

Mari Brenna Vollan (fung. kulturredaktør) | Jonas Brække
Sara Hegna Hammer | Guri KulåsDag Eivind Undheim Larsen
Astrid Hygen Meyer | Yngvild Gotaas Torvik | Ingrid Grønli Åm
kultur@klassekampen.no

KULTUR & MEDIER

FÅ MED DEG:

Temporære skulpturer

Skulpturer må ikke være klassiske statuer, ei heller trenger de å stå til evig tid. I Nesoddens egen «villmark» vil 20 stykker stå i akkurat tre år.

Lørdag formiddag åpner den nye kunstinstallasjonen Wildlife Skulpturpark i Nesoddparken i Akershus. 20

prosjekter utformet av 24 internasjonale kunstnere skal stå midt blant skog og vann ute på Nesoddtangen i tre samfulle år framover.

De midlertidige eller temporære skulpturene består av alt fra trestokker, stein, bronsestøp, lyd og tekst som er innlemmet i det 19 mål store og naturskjønne landskapet som omgir Nesoddparken Kunst- og Kultur næringscenter, et produksjonssted for kunst og kultur.

Under selve åpningen vil de to forfatterne Inger Wold Lund og Hans Petter Blad lese opp tekster de har skrevet spesielt for to ulike verk i utstillingen. Dette blir etterfulgt av konsert med Claire Tolan, Urd J. Pedersen og Calle Segelberg, ved tjernet i parken. I tillegg vil leietakerne på Nesoddparken kunstsenter åpne atelierene sine for publikum.

Wildlife Skulpturpark er kuratert av kunstnergruppen Nikotin ved Camilla Steinum, Robin Danielsson og Aurora Passero, som også vil ha egne skulpturer utstilt i parken. Bildet viser Silje Linge Haalands skulptur i parken.

Yngvild Gotaas Torvik



FOTO: JENNY MARIA RYDHAGEN

INTERNASJONALEN: Klimaminister Vidar Helgesen (H) vil ha Arnold Schwarzenegger med på laget i kampen mot regnskogsødeleggelse. – Han var veldig opptatt av klima og miljø som guvernør i California, og er fortsatt det, sier Helgesen til NTB på telefon fra Wien. Klimaministeren har deltatt på konferansen Austrian World Summit der FN-topper, næringslivsledere og politikere fra rundt 40 land var samlet.



©NTB



FOTO: CHRISTOPHER OLSSØN

NOTERT:

Minne på Utøykaia

Utøykaia blir nytt nasjonalt minnested etter 22. juli-angrepet på Utøya. Det opplyste kommunal- og moderniseringsminister Jan Tore Sanner (H) onsdag. Forrige uke anbefalte Statsbygg at det omstridte minnesmerket bør plasseres på Utøykaia og ikke på Sørbråten som opprinnelig planlagt.

– Utøykaia er godt egnet for plassering av et nasjonalt minnested. Stedet har nærhet og tilknytning til Utøya, det er skjermet for støy og vil ha mindre innsyn enn Sørbråten, sier Sanner.

©NTB

Medietilsynets nyeste rapport viser at

Får for lite

For første gang synker annonseinntektene til norske aviser på nett. Nå sår en ny undersøkelse tvil om digitale brukerinntekter kan redde mediebransjen.

MEDIER

Av Jonas Brække og Dag Eivind Undheim Larsen

Medietilsynets rapport om økonomien i norske avishus vitner om en bransje i krise.

De siste fem årene har 220 lokal- og riksaviser mistet 2,7 milliarder i annonseinntekter. Rapporten viser også at de digitale annonseinntektene, som har økt hvert år, i fjor falt med 182 millioner kroner.

I fjor hadde Facebook og Google like store annonseinntekter som alle norske avishus til sammen.

De samlede inntektene fra abonnement for avisene har vært relativt stabil, takket være økte priser på papiravisa og en markant vekst i digital brukerbetaling.

Men fortsatt står papiravisa for 89 prosent av avishusenes samlede inntekter, ifølge Medietilsynet.

Det siste året har Amedia, Schibsted og andre mediekonsern meldt om solid vekst i rene digitale abonnement eller brukerinntekter. Men medieforsker Ragnhild Kr. Olsen ved Handelshøyskolen BI heller kaldt vann i årene på dem som tror de digitale brukerinntektene vil vokse eksponentielt i årene som kommer og dermed komme en kriserammet avisbransje til unnsetning.

– Det er selvsagt flott at mediehusene klarer å skape nye betalingsvaner på nett. Men det er litt for tidlig å konkludere med at dette er en suksesshistorie. En sammenliknende studie vi har gjennomført viser at det er noen underliggende utviklingsstrekk som gir god grunn til bekymring, sier Olsen.

Liten digital interesse

Funnene Olsen viser til kommer fra en landsomfattende spørreundersøkelse som hun har gjennomført i forbindelse

FAKTA

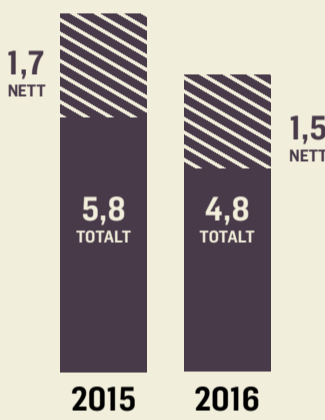
Krise i mediebransjen:

■ Denne uka kom det en rapport fra Medietilsynet som viser at norske aviser i løpet av ett år har mistet én milliard annonsekroner.

■ For første gang opplever også avisene et fall i annonseinntekter på nett.

■ Tall viser at fra 2015 til 2016 sank reklameinntektene fra netttutgavene med 182 millioner kroner.

AVISENES ANNONSEINTEKTER I MILLIARDER KRONER



Kilde: Medietilsynet

med en doktorgrad om lokalavis og medieøkonomi.

Resultatet viser at nordmenn flest fortsatt er skeptiske til å måtte betale for nyheter og annet redaksjonelt innhold på nett. Og av dem som har digitalt abonnement, er det overraskende mange som ikke benytter seg av produktet de har betalt for. Ikke minst i aldersgruppa 30 til 39 år.

– Denne aldersgruppa er spesielt viktig for mediebransjen å fange opp fordi dette er folk som gjerne har etablert seg med hjem og familie, og som burde være interessert i å holde seg oppdaterte om hva som skjer i lokalsamfunnet, sier Olsen.

Totalt har halvparten av alle de spurte tilgang til abonnement på lokalavisa, på papir eller digitalt. Dette inkluderer også dem som har såkalt kombiabonnement, det vil si at de får både papiravis med posten og tilgang til nettavisen.

■ I aldersgruppa 30–39 år har bare én av fem abonnement som gir tilgang til innhold bak en betalingsmur.

■ Enda færre i denne gruppa oppgir at de faktisk leser avisa på nett, kun 16 prosent.

■ I aldersgruppa 70 år og el-

dre er det langt flere som har digital tilgang. Blant de eldste har 77 prosent digital tilgang, men bare 20 prosent benytter seg av tilbudet.

Årsaken til dette er sannsynligvis at avishusene har sluttet å selge papirabonnement alene, men kun tilbyr kombiabonnement.

– Kombiabonnement er en type produkt som retter seg mot allerede eksisterende papirkunder. Den digitale tilgangen er en merverdi som de ikke nødvendigvis har bedt om og som de tar lite i bruk, sier Olsen.

Selv om undersøkelsen kun omhandler folks holdninger til lokalavis, tror Olsen at svarene gir noen urovekkende signaler om betalingsviljen for nettaviser generelt.

– Dessverre viser våre funn at betalingsviljen er en god del lavere enn det mediebransjen skulle ønske seg, særlig i aldersgruppa under 40 år. Disse har også en lavere interesse for nyheter generelt og en desto større tilbøyelighet til å søke etter til alternative nyhetskilder på nett som er gratis, sier Olsen.

Leser mindre lokalavis

Spørreundersøkelsen ble gjennomført på slutten av fjoråret, altså etter at de aller fleste avishusene i landet hadde fullført prosessen med å legge det meste av redaksjonelt innhold på nett bak betalingsmur.

Selv om denne strategien ga en vekst i brukerbetalingen på nett, har den samtidig ført til at færre folk leser lokalavisa, påpeker Olsen.

– Halvparten svarer at de leser mindre lokale nyheter enn før og bruker flere andre nyhetskilder etter at betalingsmuren i lokalavisene ble inn-

ført. Det vil si at avisene har gått glipp av verdifulle kundesegmenter som ikke vil abonnere, særlig unge mennesker stenges ute av betalingsmuren, sier Olsen.

Hun mener den utbredte skepsisen til å kjøpe digitale avisabonnement ikke bare er dårlige nyheter for aviser som forsøker å overleve.

– Lokalavisene har vært en viktig fellesarena. Når folk heller søker seg til Facebook og andre medier og gratistilbud på nett, så kan man spørre seg hvilken konsekvenser det får for tilhørigheten og engasjementet i lokalsamfunnet.

jonas.braekke@klassekampen.no
dageivind@klassekampen.no



Ragnhild Kr. Olsen