

Narvesenkiosken

- nyhetsformidler og samlingspunkt

av Erle Bruun

I 123 år har narvesenkioskene vært et kulturelt fenomen i Norge. De har vært representert i de fleste byer og tettsteder over hele landet, og vært et ledd i nyhetsformidling så vel som et sosialt samlingspunkt. "Vindu mot verden", har Narvesenkioskene blitt kalt (Skedsmo, 1993).

PROSJEKTET NARVESENKIOSKEN 2017

En utstilling i Norsk Folkemuseums "Tårnkiosk" kunne favnet mye av norsk kulturhistorie. Med begrensede midler og kort tid, ville det ikke la seg gjøre å gripe fatt i alt sammen i dette prosjektet som skulle gi nytt liv til den gamle kiosken på torget på Norsk Folkemuseum. I utstillingen Narvesenkiosken- Nyhetsformidler og samlingspunkt valgte vi å fokusere på et dagsaktuelt tema, nemlig papiravisens skjebne. Ettersom narvesenkiosken lenge har vært det stedet i landet med bredest utvalg av aviser, ønsket vi å kun stille ut aviser i kiosken. Med fokus på papiravisen kunne vi formidle avisenes historie sammen med noe av narvesenkioskens historie. Samtidig fikk vi mulighet til å belyse noen samtidsaktuelle spørsmål som tar for seg papiravisens fremtid, og nyhetsformidling i fremtiden.

Den 10.mai 2017 samlet vi inn 59 eksemplarer av norske og utenlandske aviser. Henholdsvis 51 norske og 8 utenlandske. Disse stilte vi ut i "Tårnkiosken" på museet. Kriteriet var å favne landets geografiske områder, regionale som lokale. De utenlandske avisene var de avisene som var i salg i narvesenkiosken på Continental i Oslo. Vi stilte ut avisene med forsiden ut, slik at publikum skulle kunne få et begrep om hvilke saker som var viktigst i de ulike avisene og landsdelene akkurat denne

dagen. Samtidig vil avisene stå igjen som et samtidsvitne om hvordan en dag i 2017 så ut gjennom avisoverskriftene.

NARVESENKIOSKEN SOM NYHETSFORMIDLER OG SAMLINGSPUNKT

"Vindu mot verden" poengterer nettopp tilgangen kioskene gav til nyhetsbildet verden over. Kioskene hadde et bredt utvalg av nasjonale og internasjonale aviser. Ved siden av det brede mangfoldet av aviser har narvesenkioskene også vært kjent for å selge mye annen litteratur, som ulike typer temablader og livsstilsmagasiner. Narvesen kioskompani startet også et eget distribusjonsapparat for aviser, blad og bøker til frittstående forhandlere (Skedsmo, 1993:109). Mange av utgivelsene, med kioskkompaniet som ansvarlig, møtte også mye kritikk. Flere ble omtalt som "moralsk forkastelige", så vel som krimbøker, satiriske magasiner eller de "utuktige" pornografiske bladene (Skjedsmo, 1993). Det var noe for enhver i narvesenkioskene, og kiosken ga muligheter for å la mange stemmer komme til ordet. Narvesenkioskene ble på den måten samlende for mange ulike typer mennesker.

Det er også mulig å gi kallenavnet, "Vinduet mot verden" en dobbel betydning, som viser til det sosiale aspektet ved

Til venstre: Narvesenkiosk 1957. Foto: Mittet foto A/S. Norsk jernbanemuseum. Til høyre: Narvesenkiosken Karl Johan 10. mai, 2017.



Tårnkiosken på Norsk Folkemuseum.
Foto: Haakon Michael Harriss/Norsk Folkemuseum



Mot et mer individualistisk samfunn? Foto: Haakon Michael Harriss/Norsk Folkemuseum.

narvesenkioskene. For kioskekspeditorer var luken i kiosken vinduet mot verden; "Jeg synes nesten det er som å sitte på parkett, og se på livets skuespill. Ikke bare reiselivet, men også livet ellers her på stasjonen har det vært interessant å se", fortalte Eline Lingjerde som jobbet i narvesenkiosken på Koppang Stasjon i nesten 60 år (Skjedsmo, 1993). Samtidig var kiosken et sosialt samlingspunkt for kundene. Det var stedet der man kom i snakk med andre. Kanskje utvekslet man synspunkter om dagens nyheter, eller kanskje møtte man en bekjent, eller kanskje slo man bare av en liten prat med kioskdamen. Det var stedet man dro til hvis andre steder var stengt.

"Kiosken er der for oss alle. (...) Den er det eneste åndehullet på stedet. Den står der med sine svært sparsomme åpningstider og utstiller denne verden forskjellige sider fra sine små vinduer. På en dyster søndag er den bygdas eneste lyspunkt." (Jørgen Juve i Dagbladet 13. Juli 1967.)

FRA PAPIRAVIS TIL DIGITAL NYHETSFORMIDLING

Norge har i lang tid vært et av verdens mest avislesende land. I følge en forskningsrapport fra 2005 var Norge det mest avislesende landet i Europa (Andersen, 2005). I mediene de siste årene har vi lest om "papiravisens død", om dårlige tider for journalistene og spekulasjoner om nedleggelse av mange aviser. I januar 2017 uttaler Dagbladet at avisen åpner for å legge ned papiravisen i løpet av de to neste årene (Johannesen og Husby, 2017). Folket leser mer og mer nyheter digitalt. Det later til at vi er inne i en overgang fra fysiske papiraviser til en mer selektiv nyhetsinformasjon gjennom internett. "Opplaget synker og færre viser interesse for journalistenes arbeid. Papiravisen er ikke lenger for alle» (Knutson, 2015).

Narvesenkioskene har også kjent på konsekvensene av dårligere salg av papiravisene. Færre oppsøker kioskene for å bli oppdatert på dagens nyheter, eller for å gjøre et dypdykk innenfor et spesielt tema. Nyhetene kommer nemlig rett inn på telefonen eller pcen. En etter en har narvesenkioskene blitt lagt ned. I dag står kun én enkeltstående narvesenkiosk igjen i ho-

vedstaden, på hjørnet av Karl Johans gate og Rozekrants gate. I følge kioskarbeideren som jobber der, raser avissalget. Bare i løpet av få måneder har kiosken gått fra å selge et utvalg på 40 norske lokalaviser til 25. "Hver dag sender vi de fleste avisene i retur", forteller han. I stedet selger den gamle kiosken mest pølser, kaffe, godteri og tobakk. Narvesenkiosken som en nyhetsformidler ser dermed ut til å forsvinne, som en konsekvens av papiravisenes nedgang. Internett og smarttelefoner har gjort det mulig å lese nyheter overalt hvor vi måtte befinne oss. Det er ikke lenger nødvendig å stikke ned til kiosken for å bli oppdatert, eller for å skaffe den ekstra innsikten og fordypelsen. Vi kan søke det opp gjennom internett. Vi får nyheter direkte opp på smarttelefonene. Vi kan oppdateres på bussen, på jobb, under lunsjen, under middagen, på sengekanten. Nyhetene kommer til deg. Hvilke konsekvenser for dette for oss?

SOSIALE MEDIER SOM NYHETSFORMIDLERE

Ved siden av at de fleste aviser har egne nettaviser, har det i løpet av få år også kommet nye nyhetsformidlere til; sosiale medier. I følge en amerikansk rapport offentliggjort av Pew Research Center og Knight Foundation i mars 2016, leser nærmere halvparten av amerikanere nyheter gjennom Facebook (Lichterman, 2016). Statistisk sentralbyrås årlige undersøkelse Norsk Mediebarometer viser at bruken av sosiale medier fortsetter å øke i Norge, og at det er stor grunn til å tro at Facebook er en viktig nyhetsformidler her i landet, også (Mossin, 2016).

ALGORITMESTYRT INDIVIDUALISERING

I større og større omfang har sosiale medier blitt arena for nyhetsformidling. Den ene formidlingen skjer gjennom brukerne selv. Brukere legger ut artikler de oppfordrer sine venner til å lese, for eksempel. Dersom man har en mangfoldig omgangskrets kan kanskje denne måten å tilegne seg nyheter på, være rik. (Men så er det vel begrenset hvor rik omgangskrets den gjengse person har). Den andre måten, og som kanskje er den mest effektive nyhetsoppdateringen på sosiale medier, er

algoritmer som "velger" nyheter for deg. Algoritmer og annet analyseverktøy fanger opp søkene og "klikkene" dine, og sørger for å presentere deg mer av det du har vist interesse for tidligere. På den måten blir nyhetsoppdateringene mer og mer individuell, og faren er at vi blir servert et snevrere nyhetsbilde.

Mediehus har også begynt å betale for annonseplass på blant annet Facebook. Noe som medfører at Facebook kan råde over hvilke mediehus som får spalteplass eller ikke. Facebook tilbyr Instanst Articles som er en publiseringsløsning som gir innholdsprodusenter eksponering, mot en andel av inntektene fra reklame solgt i tilknytning til plattformen. Dagbladet har blant annet inngått et slikt samarbeid med Facebook (NOU, 2017:65).

Sosiale medier som Facebook, Snapchat, Apple og Twitter tilbyr eksponering for store brukergrupper, og er på kort tid blitt blandt de viktigste trafikkdirverne til norske nyhetsmedier (NOU 2017:65).

I Norge er norske medieselskaper dypt bekymret over at store deler av det norske annonsemarkedet flytter seg over til Facebook og Google. Den største skepsisen går ut på at sosiale medier, som Facebook, får redaktøransvar over norskprodusert nyhetsinnhold (Mossin, 2016). På en side har denne måten å publisere nyhetsinnhold på ført til at store mengder innhold blir produsert og publisert av personer som ikke har medievirksomhet som sin primærvirksomhet. En fordel ved dette er jo at flere stemmer får mulighet til å bli synliggjort. "Det har ført til et enormt økende tilfang av tilgjengelig innhold, men som oftest står dette innholdet tilbake for innhold produsert av profesjonelle redaksjoner, hva gjelder kvalitet, etikk og etterrettelighet." (NOU, 2017:)

"Den algoritmestyrt individualiseringen, filtreringen og sensuren av innhold innebærer en risiko for at borgerne kan bli eksponert for en skjev og ubalansert diett av nyheter. Det blir i større grad opp til den enkelte borger å utøve kildekritikk og skjelne mellom kvalitativt godt og dårlig innhold." (NOU,2017:535).

MANGFOLD OG DEMOKRATISKE PRINSIPER I NYHETSFORMIDLING

På ett vis har internett og nye nyhetskanaler gjort det mulig for oss å få tilgang til et enda større mangfold av nyheter enn før. Blant annet har det medført at flere stemmer har fått mulighet til å komme til ordet og bli gjort synlig gjennom internett. Det krever ingen redaksjonell sensur, for å kunne nå ut. "Blogging" har for mange til og med blitt en livnæring. Mediemangfoldsutvalget mener at det er mange positive trekk i den teknologiske utviklingen. Den gjør borgerne til aktive deltakere i medievirksomheten og produksjonen av journalistikk og øker gjennomsliktigheten i journalistiske prosesser (NOU, 2017:600). Men dersom det er sosiale medier og algoritmer som skal avgjøre hva hver enkelt borger får med seg av informasjon, vil dette svekke mediens samfunnsrolle, som er å opplyse og etablere et forhold mellom samfunnsmedlemmene og det politiske liv. I et demokratisk samfunn skal medier tilby et mangfold av nyheter, der ulike stemmer får komme til uttrykk, og at det er variasjon i temaer det skrives om. Dersom Facebook og algoritmer overtar nyhetsformidlingen vil det være en risiko for at borgernes informasjonsfrihet potensielt står i fare for å bli redusert (NOU 2017:139).

PAPIRAVISEN ER ENNÅ IKKE DØD

Norge har fortsatt en rik avisflora. I 2016 hadde Norge et utvalg på 227 ulike riksaviser, regionsaviser og lokalaviser i Norge. De 59 avisene som er stilt ut i narvesenkiosken på Norsk Folkemuseum gir et innblikk i at vi fremdeles har en variert og tilsynelatende mangfoldig nyhetsformidling i landet, på papir. Men det er som skrevet uvisst hvor lenge papiravisen vil overleve. Det er mange faktorer som spiller inn. Annonserene, spiller blant annet en vesentlig del. Annonserene går dit de får mest igjen for pengene. Trykkeriene og kostnader ved trykking er også en viktig faktor, da flere aviser deler trykkeri. Dersom noen forsvinner, vil andre måtte betale mer. "Beslutninger som gjøres i andre mediehus kan gi ringvirkninger i hele landet." (Karlsen, 2016). "Etter hvert som en stadig større andel av abonnentmassen digitaliseres, vil det neppe på sikt trolig ikke være lønnsomt å publisere avisen på papir" (NOU,2017:540)

MOT ET MER INDIVIDUALISTISK SAMFUNN?

I et sosialt perspektiv ser den teknologiske utviklingen ut til å gjøre oss til et mer individualistisk samfunn. Narvesenkiosken kan være et bilde på denne utviklingen – kiosken som startet som en nyhetsformidler og et samlingspunkt. Papiravisens nedgang har ført til nedleggelse av de mange kioskene. I det mister vi en hyggelig og sosial møteplass ved kiosken, en mulighet til å se og komme i snakk med andre mennesker. Vi mister også et mangfold av nyheter som står oppstilt på rekke og rad rett foran oss, kvalitetssikret av profesjonelle redaksjoner. I stedet kan vi ende opp med å bli sittende alene i lunsjen og bare lese algoritmestyrt nyheter på mobilen. I verste fall.

Erle Bruun er sosiolog. Hun jobbet som prosjektleder på utstillingen, Narvesenkiosken- Nyhetsformidler og samlingspunkt.

REFERANSER

- Aldridge, Øystein (20.09.2017) <https://www.aftenposten.no/kultur/i/6g6KQ/Flere-enn-atte-av-ti-nordmenn-leser-norske-medier-hver-dag>
- Andersen, Quenild Steinar (04.10.2005) <http://forskning.no/media-medievitenskap/2008/02/dagens-ess-avistelling>
- Johannesen, Stian Øvreby, Husby, Marcus (05.01.17) <http://www.dn.no/etterBors/2017/01/05/1709/Medier/dagbladet-apner-for-a-legge-ned-papiravisen-i-lopet-av-de-to-neste-arene>
- Karlsen, Marius (14.02.2016) <http://journalisten.no/2016/02/hvor-lenge-lever-papiravisen>
- Knutson, Emili (22.11.2015) Samfunnsvitern.no <http://samfunnsvitern.com/kannibalismen-pa-mediemarkedet-papiravisens-fremtid/>
- Lichterman, Joseph (26.05.2016) <http://www.niemanlab.org/2016/05/pew-report-44-percent-of-u-s-adults-get-news-on-facebook/>
- Mossin, Bjørn Åge (27.05.2016) <http://journalisten.no/2016/05/nesten-halve-usa-leser-nyheter-pa-facebook>
- Åmås (leder), 2017. Det norske mediemangfoldet. En styrket mediepolitikk for borgerne. NOU 2017:7 iBooks. Kulturdepartementet.
- Skedsmo, Finn (1993). Narvesen- Vindu mot verden i 100 år. Narvesen.