategiene og teknologiske forutsetningene som en medieorganisasjon og dets virke er konstruert rundt, slik organisasjonsforskerne Levitt and March har definert det (Levitt & March, 1988). Det vil i praksis bety alt det som oppleves som en felles forståelse og en felles retningslinje for hvordan den enkelte journalist skal utføre sitt profesjonelle virke. Forskning på journalistikk har også understreket at disse spesifikke systematiske rutine for hvordan man utfører sin profesjon er med på å skille journalistikk fra annet informasjonsarbeid (Westlund & Ekström, 2020, s. 74).

Der tidligere forskning har vist at journalistiske rutiner og verdien til journalistisk kultur lenge har forandret seg lite (Domingo et al., 2008; Schudson 2003; Tuchman, 2002), så er det mye som kan tyde på at det ikke lenger er tilfelle i samme grad. Selv om den journalistiske rutinen er i stadig utvikling og endring, og sånn sett kan oppfattes som et begrep med mer flytende innhold, er det likevel et relevant begrep i forskningen. Særlig for å skille journalistikk fra andre former for informasjon, i et medielandskap, hvor tradisjonelle medier ikke lenger bare blir utfordret av nye medieaktører. De blir også utfordret av andre profilerte aktører innenfor kommunikasjon- og informasjonsdistribusjon - i en stadig mer sammensatt digital virkelighet (Küng, 2017).

Kultur og arbeidskultur kan her forstås som summen av de kollektive ubevisste oppfatningene, holdningene og verdiene som dominerer i en organisasjon. Arbeidskulturen

regnes å ha direkte påvirkning på hvordan arbeidstagerne opplever arbeidsmiljøet (Küng, 2017, s. 133). I nyere organisasjonsforskning er det gjerne lagt som et premiss at kultur har en avgjørende innflytelse på strategiske utfall (Küng, 2017, s. 132; Porcu et. al, 2020). For en bransje som er i konstant endring som mediebransjen, og hele tiden må forholde seg til implementering av nye strategier, er det naturlig at arbeidskultur får økt betydning i forskning. For en moderne mediebedrift som Schibsted, som henter mye av sin strategiske og organisatoriske inspirasjon fra teknologigiganter (Küng, 2017, s. 204), har kultur og kulturbygging vært viktige fokusområder i forbindelse med digitalisering av mediehusene. Tidligere sjefredaktør i Aftenposten, Espen Egil Hansen, har selv uttalt seg om hvordan kultur og disrupsjon henger sammen. (Shifter, 2020, 1. juli). Å finne ut hvordan kreative ideer “utenfor boksen” blir ivaretatt i arbeidskulturen er en avgjørende del av det å forstå innovasjonsprosesser i en medieorganisasjon (Porcu et al., 2020, s. 1421).

Arbeidskultur i en mediene er riktignok ikke hovedfokuset i denne studien. Det er dessuten et kompleks og u håndgripelig tema, som er vanskelig å måle (Porcu et al., 2020, s. 1421). Likevel viser relevant teori at kultur, kreativitet og innovasjon henger sammen (Küng, 2017, s. 135; Porcu, 2017). Den finske studien fra 2020 viser dessuten at et trygt arbeidsmiljø og et sunt kommunikasjonsklima er forutsetning for at de digitale kommunikasjons-verktøyene skal påvirke kreativitet og samarbeid i positiv retning (Koivula et al., 2020). Den newzealandske studien argumenterer også for at det er vanskeligere å sosialisere og bygge arbeidskultur i større grupper i digitale rom, sammenlignet med hvordan det er i fysiske rom, hvor man kan mingle og bevege seg mellom grupper mer sømløst (Waizenegger et al., 2020, s. 437). Det er derfor naturlig å adressere det her i teorikapittelet.

#### 2.3.4. Samarbeid og samhandling i den moderne journalistikkens tid

Som funnene i denne studien vil vise, er samhandling og samarbeid to arbeidsprosesser som preger intervjupersonenes arbeidsrutiner og arbeidshverdag, også i det digitale rom. At digitale kommunikasjonsverktøy har potensial til å legge til rette for økt samarbeid og samhandling (Bunce et al., 2018; Koivula et al., 2020) gjør derfor disse handlingene relevante for analysen.



Samtidig viser forskning at dette potensialet kan være avhengig av flere faktorer. En studie av et russisk telekommunikasjonsselskap viste at selv om digitale kommunikasjonsverktøy kan øke kunnskapsdeling på tvers i en organisasjon ved å endre rutiner for samarbeid, kan det finnes både kulturelle og organisatoriske barrierer som hindrer dette likevel (Gibbs et al., 2015). En dansk studie argumenterer for at et trygg og åpen arbeidskultur er en forutsetning for at digitale kommunikasjonsverktøy kan bidra til økt kunnskapsdeling. Og at det dessuten kommer an på design og funksjon, da de må legge til rette for kunnskapsdelingens personlige natur og de individuelle behovene til arbeidstagerne. Hvis det digitale verktøyet innfrir på dette, samtidig evner å legge til rette for kollektiv samhandling, kan det føre til økt interaksjon (Razmerita et al., 2014).

Funnene i den newzealandske studien var mer blandet. Her viste det seg at arbeidstagerne fortsatt samarbeidet, men at formen var mer planlagt og mindre spontan i det digitale rom, enn den hadde vært på de fysiske kontorlokalene (Waizenegger et al., 2020, s. 434). Mindre fysiske forstyrrelser, kombinert med at den digitale kommunikasjonen arbeidstagerne mellom bar preg av å være mye mer målrettet og fokusert, førte dessuten til økt effektivitet. Men på tross av økt produksjon, både individuelt og som gruppe omtaler studien samarbeid på tvers i organisasjonen som et tveegget sverd her. Forskerne i denne studien peker dessuten på at økt antall møter på skjerm har ført til *zoom-fatigue*, en slags videomøte-tretthet, som igjen påvirker arbeidstagernes innstilling til samhandling og samarbeid utenfor faste møtetider i en negativ retning. Men her åpner også studien opp for at konteksten med koronapandemien kan være en viktig faktor som spiller inn (Waizenegger et al.; 2020, s. 435).

I denne masterstudien er det særlig samarbeid på tvers internt i redaksjonene som vil være tema. Men det er verdt å merke seg at et viktig bakteppe i alle de fire Schibsted-avisene som omfattes er tilrettelegging av økt samarbeid på tvers av redaksjonelle og kommersielle krefter i organisasjonen et hett tema fortiden og det er ikke tilfeldig. En økende grad av kvalitative studier viser at stadig flere profesjonelle teknologihoder har entret redaksjonene og fått en økt innflytelse der. Men fortsatt finnes det få kvantitative studier som fokuserer på samarbeid internt i medieorganisasjonene (Kosterich & Weber, 2019, s. 431-432). Funnene er av blandet karakter og avslører at kulturforskjellene mellom redaksjonell og kommersiell side har fortsatt mye å si (Gibbs, 2015, s. 98; Westlund & Krumsvik 2014, s. 56), selv om flere nyere studier også viser en positiv trend for et kulturskifte i medieorganisasjoner, som kan legge til rette for mer samarbeid på tvers (Westlund & Krumsvik, 2021, s. 16).



Nye aktører er i større grad inkludert i de vanlige journalistiske prosessene, typisk programmerere, analytikere og utviklere, for å nevne noen (Kosterich & Weber, 2019, s.431). Det gjør at den journalistiske arbeidsrutinen blir mer kompleks (Westlund & Ekström, 2020, s. 86). At redaksjonelle og kommersielle aktører i en mediebedrift jobber tettere er en økende trend (Küng, 2017). Denne komplekse dynamikken er det behov for å studere nærmere (Westlund & Ekström, 2020, s. 86).

Historisk sett var det helt vanlig å organisere medieorganisasjonene på en måte som fysisk og bevisst skilte de redaksjonelle og kommersielle delene av virksomheten. Dette har røtter i noen rent praktiske årsaker, men har de siste tiårene handlet like mye om at journalistikkens uavhengighet og integritet skal markeres med et tydelig skille mellom børs og katedral (Westlund et al., 2021, s. 7). Viktigheten av symbolsk å markere mediens samfunnsoppdrag som en rolle som er helt uavhengig av økonomiske og maktstrukturelle bindinger, har de siste årene blitt utfordret av behovet for å samle og samkjøre medieorganisasjonenes egne ressurser på innsiden. Det være seg både økonomisk, kulturelt og teknologisk ressurser.

Det skyldes at mediebransjen er blitt utsatt for både nye konkurrenter, nye brukervaner og ny teknologi (Küng, 2017), og vi ser nå at disse skillene bygges nå ned i mange medieorganisasjoner (Kosterich & Weber, 2019; Westlund et al., 2021, Küng, 2017). Flere empiriske funn taler for viktigheten av å fostre samarbeid på tvers (Gibbs, 2015, s. 98), men samtidig at å forene disse ulike miljøene innebærer å overkomme store barrierer og at dette krever koordinering og en solid innsats (Lewis & Usher, 2014). Vi ser også at den tradisjonelle journalistrollen utvides fra å handle om rapportering og redigering, til også å gjelde ferdigheter som omfatter data, analyse og håndtering av ulike medieplattformer (Kosterich & Weber, 2019, s. 431).

Ny teknologi og mer komplekse arbeidsrutiner, skaper et stort behov for å gjøre det mulig å samarbeide på tvers i medieorganisasjonen. Denne endringen er blant annet dokumentert gjennom en empirisk studie som tar for seg norske medielederes perspektiver mellom 2011 og 2017 (Westlund et al., 2021). En kraftig bevegelse i retning av mer samarbeid på tvers i organisasjonen er også tilfelle for de fire Schibsted-avisene i denne studien.

### 2.3.5. Online collaborative software (OCS) - et redaksjonsrom i skyene

*Online Collaborative Software* (OCS), også kalt *digitale kommunikasjonsverktøy*, brukes i dag-til-dag-arbeidet i flere tusen mediehus i verden, og denne bruken bare øker (Bunce et al., 2018, s. 3382). Typiske eksempler på det er videokonferanseverktøy som Microsoft Teams, Zoom, Google Meet og Skype, samt mer chat-baserte verktøy som Slack (Koivula et al., 2020, s. 4). Sistnevnte er en av de mer populære plattformene av denne typen blant nyhetsmedier (Bunce et al., 2018, s. 3382). Og i motsetning til andre populære sosiale medieplattformer som Twitter, Instagram og Facebook, hvor chat-funksjonen er et tilleggselement, er Slack dette kjernefunksjonen til et verktøy som Slack (Lee et al., 2021, s. 235). Teknologiselskapet kan vise til mer enn 12 millioner daglige brukere og har meldt om rekordhøyt brukerengasjement under koronapandemien (Warren, 2020, 26. mars). Vox, The Times, The Wall Street Journal, BuzzFeed, The Atlantic, The Guardian, ITV, Al Jazeera, Associated Press, Slate, The Economist, Le Monde og New York Times er bare noen av de internasjonale mediehusene som bruker Slack (Bunce et al., 2018; Owen 2015, 30. juli; Moran 2020).

At Slacks utforming er gjenkjennelig for brukere av sosiale medier er ikke tilfeldig. Dens uformelle og samhandlingsorienterte design svarer til normene i digital kultur viser en britisk studie (Bunce et al., 2018, s. 3382). Samtidig har den også valgmuligheter nok til at den kan skreddersys for behovene i en medieorganisasjon påpeker en amerikansk studie (Moran, 2020, s. 2), og legge til rette for samarbeid og koordinert samhandling på tvers av ulike rom og lokasjoner (Westlund & Ekström, 2021, s. 15). Helt konkret består plattformen av et dashboard, som er organisert rundt ulike kanaler, hvor man kan dele både tekst, bilder, videoer, dokumenter og filer, samt integrere andre teknologiske plattformer, som Google, Twitter og Dropbox (Koivula et al., 2020, s. 6; Lichterman, 2014, 10. juni). Disse kanalene brukes gjerne til å organisere arbeidsflyten for f.eks. produksjon, redigering, koordinering, evaluering og kommunikasjon (Owen, 2015, 30. juli).

Kanalene kan enten være åpne eller private, og her er det fordeler og ulemper. Som sjefredaktøren av det latinamerikanske nettstedet Fusion, Alexis Madrigal forklarer i en artikkel publisert av NiemanLab, kan det være en vanskelig balansegang å velge mellom offentlige og private kanaler i Slack. De private kanalene kan gi bedre forutsetninger for

effektfulle private samtaler og kjappe avgjørelser. Men det å satse på transparens og tilgjengelighet i offentlige kanaler kan gi en bedre informasjonsflyt i organisasjonen (Owen, 2015, 30. juli). Det siste poenget er det flere redaktører som trekker frem som en stor styrke ved å bruke Slack. Digitalredaktør i The Times of London fremhever hvordan Slack har fjernet behovet for interne e-poster i organisasjonen, og hvordan det har gjort det mulig for de ansatte til å holde seg oppdatert på effektivt vis. Madrigal kaller Slack for deres “nasjonale kontor i skyene”. Mens redaktør Troy Thibodeaux i The Associated Press understreker at årsaken til at de valgte Slack var at de ønsket å skape et felles digitalt rom (Owen, 2015, 30. juli).

Det er liten tvil om at digitale kommunikasjonsverktøy som Slack har en sterk sosial slags idé. I det ligger det også en fare for at det kan bli for mye av det gode: “Slack is crack”, beskrev en av informantene i en britisk studie det som. Designen og funksjonene gjorde at det rett og slett kunne bli for mye chatting, og at det kunne komme i veien for det kreative arbeidet (Bunce et al., 2018, s. 3389).

Kommunikasjonen i slike digitale kommunikasjonsverktøy kan ofte være munter, og samme studien som viste at Slack kunne virke distraherende, viste også at Slack kunne bidra til å bedre lagånden (Bunce et al., 2018, s. 3393-94). I artikkelen i NiemanLab blir dette funnet bekreftet av produktdirektør i Vox Media, Lauren Rabaino, da hun fortalte om egen redaksjons bruk av Slack. Det samme gjaldt sjefredaktør i Slate, Julia Turner, som beskrev et levende og vitalt fellesskap på Slack, hvor de hadde egne kanaler i redaksjonen som f.eks. #slatecute, for å dele bilder av søte hunder og babyer (Owen, 2015, 30. juli).

Enkeltstudier og bransjekommentarer tegner altså et bilde av et digitalt kommunikasjonsverktøy som ikke bare brukes til å dele ideer og ta redaksjonelle avgjørelser, men også til å utvikle vennskap og bedre samarbeid. Men de samme stemmene og studiene adresserer også et mer utydelig skille mellom jobb og fritid, samt en mulighet for at ledere kan blande seg inn og legge press på den journalistiske tiden (Bunce et al., 2018, s. 3396; Owen, 2015, 30. juli). Det er så langt ikke gjort så mange empiriske studier på bruken av Slack i medieorganisasjoner. Og mye av de bransjekommentarene som finnes om dette handler om bruken av Slack som et tillegg til de fysiske redaksjonslokalene, ikke som en erstatning til det fysiske redaksjonslokalet (Bunce et al., 2018, s. 3382).

Ved siden av Slack, vil denne studien også omtale bruken av det digitale kommunikasjonsverktøyet Google Meet. Det er et verktøy for videokonferanser, som brukes av samtlige av mediehusene i denne studien, i likhet med Slack. Inntil 2019 var Google Meet kjent som en del av Google Hangouts. Men i dag en integrert applikasjon i Google G Suite, som er en plattform og tjeneste skreddersydd for arbeidsplasser (Hollister, 2019, 22. januar). videokonferanse-verktøyet lar brukerne kommunisere via video, lyd og chat-funksjoner. Og den kan også inkorporeres i Slack, noe de to redaksjonsteamene i den finske studien hadde gjort (Koivula et al., 2020, s. 6). I denne studien var det representert et feature-team og et nyhets-team, som begge brukte Google Meet på ulikt vis. Der nyhets-teamet hadde planlagte daglige møter på video, som både inneholdt idéutvikling og samhandling, brukte feature-teamet mer uformelle ansikt til ansikt- møter for å diskutere og utvikle ideer (Koivula et al., 2020, s. 14).

Der Slack allerede var et kjent verktøy for de fire avisene i Schibsted også før koronapandemien er Google Meet et forholdsvis nytt fenomen for de fleste av dem i den daglige arbeidsrutinen. Ifølge rapporten fra INMA er en økning i bruk av videokonferanseverktøy en trend som gjelder for journalister over hele verden (Meehan, 2020). At omstendigheten for utøvelse av journalistikk har endret seg såpass markant det siste året kan gjøre det vanskeligere å sammenligne funnene i denne masterstudien med studier før koronapandemien. Den newzealandske studien som er gjort i løpet av det siste året argumenterer sterkt for at planlagte videomøter uansett ikke kan veie opp for mangelen av fysisk samvær gjennom en hel dag på et kontor.

Den beskriver også opplevelsen av at videomøtene i seg selv var mer utmattende enn fysiske møter (Waizenegger et al., 2020, s. 435). Og at bruken av både chatte- og videotjenester la opp til en “alltid på”-modus, som visket ut skille mellom jobb og fritid (Waizenegger et al., 2020, s. 430). Også annen forskning som er gjort på bruk av slike videokonferanseverktøy under korona, blant annet fra Stanford University, støtter argumentene om at teknologien i seg selv fører til en slags skjermtretthet, eller “zoom fatigue”, da det er intenst for både hjernen og øynene kommunisere på video (Ramachandran, 2021, 23. februar).

Da studiene som er redegjort for pre-korona er blandet i sine funn vil jeg likevel argumentere for at de kan være nyttige i denne sammenheng.

### 2.3.6. Nye digitale kommunikasjonsverktøy - muligheter eller hindringer?

Konvergens av digital teknologi og journalistiske arbeidsprosesser påvirker ikke bare arbeidsrutinene. Det er også med på å forme journalistikken (Küng, 2017, s. 83). Dette betyr at det kan være interessant å se på både de direkte og de indirekte konsekvensene av hvilke og hvordan de digitale kommunikasjonsverktøyene brukes i den journalistiske arbeidshverdagen i forskning.

Det er også verdt å ta med seg en sunn skepsis inn i disse studier, da både den digitale mediebransjen, så vel som den digitale journalistikkforskningen har hatt en draging mot skinnende nye objekter (Posetti, 2018; Küng, 2017). Dette har ført med seg en tendens til å overdrive både betydningen og nyhetsverdien av det som utpeker seg som funn i forskningen. Ikke fordi disse funnene nødvendigvis har de viktigste rollene i den journalistiske produksjonen, men fordi forskerne selv gir det oppmerksomhet (Steensen & Westlund, 2021, s. 83).

På tross av sunn skepsis skal man likevel ikke undervurdere rollen som teknologi nå spiller i mediene. At teknologiindustrien og medieindustrien er tett knyttet sammen er nå blitt den nye normalen (Usher, 2014; Küng, 2017, s. 204; Westlund et al., 2021). Teknologiindustrien vil fortsette å påvirke frem innovasjon, organisasjon, samt forretningsmodeller for innhold og distribusjon (Küng, 2017, s. 204; Westlund et al., 2021). Økt konkurranse vil også forsterke disse mekanismene (Küng, 2017). Et ferskt eksempel er Aftenposten, som på få år har snudd sin forretningsmodell på hodet, som et resultat av digitalisering og nye konkurrenter. Der mediehuset fikk mer enn 70 prosent av inntektene sine fra annonser da den første Iphonen ble lansert, får de nå mer enn 80 prosent av inntektene sine gjennom brukerbetaling og abonnement (Aarli-Grøndalen, 2019, 31. mai).

Digitale redaksjonslokaler eller digitale rom er fortsatt et forholdsvis nytt fenomen i journalistikkforskningen. Selv om mange av verdens fremste mediehus bruker digitale kommunikasjonsverktøy som Slack, er det lite empirisk forskning på dens påvirkning på arbeidsprosesser og arbeidskultur i redaksjonen (Bunce et al., 2018, s. 3381). Bruken av digitale redaksjonslokaler har også variert mellom tradisjonelle mediehus, som publiserer på

flere plattformer, og de nyere mediene, hvor mange hele veien har publisert på en heldigital plattform.

Men det er verdt å merke seg at Panama papers i 2016, som også Aftenposten var en del av, markerte et vannskille i internasjonal journalistisk arbeid. Ikke bare jobbet journalister fra 80 land sammen, men de jobbet hovedsakelig sammen i digitale rom, ved hjelp av digitale kommunikasjonsverktøy (Bunce et al., s. 3382). Dette viser at det fantes en vilje og evne hos de tradisjonelle mediehusene til å teste nye digitale kommunikasjonsverktøy, også før korona. Riktignok så lenge motivasjonen var stor nok. Panama papers vant jo tross alt verdens gjeveste journalistpris, Pulitzerprisen.

Selv om det finnes begrenset med studier som tar for seg bruken av digitale kommunikasjonsverktøy i redaksjoner eller ser på digitale redaksjoner som egne rom, er det likevel noen interessante observasjoner og empiriske funn verdt å ta med inn i denne studien. Blant annet viste en ett år langt britisk feltstudie, med 12 journalister fra 7 ulike land som nesten utelukkende samarbeidet via Slack, at den digitale plattformen forsterket relasjoner dem imellom. Den muliggjorde dessuten nye kreative arbeidsrutiner på tvers av geografiske regioner (Bunce et al., 2018, s. 3381). Dette var riktignok en gruppe journalister som ikke tok med seg tradisjon og vaner med å møtes i fysiske redaksjonslokaler inn i sin daglige rutine. Men man kan også argumentere for at det å få samarbeid på tvers av geografiske grenser og ulike kulturer til å fungere, kan tale for funnenes reliabilitet.

Tidligere forskning har omtalt at disse type digitale verktøy, når de brukes til samhandling i jobb, bidrar til å øke kunnskapsdeling og redusere hierarkier (Gibbs et al. 2015; Moran, 2020), i tillegg til å legge til rette for informasjonsspredning og idéutvikling (Koivula et al., 2020, s. 4). Det er blitt rapportert at de legger til rette for deling av kunnskap, mer åpne diskusjoner og mindre hierarki (e.g. Bunce et al., 2018; Gibbs et al., 2015; Hendrickson, 2009; Koivula et al., 2020, s. 1-2). I mediebransjen har de ført til mer vertikal beslutningstaking (Hendrickson 2009) og støttet utvidet samarbeid mellom spredte team (Bunce et al., 2018).

I motsetning til funnene nevnt over, viser også empiriske undersøkelser tegn på at disse digitale verktøyene ikke har økt journalistenes kapasitet til samarbeid og samhandling, noe som blir særlig tydelig av at redaksjonell, kommersiell og IT- (informasjonsteknologiske)

avdelinger i mediehus gjerne fortsatt er adskilte (Westlund & Krumsvik 2014; Westlund et al., 2021, s. 11). De digitale verktøyene kan også ha negativ innvirkning på organisasjonen i vertikal linje, ved å åpne opp for at ledelsen kan overvåke mer og kan skape urimelige krav til arbeidsinnsats og forventninger (Bunce et al., 2018, s. 3384; Cohen, 2019, s. 572). Eller at de kan bidra til å viske ut linjene mellom den profesjonelle og den private sfæren for journalistene og dermed introduserte nye muligheter for ledelsen til å introdusere en ny arbeidskultur (Bunce et al., 2018, s. 3383). Dette er en faktor som kan bli ekstra tydelig for dem som utelukkende jobber på hjemmekontor. Det er også en fare for at det økte arbeidspresset gjennom samhandling via digitale kommunikasjonsverktøy også kan bidra til å bryte ned arbeidsmoralen og senke journalistenes forventninger til produktet på sikt (Cohen, 2019, s. 584).

Den finske studien fra 2020, som så på muligheter og hindringer for kreativt arbeid og innovasjon for team som jobber spredt med digitale verktøy, gjorde observasjoner som tyder på at de digitale kommunikasjonsverktøyene ikke bare byr på muligheter. Blant annet var det noen av journalistene i undersøkelsen som, i frykt for å bli misforstått i feedback, så på teknologi som en hindring (Koivula et al., 2020, s. 11). Dette gjaldt riktignok en gruppe journalister som kun møttes fysisk to ganger i året. Her var et interessant funn å ta med videre at et trygt arbeidsmiljø og godt kommunikasjonsklima har betydning for effekten av de digitale verktøyene (Koivula et al., 2020, s. 14). Det ble også poengtert at mulighetene og hindringene var ikke nødvendigvis konstante enheter, men at noen ganger kunne det som muliggjør noe, også fungere som en hindring (Koivula et al., 2020, s. 15).

Empiriske studier av bruken av digitale kommunikasjonsverktøy i journalistikken er så langt få og består av mange variabler. Det er derfor vanskelig å hente ut faste konklusjoner. Men de har likevel relevans som empirisk innhentet deskriptiv informasjon, som kan testes i senere arbeid (Bunce et al., 2018, s. 3396).

## 2.4. Norske tilstander: Hjemmekontor eller gjemmekontor?

Hjemmekontorets rykte har tradisjonelt sett ikke alltid vært like bra i det norske arbeidslivet. Det er derfor ikke rart det har dukket opp en rekke artikler om tema i mediene på

hjemmebane i løpet av det siste året, som f.eks. “Slik viser du sjefen at hjemmekontor ikke er hjemmekontor” (E24, 2020, 13. august). Men forskerne var raskt på banen etter at koronapandemien var et faktum her til lands, og kunne slå fast at hjemmekontor på ingen måte var mindre produktivt, så lenge arbeidsrutiner og arbeidsverktøy la til rette for det (Benjaminsen, 2020, 21. mars). Det er heller ingen tegn på at den journalistiske produksjonen under koronapandemien har sunket.

I et land hvor både levestandarden og den teknologiske infrastrukturen er å regne som svært høy etter global standard, er det da egentlig så stor endring for norske mediehus at en stor andel av de respektive redaksjonene flytter på hjemmekontor? Med en bærbar datamaskin, de rette digitale verktøyene og en god internettforbindelse kan jo en journalist i prinsippet jobbe fra hvor som helst. Journalister på farten kan fremstå i et mangfold av varianter i dag. Det kan være f.eks. korrespondenter og utegående reportere i tradisjonelle redaksjon. Men det kan også være *mobil journalism*, populært kalt *mojo* eller *mojo practice*, hvor journalisten solorapporterer, med mobilen som viktigste verktøy (Salzmann et al., 2020).

Men dette er likevel annerledes. Ifølge Norsk Journalistlags “Hjemmekontor- og koronaundersøkelser”, publisert 3. februar 2021, kan det tyde på at de fysiske og psykososiale negative effektene blant norske journalister stiger. Undersøkelsen er blitt gjort i to omganger, først i juni 2020 og deretter i desember 2020 og totalt er det 4835 av NJs medlemmer som har svart. På spørsmålet om “Hjemmesituasjonen gjør at det fungerer godt å jobbe hjemmefra”, svarte 71 prosent i juni positivt på at det stemte. På det samme spørsmålet i desember svarte kun 56 prosent positivt på at det stemte.

På spørsmålet om man hadde god kontakt med leder, svarte 83 prosent i juni positivt på at det stemte. Mens i desember hadde antall som svarte det samme sunket til 79 prosent. På spørsmål om “manglende face-to-face gjør det vanskeligere å gjøre en god jobb” svarte 43 prosent i juni positivt på at det stemte. I desember hadde dette antallet steget til 57 prosent. På spørsmålet om “manglende face-to-face reduserte gleden over å jobbe” svarte 58 prosent i juni positivt på at dette stemte, mens på det samme spørsmål i desember var antallet steget til 69 prosent (Idås, 2021, 3. februar).

Selv om Norsk Journalistlags undersøkelse viser at det fortsatt er mange som trives med situasjonen er det alarmerende at de negative effektene ved hjemmekontor er stigende.



Likevel er det mye som tyder på at majoriteten av journalister fortsatt ønsker å ha muligheten til hjemmekontor i fremtiden. En intern medarbeiderundersøkelse gjort i Aftenposten høsten 2020 viser at en stor overvekt av de ansatte ønsker seg en arbeidshverdag hvor de kan flekse mellom det å jobbe på kontoret og det å jobbe fra hjemmekontor. Hele 62 prosent av 148 respondenter foretrekker denne modellen. Mens bare 12 prosent ønsker å jobbe primært hjemmefra og 26 prosent ønsker primært å være på kontoret.

Den store koronaundersøkelsen fokuseres altså hovedsakelig på de fysiske og psykososiale konsekvensene av en ny heldigital hverdag på hjemmekontor, og de fleste mediehus har gjort tilsvarende undersøkelser i sine respektive hus. Men der disse undersøkelsene sier mye om hvordan journalistene opplever sin egen arbeidshverdag, sier de lite om hvordan de nye heldigitale arbeidsrutinene påvirker journalistikken. Heller ikke hvordan det påvirker de journalistiske arbeidsprosessene, som er tema i denne studien.

## 2.5. Oppsummering av teoretiske perspektiver og rammeverk

I dette kapittelet er det redegjort for relevante empiriske studier og forskningslitteratur som berører følgende temaer i digitale journalistiske arbeidsprosesser: Kreativitet og innovasjon, arbeidsrutine, og arbeidskultur og samarbeid og samhandling. Det er vist hvordan disse ulike faktorene også kan henge sammen, i det som er en stadig mer komplekst journalistisk arbeidshverdag. Funnene som er gjort er ikke entydige i sine svar, og viser at kreativitet og innovasjon både kan muliggjøres og hindres av de digitale kommunikasjonsverktøyene. Som tidligere redegjort for spiller også et trygt arbeidsmiljø og gode rammer for kommunikasjon en viktig rolle (Koivula et al., 2020). Forskningen viser også at der teknologien kan skape nye veier for samhandling og samarbeid i redaksjonen, sikrer ikke teknologien alene at samarbeidet skjer (Westlund & Krumsvik 2014; Koivula et al., 2020, s. 14).

Som teoretisk ramme for den videre analysen i denne studien har jeg valgt Harveys teori om tredeling av rom. Den er spesielt godt egnet for å analysere erfaringene med de digitale kommunikasjonsverktøyene, som jeg videre vil behandle som rom, på linje med fysiske rom. Å se på Slack og Google Meet med samme briller som et fysisk redaksjonsrommene

resonnerer også med intervjupersonens egne opplevelser, som jeg vil redegjøre nærmere for i kapittel 4.

Med utgangspunkt i Harveys teori, og med disse teoretiske perspektivene fra forskningslitteraturen og relevante studier, skal jeg nå se nærmere på hvordan det har vært å jobbe mesteparten av året i heldigitale redaksjonelle rom, for journalister som vanligvis er vant til å tilbringe store deler av arbeidshverdagen i fysiske redaksjonslokaler.

## 3 METODISK TILNÆRMING

### 3.1. Om valg av metode

Medieforskningen er blitt bygget på et mangfold av teorier fra en rekke fagfelt. Dette, kombinert med raske endringer, argumenterer for et behov for å komme på innsiden av “den svarte boksen” i mediebedriftene. Og på den måten skaffe dypere innsikt i fenomenene som guider adferd og strategiske valg i medieindustrien (Küng, 2017, s 208). Produksjon, distribusjon og konsum av nyhetsmedier er i så rask endring og er blitt så komplekst, at innsikten som kommer fra kvalitative etnografiske studier er avgjørende for å forstå hvordan den digital journalistikken utvikler seg (Steensen & Westlund 2021, s. 99). Når jeg nå skal se nærmere på hvordan journalistikken er blitt preget av å være på kollektivt hjemmekontor, en arbeidssituasjon som både er ny og trolig vil være en begrenset periode i sin rendyrkede form, er det derfor naturlig å velge en kvalitativ metodisk tilnærming.

Den kvalitative forskningsmetodikken byr på en rekke alternativer. Jeg har valgt meg det kvalitative intervjuet som metode, da jeg mener det egner seg best for å utforske denne studiens problemstilling. Kvalitative intervjuer egner seg f.eks. godt når man er ute etter informasjon som det ellers ville være vanskelig å få tilgang til, eller når man ønsker å få kartlagt prosesser (Østbye et al., 2016, s. 103). Begge deler er tilfelle i denne studien. Her skal jeg helt inn på hjemmekontoret til dem jeg skal studere, og ta et dypdykk ned i arbeidshverdagen deres. Sett at jeg hadde valgt en spørreundersøkelse i stedet, ville jeg kunne

stille mange av de samme spørsmålene til langt flere journalister, men jeg ville ikke kunne gått i dybden. Der kan det ligge mye interessant data (Tjora, 2021, s. 128), og dermed kunne jeg gått glipp av viktige nyanser og funn.

Andre muligheter innen den kvalitative forskningen som jeg har valgt bort, er f.eks. feltobservasjon, eller deltagende observasjon (Østbye et al., 2016, s. 110). Det kunne gitt noen av den samme dybdeinnsikten, men her har koronasituasjonen lagt noen solide begrensninger på hva som er mulig å få til i praksis. Det kan dessuten være vanskelig å forske på hva som skjer på innsiden av de digitale kommunikasjonsverktøyene, da mediehus ofte er sensitive når det kommer til å gi tilgang til disse rommene (Bunce et al., 2018, s. 3397). Det er lett å tenke seg at mange intervjupersoner ville moderert seg i sin daglige kommunikasjon hvis de visste at de ble observert. Digitale kommunikasjonsverktøy som f.eks. Slack er designet for å ligne på sosiale medier og de uformelle, samarbeidende normene til den digitale kulturen (Bunce et al., 2018, s. 3382). Hvis intervjupersonene la sterke bånd på sin egen kommunikasjonsform ville det i verste fall kunne føre til funn som ikke stemmer overens med virkeligheten.

Da denne studien tar for seg et forholdsvis nytt fenomen, med begrenset mengde studier å støtte seg på, kan det kvalitative intervjuet som metode også fungere godt som en forstudie til videre kvantitativ forskning (Skilbrei, 2021, s. 66). Sånn sett kan denne studien forhåpentlig bli et bidrag inn i fremtidige studier om bruken av hjemmekontor og digitale kommunikasjonsverktøy i journalistikken.

Når man skal studere intervjupersonens egne meninger, holdninger og erfaringer, og man ønsker at intervjupersonens subjektive refleksjoner rundt deres opplevelser, er det kvalitative intervjuet et godt metodevalg (Tjora, 2021, s. 128). Da kvalitative intervjuer utelukkende kan utforske forhold som er knyttet til intervjupersonenes subjektivitet, eller intervjupersonen som subjekt, er dette for øvrig ikke bare å regne som en styrke ved metoden, men en forutsetning for metoden. Blant de ulike variantene av kvalitative intervjuer har jeg valgt meg *det semistrukturerte intervjuet* (Østbye et al., 2016, s. 105).

Det semistrukturerte intervjuet kjennetegnes av at temaene det spørres om er definert på forhånd i en utarbeidet intervjuguide.. Denne intervjuformen har stor fleksibilitet, siden det er mulig og naturlig å følge overraskende innspill og å stille oppfølgingsspørsmål (Østbye et al.,

2016, s. 105). Da jeg tar med meg en kunnskap om tematikken inn i intervjusituasjonen, vil dette ikke bare være hensiktsmessig, men også gi muligheten til å utforske nyansene i erfaringene og opplevelsene til intervjupersonene (Tjora 2021, s. 128)

Målet med dette valget av metode er å skape en overføringsverdi slik at man basert på kvalitative intervjuer kan peke på prosesser, sammenhenger og kategorier som gjelder flere (Skilbrei, 2021, s. 65).

### 3.2. Habilitet - hvordan forske på egen bransje

Som beskrevet i innledningen er jeg ikke bare ansatt i ett av Schibsteds mediehus. Jeg er også leder der, noe som betyr at jeg har innvirkning på de daglige prioriteringene. Når jeg nå skal undersøke min egen bransje og egen arbeidsgiver, byr det på noen helt spesielle etiske utfordringer. Litteratur og teori om metodikk er tydelig på at det å undersøke egen bransje har noen klare ulemper, som må vurderes i forkant: Det kan for eksempel være vanskelig å holde den nødvendige kritiske avstanden i prosessen, og i stedet ende med å bli part i saken. Det er ikke usannsynlig at man kan bli oppfattet som partisk av eventuelle informanter, og at det både kan skape mistenksomhet, så vel som at det kan farge eventuelle svar i kvantitative og kvalitative prosesser. For en person som allerede er på innsiden er det også lett å utvikle “blinde flekker”, fordi man er vant til at ting gjøres på en bestemt måte, eller man er rett og slett trent opp til ikke å stille spørsmål ved dem (Jacobsen, 2018, s. 57; Brannick & Coghlan, 2007).

På tross av disse ulempene frarådes det ikke på generelt grunnlag å studere egen organisasjon. Tvert imot, antydes det flere steder i forskningslitteraturen at det bør oppmuntres (Jacobsen, 2018, s. 56; Brannick & Coghlan, 2007). Noen av de store fordelene ved å se nærmere på egen organisasjon er at man sitter på langt mer informasjon i forkant. Det gjør det lettere å navigere etter hvert som prosjektet skrider frem, i tillegg til at man trolig vil få lettere tilgang til informasjon underveis i prosessen. Med kjennskap til organisasjonens historie, uformelle strukturer, språk og normer, kan man også lettere vurdere kvaliteten på informasjonen man henter ut. Og akkurat som det å være en “innsider” kan påvirke

intervjupersonene i retning av å bli mer skeptiske, kan det også gjøre at de blir mer åpne og tillitsfulle (Jacobsen, 2018, s. 56; Brannick & Coghlan, 2007).

Når jeg nå har valgt å se nærmere på egen organisasjon, er det med en forutsetning om å være særlig bevisst min egen forforståelse (Dalland, 2020, s.60), og vise det tydelig underveis i prosessen. Jeg vil også anstrenge meg for å være transparent som mulig når det kommer til rolleforståelse, da “god forskning kjennetegnes ved at man er seg slike påvirkninger bevisst, og aktivt forsøker å tydeliggjøre dem både for seg selv og for leseren” (Dalland, 2020, s.60).

Å gjøre en kvalitativ analyse av en såpass fersk del av mediehistorien som dette faktisk er, ville vært vanskelig å navigere i hvis man ikke selv hadde innsikt fra innsiden (Brannick & Coghlan, 2007; Brannick & Coghlan, 2005). En mulighet kunne vært å vente til noen fra utsiden kunne ta tak i dette. Men jeg vil argumentere med at det finnes en forskningsmessig egenverdi i å få sannhetsvitnene til å dele sine erfaringer mens de fortsatt er på hjemmekontor på fulltid og før de blir farget av en ny arbeidshverdag post-korona.

Det er ikke bare hvem jeg i dette prosjektet skal undersøke, men også hva jeg undersøker, som er av betydning når habilitet skal vurderes. Hva slags rolle organisasjonssystemet har i forskningsprosjektet er et viktig aspekt (Brannick & Coghlan, 2007, s. 67). Hvis utfallet av forskningen kan ha direkte innvirkning på innside-forskerens rolle i organisasjonen, eller på annen måte har en personlig eller emosjonelt betydning for innside-forskerens arbeidssituasjon, vil det kunne skape store problemer for validitet (Brannick & Coghlan, 2007, s. 71-72). I dette tilfelle handler problemstillingene ikke i noen direkte grad om å vurdere den kvalitative innsatsen til organisasjonen jeg skal undersøke, og heller ikke om å vurdere min egen innsats, direkte eller indirekte. Det har også ingen betydning for hverken medieorganisasjonen eller meg profesjonelt, hvilke funn undersøkelsene vil gi. Tvert imot, vil det være av interesse, uansett utfall.

Når det kommer til intervjupersonene i utvalget, er de valgt strategisk ut etter hvilke roller og funksjoner de fyller i de respektive mediehus, ikke etter personlige egenskaper og kvaliteter. Jeg har bevisst ikke valgt noen som befinner seg i samme linje i organisasjonen som meg selv. Jeg har også unngått dem jeg kjenner på et personlig plan, også mer løse bekjentskap. Samtlige av intervjupersoner visste hvem jeg var i kraft av min profesjonelle rolle. Men jeg vil her argumentere for at min forforståelse i dette tilfelle kan gjøre at jeg blir møtt med større

åpenhet og tillit, og at det kan legge til rette for en større treffsikkerhet på spørsmålene i Intervjuguiden og tematikk i de kvalitative intervjusituasjonene (Jacobsen, 2018, s. 56).

### 3.3. Det semistrukturerte kvalitative intervjuet

#### 3.3.1. Utvalg og rekruttering av intervjupersoner

Alle former for forskningsaktivitet er preget av begrensede ressurser, som gjerne begrenser en metodologisk mangfoldighet. Hva slags metoder og analyser man bestemmer seg for å bruke styres derfor ikke bare av faglige hensyn, men også i noen grad av praktiske forhold (Tjora, 2021, s. 43). Et drømmescenario i denne studien ville jo vært å kunne dybdeintervjue hver eneste norske journalist som har vært på hjemmekontor det siste året, for deretter å kode, analysere og sammenligne funnene. Det er rett og slett en uoverkommelig oppgave rent tid- og ressursmessig. Å gjøre en kvantitativ undersøkelse med utgangspunkt i alle profesjonelle journalister i Norge ville derimot vært en mulighet og det kommer med stor sannsynlighet til å bli gjort av fremtidige forskere. Men min vurdering er at dybdeinnsikt blant et mindre utvalg har en større verdi akkurat nå, i en studie som er begrenset til omfanget av en masteroppgave som dette.

I denne kvalitative studien har jeg gjort semistrukturerte intervjuer med journalister i medieselskapet, Schibsted. Dette er personer som er valgt ut strategisk, på bakgrunn av sine profesjonelle roller. I tillegg har jeg lagt til grunn noen konkrete kriterier, som at de har jobbet som nyhetsjournalister på fulltid og at de har tilbrakt mesteparten av det siste året på hjemmekontor (Tjora, 2021, s. 47-48). Alder, kjønn og bakgrunn er altså ikke av betydning. Heller ikke deres personlige eller politiske overbevisninger. Disse intervjupersonene er blitt stilt spørsmål som omhandler deres håndtering av arbeidsrutiner, arbeidsprosesser og annet som omhandler deres profesjonelle virke. Intervjupersonene er anonymisert, da det er dem i sine profesjonelle roller, og ikke dem som privatpersoner, som er viktig her. Men det er likevel deres personlige erfaringer og opplevelser som utgjør datagrunnlaget her.

Siden dette er semistrukturerte intervjuer, egnet lydopptak seg best for dokumentasjon (Tjora, 2021, s. 185). Intervjuene er blitt transkribert i sin helhet, kodet og lydopptakene deretter slettet. Journalister er gjerne erfarne med intervjusituasjoner og tematikken her har ikke satt

intervjupersonene i en utpreget sårbar situasjon (Tjora, 2021, s. 190). I utgangspunktet er det derfor ikke noe som taler for at det skulle være behov for sitatsjekk av intervjuene. Men all forskning hviler på en tillit mellom forsker og den det forskes på, så selv om forskningsetikken ikke krever en sitatsjekk (Tjora, 2021, s. 191), er det på forhånd tatt høyde for at det kan dukke opp faktorer som gjør det hensiktsmessig. Som for eksempel å sjekke at faktaopplysninger stemmer. Dette var ikke tilfelle med noen av intervjuene.

Utvalget består av tre nyhetsjournalister fra følgende fire mediehus: Aftenposten, VG, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad. Altså totalt 12 intervjupersoner. Alle har jobbet i stor grad på hjemmekontor det siste året og alle er fast ansatte i redaksjonene i de respektive mediehusene. Disse har jeg rekruttert via relevante medieledere i hvert av mediehusene. Jeg har bedt nyhetsredaktører, avdelingsledere eller nyhetsledere, alt etter hvem som var tettest på kandidatene i de ulike mediehusene, om å foreslå et utvalg av kandidater som fyller kriteriene. Jeg har deretter kontaktet kandidatene med en henvendelse om å være med i undersøkelsen. Ønsket var å ikke legge for mange føringer eller la min egen forforståelse påvirke utvalget, men i stedet få en naturlig variasjon. Jeg har derfor valgt å forholde meg helt til innspillene jeg fikk, og ikke gjort noen egne vurderinger av kandidater utover det.

Responser til de ansvarlige lederne var både rask og utelukkende positiv. Jeg fikk i løpet av kort tid en liste med tilsammen mer enn tyve aktuelle kandidater i prioritert rekkefølge. Det ble ikke behov for å gå gjennom hele denne listen, da samtlige kandidater svarte ja, med unntak av en kandidat, som mente at det ville være andre i organisasjonen som passet bedre til kriteriene for studien enn vedkommende. Da dette prosjektet har vært til vurdering, og blitt godkjent av Norsk Senter for Forskningsdata, fikk samtlige intervjupersoner utfyllende informasjon om prosjektet og deres individuelle rettigheter om personvern i forkant av intervjuene. Alle intervjupersonene har også signert skriftlig samtykke til behandling av personvernopplysninger.

### 3.3.2. Intervjuguide og etiske vurderinger

Innenfor kvalitativ forskning kan teorier legge føringer for hvordan man formulerer spørsmål i en intervjuguide (Tjora, 2021, s. 43). I denne studien har Harveys teori om tredelt

romforståelse, samt forskningslitteratur om kreativitet, samarbeid og koordinering av arbeidsprosesser, ved hjelp av digitale kommunikasjonsverktøy, lagt tydelig føringer for spørsmålene som er blitt stilt intervjupersonene. Jeg har for eksempel ikke lagt så stort fokus på de fysiske eller psykososiale arbeidsforholdene i den nye arbeidshverdagen i seg selv, med mindre det har påvirket deres arbeidsprosesser og arbeidsrutiner. Jeg har heller ikke lagt vekt på hvorvidt form, innhold eller utvalg av journalistikken er blitt påvirket av å være på hjemmekontor.

Intervjuguiden er designet rundt tre hovedtemaer: “journalistiske arbeidsprosesser”, “kreativitet og samarbeid”, og “arbeidsrutiner og arbeidskultur”. I hver av disse bolkene prøver jeg å få intervjupersonene til å beskrive så konkret som mulig hvordan deres arbeidshverdag er på det digitale hjemmekontor i dag, sammenlignet med hvordan det var på kontoret før koronapandemien. Deretter har jeg lagt vekt på å få dem til å vurdere de ulike styrkene og svakhetene til de digitale kommunikasjonsverktøyene, slik de oppfatter dem i sine roller. En viktig faktor her vil være hvordan de digitale kommunikasjonsverktøyene virker inn direkte og indirekte på de ulike delene av arbeidsprosessene. Jeg har i stor grad fokusert på å få ut gode data om disse temaene, fremfor å se på ulike variabler, som intervjupersonenes ulike arbeidsoppgaver, egenskaper og bakgrunn. Da jeg bruker Harveys tredelte teori om romforståelse som teoretisk premiss for analysen, er det også interessant å høre hvordan intervjupersonene opplevde de digitale plattformene Slack og Google Meet som redaksjonsrom, sammenlignet med det fysiske redaksjonslokalet. Jeg kommer bevisst ikke til å stille dem direkte spørsmål om Harveys tre ulike romforståelser, da denne teorien er ment som et sorteringsverktøy i analysen, og ikke som begrep journalistene forholder seg til i arbeidshverdagen.

En forskningsmessig integritet handler om forskningens uavhengighet fra eventuelle krefter som måtte ha interesse for at resultater skulle bli det ene eller det andre. Eller som skulle skape press for å fremheve noen resultater heller en andre (Tjora, 2021, s. 284). Da jeg er ansatt i medieselskapet jeg forsker på, er det naturlig å adressere dette punktet. Jeg har tidligere i dette kapittelet redegjort for habilitetsvurderingene rundt denne tematikken. Men for å være så transparent som mulig, vil jeg også understreke at denne studien hverken er bestilt av noen fra Schibsted eller blitt startet på bakgrunn av innspill fra noen i Schibsted. Utgangspunktet for denne forskningsstudien er min egen oppriktige nysgjerrighet for problemstillingen og mitt eget engasjement rundt å utforske den (Skilbrei, 2021, s. 93).



Dessuten er det å ha en mer enn gjennomsnittlig personlig interesse for temaene man forsker på, heller hovedregelen enn unntaket. Det er i den sammenheng viktig å redegjøre for egen posisjon, samt å vise tydelig hvilken informasjon som er et resultat av datagenerering og hva som er et resultat av forskerens egne tolkninger (Tjora, 2021, s. 281).

Det er derfor all grunn til å ta med min egen rolle inn i den metodiske etiske vurderingen. Som leder i et Schibsted-mediehus er det ikke utenkelig at jeg kan ta med meg ubevisste og bevisste føringer inn i en intervjusituasjon. Min rolle og mine personlige oppfatninger om temaet kan også virke inn på hvordan intervjupersonene velger å svare på spørsmålene. Selv om denne studien ikke handler om å vurdere arbeidsgiver, altså Schibsted, så kan man tenke seg at en intervjuperson ikke ønsker å fremstå for kritisk eller negativ. Man kan også tenke seg at en intervjuperson ønsker å gjøre et godt inntrykk, for å styrke sitt kandidatur i eventuelle fremtidige potensielle jobbsøknader.

Det er ikke mulig å helgardere seg mot dette. Men for å kunne gjøre en vurdering av hvor stor problemstilling dette eventuelt kunne bli, valgte jeg derfor å gjennomføre et par prøveintervjuer. Et prøveintervju vil kunne gi meg kunnskap om hvordan jeg oppleves som intervjuer, hvis jeg velger å gjøre det med noen som deler kjennetegn med intervjupersonene (Skilbrei, 2021, s. 132). I dette tilfelle valgte jeg to nyhetsjournalister fra egen bedrift, som jeg visste hadde hatt lignende arbeidshverdag som det intervjupersonene i studien har hatt. Begge visste godt hvem jeg var fra før, og det ga meg en mulighet til å reflektere godt rundt de mellommenneskelige sidene ved intervjuet.

Innenfor den fortolkende tradisjonen som kvalitativ forskning er basert på ligger det et premiss til grunn om at fullstendig nøytralitet ikke kan eksistere. Det viktige er ikke å gå inn i forskningen uten faglig eller empirisk forforståelse, men heller å være åpen om dette, og være forberedt på å justere forståelsen underveis (Tjora, 2021, s. 279). Etter å ha redegjort for de farene som ligger i å gjennomføre kvalitative intervjuer med intervjupersoner fra egen bransje, vil jeg også minne om fordelene. For en forsker helt utenfor mediebransjen ville det tatt mye lengre tid både å identifisere og sette seg inn i denne studiens problemstilling. Samtidig som raske endringer i mediebransjen forsterker behovet for å få innsikt om hva som skjer på innsiden (Küng, 2017; Steensen & Westlund 2021). Tidsaspektet er også en viktig faktor her. I disse få månedene hvor journalister får kjenne på kroppen hvordan det er å jobbe på hver sin kant i en heldigital redaksjon, kan gi noen unike og viktige refleksjoner

dokumenteres og analyseres. Disse vil ikke nødvendigvis vil være like klare for intervjupersonene når de får muligheten til å komme tilbake til redaksjonslokalene og de igjen skal forholde seg til en ny arbeidshverdag.

### 3.3.3. Gjennomføringen av intervjuene

Alle tolv intervjuer ble gjennomført i løpet av en periode på to uker. På grunn av koronapandemien og smittevern hensyn ble samtlige intervjuer gjennomført med videokonferanseverktøyet Zoom. For øvrig en metode og plattform som var forhåndsgodkjent av Norsk Senter for Forskningsdata. Deretter ble intervjuene transkribert og kodet. For å ekstrahere essensen, redusere materialets volum og legge til rette for idégenerering brukte jeg en induktiv empirinær tilnærming (Tjora, 2021, s. 218). Dette resulterte i første omgang i 336 koder, som jeg igjen sorterte i kodegrupper i flere omganger. I denne kodingsprosessen har jeg utviklet nye kategorier som knytter seg til problemstillingen i dette prosjektet (Østbye et al., 2016, s. 130). Ved å plassere disse i en logisk relasjon til hverandre, her med Harveys teori som ramme og temaene som redegjort for i teorikapittelet som prioriteringsnøkkel, har jeg utviklet en empirisk argumentasjonsrekke som bærer analysen (Tjora, 2021, s. 276). Disse funnene vil i lys av den relevante teorien, utgjøre diskusjon og konklusjon i siste kapittel.

## 3.4. Analyse av datamaterialet

I semistrukturerte kvalitative intervjuer som i denne studien anbefales det bruk av lydopptak og fullstendig transkribering av materialet i ettetid. Transkribering som metode er likevel ingen garanti for å få med alt av relevans, da det ikke finnes noen objektiv oversettelse fra muntlig til skriftlig form (Tjora, 2021, s. 185). Små ord, nøling, pauser, kroppsspråk etc. er alt med på å sørge for riktig tolkningsrammer for meningsinnholdet. Da det ikke finnes en 100 prosent sikker metode, har jeg valgt å legge meg på et hensiktsmessig detaljnivå, som jeg mener fanger opp det meste av relevans.

I all empirisk forskning må tolkning av data følges av en form for refleksjon over hvordan tolkningen fremkommer. Vissheten om at empirisk data ikke i seg selv er en speiling av

virkeligheten, men sett gjennom forskerens blikk og perspektiv, gjør det nødvendig med en tolkning av tolkningen (Tjora, 2021, s. 278). For å gjøre forskningen *refleksiv* må man redegjøre for forskerens posisjon, privilegier, perspektiver og interaksjon. Dette vil kunne øke undersøkelsen troverdighet og lesernes mulighet å få innblikk i forskerens verden (Tjora, 2021, s. 279). Med min mangeårige bakgrunn i journalistikken og rolle i Schibsted er det opplagt at jeg tar med meg min egen forforståelse inn i både analysen av datagrunnlaget, og diskusjonen av funnene. Det vil naturlig nok ha en påvirkning på resultatet. Underveis i gjennomføringen av intervjuene og i analysen av datamaterialet opplevde jeg ikke at min egen posisjon skapte praktiske hindringer. Tvert imot, ga denne innsikten på forhånd muligheten til å navigere meg frem til de mest relevante erfaringene og opplevelsene hos intervjupersonene i dette prosjektet.

Likevel er det ikke til å komme unna at summen av min forforståelse og tolkningen av intervjupersonenes opplevelser vil sette et preg på den videre analysen. Men å ta i bruk den kunnskapen og erfaringen er jo også noe av poenget med å forske på egen bransje, som redegjort for i 3.2. For å veie opp for min egen innflytelse på funnene i denne studien har jeg derfor forsøkt å la Harveys teori, samt forskningslitteraturen som er redegjort for i forrige kapittel, legge føringene for hvilke funn som blir presentert som de mest relevante.

### 3.5. Kvalitetsvurdering av studien - reliabilitet og validitet

Kvaliteten på forskning avhenger av flere faktorer. Men nesten uansett hva slags metodikk man bruker i forskning vil det bli avvik mellom virkeligheten og det vi som forskere skal observere og analysere (Østbye et al., 2016, s. 25). Det er likevel verdt å se på noen sentrale begreper som kan si noe om forskningens kvalitet.

I forskning snakker man gjerne om *validitet*, det vil si gyldighet eller troverdighet. Det handler om hvor godt man klarer å måle den man sikter mot å måle (Østbye et al., 2016, s. 26). Det kan ha forskjellig betydning i kvalitativ og kvantitativ forskning. I dette tilfelle kan det både handle om hvor godt den formulerte problemstillingen treffer på de utfordringene som journalistikken møter på hjemmekontor i koronapandemien. Det kan også handle om

hvor godt spørsmålene i intervjuguiden treffer for å avdekke relevant innsikt som svarer på problemstillingen.

*Reliabilitet* er et annet begrep som går igjen når man skal vurdere forskningens kvalitet. Det handler om påliteligheten, nøyaktigheten og kvaliteten til de undersøkelsene, analysene og tolkningene som gjøres i prosessen. Ønsket om høy validitet kan gjerne komme i konflikt med ønske om høy reliabilitet (Østbye et al., 2016, s. 26). Generelt sett kan man si at kvantitative undersøkelser har sin styrke i høy reliabilitet, da det er lettere å få nøyaktige målinger av data her. Mens kvalitative undersøkelser kan score høyt på validitet, da dybdeinnsikt, og muligheten til å navigere og justere seg mot kjernen av problemstillingen underveis, gjør at det er større sjanse for å gjøre funn som gir et sannferdig og ekte bilde av det man ønsker å forske på (Østbye et al., 2016, s. 28). I denne studien er det grunn til å tro at validiteten av studien er forholdsvis høy. Ved å forske på egen bransje er forforståelsen naturlig nok mer omfattende. Kombinert med å velge semistrukturerte kvalitative intervjuer med strategisk utvalgte intervjupersoner, er sjansen god for at svarene man finner i forskningen faktisk er svar på spørsmålene som man har forsøkt å stille (Tjora, 2021, s. 260).

Der validitet eller gyldighet handler om forholdet mellom forskningen og den kontekst, handler reliabilitet eller pålitelighet om sammenhenger internt i forskningsprosjektet og hvordan det blir redegjort for i rapporteringen. Å kunne vise til relevante koblinger mellom teori, empiri og analyse vil kunne bidra til å øke reliabiliteten (Tjora, 2021, s. 263). Med et begrenset antall intervjupersoner og en rekke muligheter til å velge ut relevant data i analyseprosessen, vil reliabiliteten være langt svakere enn validiteten her. For å styrke denne delen blir det viktig i formidling av resultater å redegjøre for hvilke perspektiver og teorier som har preget forskningsdesignen og analysen (Tjora, 2021, s. 263).

Generalisering er et annet begrep som forbindes med forskningskvalitet. Med generalisering menes å kunne dra slutninger fra det særegne til det allmenne (Østbye et al., 2016, s. 231). Altså at funnene i enkeltstudier og enkeltobservasjoner kan være med å danne grunnlag for mer generelle hypoteser, forståelse, forklaringer og teori.

En viktig og særegen form for generalisering er slutninger om årsakssammenheng. Men når vi skal påvise årsakssammenheng må vi gjøre mer enn å påvise empirisk korrelasjon (Østbye et al., 2016, s. 238-239). Omfang av datamateriale i denne studien er alt for begrenset til å

bekreftede årsakssammenhenger mellom hjemmekontorsituasjonen, bruk av digitale kommunikasjonsverktøy og endringer i arbeidsprosesser. Denne studien går uansett heller ikke dypere inn i de spesielle omstendighetene rundt koronapandemien, og hvorvidt det kan ha påvirket fysiske og psykososiale sider av arbeidshverdagen.

## 4 ANALYSE OG PRESENTASJON AV FUNNENE

### 4.1. Om analyse og funn

I dette kapitlet vil de mest relevante funnene i denne studien bli presentert. Her vil jeg bruke Harveys tredelte romforståelse som en måte å systematisere og kategorisere funnene på. I hvert funn vil jeg ta utgangspunkt i det digitale rommet, da det er hovedanliggende her. Men jeg vil også omtale det fysiske rommet, når erfaringene derfra står i motsetning til det digitale rommet, eller på annen måte kan gi ny innsikt til opplevelsen av det digitale rommet.

Temaene som preger de journalistiske arbeidsprosessene vil bli redegjort for i funnene der det er naturlig. Da flere av disse prosessene overlapper hverandre i samme funn er det ikke naturlig å dele dem inn under egne kategorier. Det vil bli redegjort for funn i samtlige av Harveys tre rom. Men denne tredelingen legger ikke føringer for en jevn fordeling av funn mellom disse tre kategoriene. Her er det funnenes grad av relevans og interesse som er avgjørende for utvalget. For å vurdere relevans støtter jeg meg på intervjupersonenes egne formuleringer, i kombinasjon med forskningsoversikten som er redegjort for i kapittel 2. Med det utgangspunktet har det relasjonelle rommet blitt den kategorien som innehar mest funn i denne analysen.

Dette er de 12 funnene som vil bli redegjort for i dette kapitlet:

- De digitale kommunikasjonsverktøyene (OCS) oppleves som mer effektive for korte dialoger og raske beskjeder, enn fysiske møter.

- Slacks brukergrensesnitt bidrar til å endre måten man kommuniserer på internt i redaksjonen.
- Bruk av Google Meet og Slack på hjemmekontor kan bidra til økt spenning mellom jobb og fritid.
- Teknologiske vaner og kompetanse skaper større ulikhet i brukeropplevelsen i digitale møter, enn i fysiske møter.
- Både boforhold og familiesituasjon bidrar til store individuelle forskjeller i kvalitet på arbeidsdagen på hjemmekontor.
- Å se hverandre er en viktig forutsetning for å sikre en trygg og presis kommunikasjon i arbeidshverdagen.
- Samarbeid i det digitale rom fremstår mer planlagt og organisert enn det gjør i det fysiske rom.
- Trygg samhandling i det digitale rom krever at man bygger relasjoner i det fysiske rom først.
- Terskelen for å ta ordet i digitale møter oppleves som høyere enn i fysiske møter.
- Det digitale redaksjonsrommet byr på færre uformelle møtepunkter enn det fysiske redaksjonsrommet.
- Uformelle samtaler, digresjoner og avbrytelser er viktig for kreative tankeprosesser og ideutvikling.
- Fellesskapsfølelsen og samhandling på tvers i redaksjonen synker når man bare møtes i digitale rom.

## 4.2. Det digitale absolutte rom - et rom for effektiv og målrettet kommunikasjon

### 4.2.1. Effektiv for raske beskjeder

De digitale kommunikasjonsverktøyene (OCS) oppleves som mer effektive for korte dialoger og raske beskjeder, enn fysiske møter (Funn 1):

Da koronapandemien inntraff og journalistene måtte flytte på hjemmekontor, var allerede Slack et godt innarbeidet kommunikasjonsverktøy i alle fire Schibsted-avisene. Funnene i

denne studien viser at det allerede ble oppfattet som en rask og vesentlig informasjonskanal i samtlige redaksjoner. “Det er en uformell kanal. Det gjør ikke så mye om du har masse skrivefeil eller store/små bokstaver. Det er som en chat”, forteller intervjuperson 2 (IP2).

Slack ble videre i denne studien beskrevet som en mellomting mellom e-post og muntlige beskjeder. Både fordi designen legger opp til at kommunikasjonen er direkte i sin form, men også fordi meldingene forsvinner fort og det er enkelt å koble seg på samtaler i grupper: “Det er så likt samtaler som du kan få det, og samtidig er det veldig effektivt”, beskriver IP4. Slack har også med sine funksjoner som minner som sosiale medier-plattformer gitt reell konkurranse til det kommunikasjonsverktøyet som i mange år har vært den ledende for skriftlig kommunikasjon i redaksjonslokalene, nemlig e-post:

Det fungerer på samme måte som en e-post, bare at du får mer orden og et bedre system. Du har alle mottagerne på ett sted, og så kan du opprette grupper så det er enklere å lage gruppesamtaler. Etter at vi begynte å bruke chattesystemet Slack, har jeg oppdaget hvor gammeldags e-post er (IP5).

Selv om Slack allerede var en del av de daglige arbeidsrutinene også før korona, er det tydelige signaler i funnene på at bruken av Slack har endret seg vesentlig. Før var gjerne primærfunksjonen til Slack-kommunikasjon å formidle informasjon som skulle nå ut til en større gruppe journalister. Eller å gi kjappe beskjeder og formidle korrigeringer i evaluering- og tilbakemeldingskanaler. Nå har bruken av en-til-en-kommunikasjon og samtaler i små grupper økt betraktelig. Dette er jo en naturlig følge av at journalistene ikke lenger er samlet i åpent kontorlandskap, hvor mange av en-til-en-dialogene ville ha foregått i muntlig form.

Funnene i denne studien viser også at en tydelig styrke ved Slack som kommunikasjonskanal er at verktøyet ikke bare gir mulighet til å utveksle informasjon kjapt, men det kan også lagre store mengder informasjon på ett og samme sted. I muntlige samtaler på kontoret vil det ikke alltid være like lett å huske all nødvendig informasjon. Viktige detaljer kan dermed gå i glemmeboken. “Å dele informasjon er mye enklere via Slack, og det kan godt være vi kommer til å bruke Slack i mye større grad når vi kommer tilbake til kontoret”, mener IP5.

Med e-post kan man riktignok sikre at all nødvendig informasjon tas vare på, men det kan likevel være tidkrevende å hente frem og sortere informasjonen når man trenger den. Slacks muligheter til å skreddersy grupper og tråder etter behov gjør at det digitale rommet kan

fungerer enda mer effektivt til rask informasjonsutveksling, enn det fysiske rommer eller e-posts digitale rom. “Det er ikke bare det som tidligere ble tatt muntlig, som er flyttet over på Slack. Det er også en del av det som ble tatt på e-post. Jeg bruker e-post veldig mye mindre enn før”, forteller IP3. Det er likevel verdt å merke seg at muligheten til å nå hvem som helst i organisasjonen, når som helst, har gjort at mengden av ufiltrert informasjon som kommuniseres har økt. Det oppleves ikke som udelt positivt. De samme journalistene som kan ha glede av at Slack sørger for effektiv informasjonsflyt i organisasjonen, kan også merke at det samme kommunikasjonsverktøyet ikke nødvendigvis skiller mellom vesentlig og ikke-vesentlig informasjon:

Det er ikke uvanlig at du kanskje i løpet av en dag er inne på en ti–tolv tråder, hvor folk hele tiden stiller spørsmål. Det har vel tatt litt tid for oss å finne en måte å gjøre det på en disiplinert måte. Terskelen skal jo være lav for at folk tar kontakt. På den andre siden kunne de tenkt seg om i et minutt selv og prøve å finne svaret. Jeg synes det er vanskelig å si nei når noen først sender meg en tråd, eller sender meg en beskjed. Da prøver jeg å svare på det (IP1).

Selv om Slack som et helhetlig rom er mer oversiktlig enn mange andre digitale verktøy, kan de mange ulike Slack-trådene, med sine respektive undertråder, oppleves som uoversiktlige, viser denne studien. Ikke minst fordi det er begrensede søkemuligheter i Slacks brukergrensesnitt. Det kan gjøre det vanskelig å finne tilbake til samtaletråder man har vært i. Særlig hvis man har kommunisert i mange ulike tråder, med mange ulike kolleger gjennom en arbeidsdag.

Du får fort veldig mange kanaler å forholde deg til. Det er vanskelig å holde tråden i en samtale, i og med at hvem som helst i en samtale kan opprette et tråd under et hvilket som helst utsagn, og så plutselig har det foregått en kjempeutveksling med 26 nye innlegg i en tråd på et sted du ikke har fått med deg fordi du tilfeldigvis ikke var med i den tråden. (IP9).

En nyvinning verktøykassen for kommunikasjon har i koronapandemien vært innføringen av Google Meet som ledende videokonferanseverktøy i Schibsted. I Schibsted-avisene har dette først og fremst fungert som en erstatning for de fysiske møteplassene og møterommene på kontoret, hvor man vanligvis har avdelingsmøter, evalueringsmøter og overleveringsmøter.



Funnene i denne studien viser at møtefrekvensen på Google Meet varierer fra avdeling til avdeling og mediehus til mediehus, men brukergrensesnittet inviterer jevnt over til en mer effektiv og disiplinert kommunikasjon enn det de fysiske møterommene gjorde. Det blir mindre utenomstakk både før, etter og underveis i møtene. Som en av intervjupersonene formulerte det:

Du skreller vekk en del unødvendig. Du bruker tiden mer effektivt, korter ned diskusjonen, og alle er mer oppsatt på at: Ok, nå skal vi snakke sammen et kvarter om dette, og så skal vi finne en ordning, og ikke snakke om hva vi skal ha til middag eller den siste idiotiske tingen ungene våre gjorde på skolen (IP7).

Der opplevelsen av det fysiske rommet ikke kommer med en bryter man kan slå av og på, så indikerer funnene at det digitale rommet har fordelen av at man i større grad styrer mengden med distraksjoner selv. Ved å logge seg ut av de digitale verktøyene kan man i større grad velge når man skal jobbe uforstyrret og konsentrert. Det kan igjen øke muligheten for å være mer produktiv. Den digitale maskinvaren og programvaren sørger altså for en fleksibilitet og sømløshet knyttet til å entre og forlate det digitale absolutte rommet, som ikke det fysiske absolutte rommet har. Det er selvfølgelig ikke bare opp til journalisten selv når man kan være avkoblet resten av redaksjonen, men kombinasjonen av hjemmekontor og digitale rom har uansett et større potensial for å forhindre at kommunikasjon blir en brems for produksjon. Men når journalistene velger ikke å være tilgjengelige, kan den raske og effektive formen som Slack legger opp til også ha en bakside for den som forsøker å initiere kommunikasjon. Felles tilstedeværelse i det fysiske absolutte rommet ville her kunne gjøre at den enkelte journalist ikke kan skjerme seg fra avbrytelser og innspill på samme måte som i det digitale absolutte rom:

Man prøver kanskje en melding på Slack, men da kan det hende den andre er ute på noe. Da kan det gjerne gå en time før den ene svarer den andre. Da har du gjerne mistet litt momentet, eller du har mistet en time på veien der. På jobben hadde du kanskje bare slengt den over og fått svar umiddelbart (IP8).

At både Slack og Google Meet gjør at alle journalister kun er noen tastetrykk unna sine kolleger og ledere er altså noe som krever en viss form for regulering, for at ikke det skal oppleves som trykket blir for stort. Men denne tilgangen betyr også at alle ledere kun er noen tastetrykk unna sine arbeidstagere, som igjen åpner opp for muligheten for bedre kommunikasjonsflyt på kryss og tvers i organisasjonen. Her har det digitale rommet større forutsetninger for å bygge ned hierarkier, enn fysiske rom med møterom og kontorer med dører som kan lukkes. Funnene gir grunn til tro at dette ikke bare kan påvirke flyten i dialogen, men også har potensial til å påvirke effektiviteten i avgjørelser som må tas.

Det at jeg kan sende en melding på Slack til nyhetsredaktøren, som er to ledd over meg, eller til og med til sjefredaktøren, er jo egentlig en bra ting, som kan bygge ned hierarki. Det er enklere enn å forstyrre dem på kontoret, hvor de ser alltid veldig opptatt ut (IP5).

#### 4.2.2. Slack endrer kommunikasjonsformen

Slacks brukergrensesnitt bidrar til å endre måten man kommuniserer på internt i redaksjonen (Funn 2):

Selv om Slack omtales som uformell i sin form, og kan minne om sosiale medier med sine funksjoner, viser funnene at dette digitale rommet ikke har fungert som en blåkopi av de verbale samtalene som foregikk i det fysiske rom på kontoret. Spesielt ikke når det kommer til de rene sosiale samtalene. “Det er veldig jobbsentrert og saksentrert”, påpeker IP3. Det samme gjelder for de kreative samtalene om idéutveksling og idéutvikling, tyder funnene på. “Det er ikke så mye idémyldring. Til den kreative delen bruker vi det ganske lite. Det er mer at du melder ifra om hva det du jobber med”, erfarer IP5. videre indikerer funnene at den skriftlige formen i seg selv legger noen begrensninger på kommunikasjonen. Dialoger frem og tilbake er generelt sett langt mer tidkrevende å skrive, enn å fremføre i muntlig form. Og der de sosiale samtalene i kontorlandskapet ofte kunne oppleves som et avbrekk fra å sitte ved pulten, oppleves det som at sosial dialog på Slack bare utgjør mer skjermtid i løpet av arbeidsdagen:

Jeg føler jeg sitter nok foran skjermen ellers. Jeg trenger ikke å sitte å ha lange sosiale utgreiinger på Slack i tillegg. Hvis jeg skal ha uformell kontakt med noen spør vi heller på Slack om vi skal møtes. Så går vi en tur med telefonen på øret (IP2).

Blant Slack styrker som kommunikasjonsverktøy fremheves de korte og enkle informasjonsutvekslingene som ikke kan misforstås, viser funnene. Det kan være spørsmål som må avklares raskt, avtaler som må gjøres, beskjeder som skal videreformidles til en eller flere, samt avklaringer som må gjøres underveis i produksjonsprosessen. Slack kan også være et nyttig verktøy i kommunikasjonen mellom journalist og nyhetsleder i selve redigeringsprosessen, da skriftlig kommunikasjon kan sikre nødvendig oversikt for at ingenting skal glippe underveis. En av intervjupersonene beskriver det slik: “Når du for eksempel skal redigere en sak, er det veldig bra å bruke Slack fremfor e-post og telefon, for der kan du se at du husket å få med alle punktene”, påpeker IP5.

Med en gang kommunikasjonen skifter preg fra å være informativt kommunikasjon til kreativ kommunikasjon, tyder denne studien på at Slack mister sin status som det ubestridte førstevalget. Lange utgreiinger på Slack beskrives som tidkrevende i en hektisk arbeidsdag og det kan være vanskelig å forsikre seg om at mottager har forstått hva man mente. Samtidig oppleves det også at nyanser og kontekst som kreves i en kreativ diskusjon, er lettere å få frem i en verbal samtale, enn i en skriftlig samtale. Ellers påpekes det også at det er hyggeligere og mer konstruktivt å snakke sammen verbalt:

Det er rett og slett for at min del, så er det rundt 80% fordi det er hyggelig å prate med folk. Det er kjedelig å sitte på hjemmekontor. Og så er det 20% fordi det er raskere å ta det på telefonen. Det er kjappere enn å sitte og skrive. Og du greier i større grad å drodle frem ideer, tanker og forslag. Slack, et chatteprogram, det er en slags enveiskommunikasjon begge veier. Det er ikke noen egentlig dialog (IP3).

Beskrivelsen av Slack som enveiskommunikasjon i begge retninger peker også på et annet moment som preger den effektive og korte kommunikasjonen. Der funnene viser at ved informasjonsutveksling i det fysiske rom oppstår det gjerne små og store spontane dialoger, mens kommunikasjonen i digitale rom bærer mer preg av å være disiplinert og presis

avmelding. Med mindre av den løse og flytende dialogen rundt idéutveksling og idéutvikling, blir det også til at flere journalister jobber selvstendig på hvert sitt hjemmekontor med denne delen av arbeidsprosessen, viser studien. Når en større del av idéutviklingsarbeidet foregår individuelt, kan det påvirke dynamikken mellom journalistene i en avdeling, men også mellom den enkelte journalist og nærmeste leder:

Jeg tror da det er mye vanskeligere for en mellomleder å peile deg inn på noe annet hvis det ikke er den veien vi vil gå. Du skal være utrolig sterk og dyktig som mellomleder for å få en til å snu når han allerede har kommet med ideen og nesten er i gang med å lansere den (IP8).

#### 4.2.3. Økt spenning mellom jobb og fritid

Bruk av Google Meet og Slack på hjemmekontor kan bidra til økt spenning mellom jobb og fritid (Funn 3):

Google Meet og Slack har med sin programvare og brukergrensesnitt hentet ut de beste kvalitetene hos sosiale medier. I tillegg har de sørget for at funksjonene som er skreddersydd for arbeidslivet er enkle å forstå og ta i bruk. Tilsammen gjør dette at disse kommunikasjonsverktøyene har en design som inviterer til utstrakt bruk og det presset kan nok journalistene kjenne på: “Jeg må av og til inn og «mute» noen kanaler, for stadig vekk lyser det rødt i Slack, og så må du sjekke hvem det er”, forteller IP4.

Baksiden av medaljen for å ha tilgang til kolleger og ledere hvor som helst, når som helst, er altså at journalisten selv er like tilgjengelig. Der både e-post, SMS og telefonoppringninger beskrives som kommunikasjon som journalistene selv i større grad kan velge om og når de responderer på, er erfaringen i funnene at særlig Slack-kommunikasjon kommer med et forventning om raske tilbakemeldinger: “Det brukes hele tiden. Slack trenger seg på med disse plingene som kommer hele tiden”, beskriver IP2. At alle brukerne kan se hvilke journalister som er pålogget til enhver tid forsterker også denne forventningen om at man må svare:

Folk forventer svar med en gang. Det er akkurat som å ha på «notifications» på telefonen som du må sjekke hele tiden. Så det kan ta bort fokus. Du kan «mute» det, men jeg tror ikke det er så veldig populært internt. Du er alltid tilgjengelig. Du skal alltid være grønn hvis du er på jobb, og du skal ha en god grunn for ikke å være det (IP5).

Det kan virke som disse kvalitetene hos Google Meet og Slack blir enda tydeligere på hjemmekontoret, hvor de digitale rommene har tatt over mange av funksjonene til de fysiske rommene i arbeidshverdagen. Mange av de små avbrekkene og pausene i arbeidsdagen, som turen til kaffemaskinen eller lunsjrommet, er ikke nødvendigvis like innarbeidet her. “Det er mye oftere at jeg glemmer eller dropper å spise lunsj nå, eller spiser lunsj mens jeg sitter og leser noe, enn da jeg var på jobb. Det var lettere å få en sunnere struktur på arbeidsdagene da”, forteller IP5. “Skillet mellom jobb og privatliv har i stor grad blitt visket ut, beskriver IP8. For småbarnsforeldrene har det siste årets unntakstilstand, med rødt og gult nivå på skoler og barnehager, dessuten skapt en situasjon på hjemmekontoret hvor arbeid må tas igjen på kveldstid. Men uavhengig av livssituasjon har korona pandemien ført til generelt mer hjemmeliv, hvor de samme digitale verktøyene brukes både i jobb og på fritid:

Grensene blir jo veldig flytende. Jeg står opp, logger på og selv om jeg slutter klokka ett har jeg tatt meg i å sitte til halv tre likevel, for jeg sitter jo hjemme med PC-en på. Jeg begynner å gjøre andre ting, men går innom mail og «Ok, så skriver jeg litt på den saken likevel. (IP8)

Det som kjennetegner dem som likevel har klart å opprettholde et tydelig skille mellom jobb og fritid i denne perioden er at de har et veldig bevisst forhold til det. “Jeg jobber når jeg jobber og når jeg er ferdig med arbeidsdagen, så skrur jeg av og legger vekk PC, og er ikke sånn inn og ut og av og på for sjekke”, forteller IP11. Det kreves altså en langt større bevissthet rundt skille mellom jobb og fritid for at det skal fungere i de digitale rommene, enn det var behov for i de fysiske rommene.

Egenskapene til disse digitale kommunikasjonsverktøyene kan her sees på som et tveegget sverd. Det samme som gjør dem til en styrke i arbeidshverdagen, kan også gjør dem til en svakhet i arbeidshverdagen. IP8 formulerer det slik: “Det positive med Slack er at du kan nå hvem som helst når som helst. Det er også det som er litt av faren ved Slack”. Det at denne studien dessuten viser at journalistene oppfatter seg selv som mer produktive på hjemmekontor kan også føre til at lederne legger press på dem til å holde produksjonsvolumet

oppe på nåværende nivå. “Når man har produsert mye fordi det er så lett tilgjengelig, så kan det kanskje bli en forventning om at det er sånn det skal være”, påpeker (IP5). Et tydelig skille mellom jobb og fritid vil altså ikke bare kreve at hver og en av journalistene selv har et bevisst forhold til det i sine daglige arbeidsrutiner, det vil også kreve at lederne har et bevisst forhold til det i sin daglige kommunikasjon med journalistene.

### 4.3. Det digitale relative rom - brukeropplevelsen varierer mer enn i det fysiske rom

#### 4.3.1. Større forskjell i brukeropplevelsen

Teknologiske vaner og kompetanse skaper større ulikhet i brukeropplevelsen i digitale møter, enn i fysiske møter (Funn 4):

Da koronapandemien traff Norge og de aller fleste journalister ble sendt på hjemmekontor, var det med svært varierende digitale kompetanse og ulike digitale vaner som utgangspunkt. Kompetansen kan i teorien variere fra folk som poster videoer og håndterer sosiale medier som de skulle vært proffe influencere, til folk som ennå ikke har opprettet sin første sosiale medier-profil eller digitale strømmeabonnement. Selv om det forventes av journalister i sitt virke i dag at de besitter et minimum av kunnskaper og kompetanse på feltet, vil ulik kompetanse her slå mye større ut på brukeropplevelsen av et digitalt møte, enn det vil gjøre i et fysisk møte. “I starten var det alltid litt trøbbel med å komme på nett samtidig. Det var mye styr med det tekniske, men det har gått seg mer og mer til”, forteller IP6.

Når man ser tilbake på det siste året viser internasjonale undersøkelser som INMA-rapporten at journalister var tvunget til raskt å tilpasset seg en ny og mer digital arbeidshverdag. For de fire Schibsted-avisene i denne studien skjedde den endringen fra en dag til en annen. Men selv journalisten har fått logget seg på de nye digitale rommene er det nok grunn til å tro at ulike ferdigheter og vaner fortsatt spiller inn på mestringsfølelsen og dynamikken i møtene.

Det er jo vanskelig å ta ordet i en forsamling for mange uansett. Om det er verre på video? Jeg tror kanskje det. Det er alltid litt sånn: «Funger mikrofonen min? Er jeg mute?» Folk er

kanskje litt redde for å trå feil der. Å ha en samtale i et fysisk lokale er noe alle egentlig kan. Men når det i tillegg kan oppstå tekniske problemer, kan det jo forverre ting (IP5).

Men de tekniske problemene trenger ikke alltid å skyldes menneskelige feil. de kan også skyldes begrensninger i selve programvaren, eller noe som er gjenkjennelig for alle som har sittet på hjemmekontor det siste året, dårlig internettlinje. “Av og til fryser et av bildene og av og til blir det tekniske problemer. Det er elementer der som gjør at du ikke får helt den her-og-nå-følelsen”, forklarer IP8. En annen gjenganger er de små skurringene og forsinkelsene som ofte preger videokonferansemøter. “Du har fortsatt sånne glitches, hvor man snakker i munnen på hverandre Jeg ser deg riktignok, men jeg ser deg ikke i levende live. Du er med som et bilde på veggen, beskriver IP9.

At tekniske begrensninger og problemer er et gjentakende fenomen virker som er noe journalistene i stor grad har akseptert, men det oppleves likevel som det er noe som er med på å påvirke samhandlingen og flyten i møtene. “Muligens burde vi kanskje ha spisset våre kunnskaper litt på det der. For det har vi vel egentlig ikke gjort. Vi har bare kastet oss ut i det”, påpeker IP1. Økt teknologisk kompetanse ville kunne sikre en tryggere møteopplevelse i det digitale rom for flere journalister, men funnene i denne studien tyder på at det vil langt fra løse alle ulikheter av hvordan man opplever de teknologiske og psykososiale utfordringene:

Jeg synes det er vanskelig å avbryte folk på videochat. Det er mye vanskeligere der enn i virkeligheten. Selv om man ser ansiktene, er det et halvt sekund forsinkelse. Bare den forsinkelsen gjør at man snakker i munnen på hverandre. Jeg synes man kan virke litt frekk når man avbryter folk på den måten. Mens i et møterom er det mye enklere å se på kroppsspråk og ikke bare på ansiktet. Man hører når en person er ferdig med et resonnement, og man kan avbryte hverandre på en litt mer komfortabel måte. Det flyter bedre. Det flyter ikke så godt på videochat (IP5).

Selv om varierende digital kompetanse og ulike digitale vaner, bidrar til å skape en større individuell forskjell i brukeropplevelsen i digitale møter sammenlignet med fysiske møter, tyder denne studien at også andre faktorer spiller inn. Mangelen på god møtekjemi er også blitt nevnt som årsak til at opplevelsen av videomøter er så ujevn og individuell. “Det kan bli

den hakkingen der man avbryter hverandre og sier: Nei, snakk du, nei du skulle si noe. du mister litt av flyten, og det er en litt unaturlig måte å møtes på”, mener IP7. “Det er en barriere når folk slår av lyden og snakker med mikrofonen avstengt, for da skal de liksom slå på den for å ta ordet. For å ha et levende og kreativt Meet-møte må alle ha mikrofonen på”, påpeker IP4.

På tross av innsigelsene journalistene har, viser likevel denne studien at de digitale møterommene er blitt en del av den daglige arbeidsrutinen. Men det kan handle like mye om at det ikke finnes noen reelle og gode nok alternativer tilgjengelig. IP12 beskriver det slik: “Styrken er vel at det er bedre enn ingenting, men jeg vet ikke om jeg har så veldig mange flere styrker å komme med. Jeg hadde byttet hvert eneste Meet-møte mot å møtes fysisk hver eneste dag”.

#### 4.3.2. Store kvalitetsforskjeller på hjemmekontorene

Både boforhold og familiesituasjon bidrar til store individuelle forskjeller i kvalitet på arbeidsdagen på hjemmekontor (Funn 5):

En av de største endringene i arbeidsdagen til journalistene i de fire Schibsted-avisene det siste året har vært at hjemmekontor er blitt den nye normalen. Gjennom året har de ulike avisene, avhengig av de nasjonale retningslinjene og smitte situasjonen i nærområdet, hatt kun en svært begrenset kvote journalister på kontoret til enhver tid. Felles for alle avisene er at journalistene som går turnusvakter på den digitale nyhetsdesken er blant dem som har vært prioritert høyest. Dermed har resultatet blitt at de aller fleste har tilbrakt størstedelen av året på hjemmekontor.

Der den fysiske arbeidsplassen har budt på standardiserte løsninger i åpent kontorlandskap, er det stor variasjon på de fysiske omgivelsene i det enkelte hjem. Noen har hjem som er utstyrt eget kontor, mens andre har måtte finne seg i å jobbe fra kjøkkenbord, stuebord eller en pult på soverommet. Hvis man har god plass og gode arbeidsforhold som utgangspunkt er naturlig nok forutsetningen for å trives langt bedre, enn hvis utgangspunktet er et trangt og upraktisk areal:



Jeg har trives veldig godt på hjemmekontor. Jeg trives med den ordningen som fungerer for meg. Jeg har jo et eget rom. Jeg sitter ikke nede i stua. Jeg har det supert der. Jeg fikk opp skjermer rimelig fort. Jeg hentet stolen kjempefort. Jeg har også opp igjennom årene jobbet hjemmefra én-to dager uka (IP2).

For å bøte på de ulike arbeidsforholdene på hjemmekontoret har alle journalister i denne perioden fått tilbud om å ta med kontorstoler, kontorlamper og annet praktisk utstyr hjem, men det er langt fra alle som har plass til dette:

Nå er det jo 150 forskjellige arbeidsmiljøer folk jobber i. Og det er jo ikke optimalt. Disse hjemmekontorene eller stuene er helt klart ikke bygget for å jobbe i hele dager i over et år. Det er mye vanskeligere å ha naturlige avbrekk i arbeidsdagen, og det går ut over arbeidsmiljøet. Og så er det mange som jobber rett ved siden av en samboer eller kjæreste, og det kan være vanskelig å få arbeidsro. Begge sitter kanskje med videomøter. Vi har det i hvert fall sånn her (IP5).

Videre viser funnene i denne studien at det er ikke bare de fysiske omgivelsene og størrelsen på hjemmene til journalistene som avgjør i hvilken grad det kan fungere like godt å jobbe i de digitale rommene fra hjemmekontor, som det gjorde å jobbe i de fysiske rommene i redaksjonslokalene. Ved å tilbringe både jobb og fritid på samme fysiske areal kan det også bli vanskelig å endre mentalt modus når man går fra den ene rollen til den andre. “Hvis du vet at det er noen du skal prate med, kan du gjerne gå en tur på et kvarter mens du tar den samtalen, og bare få sett noe annet enn rotet i stua og ugresset i hagen”, beskriver IP7.

For journalistene skaper det digitale rommet på hjemmekontor altså ikke den samme avgrensingen mellom jobb og fritid, som det fysiske rommet på kontoret. En naturlig årsak er at det digitale absolutte rommet på hjemmekontoret befinner seg i det absolutte fysiske rommet som utgjør journalistenes respektive hjem. Men funnene tyder også på at det å bytte lokasjon av fysiske absolutte rom representerer et mentalt skille i hvordan journalistene opplever forskjellen på jobb og fritid:

Noe av det jeg savner med å sitte på et kontor, er en pult og ikke noe oppvask eller leker som ligger strødd. Man er der for å gjøre en oppgave, og så kan man legge det fra seg og gå hjem. Og så kan man ta litt fri. Det savner jeg veldig (IP5).

For barnefamiliene kan hjemmekontoret by på en ytterligere stressfaktor sammenlignet med kontorlokalene, nemlig fysiske forstyrrelser, antyder funnene. Med begrensede åpningstider på skoler og barnehager, samt muligheter for pålagt karantene og hjemmeskole, kan det fort bli vanskelig å samkjøre arbeidstid og familielogistikk. IP8 har opplevd det slik: “Det har jo vært møter der de to høylytte guttene mine springer rundt og skriker og skråler. Du prøver å mute, men så får du det ikke til. Så hører du: Du må mute”.

På samme tid som arbeidstiden på hjemmekontoret kan være vanskelig å kombinere med familielogistikk, så gir også kortere reisevei og muligheten til å jobbe uforstyrret og effektivt når barna er ute av huset, en mulighet til å få den velkjente “tidsklemma” til å gå opp. “Hjemme hos meg er at jeg er her helt alene, i hvert fall frem til ungene kommer hjem fra skolen, og dermed kan jobbe i fred og ro og konsentrere meg bedre. Jeg får mer gjort på kortere tid”, forteller IP7.

Også de kritiske tidspunktene for henting og levering av barn kan oppleves enklere å få gjennomført fra hjemmekontor, da den totale reiseveien i løpet av en dag som regel blir kortere. “Det gjør hverdagsorganisering en del lettere. Det er noe mindre bekymring knyttet til tid. Det gjør at du har litt lavere skuldre”, forteller IP3.

For noen er hjemmekontor også den eneste løsningen som hadde fungert under koronapandemien. Kombinasjonen av begrensede åpningstider og reisevei til kontoret ville ikke vært mulig å kombinere: “Det at jeg sitter her og jobber gjør at det er mulig for oss å håndtere et sånt rødt nivå i barnehagen. Vi har faste hente- og leveringstidspunkt, så det at man jobber slik som dette gjør at det er mulig å gjøre en helt normal jobb”, forklarer IP11.

Men hvis man ikke har hektisk familielogistikk på starten og slutten av arbeidsdagen er det ikke nødvendigvis alle som opplever reiseveien som en ulempe:

Denne veien til jobb er ikke den store bøygen for meg, altså. Og egentlig synes jeg det er litt deilig å komme seg ut og få den sykkelturen. Eller, i drittåret kan det være den bussturen som ikke er fullt så deilig som sykkel i fint vær, men likevel. At du kommer deg ut og får beveget deg litt (IP7).

### 4.3.3 Trygg kommunikasjon krever at man ser hverandre

Å se hverandre er en viktig forutsetning for å sikre en trygg og presis kommunikasjon i arbeidshverdagen (Funn 6):

Kombinasjonen av å bruke de digitale rommene som Slack og Google Meet gir til sammen journalistene både muligheten til å se hverandre, samt komme raskt i kontakt med hverandre, til enhver tid. Også fra hvert sitt hjemmekontor. Men funnene viser at selv om mulighetene er der, oppleves ikke det digitale rommet og det fysiske rommet likestilte når det kommer til kommunikasjon. En av årsakene er helt opplagt at man ikke tilbringer like mye tid sammen i det digitale rommet i løpet av en arbeidsdag, som det man gjorde i det fysiske rommet på kontoret. “Hvis du skulle gjenskapt det med Google Meet, måtte du nærmest hatt en egen skjerm med alle dine nærmeste kolleger og Google Meet kjørende kontinuerlig gjennom arbeidsdagen. Det blir helt fjernt å se for seg”, påpeker IP3.

Viktigheten av å se hverandre for å sikre en god og presis dialog er et funn som fremkommer tydelig i denne studien. Denne faktoren påvirker journalistene når de skal velge mellom skriftlig og muntlig kommunikasjon. Der Slack med sitt uformelle form fungerer godt til kjappe beskjeder og rask informasjonsspredning, er opplevelsen av å bruke Slack til lengre dialoger, diskusjoner og kreativ drodling mindre positiv. “Det blir som tekstmeldinger, egentlig. Der er det i stor grad rom for å misforstå. Har du med en smileemoji? Skriver du noe som kan virke litt hardt? Det er helt opp til den andre hvordan meldingen skal leses”, påpeker IP8.

I tillegg til at man mister spontanitet og umiddelbar respons kan funnene tyde på at også mange av nyansene som kommer frem i en samtale når man ser hverandre, forsvinner i den skriftlige dialogen. Det øker risikoen for både misforståelser og dårligere flyt i samtalene:

Det at du ser folk. Det er noe helt annet å møte folk ansikt til ansikt. Det handler om alt av kroppsspråk, ansiktsuttrykk og sånn til den flyten i samtalen som blir mye bedre hvis du slipper sitte og formulere noe skriftlig og tenke på: Ja, skal jeg skrive det eller det, og så blir det til: Nei, vi skriver ingenting (IP7).

Frykten for å bli misforstått later å være en vesentlig årsak til at journalister holder tilbake sine meninger og innspill i dialog med andre, tyder funnene på. I en muntlig samtale vil ordene man sier bli underbygget av tonefall, kroppsspråk og kontekst. Med en gang det overføres til skriftlig format forsvinner mye av dette. IP7 forklarer: “Folk er redde for å fornærme eller såre kolleger hvis de sier noe kritisk. Eller å bli oppfattet som sure og vanskelige. Det er lettere å komme rundt de tingene når man er i samme rom”.

En viktig del av den journalistiske arbeidsrutinen er nettopp å gi hverandre konstruktiv kritikk og kreative innspill i møter. Mye av idéutviklingen i journalistikken jobbes frem på denne måten, viser funnene. Når denne delen av arbeidsprosessen opplever nye hindringer, kan det i verste fall få betydning for det journalistiske sluttproduktet. IP6 beskriver dilemmaet slik: “Man er litt redd for å bli oppfattet som en gammel og sur grinebiter som kveler de gode ideene til de unge fremadstormende kollegene. Samtidig er det viktig å forklare hvorfor det ikke er en god idé”.

Hvis løsningene på disse kommunikasjonsutfordringene bare hadde vært å se hverandre, så kan kunne journalistene i teorien løst det med å flytte flere samtaler fra Slack over til Google Meet. På tross av noen tekniske utfordringer med skurr og forsinkelser på linjen, som redegjort for i funn 4, gir dette digitale rommet muligheten til både å se og høre alle møtedeltagerne i samme grad man ville gjort i et fysisk møterom. Likevel tyder erfaringene på at det digitale og det fysiske møterommet ikke oppleves som likestilte arenaer. “Det handler om at du ikke sitter i samme rom. Du får en litt annen dynamikk i gruppa. Det er vanskeligere å lese hverandre”, sier IP7.

Andre peker på mindre håndfaste styrker ved det fysiske rommet, som IP9: “Det er så *plain* at det blir ingen *human magic* i det”, eller IP8: “Når du sitter i et rom kjenner du mer på energien blant folk”. Opplevelsen av de digitale rommene er ulike, men funnene gir tydelige signaler på at det ikke er uvanlig å ha følelsen av at folks kroppsspråk og reaksjoner er vanskeligere å tolke i en videokonferanse, enn i et fysisk møterom. Og da er mulighetene for misforståelser flere:

På video, så vet du ikke om det ansiktsuttrykket folk har er fordi du sa noe dumt, smart, morsomt eller noe rart eller om de bare samtidig fikk en melding fra noen eller leser en mail eller sitter og gjør noe helt annet (IP12).

Journalistyrket er kjent for å ha både høyt tempo og høy temperatur. Da er det viktig med rask kommunikasjon som ikke misforstås. En siste faktor som virker å ha betydning for journalistene opplevelse av at de digitale rommene for kommunikasjon oppleves annerledes enn de fysiske rommene for kommunikasjon, er synlig tilgjengelighet:

Jeg kan ikke kikke over skulderen til ham som sitter ved siden av meg og spørre hva han driver med. Det er ingen som snur seg rundt på stolen. Det er så lavterskel når du sitter i et åpent landskap å prate med folk. Den terskelen for å prate med folk er blitt mye høyere. Jeg tror det også handler om at du ikke ser hva de andre driver med (IP3).

Frykten for å forstyrre sine kolleger i deres hektiske arbeidshverdager virker å ha gjort at terskelen for å starte en dialog er større når man ikke kan se hverandre. Da journalistene satt i et åpent kontorlandskap kunne de med et raskt blikk vurdere hvorvidt en kollega eller leder på en annen pult var opptatt, eller ikke. Når de fra hjemmekontoret tar kontakt via Slack, telefon eller Google Meet, vet de ikke nødvendigvis hva de bryter inn i, og funnene tyder på at det virker å ha skapt en barriere:

Det er mye enklere å lese folk når du ser dem fysisk enn når du ikke ser dem fysisk og må ringe eller sende en melding. Jeg vet selv hvor mye pling og «notifications» jeg får på maskinen og telefonen hele tiden, som flytter mitt fokus vekk. Så det er en terskel der, som ikke alltid er like lett å bryte (IP5).

#### 4.3.4. Samarbeid fremstår mer planlagt

Samarbeid i det digitale rom fremstår mer planlagt og organisert enn det gjør i det fysiske rom (Funn 7):

Som redegjort for i funn 1 har det digitale verktøyet Slack noen funksjonelle forutsetninger som gjør at det er potensielt godt egnet til journalistisk samarbeid. Muligheten til å opprette

Slack-grupper etter behov, samt samle store mengder dokumenter og informasjon på ett og samme sted, gjør at det både kan tilpasses store og små, raske og tidkrevende samarbeid. At man i tillegg kun er få tastetrykk unna alle journalistene i de andre mediehusene, åpner også opp for muligheten til at samarbeids på tvers av mediehusene kan bli enklere. Dette er riktignok ikke så aktuelt for VG, men for Aftenposten, Stavanger Aftenblad og Bergens Tidende kan det være av interesse, da de allerede har omfattende stoffutvekslingsavtaler.

I samtlige av de fire Schibsted-avisene utgjør både Slack og Google Meet en sentral del av arbeidsrutinen ved journalistisk samarbeid fra hjemmekontor. Men opplevelsen av å bruke disse verktøyene varierer stort. Det samme gjelder erfaringene fra det siste året, hvorvidt man har samarbeidet mer eller mindre enn man gjorde da man satt i kontorlandskap. Her er det naturlig å nevne at nyhetsbildet det siste året kan også ha hatt en tydelig påvirkning på graden av samarbeid. Som IP1 bemerker: “Jeg tror nok jeg aldri har samarbeidet så mye med kolleger som jeg har gjort det siste året. Selv om vi har vært fra hverandre. Det er selvfølgelig drevet av at jeg har jobbet med det store temaet korona”.

Med variabler som det ekstraordinære nyhetsbildet det siste året, kombinert med svært varierende erfaringer med samarbeid, er det vanskelig for denne studien å si noe relevant om erfaringene med økt eller svekket samarbeid i denne perioden. “For mitt vedkommende, samarbeider jeg nok mer. Men det tror jeg i større grad skyldes tilfeldigheter, som de arbeidsoppgavene jeg har nå, og de sakene jeg jobber på og prosjektene jeg er med i, enn situasjonen”, utdyper IP9.

Derimot tyder funnene fra denne studien på at formen samarbeidet har foregått i, har hatt en annen struktur enn det typisk hadde i det fysiske rom. “Det er liksom en lavere terskel for å bli et team når man sitter rundt et møtebord enn når man sitter hver for seg med hver sin dagsmeny, beskriver IP6. Det ligger altså mer til rette for at spontane og tilfeldige samarbeid oppstår i det fysiske rom, som en forlengelse av de mange uformelle dialogene som allerede pågår.

Det har ofte skjedd i min jobb at man jobber med ting på hver sin tue, og så oppdager man underveis at det kan sys sammen til en sak, sammen. Eller at en kollega snur seg rundt og sier: «Du, jeg pratet med den og den personen forrige uke. Jeg brukte ikke noe av det i det jeg

skrev, eller det ble ikke noe av saken, men det kan passe inn hos deg.» Den arbeidsmetodikken forsvinner. (IP3)

Der erfaringene er svært varierende når det kommer til forutsetninger for samarbeid, virker det jevnt over som at samarbeid i de digitale rom er mer planlagt og disiplinerte i formen. Også de som har erfart at det siste året har ført til langt mer samarbeid, opplever at det skjer innenfor de organiserte rammene til de digitale kommunikasjonsverktøyene. “Ofte setter vi sammen samarbeidsgrupper for en dag. Førrige uke, var det en sykehjemsbeboer som døde av korona som var vaksinert, og da var det litt sånn alle mann til pumpene. Da var verktøyet en ad hoc-gruppe på Slack”, beskriver IP11.

At Slack og Google Meet inviterer til enkelt og effektiv bruk, som beskrevet i funn 1, er ikke noe som bare kommer til nytte når journalistene jobber individuelt. Det er også funksjoner som kan sikre en god arbeidsstruktur når journalistene skal samarbeid i større grupper:

Jeg tror nok at jeg aldri har samarbeidet så mye med kolleger som jeg har gjort det siste året. Selv om vi har vært fra hverandre. Det er selvfølgelig drevet av at jeg har jobbet med det store temaet korona. Vi har vært mange. Men det har også falt seg veldig lett. Kanskje blant annet fordi at det er så enkelt (IP1).

Blant dem som har opplevd at tilværelsen på hjemmekontor har ført til mindre samarbeid, er det gjerne mangelen på uformelle møtepunkter og uformelle samtaler, som trekkes frem som medvirkende årsaker. Arbeidsdagen i det åpne kontorlandskapet kan typisk ha bestått av mange løpende dialoger, som i praksis er en form for lavterskel-samarbeid. Disse forsvinner naturlig nok når man ikke sitter i samme rom:

Vi trives veldig godt sammen. Vi presterer best sammen. Når vi er fysisk sammen, altså, så presterer vi bedre. Vi er mye mer effektive. Vi sitter tett sammen. Vi er en meter fra hverandre og har den dialogen hele tiden – «Kan du se på den tittelen her?», «Se på det regnskapet her», «Hva betyr det?», «Kan du gi meg en innputt på det?» Vi knar hverandres saker til minste detalj. Det gjør at vi kommer mye sterkere ut. Sluttproduktet blir mye bedre. Den dialogen har vi ikke på hjemmekontoret. Vi ringes gjerne tre ganger i løpet av dagen, men det blir likevel mye sjeldnere enn når vi sitter tett på og har dialogen hele tiden (IP8).

Et annen faktor som også påvirker opplevelsen av samarbeid i det digitale rom er følelsen av avstand som kan oppstå, viser funnene. “Du er nærme folk digitalt, men de er likevel så langt unna. Det er ting her som gjør at det er vanskeligere å samarbeide enn når man er fysisk til stede”, mener IP8. Følelsen av avstand henger sammen med de mellommenneskelige nyansene som forsvinner når man ikke ser hverandre. Der Slack og Google Meet kan by på struktur, oversikt og system i samarbeid, kan de ikke nødvendigvis erstatte det som kroppsspråk, tonefall og annen psykososial kontekst, som et fysisk møte kan by på.

Som tidligere nevnt kan samarbeid variere i form, avhengig f.eks. av hvem som er med og hvilken oppgave som skal løses. Men der noen samarbeid krever strukturert utveksling av skriftlig informasjon, kan andre samarbeid kreve tett personlig dialog. I sistnevnte tilfelle kan det oppleves som at rolledynamikken i et team kan påvirkes annerledes av å samarbeide i digitale rom, enn i fysiske rom. Ved ikke å kunne benytte seg av de fysiske rommet fordeler i en dialog, kan det være vanskeligere å skape den psykososiale tryggheten som trengs for at et team skal fungere optimalt.

Hvis du skal komme i mål da, så er det litt enklere å møtes fysisk. Og ofte fordi folk er bekymret for helt forskjellige ting. Noen blir jo lett bekymret. Andre får da rollen til å ikke være bekymret, og den typen roller tror jeg er vanskeligere å få til å fungere på video (IP12).

En løsning kan da være å bruke det digitale rommet og det fysiske rommet mer bevisst i de ulike deler av arbeidsprosessen. Men det har vært like enkelt i praksis det siste året, på grunn av koronapandemi og smittevern hensyn.

## **4.4. Det digitale relasjonelle rom - færre uformelle samtaler og møtepunkter gir mindre følelse av fellesskap**

### **4.4.1. Krever en fysisk relasjon først**



Trygg samhandling i det digitale rom krever at man bygger relasjoner i det fysiske rom først (Funn 8):

En av de vesentlige forskjellene på å tilbringe arbeidsdagen i de fysiske rommene på kontoret og de digitale rommene på hjemmekontor har handlet om kulturbygging. På kontoret har mye av kulturbyggingen i redaksjonen skjedd organisk, enten det er ved kaffemaskinen, ved lunsjbordet, eller i en avdelingssofa. De ulike mediehusene og avdelingen har varierende grad av kulturbyggende innslag i løpet av en arbeidsuke. Noen har vinlotteri og fredagskos, andre har faste avdelingslunsjer, men uavhengig av frekvens og mengde byr samtlige av de fire Schibsted-avisenes arbeidsrutinene på både noen innslag av planlagte kulturbyggende tiltak og tilfeldige kulturbyggende tiltak.

I likhet med mange andre bransjer bedriver også alle de fire Schibsted-avisene kulturbyggende tiltak utenfor arbeidstiden. Det kan være større planlagte sammenkomster som sommerfester og julebord, og det kan være mer spontane tiltak som f.eks. fredagspils. Under koronapandemien har det av smittevern hensyn vært langt mindre muligheter til å bedrive kulturbygging utenfor arbeidstid enn før. “Det er begrenset med utepils, fredagspils og den slags. En lang periode hadde vi lunsj på fredagen med Kahoot. Det er det lenge siden vi har hatt nå”, forteller IP4.

Forsøkene på å bedrive sosiale og kulturbyggende tiltak innenfor arbeidstiden i de digitale rommene, har variert. Men det som erfaringsvis har vært enkelt å få til i det fysiske rom, har ikke nødvendigvis falt seg like naturlig i det digitale rom:

Vi hadde i hvert fall en quiz. Det var jeg ikke med på selv, for jeg synes sånne ting er så veldig kleint. Det tror jeg det var også. Det blir enormt krampaktig. Det er hyggelig å være med for å støtte opp om greier, men det klarte jeg ikke (IP9).

Det er ikke bare de formatet som nødvendigvis oppleves som mindre attraktivt for sosiale sammenkomster. Etter et år på hjemmekontor, med mindre varierte arbeidsrutiner og mer digital tilstedeværelse, er det ikke nødvendigvis mer skjermtid som gir journalistene en sosial vitamininnsprøytning. “Nå tror jeg bare alle er så drittlei at de trenger ikke å sitte og ha et sånt hyggelig møte på Meet. Altså det er ikke hyggelig lenger på en måte”, forklarer IP12.

Funnene i denne studien viser at de kulturbyggende tiltakene i det fysiske rom ikke bare er viktig for den enkelte journalists arbeidsglede, det er også viktig for å sikre det faglige samarbeidet og samhandlingen. Særlig spiller det å bli kjent med hverandre utenfor arbeidstid en viktig rolle. Der oppstår det gjerne situasjoner hvor journalistene seg imellom kan dele både morsomme og triste historier, som ikke er naturlig å dele i de digitale arbeidsmåtene. IP12 utdyper: “Jeg tror man oppnår en større nærhet til mennesker fysisk. Og særlig i litt mer sånn uformelle fora, om det er å spise lunsj sammen eller at man drikker øl sammen etter jobb”.

Denne kunnskapen om hverandres liv vil senere kunne komme til nytte i arbeidsprosesser som krever at man jobber sammen: Det er så mye bra som oppstår journalistisk når folk kjenner hverandre og vet hvordan man kan dra nytte av hverandre. Alle sosiale ting man gjør sammen er en snarvei inn i den boksen, påpeker IP9. Men det er ikke bare arbeidsprosessene som kan nyte godt av de kulturbyggende tiltakene utenfor arbeidstid. Også arbeidsmiljøet i sin helhet kan påvirkes positivt i positiv retning:

Du blir kjent med kollegene dine på en helt annen måte. Det blir mye gøyere å være på jobb når man kjenner folk skikkelig. De tunge dagene går lettere når de kommer. Og så er det jo gøyere å samarbeide hvis man leser folk bedre. Det gjør man hvis man har møttes i uformelle settinger og snakket om helt andre ting enn saker og arbeidsmetoder (IP5).

Der mangelen på kulturbygging i de digitale rommene i denne perioden kunne skapt problemer for både arbeidsmiljø og samarbeid, har samtlige av de fire Schibsted-avisene hatt muligheten til å lene seg i stor grad på gamle rutiner og gamle kjennskap. I motsetning til mange andre bransjer har ikke mediebransjen i Norge vært preget av så stor utskiftning av arbeidskraft. det er riktignok nye vikarer og ansatte som har tiltrådt i samtlige av de fire avisene i denne perioden. Men den største andelen av arbeidstagerne var allerede ansatt og godt kjent i avisen, før koronapandemien inntraff.

Siden vi er en redaksjon med folk som har jobbet her i mange år, frem til nå nylig, med litt utskiftning, så har ikke det vært noe problem. Vi kjenner hverandre godt, vi har vært på fester. Noen har vært kolleger i både ti og femten år. Da er det lett. Men jeg skjønner at for nye som kommer inn, er dette her selvfølgelig ikke nok (IP1).

Selv om mange av journalistene i de fire Schibsted-avisene har lang fartstid å lene seg på viser funnene i denne studien at det er stor enighet om at det fysiske rommet spiller en avgjørende rolle for det å bli kjent med kolleger, og at det digitale rommet ikke alene kan erstatte den rollen. Funnene viser også at det er stor enighet om at disse relasjonene påvirker journalistenes arbeidsprestasjoner. IP10 utdyper: “At det er vennskap, at vi kan spøke, at vi er trygge og har en tone, at folk er trygge, er vesentlig for å kunne prestere. Det tror jeg ikke kan overvurderes”.

Denne psykososiale tryggheten kolleger imellom har også betydning for idéskaping og idéutvikling i redaksjonen. “Det er mye lettere å kaste frem en litt vågal idé til noen du føler at du kjenner og er trygg på, forklarer IP7. En viktig del av denne arbeidsprosessen er også at det er mulighet for å komme med konstruktiv kritikk underveis. Og noen ganger også kunne “formidle uenighet eller “kverke en baby”, som IP1 omtaler det. Slike samtaler om faglig kritikk og kritiske tilbakemeldinger virker det å være stor enighet blant journalistene om at egner seg bedre i det fysiske rom med trygge relasjoner, enn i det digitale rom, hvor det er vanskeligere å lese hverandres reaksjoner:

Jeg tror det er lettere å kunne diskutere ideer mer åpent i det fysiske rommet. Jeg har vært veldig tilhenger av at vi må ha en så stor trygghet og en takhøyde i sånne avdelingsmøter at vi må kunne få lov til å si «Denne ideen var ganske dårlig. Det er ikke noe å gå videre med.» Jeg tror det er lettere å si i en fysisk setting hvor vi ser hvordan folk reagerer og når vi sitter sammen. Det er lettere når man har en lagfølelse (IP6).

#### 4.4.2. Høyere terskel for å ta ordet

Terskelen for å ta ordet i digitale møter oppleves som høyere enn i fysiske møter (Funn 9):

Etter de første digitale avdelingsmøtene som kom brått på journalistene i mars 2020, er det mye som har skjedd med både digital kompetanse hos den enkelte og gjennomføring av selve møtene. Journalistene har tilpasset seg det digitale rommet og oppfører seg nå langt likere slik en møtesituasjon ville vært i det fysiske rom. “Etter dette året, takler vi det stadig bedre

med å la samtalen gå, holde kjeft, og at det til og med er mulig å hoppe inn og komme med noen replikker”, beskriver IP10. Men det er fortsatt noen signifikante forskjeller som man ikke nødvendigvis kan trene seg ut av. “Vi har kanskje kommet dit at jeg tror vi er så vant til det som vi kan bli nå, omtrent. Det som er forskjellen nå er det som er de uoverkommelige forskjellene”, forklarer IP9.

Funnene i denne studien viser at en av de tydeligste forskjellene på fysiske og digitale møterom er hvordan regien på møtene utspiller seg. Der redaksjonsmøtene i fysiske møtelokaler gjerne var en arena for interaksjon og diskusjon, bærer de digitale møtene mer preg av å være kommunikasjon hvor en møteleder fremfører noe, og tilskuerne svarer på henvendelsene:

Når du sitter på et Google Meet-møte med veldig mange deltagere, hvor det også er en leder som har regien, er det klart at de har regien på en helt annen måte enn når man sitter i et stort rom. Da blir det mer sånn «Dette må du levere» i stedet for at det blir en diskusjon rundt for eksempel om dette er noe vi skal ha, om det er bra, og så videre (IP2).

Det digitale rommet er også utstyrt med noen teknologiske utfordringer som legger en demper på kommunikasjon og samhandling i møtene. En av dem er at forsinkelsene som redegjort for i funn 3 gjør det vanskeligere med et raskt og naturlig ordskifte. Hvis flere digitale møtedeltagere forsøker å kaste seg inn i samme diskusjon blir det fort til at man snakker i munnen på hverandre. Det å bryte inn i en samtale skjer heller ikke like naturlig og sømløst som det gjør i det fysiske rom. Lang ventetid for å komme til ordet, kan gjøre samtalene uoversiktlige og det kan også ha en passiviserende effekt på møtedeltagerne:

Det er vanskelig å vite hvem som snakker. Eller å ende opp med å ikke avbryte hverandre. Litt vanskelig å komme til ordet iblant. Lett at det blir litt sånn: Ja, nei vet du hva, nå klarte jeg ikke å få sagt det jeg skulle si de to gangene jeg prøvde. Da bare gir jeg opp og så sitter jeg passiv, og så svarer jeg på noen mail (IP12).

For å imøtekomme kommunikasjonsutfordringene som typisk oppstår i det digitale rom, har videokonferanse-plattformer som Google Meet det siste året lansert flere nye funksjoner,

deriblant meningsmålingsverktøy, mindre grupperom i møterommet og digital håndsopprekning. Det siste gir møtedeltagerne muligheten til å signalisere til møteleder at de ønsker å si noe i møtet. Dette gir muligheter for en mer oversiktlig diskusjon, men samtidig kan det også legge demper på engasjementet:

Man må bruke den hånden hvis man har et spørsmål eller vil komme med et innspill. Det er ekstremt kunstig. Det er ingen som holder på sånn i virkeligheten, å rekke opp hånden. Så det blir bare mindre og mindre spontanitet etter hvert som folk er blitt mer og mer vant til videosamtaler, for folk vil at det skal ta kortest mulig tid (IP5).

Det er ikke bare regien av møtene og teknologi som brukes som byr på utfordringer i det digitale møterommet. Funnene i denne studien gir sterke signaler på at journalistene opplever det digitale møterommet som mer formelt enn det fysiske møterommet. “Med en gang du fremfører det i et møte, virker det mer forpliktende og seriøst. Det er en mer formell setting. Da er det vanskeligere å ha den uformelle praten du får ved å bare henger rundt folk”, forklarer IP7.

Følelsen av at møtet har en mer formell ramme gjør også at møtedeltagerne opplever at terskelen for å komme med innspill og ideer er høyere. “Det må være en skikkelig god idé, eller det må være mye høyere kvalitet på ting for å komme med det i et digitalt møte, enn å komme med det i et fysisk møte,” mener IP11. Ved at færre uferdige ideer og tanker bli presentert for redaksjonen, risikerer man også at det som kunne blitt til gode saker kan forsvinne mellom sprekke:

Det er vanskeligere å hive seg frempå, og folk har kanskje litt høyere terskel for å komme med en idé som er litt halvtygd og som de ikke er helt sikre på hvor de vil hen med. Men den typen idé kan være veldig nyttig, fordi noen andre ofte har tenkt på det samme, eller de kommer med en oppfølgende idé som gjør at det kan bli til noe (IP7)

Følelsen av at møtene er mer formelle gjør også at frykten for å gjøre noe feil som kan bryte flyten og formen på møtene er større. Det kan gjøre at journalistene i større grad begrenser seg i kommunikasjonen enn de ville gjort i fysiske møter. IP9 forklarer det slik: “Du veier

dine ord mer i en setting som dette. Det er vanskelig å ro seg vekk hvis du først ramler utpå med noe teit”. Der virkemidler som gestikulering, humor og annet kroppsspråk kan glatte over uttalelser i et fysisk møte, opplever ikke journalistene at dette er like tilgjengelig i de digitale møtene. At møtene oppleves som mer formelle gir dessuten journalistene en følelse av viktighet, som igjen gjør terskelen for å bruke av den tilmålte tiden høyere:

Jeg synes det kan være litt vanskelig med de møtene der vi er veldig mange. Fordi du føler at du stjeler andres tid når du snakker. Ofte er det litt sånn avmelding. Noen ganger kan vi være 10–12 stykker på de morgenmøtene og da nytter det ikke å begynne; ja jeg tenkte på at vi kanskje burde ha ... Altså da skal du være ganske sånn presis for at det ikke skal ødelegge for andre (IP11).

At det å bruke av den tilmålte tiden i de digitale møtene kan oppleves som tidstyveri er et paradoks, da det ville tatt like lang tid å ytre det samme i et fysisk møte. Jevnt over beskrives også de digitale møtene som kortere og mer disiplinerte enn de fysiske møtene, noe som tilsier at man totalt sett opptar mindre av sine kollegers tid. Likevel er det et tydelig funn at erfaringene med møtenes form, funksjon, innhold og regi gjør at terskelen for å ta ordet i de digitale møtene oppleves jevnt over høyere enn i de fysiske møtene.

#### 4.4.3. Færre uformelle møteplasser

Det digitale redaksjonsrommet byr på færre uformelle møtepunkter enn det fysiske redaksjonsrommet (Funn 10):

Der de digitale møterommene har funksjoner som er tilrettelagt for møter som har en tydelig agenda eller en konkret oppgave å løse, viser funnene i denne studien at det samme universet ikke byr på så mange uformelle møtepunkter. Et digitalt møtepunkt, enten det er kommunikasjon på Slack eller Google Meet, har både en tidsbegrensning og en avgrenset mengde mottagere, sammenlignet med hva et fysisk møte kan ha. I det øyeblikket man logger av et videokonferansemøte må det en aktiv handling til for at man skal kunne fortsette samtalen med noen av møtedeltagerne. Etter et fysisk redaksjonsmøte er det derimot langt flere muligheter for at kommunikasjonen kan fortsette organisk i nye former. “Når folk

skjenker en kopp kaffe etter et møte, er det enklere å komme med et innspill eller utbrodere det man allerede hadde begynt å si, som kan man kanskje ikke hadde fått fullført”, påpeker IP5.

I de fysiske redaksjonslokalene finnes det en rekke uformelle møtepunkter, som journalistene tar i bruk på daglig basis. Et generelt kjennetegn for disse møtestedene er at de ligger tett på de fysiske plassene hvor journalistene utfører sitt journalistiske virke. Et annet kjennetegn er at grensene for hva som er regnet som sosial kommunikasjon og hva som er regnet som faglig kommunikasjon i disse møtene er gjerne flytende. “Jeg ringer ikke rundt til folk i redaksjonen for å høre hva de jobber med når jeg sitter på hjemmekontor. Men jeg gjør jo det når jeg treffer folk i gangen og i redaksjonsmøter”, utdyper IP5.

At de muntlige samtalene i de fysiske lokalene kan oppstå spontant og tilfeldig fremstår også som en styrke. Det virker å ha betydning for de kreative prosessene med idéskapning og idéutvikling, men også for alle *mikro-innspillene*, som har potensial til å ta en sak i en bedre retning eller løfte kvaliteten noen hakk:

Det er veldig mye lettere å idémyldre når du sitter fysisk sammen, og det er også veldig mye enklere å bare rope til noen andre som sitter på pulten ved siden av hvis du trenger et enkelt innspill til noe du skriver. Det er litt høyere terskel for å skrive til noen på Slack eller ringe dem hvis du bare er i tvil om en formulering eller noe som ikke er superviktig, men som likevel kan bidra til å gjøre det du jobber med bedre (IP7).

I teorien er det fullt mulig å tilrettelegge for sosiale og mer uformelle møtepunkter også i de digitale rommene. Og særlig på Google Meet, hvor man har muligheten til å både se og høre hverandre på likt. Flere av redaksjonene i denne studien kunne melde om ulike forsøk på dette i starten av pandemien, men det kan virke som en kombinasjon av allerede mye skjermtid og erfaring med manglende utbytte, har lagt en demper for dette. IP2 forklarer: “I begynnelsen hadde vi bolle-møter på fredager. Det sluttet vi raskt med. Det er jo ikke der du gidder å møte folk. Det handler om en tretthet over hvor mye man gidder å sitte på skjerm”.

Det kan virke som det spontane og tilfeldige preget som disse uformelle møtene har gjort det vanskelig å gjenskape denne funksjonen i de digitale rommene, hvor kommunikasjon krever en mer aktiv og planlagt handling. Funnene i denne studien tyder også på at kombinasjonen

av disse uformelle møtene og den uformelle dialogen som oppstår er med på å gi disse møtene en viktig funksjon, som er vanskelig å overføre til det digitale rommet:

Det er en klisjé å si det, men det foregår ved kaffeautomaten, i gangene, man stikker hodet inn i et rom der noen sitter og jobber med noe spennende, man hører hva de jobber med, og så kan man si: «det høres spennende ut, jeg har en idé til hvordan du kan løse det!» eller «dette bør du få med deg!» (IP5).

Disse fysiske møtene virker ikke bare som en inspirasjon og motivasjon for å dele ideer og informasjon i redaksjonen, det kan også virke som at det å se hverandre kan være en påminner i seg selv. “Du kommer på en idé som du egentlig hadde glemt. Men så dukker den opp igjen når du ser personen”, beskriver IP11. Der man i det fysiske redaksjonsrommet gjerne så og omgikk folk fra flere avdelinger på daglig basis, er det begrenset hvor mange journalistene treffer daglig i de digitale rommene. For mange begrenses nå den daglige omgangen med kolleger seg til dem man er i samme avdeling eller team med. Ved at færre møtes på tvers av avdelinger på disse uformelle møtepunktene tyder funnene i denne studien på at det også blir mindre av uformelle ideer, tips og informasjon på tvers i organisasjonen:

Denne delingen på tvers har vi nok mistet mye av – at kultur får noe som kan være interessant for oss, for eksempel. «Se på pengebruken der» eller «Jeg hørte noe der» og de små greiene. Hvis jeg får noe som er interessant for sport eller kultur er det sjeldnere at jeg tar opp Slack og skriver en utvidet melding til sportslederen om det jeg har hørt eller vet, eller om regnskapet jeg har sett i en eller annen idrettsklubb som kan være interessant. Det hadde jeg gjerne nevnt for ham ved kaffemaskinen (IP8).

Ved siden av kaffemaskinen er også lunsjbordet en gjenganger blant de uformelle møteplassene. Her deles gjerne faglige ideer, informasjon om arbeidsplassen, personlige historier og sladder om stort og smått. “Vi er jo kjent for å ta veldig lange lunsjer” forteller IP7. Hvordan og hvor mye journalistene bruker de ulike uformelle møtepunktene varierer stor, men funnene i denne studien tyder på at disse møtene utgjør en viktig del av den journalistiske arbeidsrutinen både faglig og sosialt. Og like viktig, at det faglige og det sosiale fungerer sømløst sammen i disse møtene:



Vår gruppe sitter veldig tett sammen uten noen form for skjerming mellom hverandre, så vi prater egentlig ganske mye på tvers i arbeidstiden mens vi satt på hver vår pult, så det var nok der vi pratet aller mest. Men også i den såkalte sosiale sonen. Så jeg vil si at kaffemaskinsonen, kantinen, men også ved pultene er de typiske ... Det høres jo ut som vi aldri jobber når vi var på jobb, men det hendte at vi fikk lagt inn litt skriving innimellom mellom all praten (IP7).

Man skal heller ikke undervurdere viktigheten disse møtene har for journalistenes motivasjon i arbeidsdagen. Både når det gjelder arbeidsglede, men også når det gjelder det å prestere best mulig faglig: “En viktig faktor er motivasjon. At du opplever at ting er gøy og spennende og man har gode samtaler og får utviklet ideer og blir gira. Den merker jeg er lavere når vi sitter på digitale møter”, beskriver IP12.

#### 4.4.4. Avbrytelser og digresjoner er viktig for kreativiteten

Uformelle samtaler, digresjoner og avbrytelser er viktig for kreative tankeprosesser og ideutvikling (Funn 11):

Mangelen på uformelle møteplasser har gjort at det er færre uformelle samtaler som oppstår i løpet av en arbeidsdag, viser funnene i denne studien. I tillegg antyder de at det ikke bare er antallet som har sunket, men at den kommunikasjonen som faktisk foregår i det digitale rom også består av færre digresjoner og avbrytelser, enn det gjorde i de fysiske rom. “Det er mye mindre rom for spøk og tull og tøys, og avstikkere, som likevel ofte kan ende opp i en kjempegod sak. I digitale møter handler alt om å bli ferdig med dette møtet og komme seg videre, beskriver IP11. At digresjoner og avbrytelser i den daglige kommunikasjonen har vært såpass utbredt, har nok vært en usynlig del av arbeidsrutinene for de fleste journalister før koronapandemien.

Jeg tror kanskje at jeg tilla de samtalene mindre verdi tidligere, men så tror jeg også at møtene vi hadde rent fysisk var annerledes enn de vi har nå. Så de uformelle samtalene var jo ofte både innledningen og avslutningen på vårt felles morgenmøte, og vi har litt av det nå også, men ikke like mye (IP7).

I en hektisk arbeidsdag i et åpent kontorlandskap var nok ikke forstyrrelser alltid en like velkommen del av arbeidsrutinen. Med begrensede muligheter til å trekke seg tilbake til stillesoner, kunne støy og avbrytelser får betydning for den enkelte journalists tempo og produksjon. Dette støtter også funn 1 i denne studien, som viser at journalistene opplever at de jobber mer effektivt og produktivt på hjemmekontor. Men i sin nye tilværelse, som kan være både roligere og fredeligere, viser funnene her at mangelen på uformelle samtaler påvirker kreativitet og engasjement:

De første månedene med hjemmekontor i fjor, var jeg nok ikke var alene om å kjenne: «Gud, så deilig det er», for vi her sitter vi i landskap og veldig tett. Det er veldig mange. Vi blir jo også veldig forstyrret. Da kjente jeg veldig på at det var deilig med hjemmekontor. Vi kunne få gjort mye. Det var effektivt og fredelig. Men etter hvert som månedene har gått, så har det kommet sterkere for meg at alle forstyrrelsene ikke bare er forstyrrende. Det er faktisk litt av arbeidet, litt av idéutvekslingen og kommunikasjonen (IP4).

Ved å fjerne mye av de mellommenneskelige elementene i kommunikasjonen, så kan også informasjon som senere kan vise seg å være viktig, forsvinne på veien: “Hvis vi ikke sladrer om morsomme ting folk har sagt til oss, så går vi ofte glipp av noen gode saker”, mener IP12. Funnene her tilsier at journalistene verdsetter de uformelle samtaler høyt, og at de anser at en sammensmelting av det faglige og det sosiale er et viktig fundament i journalistenes kreative samhandling og samarbeid:

Veldig mye av magien i en avisredaksjon skjer når folk prater sammen. Man slenger ideer høyt og lavt. Man blander seg inn i saker man egentlig ikke har noe med. Mye av det jeg sitter og gjør på jobben i dag, er å plutselig være involvert i masse saker jeg egentlig ikke jobber med, som andre jobber med. Det opplever jeg nesten er helt borte (IP3).

Journalistene opplever at denne uformelle samhandlings-dynamikken er vanskelig å gjenskape i det digitale rom, selv om man forsøker å tilrettelegge for kreative diskusjoner. IP10 forklarer: “Disiplineringen som virker i andre settinger, ødelegger for det kreative. Det

er noe med idémøter i seg selv, det er ikke på kommando ideene kommer. Men nå møtes vi bare der, ikke rundt kantinebord, i heisen og alt det”. Her setter altså både teknologi og det psykososiale faktorer som skaper begrensninger for hvor fritt og uformelt kommunikasjonen kan flyte innad i gruppen i digitale møter:

Når man sitter sammen og jobber med noe eller prater om noe i en gjeng, så vil jo folk lett skyte inn ting og komme på ting, mens du på Meet sitter og venter veldig og så tenker du; å det må jeg huske å si når det er min tur. Og så får du ikke den dynamikken som gjør både at man kanskje kommer frem til gode ideer, men også at blir litt gira. Jeg tror det er helt sentralt for idéutvikling (IP12).

Kreative prosesser som idéskaping og idéutvikling ikke er arbeid som nødvendigvis kan skje på kommando, det krever at arbeidsdagen legger til rette for at disse arbeidsprosessene har flere valgmuligheter. “De apropos-samtalene som fører til noe fint senere, oppstår ikke på videochat, for folk er så opptatt av at vi skal ha disiplin”, påpeker IP5.

En annen konsekvens av at journalistene sitter på hjemmekontor, med de digitale kommunikasjonsverktøyene som fellesarena, er at mer av idéarbeidet er blitt individualisert, viser funnene. I mangel av redaksjonsrom som fungerer optimalt til kreativ samhandling, i melder journalistene om at de er mer overlatt til seg selv i disse arbeidsprosessene. “Man opp med å sitte mye alene og pønske ut ideer. “Du får aldri noen bekreftelse på om det er en god eller dårlig idé når du sitter alene”, påpeker IP5. Og legger til: “I verste fall går vi glipp av en del nytenkning eller nye måter å løse saker på, eller så ser vi kanskje ikke de sakene vi burde ha skrevet”.

At det fungerer å overlate en såpass stor del av den journalistiske arbeidsprosessen til den enkelte journalist kan skyldes at det er lange og tradisjonsrike rutiner og mye erfaring å lene seg på i mediehusene:

Det fungerer fordi de er flinke folk. Fra nyhetsledernes side også, for at de skal greie å mestre den arbeidsdagen hvor alle sitter med hjemmekontor, så er de også veldig avhengig av det. Så hele idéarbeidet består av at vi selv langt på vei kommer på hva vi skal jobbe med, men kanskje vel så viktig er at vi selv definerer i mye større grad hvordan vi skal løse sakene. I et

fysisk redaksjonslokale på sitt beste har du i mye større grad en slags kontinuerlig prosess, hvor du snur litt om på hvordan saker skal løses og skrives (IP3).

Hva slags konsekvenser individualisering av det kreative arbeidet vil ha for innholdet i journalistikken er altfor tidlig å si. Men funnene i denne studien tilsier at journalistene selv opplever at det i stor grad er rutine og erfaring som sikrer et vellykket produkt, og at det er lengre mellom de uforutsigbare og originale sakene. IP2 utdyper: “Man kommer nemlig aldri dit at man tenker utenfor boksen. Det er mange færre som driver seg selv og utvikler egne ideer”. Selv om journalistene erfarer at både leverer på produksjonsvolum og kvalitet opplever de likevel at det er færre saker som overrasker leserne på kreativt vis:

De sakene som får leserne til å si: «Shit», det som er noe oppsiktsvekkende. Ikke teite tabloidnyheter, men som genuint er «jøss», du blir litt overrasket og må lese den saken. De sakene, i hvert fall hos oss, oppstår kollektivt. De er ikke noe vi har i ryggmargen å skrive. De oppstår spesielt i en kollektiv prosess når man er fysisk sammen. Og det har man nok slitt med å gjenskape. De sakene sitter lenger inne å lage. Vi har merkbart færre av dem (IP3).

På tross av forsøk på å tilrettelegge de digitale rommene for uformelle samtaler, er det et tydelig funn i denne studien at det er vanskelig å erstatte de behovene som de fysiske rommene tilfredsstiller. Et typisk trekk er at behovene er sammensatte og kan variere fra journalist til journalist. Det kan være et sosialt behov, som IP11 beskriver her: “Mye av gleden er knyttet til folkene man treffer hver dag. Å kunne oppdatere hverandre på viktige ting, altså at noen vet hvordan det gikk med den plenklipperen som var ødelagt, eller hvordan det går med hunden din”.

Det kan også handle om kollegial god kjemi, som IP6 beskriver: “Jeg har veldig sans for måten han eller hun jobber på. Nå går jeg bort dit og tar en kaffekopp» og så finner man kanskje ut at her er det noe vi sammen kan gå videre med”. Eller det kan være et behov for å motiveres, som IP2 forteller om her: “Det som kanskje er krevende er å holde nerven og kjenne på hvor det skjer, så man ikke suller seg inn i sin egen verden”. Uavhengig av hvilket behov som er størst er det tydelig at korte og planlagte digitale møter kan ikke veie opp for alle de ulike type samtalene som oppstår i løpet av en arbeidsdag, når man tilbringer mesteparten av tiden i hverandres selskap:

Et morgenmøte på 15 minutter, og et avdelingsmøte på én halvtime, én gang i uken, det kan jo aldri erstatte sju–åtte timer i samvær og samhandling med andre, spontane utvekslinger og ting og tang som dukker opp over bordet. Selv om vi kan ta kontakt, selv om vi kan ringe og så videre ... det er ingenting i veien, og det fungerer greit den stunden vi er sammen digitalt, men det kan ikke erstatte det å være sammen hele dagen (IP4).

#### 4.4.5. Fellesskapsfølelsen er svekket

Fellesskapsfølelsen og samhandling på tvers i redaksjonen synker når man bare møtes i digitale rom (Funn 12):

Etter et drøyt år på hjemmekontor er det blitt tydelig at de fysiske rommene på kontoret har noen egenskaper, som ikke de digitale rommene på hjemmekontor ikke har klart å gjenskape. Funnene i denne studien viser at mangelen på uformelle møtepunkter og uformelle samtaler oppleves som et savn for journalistene. “Det er mye kjærlighet og vennskap i redaksjonen. Det er vanskeligere å holde ved like”, forteller IP1. “Jeg savner å se folk, altså. Nå er møtene nesten litt enetale-preget, påpeker IP6.

Selv om arbeidsoppgavene, de faglige vurderingene og produksjonssystemene er de samme som før, er ikke opplevelsen av jobben som journalist nødvendigvis den samme lenger: “Vi sitter og gjør det samme, med de samme verktøyene, de samme prosessene, men for min del oppleves det helt annerledes. Det oppleves mye kjedeligere. Jobben er ikke like gøy som den egentlig er, mener IP3.

Funnene i denne studien vitner om at det fysiske møtet ikke bare har motiverende og engasjerende effekter på journalistene, men det er også med på å sikre en psykososial trygghet i teamene og avdelingene. “Når du møter folk daglig, skaper det en trygghet. Det blir på en måte din andre familie”, forteller IP2. Denne fysiske møtefrekvensen har riktignok koronapandemien satt grundig kjepper i hjulene for det siste året. “Jeg føler jo at jeg aldri snakker med disse folkene lenger. Som jo frem til dette var de jeg snakket aller mest av alle med, bortsett fra den nærmeste familie”, beskriver IP7.

Men det er ikke bare å møte de kollegene man kjenner best som later til å være et savn. Det er også sterke signaler i funnene på at journalistene savner redaksjonen som helhet, og det fellesskapet de utgjør til sammen.

Jeg savner det å kunne samles, le ordentlig sammen, se hverandre. Møtes på alle måter. Det at vi treffer mange flere. Vi treffer ikke bare de du planlegger å treffe. Det å kunne oppsøke hvem som helst, slå av en prat. Spørre om faglige ting. Le sammen. Høre hva som foregår i den andre enden av lokalet, hva de andre driver med. Er det noe moro på gang her. Være en del av et stort fellesskap, da. Nå blir man en del av et ganske lite fellesskap, og vet så lite om de andre (IP10).

At journalister er sosiale flokkdyr er en beskrivelse som går igjen. De er avhengig av motivasjon og energi fra andre kolleger for å levere de virkelig gode sakene. “Jeg tror nok mange føler at den lagfølelsen og den helhetlige redaksjonen er i ferd med å sprekke litt opp. Det er ingen sosiale ting heller. Det er ingen lønningspils. Det er ingen ting som skjer som gjør at man bygger laget”, beskriver IP8. Det snakkes varmt om at det er mye kjærlighet og vennskap i redaksjonene, men disse felles båndene trenger felles arenaer for å kunne ivaretas. IP9 forklarer: “Det å se hverandre, være sammen og feire oppturer sammen og snakke om nedturer, ha sommerfest, og bare få den feedbacken fra folk som forteller deg at du er en del av denne flokken er kjempeviktig”. Men det er ikke bare de store feiringene og de planlagte sammenkomstene som journalistene trekker frem som styrker i det fysiske rom, det er like mye den dagligdage omgangen man har med hverandre på en arbeidsplass hvor mange mennesker befinner seg under samme tak:

Det er fra å gå inn og hilse på vekten, til å hilse på folk i trappen. Gå gjennom deskområdet, gjennom foto, hilse på folk, slenge en replikk. Å allerede ha hatt kontakt med femten mennesker før jeg når pulten min. Å komme hjem til flokken min der jeg hører til. Fysisk ha passert hele fellesskapet jeg er en del av. Mange sånne blikk og sånn før jeg setter meg ned. Det er klart det er noe helt annet enn å loffe inn på spisebordet (IP10).

At mange nå opplever at den daglige samhandlingen i stor grad begrenses til eget team eller avdeling har ikke vært mulig å veie opp ved å ha regelmessige felles digitale møter. “Vi har jo felles evalueringer, orienteringer og så videre, når alle er til stede. Men det er selvfølgelig på en helt annen måte, med mikrofoner. Ikke personlig. Men vi er jo der og hører det samme”, forteller IP4. “Jeg savner å se folk, altså. Både kolleger man har hatt i mange år og nye folk. Det å kunne kommentere ting som kommer fra ledelsen i møter helt spontant. Nå er møtene

nesten litt enetalepreget”, forteller IP6. Selv om journalistene i alle de fire Schibsted-avisene ukentlig har noen arenaer hvor hele eller store deler av redaksjonen inviteres til å delta, så oppleves denne deltagelsen altså som mer passiv enn den gjorde i fysiske allmøter og fellesevalueringer:

Mitt arbeidsmiljø nå begrenser seg til den prosjektgruppen jeg er i, og til dels min egen gruppe. Så har vi møteplasser som evalueringer en gang i uken og infomøte en gang i uken, der nesten hele redaksjonen er med. Men interaksjonen min med folk på desken eller i sporten, på kultur eller hvor det måtte være er nærmest ikke-eksisterende (IP9).

Et siste funn i relasjonelle rommet som er verdt å merke seg, er at den symbolske tilknytningen til selve mediehuset står langt sterke i det fysiske rommet, enn i det digitale rommet. Alle mediehusene i denne studien har lang fartstid i det norske mediemarkedet og har innehar stolte tradisjoner av både synlig og usynlig karakter. For eksempel støtter både språkbruk og normer opp under en idé om at jo nærmere man sitter nyhetsdesken, jo tettere på nyhetsbildet er man. IP3 forklarer: “Når du sitter i et redaksjonslandskap, er du mye mer på nyhetstemperaturen. Du får med deg det som skjer. Du er en del av det som skjer, av det store nyhetsbildet også”. Funnene tilsier at den symbolske tilknytningen journalistene føler til sine respektive arbeidsplasser også handler om ideen om hva redaksjonsrommet representerer, men også hva hele medieinstitusjonen er:

Det er nok for det første følelsen av at du går inn i et hus med en kultur, med en plass, en institusjon ... Det er den tilhørigheten som er veldig viktig. Av og til går jeg en omvei fra Nationalteatret bare for å gå opp Akersgata. Få den følelsen ... Få den lille psykologiske påminnelsen om at jeg har en jobb å gjøre og er en del av en påle, av en institusjon, av en plattform (IP1).

Viktigheten av fellesskapsfølelsen til redaksjonene og tilhørigheten til mediehusene utpeker seg som sentralt i denne studien. Det blir også tydelig at de digitale rommene ikke har ikke har klart å erstatte de fysiske rommene så langt, og at det finnes noen barrierer der fortsatt som kan være krevende å overvinne. Der de ulike funnene som er presentert i dette kapittelet viser at journalistene vektlegger det digitale rommet i ulik grad i de ulike funnene. Men når

det kommer til å bygge kultur på tvers i organisasjonen er det en felles opplevelse at det fysiske rommet er den ubestridte vinner.

Å stå i det spennet mellom å utøve en jobb man vanligvis stortrives med og det å savne et redaksjonelt fellesskap, beskrives godt av IP3: “Hvis noen hadde sagt til meg at sånn som det er nå, skal det være i fem år til, så hadde nok jeg også vurdert å bytte jobb. Hvis du sier at det skal være sånn i ett år til, så skal jeg holde ut det”.

## 5 TRE HOVEDKONKLUSJONER

Med denne studien har jeg undersøkt hvordan digitale kommunikasjonsverktøy (OCS) brukes i journalistiske arbeidsprosesser på hjemmekontor under koronapandemien. Ved hjelp av Harveys teori om tredelt romforståelse (Harvey, 2006) har jeg samlet, sortert og analysert opplevelsene og erfaringene til intervjupersonene. Med utgangspunkt i disse funnene har jeg søkt innsikt i hvorvidt det digitale redaksjonsrommet har fungert som en fullgod erstatte for det fysiske redaksjonsrommet.

Analysen av funnene i denne studien konkluderer med at de digitale rom har fungert som gode erstatte for fysiske rom i journalistiske arbeidsprosesser som omhandler informativ og kortfattet kommunikasjon. Den støtter også at de digitale rom tidvis har fungert bedre enn de fysiske rom, i disse tilfellene. Men analysen konkluderer også med at de digitale rom ikke har fungert som fullgode erstatte for de fysiske rom i journalistiske arbeidsprosesser som omhandler kreativ kommunikasjon. Her er det videre verdt å merke seg at denne studien argumenterer for at et mer bevisst forhold til når og hvordan man bruker de digitale og de fysiske rommene, kan ha potensial til å optimalisere de ulike journalistiske arbeidsprosessene, og dermed også forbedre den journalistiske arbeidsrutinen.

Harveys tredelte romforståelse, hvor det skilles mellom *det absolutte rom*, *det relative rom* og *det relasjonelle rom* har først og fremst fungert som et godt rammeverk for å sortere de ulike funnene i denne studien. Ved siden av å gi en mer ryddig oversikt, har denne teorien også bidratt til at funnene kan sees på og analyseres som, større kategorier. Her blir det tydelig at



*det relasjonelle rommet* innehar flest interessante funn. Dette tegner igjen et bilde av hvilke temaer som har vært mest relevant for problemstillingen i denne studien.

Ved å se de 12 funnene presentert i kapittel 4, i lys av forskningsoversikten som er presentert i kapittel 2, samt tillegge vektingen av funnene på tvers av Harveys rom verdi, vil jeg argumentere for at studien kan peke på tre hovedkonklusjoner. De har alle en hovedforankring i Harveys relasjonelle rom. Men som redegjort for tidligere er det ikke vanntette skott mellom Harveys ulike rom, så det er naturlig at tematikken i hovedkonklusjonene også kan sive inn i de andre rommene.

## 5.1. Det relasjonelle digitale rom har skapt et skarpere skille mellom ulike typer samhandlinger

Etter et drøyt år på hjemmekontor er det foreløpig ingen signaler om at den nye arbeidssituasjonen for journalister har ført til strukturelt lavere produksjon. Tvert imot viser forskning tegn på at det å jobbe hjemmefra, både som journalist og andre lignende yrker, kan være effektivt, og at det finnes eksempler på gode “best practice”-rutiner (Meehan 2020; Waizenegger et al., 2020). Dette støtter også funnene i denne studien. Her beskrives de digitale rommene som arenaer for effektiv informasjonsdeling, samt disiplinert og målrettet kommunikasjon. Videre tyder funnene på at det har oppstått en felles og taust samtykkende forståelse journalistene imellom, om at dette ikke er en arena for løse samtaler, digresjoner og halvtvgde ideer. Der det fysiske rom gjerne var et sted hvor både sosiale og faglige, så vel som informative og kreative samtaler, vekslet naturlig frem og tilbake, viser denne studien at det digitale rommet opererer med langt skarpere skiller.

Ved å ha et digitalt møtepunkt som fungerer såpass effektivt for kommunikasjon kan man diskutere om det har potensial for å kunne påvirke også andre typer samhandling i positiv retning. Tidligere forskning omtalt i teorikapittelet viser at digitale kommunikasjonsverktøy, når de brukes til samhandling i jobb, kan både bidra til å øke kunnskapsdeling og redusere hierarkier (Gibbs et. al 2015; Moran 2020), i tillegg til å legge til rette for informasjonsspredning og idéutvikling (Koivula et al., 2020).

Selv om funnene i denne studien støtter at informasjonsutveksling og kortere dialoger fungerer mer effektivt i de digitale rommene, enn i de fysiske rommene, støtter de ikke at det gjelder alle typer kommunikasjon. Med en gang kommunikasjonen endrer karakter fra informativ til kreativ, viser funnene at det digitale rommet oppleves som en svakere arena for arbeidsprosesser, enn det fysiske rommet. En fersk empirisk studie fra New Zealand støtter også dette. Der viste det seg at kommunikasjonen mellom arbeidstagerne ble mer målrettet og effektiv da den bare foregikk i digitale rom. I tillegg var det et relevant funn at kommunikasjonen i disse rommene hadde endret seg både i lengde, form og frekvens, sammenlignet med det fysiske rom (Waizenegger et al., 2020). Det er også interessant at den samme finske studien som antyder at digitale kommunikasjonsverktøy kan legge til rette for kreativitet, påpeker at de samme verktøyene kan fungere som hindringer (Koivula et al., 2020). Her gir altså ikke tidligere forskning noe entydig svar å støtte seg til.

Et sentralt premiss for denne analysen er at kreativitet i medieorganisasjonene er regnet som en viktig del av det å utvikle innovasjon i journalistikken (Küng, 2017), og at medieinnholdet som skal produseres hele tiden er avhengig av å få ferske ideer på løpende bånd (Nylund, 2013). Da det digitale rommene fordrer samhandling med en tydelig agenda og en tydelig tidsramme, tyder funnene på at sentrale deler av den journalistiske arbeidsrutinen er ekskludert fra disse rommene. Det blir særlig tydelig når man peker på to viktige observasjoner i funnene: Den første handler om at den journalistiske rutinen er preget av samtaler hvor det er sømløse overganger mellom det sosiale og det faglige. Det kan gjerne være uplanlagte samtaler som plutselig oppstår rundt lunsjbordet, ved kaffemaskinen eller over pultene. Men det kan også være i planlagte møter, hvor agendaen er av løsere karakter, som såkalte “apropos-samtaler”, som funnene har antydnet gjerne fører til konkrete saker senere. Her påpekes det i funnene at disse samtalene ikke kan oppstå på kommando. Altså blir det viktig for redaksjonsrommene å inneha mange lavterskeltilbud hvor disse kan oppstå naturlig. Denne studien viser at det ikke er tilfelle i de digitale rommene..

Den andre observasjonen verdt å merke seg spesielt er funnet om at digresjoner, avbrytelser og andre kommunikative avstikkere er en viktig del av den kreative arbeidsprosessen. Dette var en mer usynlig og mindre verdsatt del av den journalistiske arbeidsrutinen før koronapandemien inntraff, antyder funnene. Her fungerer altså den samme kommunikasjonen som kan senke effektiviteten i et rom, som en pådriver til å øke kreativiteten i det samme rom. Men i likhet med mangelen på uformelle møteplasser i det digitale rom, viser funnene at

de digitale rommene også har dårligere forutsetninger for å dyrke de uformelle samtale, som denne analysen vil argumentere for er en avgjørende ingrediens i de kreative arbeidsprosessene.

## 5.2. De mellommenneskelige hindringene for kreativitet i det digitale rom er større enn de teknologiske hindringene

Der tidligere forskningen viser at teknologien kan skape nye veier for samhandling og samarbeid i redaksjonen, sikrer ikke teknologien alene at samarbeidet skjer (Westlund & Krumsvik 2014; Koivula et al., 2020). Men klarer man å overvinne teknologiens utfordringer relatert til kollektiv samhandling, kan det altså føre til økt interaksjon (Razmerita et al., 2014). I denne studien tyder funnene på at teknologiske utfordringer ikke er eneste årsak til at kreativ kommunikasjon, som idéskapning og idéutvikling, ikke fungerer like godt i de digitale rom som i de fysiske rom. Psykososiale begrensninger er også en viktig faktor. For de skriftlige og de muntlige rommene fremstår de teknologiske begrensningene litt ulike. Med de skriftlige digitale kommunikasjonsverktøyene spiller det klart inn at de er mer tidkrevende, enn muntlige samtaler. Jo lengre tid en samtale tar, jo mer ulempe vil da skriftlig kommunikasjon være. For videokonferanseverktøyene skaper skurr, forsinkelser og ulik kvalitet på nettforbindelsen, de største barrierene.

De teknologiske utfordringene med de digitale rommene er riktignok noe som kan løses ved hjelp av teknologiske nyvinninger. Men selv om dette hadde fungert optimalt, støtter funnene at de mellommenneskelige utfordringer gjør opplevelsen av det digitale rommet fortsatt mindre tilrettelagt enn det fysiske rommet. Noe handler om konkrete hindringer, som at en samtale i et fysisk rom kan underbygges av mer nyansert tonefall, kroppsspråk og kontekst enn i de ulike digitale rommene. Men analysen vil argumentere for at den viktigste forskjellen mellom de digitale og de fysiske rommene er at dialog som fordrer samarbeid, kreativitet eller konstruktiv kritikk, krever en trygg relasjon mellom arbeidstagerne i utgangspunktet. At et trygt arbeidsmiljø og godt kommunikasjonsklima har betydning for den positive effekten av de digitale kommunikasjonsverktøyene støttes også av tidligere empiriske studier (Koivula et al., 2020; Bunce et al., 2018).

Man kan argumentere for at de mellommenneskelige utfordringene som oppleves i det digitale rom, kan utbedres på samme måte som de teknologiske utfordringene. De er riktignok av litt mer sammensatt og finmasket karakter, og kan neppe fikses bare ved hjelp av mediebransjens forkjærlighet for *skinnende nye objekter* (Posetti, 2018). Følelsen av at digitale møter er kunstig og unaturlig, at de oppleves som mer formelle, og at man stjeler av andres tid når man snakker i møtene, som alle er beskrivelser hentet fra funnene, handler jo nettopp om mellommenneskelige følelser og forventninger. Funnene i denne studien underbygger sånn sett at en sterk og trygg arbeidskultur er et viktig premiss for kvaliteten på opplevelsen av det digitale relasjonelle rom. Og at veien til å bedre det digitale møterommet som en arena for kreativ samhandling, ligger nettopp der.

### 5.3. Trygg arbeidskultur og sterkt fellesskap må først forankres i et fysisk relasjonelt rom

Der analysen av funnene i denne studien argumenterer for at det er en sterk sammenheng mellom trygge relasjoner mellom kolleger og konstruktive kreative arbeidsprosesser, påpeker den også at disse relasjonene først må oppstå i det fysiske rom, ikke i det digitale rom. Her utpekes typiske møteplasser som kaffemaskinen, lunsjen, fredagspilsen og praten over pultene, som faktorer av vesentlig betydning. Funnene tyder også på at det ikke er den “ene sommerfesten” eller “ene lunsjsamtalen” som er avgjørende, men heller summen av alle små og store møter og samtaler. Man kan altså argumentere for at selv jevnlig planlagte uformelle møter i digitale rom vil ha problemer med å erstatte det som 7-8 timer daglig fysisk samvær på kontoret gjør for arbeidskulturen.

På tross av en profesjonalisering av mediebransjen, med både digitalisering, kulturskifte og inntoget av nye teknologihoder de siste årene (Küng, 2017, Westlund & Krumsvik, 2021; Kosterich & Weber, 2019), tyder funnene i denne studien altså på at de uformelle arbeidsrutinene fortsatt spiller en sentral rolle i den journalistiske arbeidshverdagen. Dessuten at et trygt arbeidsmiljø og godt kommunikasjonsklima har avgjørende betydning for den eventuelle positive effekten av de digitale kommunikasjonsverktøyene. Dette støttes også av tidligere empiriske studier (Koivula et al., 2020).

Der denne studien argumenterer for at en trygg og sterk arbeidskultur er en forutsetning for å lykkes med kreative arbeidsprosesser i de digitale rom, tyder også funnene på at arbeidskulturen ikke er en statisk tilstand, men en tilstand i endring. Harvey (2006) argumenterer selv for at en av de viktigste egenskapene til et digitalt rom er hvordan det forandrer og former relasjoner (Bunce et al., 2018). Som alltid er tid og avstand faktorer som må medregnes i Harveys teori. Etter et drøyt år på hjemmekontor tyder funnene i denne studien at relasjonene på tvers i redaksjonene er blitt svakere. Det er dessuten signaler på at fellesskapsfølelsen som helhet også er blitt svekket. Summen av færre uformelle møteplasser (e.g. funn 10) og færre uformelle samtaler (e.g. funn 11), kombinert med at journalistene ser hverandre mindre (e.g. funn 6), og bedriver mindre fysisk relasjonsbygging, både i arbeidstiden og utenfor arbeidstiden (e.g. funn 8), virker altså å ha ført til en slitasje på fellesskapsfølelsen i redaksjonen.

Både tilhørigheten til mediehusene og fellesskapsfølelsen som går på tvers i redaksjonen kan være vanskelig erfaringer å observere. De handler i større grad om følelser og ikke nødvendigvis konkrete opplevelser. Men basert på analysen som er redegjort for og diskutert i dette kapitlet, vil jeg likevel argumentere for at det er blant de mest sentrale funnene. I en britisk studie av journalister som jobbet på flere kontinenter, gjort rede for i teorikapitlet, var et av funnene at de digitale kommunikasjonsverktøyene førte til utvikling av egne arbeidsrutiner og styrking av den redaksjonelle fellesskapsfølelsen (Bunce et al., 2018). Men der redaksjonen i den britiske studien aldri hadde hatt en tradisjon for å møtes fysisk, bygger samtlige av mediehusene i denne studien på en lang tradisjon hvor man hovedsakelig jobbet sammen i fysiske rom før koronapandemien. Selv om funnene her gir tydelige signaler om at de digitale rommene alene ikke innehar egenskapene og kvalitetene for å sikre en trygg arbeidskultur og en sterk fellesskapsfølelse, er den britiske studien en viktig påminner om at det også finnes eksempler på heldigitale medier som faktisk klarer å bygge en velfungerende arbeidskultur i de digitale rommene.

## 5.4. Begrensninger: Koronapandemiens rolle i denne studien

En kvalitativ studie med et utvalg på tolv intervjupersoner vil legge noen klare begrensninger på det forskningsmessige resultatet. Det samme kan gjelde for det å forske på egen bedrift.

Begge disse temaene er grundig redegjort for i metodekapittelet. Men da denne studien er gjort i en tidsperiode med noen helt spesielle rammevilkår, som også er universelle, er det verdt å adressere enda et tema, som en mulig begrensning:

Koronapandemiens påvirkning på alle områder i livet har ført til at denne studien har fått en unik kontekst, som den også må leses inn i. Det gjelder særlig to av funnene i denne studien, som begge er knyttet til opplevelsen av å være på hjemmekontor. Det ene handler om at spenningen mellom jobb og fritid har økt, og det andre handler om at de individuelle forskjellene på omgivelsene skaper økt forskjell i arbeidsmiljøet.

Ved å bruke Harveys tredeling av rom som perspektiv, blir det klart at begge funnene omfatter opplevelser hvor det *digitale absolutte rommet*, som her er arbeidsplassen, befinner seg på samme lokasjon som *det fysiske absolutte rommet*, som utgjør fritid og privatliv. Ved å se dette gjennom linsen til *det relative rommet*, blir det tydelig at fysiske og familiære omgivelsene vil ha en stor betydning for de individuelle opplevelsene. Noe som igjen viser hvor vanskelig det vil være å skape et universelt arbeidsmiljø i de respektive medieorganisasjonene, så lenge man befinner seg hovedsakelig på hjemmekontor. Dette er forøvrig også faktorer som kan ha bli forsterket av den sosiale nedstengingen i koronapandemien.

Selv om tidligere empiriske studier argumenterer for at det digitale rommet kan bidra til å bryte ned hierarkier, viser tidligere studier at de også kan medvirke til å viske ut linjene mellom den profesjonelle og den private sfæren for journalistene, og dermed gi ledelsen nye måter å introdusere en ny arbeidskultur (Bunce et al., 2018). Dette kan igjen bidra til å bryte ned arbeidsmoralen på sikt (Cohen, 2015). Også studier gjort under koronapandemien støtter dette (Waizenegger et al., 2020).

I disse funnene er det også tydelige signaler om at teknologien i seg selv fører til en slags skjermtretthet, eller “zoom fatigue”, som gjør at de digitale rommene stiller svakere enn de fysiske rommene. Her er det verdt å merke seg at alle studier gjort under koronapandemien, inkludert denne, må leses inn i en større pandemikontekst. Den newzealandske studien bemerket f.eks. at generell angst og frykt for pandemi, kombinert med en større grad av sosial isolasjon enn vanlig, kan påvirke erfaringene og opplevelsene av hjemmekontor (Waizenegger et al., 2020). Det er verdt å merke seg at det samme kan altså gjelde for funnene i denne studien, og at disse kan også påvirke opplevelsene av *det relasjonelle rom*.

## 5.6. Fremtidig forskning på det digitale redaksjonsrom

I en hektisk arbeidshverdag, med store krav til både kvalitet og kvantitet, viser denne studien at journalistene opplever det som viktig å ha en sterk relasjon til sine kolleger. Funnene antyder her at denne psykososiale trygge relasjonen ikke bare begrenser seg til å omfatte eget team eller egen avdeling, men strekker seg til å gjelde både på tvers i redaksjonen og mediehuset som helhet. Dette er funn som bør utforskes videre.

Da denne studien er av kvalitativ art kan både konklusjonen og funnene her best fungere som hypoteser som videre kan undersøkes på kvantitativ vis. Særlig kunne det vært interessant å søke videre innsikt i hvilken grad den uformelle journalistiske arbeidsrutinen, og en sterk og trygg arbeidskultur, har betydning for de journalistiske arbeidsprosessene i de digitale rommene. Da denne studien antyder at relasjonene i disse rommene er dynamiske, er det også grunn til å se om fremtidige kvalitative empiriske studier kan dokumentere en utvikling. Her vil jeg argumentere for at Harveys teori kan være nyttig som analytisk rammeverk, da den tar høyde for at både tid og avstand er viktige faktorer for endring av dynamikk i et rom. At mediebransjen er i raskere og mer kompleks endring enn noen gang (Küng, 2017) er dessuten et godt argument studere de digitale kommunikasjonsverktøyene (OCS) som egne rom, på linje med de fysiske redaksjonsrommene.

Der denne studien har gitt et øyeblikksbilde av arbeidshverdagen til journalister i fire Schibsted-aviser under koronapandemien, kan fremtidige studier si mer om utviklingstrekkene. Spesielt interessant vil det bli å følge utviklingen her tett, skulle mediebransjen innføre en hybridmodell, med både kontorlokaler og hjemmekontor. Funnene i denne studien kan riktignok ikke si noe om hva slags påvirkning de digitale rommene vil ha på journalistisk arbeidskultur og arbeidsrutiner i en medieorganisasjon over tid, men denne analysen går langt i å antyde at en lang tradisjon og et solid fundament som utgangspunkt, ikke nødvendigvis er nok til å sikre en trygg og kreativ arbeidshverdag på sikt. Her peker studien på at vesentlige endringer i de journalistiske arbeidsprosessene krever at man har et bevisst forhold til hva man gjør, og hvordan man jobber, i både de digitale og de fysiske rommene. Med utgangspunkt i funnene i de fire Schibsted-avisene i denne studien kan man argumentere for at det tar mer enn ett år å få en arbeidskultur og kreativ arbeidsrutine, som er skapt og dyrket i fysiske redaksjonsrom, til å fungere like godt i digitale redaksjonsrom.

## 6 LITTERATURLISTE

Ahva, L. & Steensen, S. (2020) Journalism theory. I Wahl-Jorgensen, K. & Hanitzsch, T. (Red.), *The Handbook of Journalism Studies*, (2. utgave), 38-54. Routledge.

Benjaminsen, Christina. (2020, 21. mars). Forskning på hjemmekontor: Vi får gjort like mye. *Forskning.no*. URL:  
<https://forskning.no/arbeid-data-kommunikasjon/forskning-pa-hjemmekontor-vi-far-gjort-like-mye/1658298>

Bjerke, P., Fonn, B.K & Mathisen, B. R. (redaktør). (2019) *Journalistikk, profesjon og endring*. Orkana Akademisk.

Bloom, Nicolas, "How working from home works out" (2020). *Stanford Institute for Economic Policy Research (SIEPR)*. URL:  
<https://siepr.stanford.edu/research/publications/how-working-home-works-out>

Bloom, Nicolas, "The bright future of working from home", (2020), Stanford, Institute for Economic Policy Research (SIEPR). URL:  
<https://siepr.stanford.edu/research/publications/bright-future-working-home>

Boczkowski, P. J. (2004). *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Cambridge, MIT Press.

Brannick, T. & D. Coghlan (2007). In Defense of Being "Native": The Case for Insider Academic Research. *Organizational Research Methods*, 10, 59-74.

Bunce, M., Wright, K, Scott, M. (2018) "Our Newsroom in the Cloud: Slack, Virtual Newsrooms and Journalistic Practice." *New Media & Society* 20 (9), 3381-3399.

Bygdås, A. L., Clegg, S. & Hagen, A.L. (2019). *Media Management and Digital Transformation*. Routledge.

CIPD (Chartered Institute of Personnel and Development) (2020, 16. juli), Home working set to more than double compared to pre-pandemic levels once crisis is over. URL:  
<https://www.cipd.co.uk/about/media/press/home-working-increases>

Coghlan, D. & Brannick, T. (2005). *Doing Action Research in Your Own Organization*. (2. utgave). Sage.

Cohen, N. S. (2019). At Work in the Digital Newsroom. *Digital Journalism*, 7(5), 571-591. DOI: 10.1080/21670811.2017.1419821



Dalland, O. (2020). *Metode og oppgaveskriving* (7. utgave) Gyldendal.

Deuze, M. & Witschge, T. (2017). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*. DOI: 10.1177/1464884916688550

Domingo, D., (2006). *Inventing online journalism: development of the Internet as a news medium in four Catalan newsrooms*. Universitat Autònoma de Barcelona.

Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B. & Vujnovic, M.(2008) Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342. DOI: 10.1080/17512780802281065

E24, “Slik viser du sjefen din at hjemmekontor ikke er gjemmekontor” (2020, 13. august): URL:

<https://e24.no/karriere-og-ledelse/i/1n1LJX/slik-viser-du-sjefen-at-hjemmekontor-ikke-er-gjemmekontor>

Gibbs, J.L. Eisenberg, J., Rozaidi, N. A. & Gryaznova, A. (2015) The Megapozitiv Role of Enterprise Social Media in Enabling Cross-Boundary Communication in a Distributed Ruzzian Organization. *American Behavioral Scientist* 59 (1), 75-102.

Gutsche, R.E. & Hess, K. (2020) Placeification: The Transformation of Digital News Spaces into “Places” of Meaning. *Digital Journalism*, 8(5), 586-595. DOI: 10.1080/21670811.2020.1737557

Harvey, D. (2006). Space as a keyword. I *Spaces of Global Capitalism: Towards a Theory of Uneven Geographical Development*, 119-139. Verso.

Hendrickson, E. (2009) Instant messaging & the Virtual Newsroom: A Case Study of Jezebel: Celebrity, Sex, Fashion for Women. *Journal of Magazine & New Media Research* 10 (2), 1-17.

Himma-Kadakas, M., & Palmiste, G. (2019). Expectations and the actual performance of skills in online journalism. *Journal of Baltic Studies*, 50(2), 251–267. DOI: <https://doi.org/10.1080/01629778.2018.1479718>

Hollister, S. (2019, 22. januar). The original Google Hangouts will start to disappear this October. *The Verge*. URL: <https://www.theverge.com/2019/1/22/18193303/google-hangouts-end-transition-october-gsuite-chat-meet>

Idås, T. (2021, 3. februar). *NJs hjemmekontor- og korona-undersøkelser*. URL: [https://www.nj.no/wp-content/uploads/2021/02/210202HjemmeKorona\\_LS.pdf](https://www.nj.no/wp-content/uploads/2021/02/210202HjemmeKorona_LS.pdf)

- Jacobsen, D.I. (2018). *Hvordan gjennomføre undersøkelser. Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. (3. utgave). Cappelen Damm Akademisk.
- Jor, E.L. (2020, 13. mars). For første gang på 160 år ble Aftenposten laget hjemme på kjøkkenbordet. *Medier24*. URL: <https://m24.no/korona-koronavirus/for-forste-gang-pa-160-ar-ble-aftenposten-laget-hjemme-pa-kjokkenbordet/250486>
- Jordhus-Lier, D. & Stokke, K. (2017) *Samfunnsgeografi - En innføring*. Cappelen Damm Akademisk.
- Koivula, M., Villi, M., Sivunen, A. (2020) Creativity and innovation in technology-mediated journalistic work: Mapping out enablers and constraints. *Digital Journalism* DOI:10.1080/21670811.2020.1788962.
- Kosterich, A. & Weber, M.S. (2019). Transformation of a Modern Newsroom Force. A case study of NYC journalist network histories from 2011 to 2015. *Journalism Practice*, 13(4), 431-457. DOI: 10.1080/17512786.2018.1497454
- Küng, L. (2017) *Strategic Management in Media. Theory to Practice*, (2. utgave). Sage.
- Lee, T., Pham, K., Crosby, A. & Peterson, F. J. (2021). Digital collaboration in design education: how online collaborative software changes the practice and the places of learning. *Pedagogy, Culture & Society*, 29(2), 231-245. DOI: 10.1080/14681366.2020.1714700
- Levitt, B. & March, J. G. (1988) Organizational learning. *Annual Review of Sociology*, 14(1), 319-338.
- Lewis, S. C., & Molyneux, L. (2018). A Decade of Research on Social Media and Journalism: Assumptions, Blind Spots, and a Way Forward. *Media and Communication*, 6(4), 11. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1562>
- Lichterman, J. (2014, 10. juni). Chatting with bots: How Slack is changing how newsrooms talk amongst themselves. *NiemanLab*. URL: <https://www.niemanlab.org/2014/06/chatting-with-bots-how-slack-is-changing-how-newsrooms-talk-amongst-themselves/>
- Lindebø, Kristine (2020, 13. mars) Slik er journalistenes hjemmekontor. *Journalisten*. URL: <https://journalisten.no/corona-coronaviruset-hjemmekontor/slik-er-journalistenes-hjemmekontor/404247>
- Lindstad, A. (2020, 30. mai). Permanente hjemmekontor kan bli fremtiden for tusenvis av Oslos kommunalt ansatte. *Vårt Oslo*. URL:

<https://vartoslo.no/nicolai-oyen-langfeldt-robert-steen-ruter/permanent-hjemmekontor-kan-bli-fremtiden-for-tusenvis-av-oslos-kommunalt-ansatte/240444>

Mari, W. T. (2016) *The American newsroom: A social history 1920 to 1960*. University of Washington.

McLean, Rob (2020, 25. juni). These companies plan to make working from home the new normal. As in forever. *CNN Business*. URL:  
<https://edition.cnn.com/2020/05/22/tech/work-from-home-companies/index.html>

Mehan, Mary. INMA Report: *The Potential Impact of Work-From-Home on Newsrooms* (2020, juli).

Mosco, V., (2004). *The Digital Sublime: Myth, Power, and Cyberspace*. Cambridge. MIT Press.

Nerone, J. & Barnhurst, K. G. (2003) US newspaper types, the newsroom, and the division of labor, 1750-2000. *Journalism Studies*, 4(4), 435-449. DOI: 10.1080/1461670032000136541

Nylund, M. (2013). Towards a Creativity Management: idea Generation and Newsroom Meetings. *International Journal of Media Management*, 15(4), 197-210. DOI: 10.1080/14241277.2013.773332

Owen, L. H. (2015, 30. juli) How 7 news organizations are using Slack to work better and differently. *NiemanLab*. URL:  
<https://www.niemanlab.org/2015/07/how-7-news-organizations-are-using-slack-to-work-better-and-differently/>

Paul, S. & Sosale, S. (2020) Witnessing a Disaster: Public Use of Digital Technologies in the 2015 South Indian Floods. *Digital Journalism*, 8(1), 15-31. DOI: 10.1080/21670811.2019.1636693

Pavlik, John V. (2013). Innovation and the Future of Journalism. *Digital Journalism* 1(2), 181-193. DOI: 10.1080/21670811.2012.756666

Porcu, O., Hermans, L. & Broersma, M. (2020) Unlocking the Newsroom: Measuring Journalists' Perceptions of Innovative Learning Culture, *Journalism Studies*, 21(10), 1420-1438. DOI: 10.1080/146167X.2020.1758956

Posetti, Julia. (2018). Time to Step Away from the 'Bright, Shiny Things?' Towards a Sustainable Model of Journalism Innovation in an Era of Perpetual Change. *University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism*.

Radcliffe, D. (2021) *The impact of COVID-19 on journalism in Emerging Economies and the Global South*. Thomson Reuters Foundation. URL: <http://covid-report.trust.org/>

Ramachandran, V. (2021, 23. februar) Stanford researchers identify four causes for 'Zoom fatigue' and their simple fixes. *Stanford News*. URL: <https://news.stanford.edu/2021/02/23/four-causes-zoom-fatigue-solutions/>

Razmerita, L., Kirchner, K. & Nabeth, T. (2014) Social Media in Organizations: Leveraging Personal and Collective Knowledge Processes. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 24(1), 74-93. DOI: 10.1080/10919392.2014.866504

Ro, Christine (2020, 31. august). Why the future of work might be 'hybrid'. *BBC*. <https://www.bbc.com/worklife/article/20200824-why-the-future-of-work-might-be-hybrid>

Robinson, S. (2011). Convergence Crises: News Work and News Space in the Digitally Transforming Newsroom. *Journal of Communication*, 61(6), 1122–1141. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01603.x>

Salzmann, A., Guribye, F. & Gynnhild, A. (2020) We are the Mojo Community - Exploring a Global Network of Mobile Journalists. *Journalism Practice*, DOI: 10.1080/17512786.2020.1742772

Steensen, S. & Westlund, O. (2021) *What is digital journalism studies*. Routledge Focus.

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

Usher, N. (2014) *Making News at the New York Times*. Ann Arbor. New Media World.

Weldeghebriel, L. H. (2020, 1. juli) Slik endret han kulturen i Aftenposten og fikk fart på digitaliseringen. *Shifter*. URL: <https://shifter.no/nyheter/slik-endret-han-kulturen-i-aftenposten-og-fikk-fart-pa-digitaliseringen/186452?fbclid=IwAR1Oj9FQ1OXTlgg-Z3aVQS2PNxdt2I8AmpZnIX-SfVY25yW2UzThoRxfV1Q>

Wahl-Jorgensen, K. (2009). News production, ethnography, and power: On the challenges of newsroom-centricity. I Elizabeth S. Bird (red.), *The Anthropology of News and Journalism: Global Perspectives*, 21-35. Bloomington: Indiana University Press.

Waizenegger, L., McKenna, B., Cai, W. & Bendz, T. (2020) An affordance perspective of team collaboration and enforced working from home during COVID-19. *European Journal of Information Systems*, 29(4), 429-442. DOI: 10.1080/0960085X.2020.1800417

Warren, T. (2020, 26. mars) Slack breaks user records as demand surges for remote working. *The Verge*. URL:

<https://www.theverge.com/2020/3/26/21195092/slack-new-user-records-coronavirus-pandemic-remote-working-growth-concurrent-users>

Westlund, O. & Ekström, M. (2020). News organizations and routines”. I Wahl-Jorgensen, K. & Hanitzsch, T. (Red.), *The Handbook of Journalism Studies*, (2. utgave), 73-89. Routledge.

Westlund, O. Ekström, M. (2021). Critical Moments of Coordination in Newswork. *Journalism Practice*. DOI: 10.1080/17512786.2021.1903970

Westlund, O. & Krumsvik, A.H. (2014). Perceptions of Intra-Organizational Collaboration and Media Workers' Interests in Media Innovations. *The Journal of Media Innovations* 1(2), 52-75.

Westlund, O, Krumsvik, A. H. & Lewis, S.C. (2021) Competition, Change, And Coordination and Collaboration: Tracing News Executives' Perceptions About Participation in Media Innovation. *Journalism Studies*, 22(1), 1-21, DOI: 10.1080/1461670X.2020.1835526

Zaman, A. (2013). Newsroom as battleground. Journalists' description of their workspaces. *Journalism Studies*, 14(6), 819-834. DOI: 10.1080/1461670X.2013.776813

Aarli-Grøndalen, R. (2019, 31. mai) 80 prosent av inntektene til Aftenposten kommer nå fra abonnement. *Journalisten*. URL:

<https://journalisten.no/aftenposten-bergens-tidende-eivind-ljostad/80-prosent-av-inntektene-til-aftenposten-kommer-na-fra-abonnement/365507>

## 7 VEDLEGG: INTERVJUGUIDE

Stikkord: Legg vekt på opplevelser og erfaring

Fortell hva slags rolle/stilling og hvilke arbeidsoppgaver du har i det mediehuset du jobber i?

### **Hvordan opplever du journalistiske arbeidsprosesser/ dag-til-dag produksjon**

Hvordan var/ opplevde du din arbeidsdag på hjemmekontoret i går? (beskriv i detalj)

Var dette en typisk arbeidsdag på hjemmekontoret for deg etter koronautbruddet (hvor mange/ hvilken type møter etc.)?

Hvilke digitale kommunikasjonsverktøy bruker du typisk for samhandling nå og hvilke brukte du før koronapandemien? (Beskriv)

Beskriv styrker og svakheter med digitale redaksjonsmøter på Google Meet?

Hva er den største forskjellen på redaksjonsmøtene før koronapandemien og nå?

Beskrive styrker og svakheter med digitale kommunikasjonsverktøy som Slack?

Bruker du det mer, like mye eller mindre enn du gjorde før koronapandemien?

Er det noe du opplever som enklere i de journalistiske arbeidsprosessene/ arbeidsrutinene?

Er det noe som er mer tungvint i de journalistiske arbeidsprosessene/ arbeidsrutinene?

### **Hvordan opplever du kreativitet og samarbeid:**

Hvordan foregår idédeling og idéutvikling med digitale kommunikasjonsverktøy? (Er det lettere, det samme eller vanskeligere å utvikle ideer?) Bruk gjerne din siste sak som eksempel.

Styrker og svakheter med idéutvikling på Slack/ Google Meet?

Hvordan foregår samarbeid om saker nå, sammenlignet med før koronapandemien?  
Styrker og svakheter ved å samarbeide på Slack/ Google Meet?

Hva med journalistiske prosjekter som krever flere avdelinger? samarbeider du mer, mindre eller like mye som før? Er det lettere, det samme eller vanskeligere enn før koronapandemien

Hvordan er status for samarbeid med andre avdelinger? (Er det lettere, det samme eller vanskeligere enn før koronapandemien)

Hvordan tror du dette påvirker kreativitet og innovasjon i din bedrift på kort og lang sikt?

### **Hvordan opplever du arbeidsrutiner og arbeidskultur:**

Hvem omgås du med i løpet av en dag?

Hvor mye av dagens arbeidsrutine bygger på gamle relasjoner? (Hvordan ville det vært for en nyansatt?)

Hvordan bedriver dere kulturbygging fra hjemmekontor?

Hvordan oppleves arbeidsmiljøet akkurat nå?

Hvordan fungerer kulturbygging og relasjonsbygging på Slack og Google Meet?

Hva har du erfart som en ideell kombinasjon for deg av å jobbe på hjemmekontor og i redaksjonslokalene i denne perioden?

Hvilken kombinasjon av jobbing på hjemmekontor og i redaksjonslokalene vil gi best uttelling for kreativitet og samarbeid i redaksjonen som helhet er din erfaring?