

Bolig og Journalistikk

En analyse av felt, logikker og strukturert variasjon

Jørgen Teslo



Masteroppgave i sosiologi
Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

UNIVERSITETET I OSLO

Februar 2008

Forord

Det er mange som fortjener en takk når denne oppgaven nå er slutført. Først og fremst vil jeg takke veileder Tore Slaatta for god faglig hjelp og verdifulle innspill underveis. Jeg vil også takke biveileder Marianne Nordli Hansen for gode kommentarer og et skarpt sosiologisk blikk mot slutten av prosessen.

Takk til Husbanken for økonomisk støtte, Lars Gulbrandsen v/NOVA for stor hjelpsomhet som portåpner mot boligsektoren, og Hans Christian Sandlie v/NOVA for gode kommentarer til diverse utkast. Takk også til alle andre som på ulike stadier har kommet med innspill, besvart forespørsler og stilt opp til samtale.

Takk til Unn for korrekturlesning av et sent utkast. Takk også til resten av den nærmeste familien for god støtte, avkobling og hjelp til å beholde fokus. Takk til Berit for det samme, samt stor tålmodighet og forståelse over lang tid.

Oslo, februar 2008

Jørgen Teslo

Sammendrag

Denne oppgaven undersøker boligjournalistikken i den norske dagspressen i perioden 2005-07 ut fra en hypotese om at denne varierer på bestemte måter knyttet til endringer i boligsektoren, mediefeltet og avisenes posisjoner. Hovedmålet er å undersøke *om* det finnes slik variasjon og *mønsteret* i denne.

Med utgangspunkt i Pierre Bourdieus feltteorier presenteres analyser av utviklingen i den norske boligsektoren og mediefeltet gjennom de siste 30 årene. Gjennom denne perioden har politiske endringer, som deregulering av boligomsetningen og omlegging fra generelle til selektive boligpolitiske tiltak, medført ulik grad av politisk kontroll og styring av virksomheten innenfor forskjellige områder av boligsektoren. Den generelle boligomsetningen er overlatt til markedet og det økonomiske felt, mens den politiske innsatsen konsentreres rundt kvalitative aspekter ved boligbygging og de med størst problemer og vanskeligheter på boligmarkedet.

Samtidig har opphevelsen av partipressen gjort mediene avhengig av markedskrefter og det økonomiske felt i langt sterkere grad enn tidligere. I dette ligger særlig en økt avhengighet av annonseinntekter for å sikre avisenes daglige drift, en økonomisk avhengighet som i mange tilfeller blir styrende for utviklingen av det redaksjonelle produkt. Mediene struktureres på denne måten av det økonomiske felt, noe som representerer utfordringer for journalistikkens oppdrag som bygger på uavhengighet fra maktposisjoner. Denne oppgaven undersøker derfor hvorvidt styrken på ulike avisers relasjoner til det økonomiske felt (mellom nærhet og distanse) gir utslag i variasjoner i boligjournalistikken. Dette er særlig relevant ettersom boligannonser utgjør den største annonsekategorien i norske aviser.

Den norske boligsektoren og mediefeltet har med andre ord til felles den generelle utfasingen av politisk kontroll til fordel for økonomisk makt gjennom de siste 30 årene. Den feltanalytiske tilnærmingen til denne historiske utviklingen muliggjør en plassering av ulike aviser (Aften, Aftenposten, Dagbladet, Dagens Næringsliv og Dagsavisen) og saksområder knyttet til bolig (boligomsetning, boligbygging,

kommunale boliger, bomiljø, interiør osv.) i landskapet mellom økonomisk og politisk innflytelse. Dette danner grunnlaget for de empiriske undersøkelsene av de utvalgte avisenes boligjournalistikk.

Boligjournalistikken undersøkes gjennom en kvantitativ og en kvalitativ innholdsanalyse. Den kvantitative innholdsanalysen tar utgangspunkt i alle artikler knyttet til boligspørsmål i de utvalgte avisene for en gitt periode i 2006. Denne analysen avdekker variasjon mellom avisenes prioritering av ulike saksområder. Tette relasjoner til det økonomiske felt sammenfaller med høy prioritering av de saksområdene hvor boligsektoren i sterkeste grad er markedsliberalisert og underlagt økonomiske prinsipper (som den generelle boligomsetningen), mens mer distanserte relasjoner til det økonomiske felt sammenfaller med høyere prioritering av de saksområder som defineres som det politiske feltets innsatsområder (som boliger for vanskeligstilte). Dette gir seg også utslag i avisenes kildebruk.

Tilsvarende viser den kvalitative innholdsanalysen variasjoner i avisenes boligjournalistikk. Dette gjøres gjennom analyse av ordvalg og vinklinger i avisenes dekning av noen bestemte hendelser knyttet til boligspørsmål i perioden 2005-07. Avisene med nære relasjoner til det økonomiske felt fokuserer på økonomiske spørsmål og legitimerer økonomiske aktørers posisjon i boligsektoren, mens avisene med mer distanserte relasjoner tar sterkere avstand fra disse aktørene og fokuserer på befolkningens boligbehov og den politiske innsatsen for å sikre dette. Denne variasjonen er stabil på tvers av boligjournalistiske saksområder som i ulik grad domineres av henholdsvis økonomisk og politisk logikk. Oppgavens doble empiriske tilnærming avdekker dermed hvordan avisenes relasjoner til det økonomiske felt sammenfaller med både *hvor* de ser og *hvordan* de ser, og at det er en sammenheng mellom disse to. Det er med andre ord et strukturert sammenfall mellom avisenes posisjoner og dekningen av saker, mellom feltene og journalistikken.

Innhold

FORORD	3
SAMMENDRAG	4
INNHold.....	6
1. INNLEDNING	9
1.1 TIDLIGERE FORSKNING	11
1.2 BEGREPSAVKLARING	12
1.3 OPPGAVENS STRUKTUR	13
2. TEORETISK UTGANGSPUNKT.....	15
2.1 FELT.....	16
2.2 KAPITAL	19
2.3 BOURDIEU OG BOLIG.....	21
2.4 BOURDIEU OG MEDIA	23
2.5 EN FELTANALYTISK STRATEGI	25
2.5.1 Fremgangsmåte – et feltteoretisk perspektiv	26
3. DET NORSKE BOLIGFELTET	32
3.1 BOLIGFELTETS GENESE - 1750-1900	33
3.1.1 Bolig som vare.....	33
3.1.2 Bolig som behov.....	35
3.2 DEN SOSIALE BOLIGPOLITIKKENS OPPBYGGING OG DOMINANS - 1900-1980	35
3.3 DET FRIE MARKEDETS DOMINANS – 1980-2007	39
3.3.1 Deregulering – økonomisk autonomi	40
3.3.2 Boligkrakk.....	41

3.3.3	<i>Ekspansjon av økonomisk logikk og forflytning av boligfeltets kamper</i>	42
3.3.4	<i>Eiendomsmegling</i>	46
3.4	OPPSUMMERING	50
4.	DET JOURNALISTISKE FELT – 1980-2007	53
4.1	PARTIPRESSEN	53
4.2	MARKEDSAVHENGIGHETEN	55
4.3	BOLIGJOURNALISTIKK.....	58
4.3.1	<i>En historisk utvikling 1980-2005</i>	58
4.3.2	<i>Det boligjournalistiske "felt"</i>	60
4.3.3	<i>Kampen om boligannonsene</i>	61
4.3.4	<i>Boligjournalistikkens posisjoner</i>	63
4.4	OPPSUMMERING	64
5.	METODE – INNHOLDSANALYSER	66
5.1	METODISK UTGANGSPUNKT.....	66
5.2	UTVALG OG POSISJONERING AV AVISER	67
5.3	KVANTITATIV INNHOLDSANALYSE.....	71
5.4	KVALITATIV INNHOLDSANALYSE	76
5.5	METODISKE REFLEKSJONER	79
5.6	ETISKE REFLEKSJONER OG FORFORSTÅELSE	82
5.7	OPPSUMMERING	82
6.	KVANTITATIV INNHOLDSANALYSE	84
6.1	AVISENES PRIORITERING AV SAKSOMRÅDER	84
6.1.1	<i>Marked/omsetning</i>	87
6.1.2	<i>Orientering mot det økonomiske eller politiske felt</i>	89

6.1.3	<i>Avisenes kildebruk</i>	90
6.1.4	<i>Forventninger og holdninger til boligprisutviklingen</i>	92
6.1.5	<i>Avisenes forsider</i>	93
6.2	OPPSUMMERING	96
7.	KVALITATIV INNHOLDSANALYSE	98
7.1	MARKED/OMSETNING: PRISSTATISTIKK OG SPÅDOMMER	98
7.2	UTBYGGING/REGULERING: SØRENGA.....	110
7.3	SPEIELLE BOLIGER: SALG AV KOMMUNALE BOLIGER.....	116
7.3.1	<i>Husokkupasjon av Mor Go'hjertas vei 23</i>	116
7.3.2	<i>Salget av Kvartal 6</i>	119
7.4	OPPSUMMERING	123
8.	AVSLUTNING.....	125
8.1	DRØFTING AV FUNN	127
8.2	VIDERE FORSKNING	134
	LITTERATURLISTE.....	136
	VEDLEGG: ARTIKLER FRA KVALITATIV INNHOLDSANALYSE	140

1. Innledning

Formålet med denne oppgaven er å belyse et journalistisk stoffområde som har fått lite oppmerksomhet i forskningskretser, men som likefullt har ekspandert målt i omfang og en slags offentlig bevissthet: Boligjournalistikken. Det er en utbredt oppfatning at denne ekspansjonen i hovedsak skyldes økt oppmerksomhet rundt den sterke og vedvarende prisstigningen på boligmarkedet¹ og økt vektlegging av interiør og design i den norske befolkningen.² Jeg vil i denne oppgaven derimot undersøke hvordan dagens boligjournalistikk *varierer* mellom forskjellige aviser og hvordan vekst og *variasjon* kan leses som uttrykk for endrede maktforhold i boligsektoren og mellom norske aviser.

Fremveksten av en moderne, økonomisk journalistikk i Norge har generelt sammenheng med en markedsliberaliseringsbølge som på 80-tallet medførte alvorlige forskyvninger i styrkeforholdet mellom statlig regulering og frie markedskrefter på flere sentrale samfunnsområder. I boligsektoren ble omsetningen av boliger, etter flere tiår med stort politisk engasjement og kontroll, gradvis overlatt til markedet. Dette sammenfalt med endringer i betingelsene for pressens virksomhet; gjennom avskaffelsen av partipressesystemet ble også avisene tettere knyttet til markedet og økonomiske aktører. Et sentralt spørsmål i denne oppgaven er dermed hvorvidt disse endringsprosessene i perioden 1980-2007 kan spores i boligjournalistikkens innhold og prioriteringer i dag.

Slike endringer vil ventelig prege boligjournalistikken generelt. Men, det er videre et sentralt spørsmål hvorvidt det også vil være variasjoner mellom avisenes boligjournalistikk. Det å undersøke disse variasjonene, og logikken de varierer etter,

¹ Se f.eks. Bjerke og Dyb (2005) eller e24.no 08.10.07: "Bolighysteri i media" (<http://e24.no/medier-og-reklame/medier/article2005699.ece#VG>) (lesedato 10.10.07).

² Se f.eks. Dokk Holm (2003) eller Rolness, Kjetil (2007): "Litteraturen vi elsker å håne." I: Dagbladet 22.10.07, side 46-47.

er denne oppgavens hovedmål. Dette målet danner grunnlaget for oppgavens tredelte problemstilling:

1) Hvilke variasjoner finnes mellom forskjellige avisers prioritering av boligjournalistiske saksområder?

Dette undersøkes gjennom en kvantitativ innholdsanalyse som tar utgangspunkt i utvalgte avisers (Dagbladet, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Aftenposten og Aften) boligjournalistikk en gitt periode høsten 2006.

2) Hvilke variasjoner finnes mellom forskjellige avisers vinklinger, ordvalg og perspektiver i deknningen av beslektede boligjournalistiske hendelser?

Dette undersøkes gjennom en kvalitativ innholdsanalyse som tar utgangspunkt i de samme avisenes dekning av noen bestemte hendelser i perioden 2005-07.

Spørsmålene om variasjon forutsetter et teoretisk perspektiv som kan fange slike og sette det i sammenheng med de strukturelle endringsprosessene omtalt ovenfor. I denne oppgaven anvender jeg derfor det feltanalytiske perspektiv og begrepsapparat slik dette er blitt presentert og brukt av Pierre Bourdieu. Dette er et teoretisk rammeverk med en klar empirisk forskningsstrategi som muliggjør en lesning av bestemte samfunnsområder (*felt*) hvor man går bak konkrete handlinger til en analyse av hvilke *logikker* disse beror på og hvordan disse logikkene uttrykkes (*posisjonering*) som et resultat av en historisk utvikling (*kamper*) som har ledet frem til en feltspesifikk situasjon med bestemte strukturelle maktforhold (*relasjoner* mellom *posisjoner*). Dette blir grunnlaget for oppgavens tredje spørsmål som dermed blir en klarere språklig kobling av oppgavens innholdsanalyser og teoretiske perspektiv:

3) Hvordan sammenfaller variasjon i boligjournalistikken med dagens strukturer i boligfeltet og det journalistiske felt?

Denne problemstillingen må besvares ved hjelp av både feltanalytiske og innholdsanalytiske innsikter, den blir derfor behandlet i oppgavens siste kapittel.

En vanlig strategi i bourdieuinspirerte medieanalyser av denne typen (se f.eks. Benson 1999: 475-477) er å først gi en isolert historisk analyse av felt a (her: boligfeltet³ som behandles i kapittel 3), en isolert historisk analyse av felt b (her: den norske medieorden⁴ som behandles i kapittel 4), før man deretter analyserer møtepunktet mellom disse, felt ab (her: boligjournalistikken som behandles i kapittel 4, 6 og 7).

For å forstå grunnlaget for logikkene og strukturene i feltene, samt avisenes posisjonering i disse, presenterer jeg derfor feltanalyser med fokus på de strukturelle maktforholdene i bolig- og mediefeltet i perioden 1980-2007. De historiske analysene er essensielle for å forstå strukturen i feltene i dag og hvordan avisene posisjonerer seg i forhold til dette. Disse kapitlene må følgelig ikke leses som ren bakgrunn for de etterfølgende innholdsanalysene av avisenes journalistikk, men som en bestemt lesning (feltanalyse) av to historiske utviklingsforløp som har ledet frem til dagens situasjon.

1.1 Tidligere forskning

Det foreligger lite forskning på pressens boligjournalistikk. Unntaket er sosiologene Paul Bjerke og Evelyn Dyb (2005) som har undersøkt endringer i pressens dekning av boligsektoren de siste 25 årene. Deres hovedfunn er et endret fokus fra boligpolitikk til boligpris, samt vektlegging av et boligjournalistisk *eierperspektiv* hvor frykten for prisnedgang er stor. Dette knyttes til individualiseringsprosesser i samfunnet (risikosamfunnets fremvekst).

³ Bourdieu påpeker at feltene ikke må forstås som "virkelige" ting som har en eksistens, men som analytiske konstruksjoner av objektive relasjoner (Bourdieu & Wacquant 1995: 81-83). Denne avklaringen har gyldighet også for denne oppgaven, selv om den nok er ment for mer filosofiske forvirringer enn misforståelsen som kan oppstå her. Begrepet "boligfelt" må i denne oppgaven ikke forstås som et fysisk utbygd boligfelt med hus, men som Bourdieus feltbegrep anvendt på den norske boligsektoren.

⁴ Denne betegnelsen stammer fra Slaatta (2003) og brukes i denne oppgaven for å synliggjøre forskjellene mellom det journalistiske felt som helhet (den norske medieorden) og de deler av dette feltet som utgjøres av boligjournalistikken.

Bjerke og Dybs undersøkelse har vært til stor hjelp i arbeidet med å illustrere noen av utviklingstrekkene i boligjournalistikken. Det er imidlertid min påstand at deres undersøkelse har skjevheter i datamaterialet og svakheter i det teoretiske perspektivet som gjør at de ikke påviser en generell, men en posisjonsspesifikk endring. For å sannsynliggjøre dette er kategoriene og prinsippene for klassifisering i deres innholdsanalyser lagt til grunn for den kvantitative innholdsanalysen i denne oppgaven. Håpet er at mine analyser kan bidra til et mer utfyllende bilde av boligjournalistikkens karakter.

Bourdieuinspirerte medieanalyser er det flere av. I arbeidet med denne oppgaven har Tore Slaattas "Den norske medieorden" (2003) vært særlig relevant. Slaatta tar for seg utviklingen av et norsk mediefelt som gjennom de siste 25 årene har blitt gradvis mer dominert av økonomiske prinsipper. Dette gjenfinnes blant annet i fremveksten og ekspansjonen av økonomisk relaterte nyheter i den generelle journalistikken. Disse endringene drøftes med bakgrunn i mediens symbolske makt i forhold til produksjonen og reproduksjonen av sosiale og kulturelle distinksjoner. Slaattas analyse er helt sentral for denne oppgavens forståelse av utviklingen innenfor det journalistiske felt.

1.2 Begrepsavklaring

Opgavens tema, boligjournalistikk, forstås her som tekst og bilder knyttet til det å bo, fordeling, omsetning og bygging av boliger, samt debatten om hvordan dette skal organiseres. Oppgavens analyser begrenser seg til boligjournalistikken i den norske dagspressen.

Boligjournalistikken analyseres ved hjelp av Bourdieus teori og begreper, et teoretisk perspektiv som muliggjør samfunnsanalyser på mikro- og makronivå med fokus på både struktur og aktør. For denne oppgavens vedkommende vurderes det som hensiktsmessig å holde analysene på makronivå med fokus på de strukturelle maktforholdene i ulike samfunnsfelt. Med fokus på strukturene kan man med feltteorien forholde seg til dyptgripende samfunnsendringer og disses påvirkning og

gjennomslagskraft på ulike samfunnsområder. Prioriteringen av makro (avis) fremfor mikro (journalist) i analysene stammer fra erkjennelsen av avisenes økte behov for annonseinntekter og boligannonseenes dominerende rolle i dette markedet.

Betydningen av journalisters egeninteresse for journalistikkens innhold er forøvrig allerede benyttet og usannsynliggjort som forklaringsmodell på observerte endringer i boligjournalistikken (se Bjerke & Dyb 2005).

Oppgavens omfang gir ikke rom for fullverdige feltanalyser med korrespondanseanalyse.⁵ Det anlegges derfor det som her betegnes for et feltteoretisk perspektiv. Med dette menes at det ikke siktes mot å gjøre en fullstendig objektiverende feltanalyse ala Bourdieu, men at Bourdieus begreper og samfunnsteori benyttes for å forstå endringer som har skjedd innenfor bolig- og mediesektoren de siste 30 årene. En nærmere redegjørelse for denne fremgangsmåten presenteres i neste kapittel.

1.3 Oppgavens struktur

Kapittel 2 inneholder en redegjørelse for det feltanalytiske perspektiv og begrepsapparat som ligger til grunn for denne oppgaven. Det vises deretter hvordan Bourdieu selv anvendte dette perspektivet på både boligsektoren og mediefeltet, før det redegjøres for hvordan dette er blitt anvendt (det feltteoretiske perspektivet) i denne oppgavens analyser.

I kapittel 3 analyseres det norske boligfeltets tilblivelse og kamper ved hjelp av det feltteoretiske perspektivet. Særlig legges det vekt på endringer i perioden 1980-2007 for å komme frem til en beskrivelse av dagens strukturer. Disse strukturene er i fremste rekke kjennetegnet ved den økonomiske logikkens sterke dominans over sentrale deler av feltet. I kapittel 4 presenteres en feltteoretisk analyse av endringer i

⁵ Kurs i korrespondanseanalyse tilbys kun på doktorgradsnivå ved Universitetet i Oslo. Både i forhold til omfang og kompetansenivå anses dermed dette for å ligge utenfor rammene av denne masteroppgaven. For nærmere om korrespondanseanalyse, se Hjelbrekke, Johs. (1999): *Innføring i korrespondanseanalyse*.

den norske medieorden i perioden 1980-2007. Denne viser hvordan det journalistiske felt har inngått i tettere relasjoner med det økonomiske felt, dette dominerer nå store deler av virksomheten innenfor den norske medieorden. Denne forståelsen danner grunnlaget for presentasjonen av endringer i avisbasert boligjournalistikk og kampen om boligannonse i andre del av kapitlet.

De feltspesifikke forståelsene fra kapittel 3 og 4 danner grunnlaget for oppgavens innholdsanalyser. Særlig sentralt er identifiseringen av det økonomiske feltets dominans og strukturering av både boligfeltet og den norske medieorden. I kapittel 5 presenteres dermed prinsippene for posisjonering av de utvalgte avisene og klassifisering av de forskjellige saksområdene. I dette tas det utgangspunkt i det som her betegnes som boligjournalistikks hovedstruktur mellom nære og distanserte relasjoner til det økonomiske felt. Det redegjøres også for de metodiske valgene som ble tatt i arbeidet med innholdsanalysene.

I kapittel 6 presenteres den kvantitative innholdsanalysen. Denne viser variasjon i avisenes prioritering av saksområder og kildebruk, mønsteret i disse knyttes til avisenes og saksområdenes relasjoner til det økonomiske felt. Dette utforskes videre i de kvalitative innholdsanalysene i kapittel 7. Gjennom artikkelutvalg fra forskjellige boligjournalistiske saksområder avdekkes det variasjon mellom avisenes presentasjon av de samme hendelsene. Igjen knyttes de observerte variasjonene til avisenes og saksområdenes relasjoner til det økonomiske felt, de to analysene i fellesskap viser dermed et strukturert sammenfall mellom avisenes posisjoner, prioriteringen av saksområder og holdningen til disse.

I kapittel 8 avsluttes oppgaven med en drøfting av oppgavens funn i forhold til tre hovedspørsmål: 1) hva medfører strukturene i det journalistiske felt for de ulike logikkene, og aktørene som posisjonerer seg i disse, muligheter til å dominere boligfeltets kamper, 2) hva blir konsekvensene av slike strukturelle relasjoner i boligfeltet, og 3) hvilke konsekvenser får endringene i det journalistiske feltets strukturer for dette feltets autonomi?

2. Teoretisk utgangspunkt

Bourdieu's teoretiske rammeverk har et klart empirisk siktemål. Det feltteoretiske perspektivet som anlegges her representerer et forsøk på å anvende deler av dette i en undersøkelse av utviklingen innenfor den norske boligsektoren og mediefeltet gjennom de siste 30 år. I dette kapitlets redegjørelse for Bourdieus teorier legges det derfor i hovedsak vekt på begrepene *felt* og *kapital* ettersom disse står særlig sentralt i denne oppgavens analyser.

Bourdieu's vitenskapsteoretiske utgangspunkt er et forsøk på å overskride skillet mellom aktør og struktur i sosiologien. Han argumenterer for at dette kan gjøres ved at forskeren bryter med to etablerte posisjoner i samfunnsvitenskapen: For det første må man bryte med forskningsobjektene (agentenes) selvforståelse av samfunnet. Deres fortrolighet med tingenes tilstand, kalt *doxa*, gjør at de selv ikke ser hvilke strukturelle maktforhold som betinger deres handlinger (Bourdieu 1990: 46).

Bourdieu betegner dette som bruddet med *subjektivismen*.

For det andre må samfunnsforskeren bryte med sin egen forståelse av forskerrelasjonen. Som samfunnsforsker har man en teoretisk relasjon til de praktiske fenomenene man studerer. Man står dermed i fare for å gjøre en skolastisk feilslutning; å overføre teoretiske tenkemåter til studieobjekter med en praktisk tenkemåte (Bourdieu 1990: 31). Bourdieu betegner dette som bruddet med *objektivismen*.

Med dette som utgangspunkt ønsker Bourdieu å avdekke grunnlaget for makt og innflytelse i samfunnet. Sentralt i hans samfunnsteori og forståelse av maktstrukturer står begrepet om sosiale felt.

2.1 Felt

“Why is it important to talk about the journalistic field and not about journalists? Because so long as one talks about journalists, one is talking within a logic of personal responsibility: one is looking for people to blame (...) if one talks in terms of a field one substitutes for these visible agents (...) the structure of the journalistic field and the mechanisms that operate within it” (Bourdieu 2005b: 41-42).

Et *felt* er et nettverk av objektive *relasjoner* mellom *posisjoner* (Bourdieu 1996a: 231). Med objektiv menes at disse relasjonene finnes uavhengig av noen bevissthet om deres eksistens. Til hver posisjon knyttes en bestemt form for virkelighetsoppfatning; en spesifikk forståelse og interesse av det som finner sted i feltet. Hver posisjon defineres ved dens forhold til andre posisjoner (Bourdieu 1996a: 231) og vil i varierende grad være *autonom* (selvstendig) eller *heteronom* (dominert). Posisjonene inntas av *agenter*⁶, det være seg individer eller grupper av individer som har interesser i feltets virksomhet. Mellom disse er det kamp om å etablere den legitime forståelsen av praksis i feltet. Settet av relasjoner mellom posisjoner i feltet, og styrkeforholdet mellom disse, utgjør feltets *logikk*; den dominerende virkelighetsoppfatningen i og virkemåten til et felt. Agentenes *kapitalstruktur* og – mengde avgjør hvilke posisjoner som kan inntas i feltet. Til de forskjellige posisjonene korresponderer homologe posisjonstakninger i konkrete saker (f.eks. politiske spørsmål), som har tendenser til å reprodusere posisjonen de beror på (Bourdieu 1996a: 231). Disse egenskapene ved feltene utgjør hovedpunktene i den forståelsen som anvendes i denne oppgavens analyser.

Feltets *genese* er dets opprinnelse, det er det punkt hvor det dannes posisjoner som ønsker løsrivelse fra dominerende strukturer og som dermed muliggjør kamp mellom posisjoner om feltets logikk og virkemåter. På tidspunktet for feltets tilblivelse vil prinsippene og virkelighetsoppfatningen i de ulike posisjonene være tydeligere i aktørenes handlinger. Over tid vil disse inngå i feltets struktur, posisjonens logikk og

⁶ Bourdieu foretrakk begrepet agent fremfor aktør fordi aktørbegrepet er basert på en rolleteori som bryter med hans handlingsteori (Bourdieu 1995: 10 – oversetterens forord). Dette skillet gir imidlertid mindre mening på norsk. Begrepene kommer derfor til å bli brukt om hverandre i denne oppgaven.

agentenes *habitus*⁷, og dermed fremstå naturlig og dagligdags for agentene i disse posisjonene (Bourdieu 1996a: 113). I analysen av boligfeltet i kapittel 3 trekkes det derfor linjer helt tilbake til 1750; forståelsen av det norske boligfeltet i dag forutsetter en forståelse av hvordan de ulike posisjonene oppsto og har utviklet seg.

Nomos er den grunnleggende orden i et felt, det er prinsippene for distinksjoner som institueres i feltets objektive og aktørenes mentale strukturer (Bourdieu 1996a: 223). *Illusio* er feltets spill og dets innsatser. Hvert felt skaper sin egen illusio, det er en kollektiv tro på at spillet er verdt å spille (Bourdieu 1996a: 227-228). Kampen om feltets innsatser tildekker prinsippene for spillet (Bourdieu 1996a: 166-167). Dette betegnes som feltets *doxa*, det man ikke diskuterer. Man har felles interesse i at det diskuteres, derfor diskuterer man, men man diskuterer ikke betingelsene for diskusjonen. Man diskuterer de ulike aktørene, men ikke grunnlaget for disse aktørenes posisjoner. Feltets illusio blir altså feltets doxa, man diskuterer ikke hvorfor man diskuterer. Ved å avdekke denne kollektive oppfatningen som gjør seg gjeldende blant aktørene i et felt kan man derfor finne frem til hvilke sentrale funksjoner feltets virksomhet var ment å fylle (Bourdieu 1996a: 169). Disse begrepene er en viktig del av den feltanalytiske forståelsen, men vil ikke bli brukt eller drøftet mer inngående i denne oppgavens analyser.

Bourdieu bruker betegnelsen *det sosiale rom* om samfunnet som helhet. Innenfor dette finnes sosiale felter som er avgrensede deler av samfunnet. Det viktigste og største av disse feltene betegnes for *maktfeltet* og befinner seg i den øverste delen av det sosiale rom. ”Maktfeltet er rommet av styrkeforhold mellom agenter eller institusjoner som har til felles besittelsen av nødvendig kapital for å innta dominerende posisjoner i forskjellige felt” (Bourdieu 1996a: 215 – min oversettelse). Hovedkampen i maktfeltet står mellom det *økonomiske* og det *kulturelle* felt. Kampen

⁷ Habitus er et system av strukturerte disposisjoner som ikke kan tenkes uavhengig av de konkrete handlingene hvor de kommer til syne (Bourdieu 1990: 52). Det er individers disposisjoner for tanker og handling som er ervervet historisk, formet av de betingelsene de har levd under og som den selv har vært med på å forme, og som fremstår som naturlige/ubevisste fordi de er kroppsliggjort. Habitus er både strukturerende (den bidrar til å forme våre handlinger) og strukturert (den er selv et resultat av ytre forhold). Habitusbegrepet står helt sentralt i Bourdieus handlingsteori, men får ingen fremtredende plass i denne oppgaven hvor fokuset ligger på feltene og deres dynamikk.

står om den relative verdien av de feltspesifikke kapitaltypene (kulturell og økonomisk kapital) som i seg selv utgjør aktørenes mulighet til å vinne denne kampen. Det kulturelle feltets dominerte posisjon i denne relasjonen gir det økonomiske felt dominerende posisjoner i andre sosiale felt, Bourdieu betegner dette som feltenes *homologier* (Bourdieu 1984: 175). Det blir i denne oppgaven eksemplifisert med det økonomiske feltets styrkede posisjon i henholdsvis boligfeltet og det journalistiske felt i perioden 1980-2007.

Et felt struktureres rundt motsetningen mellom en autonom (selvstendig) og en heteronom (dominert) pol med hver sine prinsipper for hierarkisering. Den autonome polen vil vanligvis, avhengig av hvilket type felt det er snakk om, konstitueres i opposisjon til en økonomisk dominert pol og basere seg på en logikk om egenproduksjon (Bourdieu 1996a: 216-219).⁸ Aktørene som posisjoner seg langs den autonome polen ønsker løsrivelse fra det økonomiske feltets logikk om profittmaksimering, denne dominerer den heteronome polen og legger i varierende grad føringer for den generelle aktiviteten i feltet.

Mellom de ulike feltene og delfeltene er det også objektive relasjoner. De ulike feltenes relative posisjoner er til en hver tid uttrykk for maktfordelingen i samfunnet, på samme måte som de ulike aktørenes relative posisjoner innenfor de ulike feltene er uttrykk for maktfordelingen i feltet. Det foregår altså kontinuerlige kamper om innflytelse både mellom felt og internt i feltene. Maktrelasjoner mellom felt (og mellom posisjoner i feltene) er resultat av historiske kamper; et felts historie bestemmer dets spesifikke regler for handling og er en forutsetning for enhver tolkning av dets tilstand på ethvert tidspunkt (Bourdieu 1996a: 199-200). Feltets autonomi er dets selvstendighet fra dominerende felts (som oftest økonomiske) handlingsmønstre og kommer til syne gjennom dets prinsipper for hierarkisering langs den autonome polen. Autonome felt vil ha et inverst system for

⁸ Det norske boligfeltet er et delfelt av det økonomiske felt. Dette innebærer en "speilvendning" av Bourdieus begreper (som oftest beskjeftiget seg med delfelt av det kulturelle felt), den autonome polen vil dermed være den som er underlagt den økonomiske logikken. I boligfeltet er dermed økonomisk autonomi lik økonomisk dominans. I det journalistiske felt, et delfelt av det kulturelle felt, vil den økonomisk dominerte polen være den heteronome.

kapitalakkumulering i forhold til prinsippene i det økonomiske felt. Kampen mellom felt, og deres tilhørende logikker som de prøver å gjøre dominerende for virksomheten, blir særlig vektlagt i de feltteoretiske analysene i de to neste kapitlene.

En av feltenes grunnleggende kamper dreier seg om defineringen av dets rettsmessige deltakere. Ved å prøve å innføre sitt syn som det legitime, kjemper agentene for å gjøre dette til en grunnleggende lov (nomos) i feltet (Bourdieu 1996a: 223). En agent tilhører et felt i den grad man skaper eller opplever effekter av feltet; en stor vekst i antallet agenter, en tilstrømming til posisjoner, er en av hovedkanalene for endringer av felt (Bourdieu & Wacquant 1995: 86-88). I kapittel 3 eksemplifiseres dette med eiendomsmevlernes inntreden i boligfeltet. Feltenes relasjonelle karakter innebærer at det ikke finnes noen posisjoner som er beskyttet fra endringer, å definere feltets grenser og kontrollere tilgangen til feltet er dermed å forsvare den etablerte orden. Sammen med kampene om sentrale posisjoner gir denne stadige muligheten for endring feltene en dynamisk karakter.

2.2 Kapital

Agenters kapital er avgjørende for muligheten til å innta posisjoner i ulike felt. Med kapital menes knappe ressurser som agenter besitter og kan benytte for å ivareta sine interesser (Bourdieu & Wacquant 1995: 103-105). Økonomisk, kulturell og sosial kapital utgjør de tre hovedtypene av kapital og har en verdi på tvers av ulike sosiale felt. Disse kapitaltypene eksisterer i ulike former (f.eks. kommer kulturell kapital i henholdsvis kroppsliggjort, objektivert og instituert form) og er til en viss grad transformerbare. Hovedkampen i felt kjempes alltid mellom posisjoner med ulik kapitaltype, og kampen står mellom hvilken av kapitaltypene som skal ha størst betydning. Kampen i maktfeltet mellom det kulturelle og økonomiske felt, hvor den økonomiske kapitalen står sterkere enn den kulturelle, gir økonomisk kapital en grunnleggende dominans i samfunnet som helhet. Ethvert underfelt i det sosiale rommet vil dermed struktureres rundt motsetningen mellom økonomisk kapital og en

spesialisert form for kulturell kapital (en feltspesifikk kapital som har liten verdi utenfor det gjeldende felt) og deres tilhørende (inverse) prinsipper for hierarkisering.

Agenters *sosiale løpebaner* i et felt, det vil si ”serier av posisjoner etterfølgende innehatt av den samme agenten eller gruppe av agenter i etterfølgende rom” (Bourdieu 1996a: 258 – min oversettelse), beskriver deres relasjonelle utvikling over tid. Det er en generell egenskap ved Bourdieus teori at agenter med lignende kapitalsammensetning og habitus vil følge samme sosiale løpebane gjennom feltet. I kapittel 3 beskrives eiendomsmeglernes og (delvis) boligbyggelagens sosiale løpebane i boligfeltet; de diametrale utviklingskurvene (løpebanene) illustrerer på en god måte endringer i dette feltets struktur gjennom de siste 30 årene.

Det er videre et generelt trekk ved teorien at man har sosial reproduksjon av posisjon og kapital. De objektive strukturene i feltet og de mentale strukturene hos individene jobber for opprettholdelse og forsterkning av eksisterende maktrelasjoner. Dette skjer blant annet gjennom symbolske kretsløp i media hvor man legitimerer bestemte virkelighetsoppfatninger og aktører:

”Symbolsk makt er en makt til å konstituere det gitte gjennom utsagn om det, til å få andre til å se og til å tro på en verdensoppfatning, til å bekrefte den eller til å forandre den, og gjennom verdensoppfatningen også handlingen i verden, og dermed verden selv” (Bourdieu 1996b: 45).

Gjennom mediene kan ulike aktører akkumulere symbolsk kapital og forsterke sine posisjoner innenfor de respektive hierarkiene. Symbolsk kapital er ikke en egen kapitalform per se, men en form andre kapitaltyper fremstår i for å virke legitime og nettopp ikke gjenkjennes i sin opprinnelige form. Symbolsk makt og kapital virker kun når dens grunnleggende kapitaltype ikke erkjennes av de den dominerer og/eller utøves gjennom (Bourdieu 1996b: 38), den tilslører dermed grunnlaget for maktrelasjoner i samfunnet.

De ulike kretsløpene for produksjon av symbolsk kapital er både ”strukturerte og strukturerende redskaper for kommunikasjon og kunnskap” (Bourdieu 1996b: 42), de er med andre ord resultat av ytre betingelser som de selv er med å sette betingelsene

for. For å forstå den symbolske makten som springer ut fra en medieaktør, må man derfor også forstå denne aktørens posisjon i mediefeltet. Det holder med andre ord ikke å analysere en tekst og et budskap for seg selv, man må også analysere den relasjonelle konteksten hvor dette presenteres ettersom de ulike mediens mulighet til å påtvinge en bevisst ideologi eller gi legitimitet til bestemte aktører avhenger av dette mediets posisjon og relasjoner til andre aktører i mediefeltet. Et av målene med det feltteoretiske perspektivet er derfor å synliggjøre noen premisser for avisenes posisjoner i det journalistiske felt, for derigjennom å kunne belyse deler av grunnlaget for den symbolske kapitalen som tildeles enkelte aktører gjennom boligjournalistikken.

2.3 Bourdieu og bolig

I ”The social structures of the economy” (2005) analyser Bourdieu det franske feltet for kjøp og salg av boliger. Bourdieu mener at boligpolitikken til enhver tid er resultat av det strukturelle styrkeforholdet mellom ulike agenter som jobber for å endre eller beholde den nåværende tilstanden (2005a: 93-94). For å forstå boligpolitikkenes utforming må man derfor gjøre en historisk analyse av boligfeltets kamper:

”To understand the logic of this bureaucratically constructed and controlled market, we have to describe the genesis of the rules and regulations that define its operation; in other words, we have to write the social history of the closed field in which, with different purposes in view and different weapons at hand, members of the higher civil service with responsibility for housing, construction and finance matters, and representatives of private interests in the area of housing and finance confront each other” (Bourdieu 2005a: 92).

Den franske boligpolitikken var i de første etterkrigsårene preget av generelle velferdsordninger som la til rette for mye blokkbebyggelse. Utover 60-tallet kom dette systemet under kritikk fra private aktører som ønsket større spillerom, noe som

blant annet ga store omlegginger av boligfinansieringen.⁹ Byggeselskapene ønsket dessuten bedre tilrettelegging for bygging av eneboliger. De hadde støttespillere i den franske regjeringen som på slutten av 60-tallet ønsket å redusere statens engasjement i boligbygging og i stedet legge til rette for en markedsstyrt boligsektor.

På begynnelsen av 70-tallet kom en rekke boligpolitiske initiativ, disse ledet frem til en stor debatt om boligpolitikkenes utforming i 1975. Bourdieu analyserer de strukturelle relasjonene mellom de effektive agentene i denne debatten og viser hvordan aktørene var distribuert mellom to poler: på den ene siden sto de som ønsket å beholde den generelle boligsubsidieringen, på den andre siden sto de som ønsket en total oppheving av generelle subsidier til fordel for selektive tiltak (2005a: 110). Bourdieu identifiserer også to typer byråkratisk kapital som avgjørende for de ulike agentenes ressurser i debatten; den ene kapitalen var knyttet til erfaring og kunne erverves gjennom lang tids virke i det boligbyråkratiske felt, den andre var teknisk-basert kunnskap som kunne tilegnes raskere ettersom den ikke var knyttet til et bestemt byråkratisk felt (2005a: 117). Den teknisk-baserte kapitalen var på denne måten en trussel mot den erfaringsbaserte byråkratiske kapitalen som beskyttet seg ved å holde tilbake informasjon om boligbyråkratiets spesifikasjoner. Utfallet av debatten ble en kombinasjon av generelle subsidier og selektive tiltak, den ultraliberale linjen som ønsket ren markedsstyring vant dermed ikke frem. Bourdieu viser hvordan den teknisk-baserte kapitalen likevel ble viktigst ved at disse aktørene kunne støtte sine argumenter på mer avanserte matematiske modeller enn aktørene med erfaringsbasert byråkratisk kapital.

Boligpolitikken ble med dette et av de første områdene hvor det ble kamp mellom forkjempere for ”sosial” politikk og liberalister som ønsket å redusere velferdsstaten (Bourdieu 2005a: 121). Den franske boligpolitikken har siden den gang utviklet seg i liberal retning. Bourdieu hevdet en oppdatert analyse av det franske boligfelt ville vise bevegelse for alle posisjoner nærmere den liberalistiske polen, men at

⁹ De private bankenes finansieringsandel økte fra 22 til 65 prosent mens det offentlige andel ble redusert fra 60 til 30 prosent i perioden 1962-1972 (Bourdieu 2005a: 90).

skillelinjene mellom posisjonene ville vært de samme som i 1975. Støtten til argumenter og aktører finnes i feltets historie:

”(...) in spite of the boost the 'housing policy' implemented in the 1960s and the 1970s gave to the 'liberal' camp, the forces favouring the defence of 'social rights' are still very powerful because they have been built into the institutions over a long period, that is to say, both into the objective (chiefly, administrative) structures and into the cognitive structures and dispositions these have contributed to producing” (Bourdieu 2005a: 122).

2.4 Bourdieu og media

Det journalistiske felt blir spesielt behandlet av Bourdieu i ”Om fjernsynet” (1998) og i artikkelen ”The political field, the social science field, and the journalistic field” (2005b), samt i enkelte kapitler av ”Distinction” (1984).¹⁰ I den sist publiserte skriver han; ”for å forstå hva som skjer innen det journalistiske felt, er man nødt til å forstå feltets grad av autonomi og, innen feltet, autonomigraden til publikasjonen en journalist skriver for” (Bourdieu 2005b: 43 – min oversettelse). Denne ”graden av et massemediums autonomi måles utvilsomt i andelen av dets inntekter som kommer fra reklame eller fra staten (i form av reklame eller subsidier), og også i graden av konsentrasjon av aktører” (Bourdieu 1998: 98).

Medias autoritet ligger i mulighetene til å nå store mengder av befolkningen. Temaer i medias søkelys blir, i kraft av at det er i media, ansett som viktig. Det samme gjelder aktører og virksomheter; ved å være i medias søkelys har de mulighet til å oppnå legitimitet og anerkjennelse som ikke tilsvarer kapitalen de besitter gjennom virksomhet i sitt respektive felt. Denne mediemakten kan også brukes i negativ forstand, mediene kan unngå at enkelte emner, aktører eller virksomheter får oppmerksomhet ved å ikke omtale disse. På denne måten struktureres andre felt av medienes legitimering og delegitimering av aktører.

¹⁰ I den norske utgaven av ”Distinksjonen” (1995) er kapittel 8, som omhandler mediene spesielt, utelatt.

Problemet, slik Bourdieu ser det, er at det journalistiske felt i økende grad underlegges markedets tvang; en tvang som overføres til andre felter via mediene (1998: 75). Redaksjonelle produkter utformes med tanke på å oppnå størst mulig publikumsoppslutning for å gjøre mediet til en effektiv annonsekanal, noe som fører til at mediene struktureres av kampen om de store annonseinntektene. Fokuseringen på økonomisk profitt legger dessuten føringer for redaksjonelle beslutninger i forhold til valg av temaer, kilder og vinklinger i journalistikken. På denne måten utøver og forsterker det økonomiske felt sin dominans i samfunnet gjennom massemedia.

Kampen mellom mediene fører videre til det som betegnes som ”den sirkulære informasjonssirkulasjonen” (Bourdieu 1998: 28). Dette sikter til at mediene, i sin bedømming av hva som er viktige saker, ser til andre medier for å se hva de dekker. Dette gjør det å være i mediene til det fremste kriteriet for å komme i mediene. I dekningen av en bestemt sak er det da viktig for en avis å lage en egen vinkling for å unngå å kopiere konkurrentene, disse forskjellene er imidlertid overflatiske og vil ikke merkes av den vanlige mediebruker.¹¹ Posisjonering og distingvering innen feltet fører på denne måten til at man dekker over grunnleggende likheter mellom mediene (alle dekker de samme sakene) for aktørene selv.

Bourdieu gjennomfører ikke en feltanalyse i ”Om fjernsynet”. Slaatta (2002) og Hovden (2001) fremhever begge at en bourdieusk tilnærming i medieforskning nødvendigvis må gå bak resonnementene fra ”Om fjernsynet” og til hans tidligere arbeider hvor det feltanalytiske perspektivet blir redegjort og utført mer omfattende på andre samfunnsfelt.

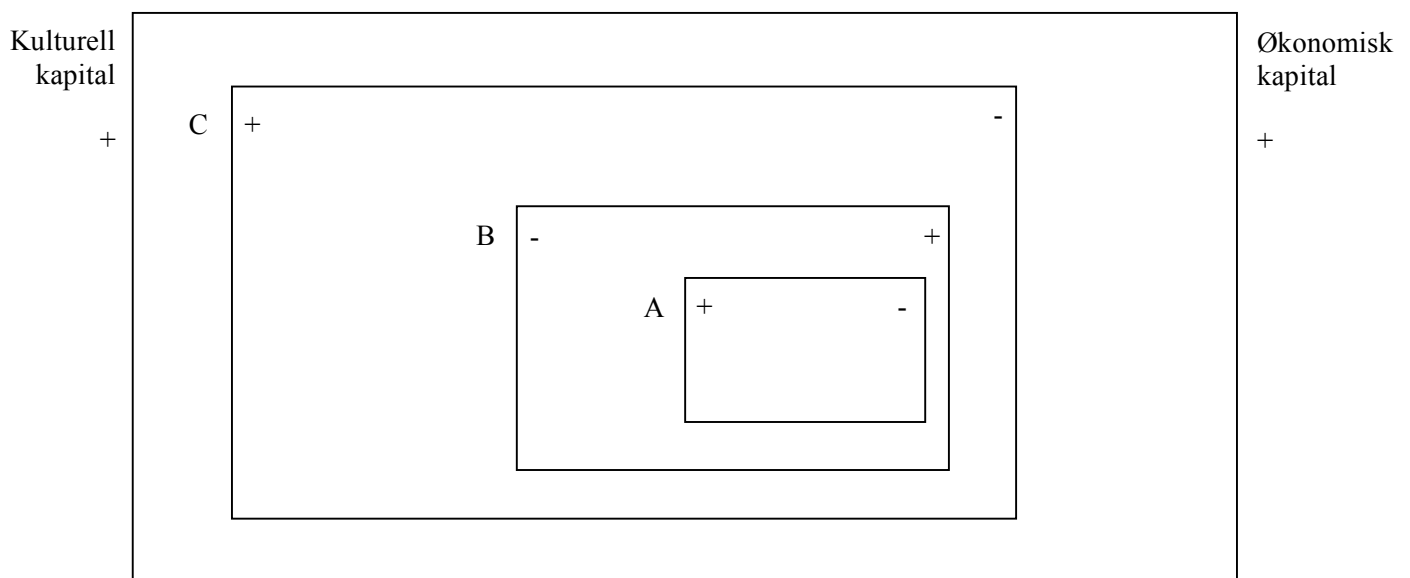
¹¹ Medienes posisjonering vil være homolog med dens posisjon i konsumpsjonsfeltet, den vil velge en vinkling som er tilpasset dens lesergruppe og som gjennom dette opplever en bekreftelse på sin virkelighetsanskuelse og blir til en lojal lezerskare.

2.5 En feltanalytisk strategi

Eksistensen av et felt kan aldri tas for gitt, men må alltid undersøkes empirisk (Bourdieu & Wacquant 1995: 87). Bourdieus foretrukne metode for feltanalyse var konstruksjon av korrespondanseanalytiske kart basert på store surveyundersøkelser. Korrespondanseanalyse er imidlertid ingen forutsetning for feltanalyse, og ”The rules of art” (1996) er en feltanalyse av det franske litterære felt utelukkende basert på historiske kvalitative data. En slik kvalitativ feltstrategi legges også til grunn for de feltteoretiske analysene som presenteres i denne oppgaven.

En fullverdig feltanalyse består av tre nødvendige og gjensidig avhengige analyser (Bourdieu & Wacquant 1995: 90, Bourdieu 1996a: 214). For det første må man analysere feltets posisjon innenfor maktfeltet. I dette må man prøve å skissere en slags genese for feltet og hvordan dets posisjon innenfor maktfeltet har variert over tid. Å fortelle feltets historie på denne måten er med på å gjøre forskeren fremmed for den sosiale verdenen han er en del av (en slags objektivisering) (Hovden 2001: 92), det er en måte å avnaturalisere dagens tilstand som kun en av mange gjennom historien.

En feltanalytisk modell over boligjournalistikken kan f.eks. fremstilles som i figur 1 hvor boligjournalistikkens posisjon (A) innenfor det journalistiske felt (B), feltet for kulturell produksjon (C) og det omsluttende maktfeltet skisseres. Boligjournalistikken er plassert til høyre i det midtstilte journalistiske feltet for å indikere at den tilhører de økonomisk dominerte delene av dette feltet.



Figur 1. Feltanalytisk modell av boligjournalistikken. Modifisert etter figur i Slaatta (2003: 35) og Bourdieu (1993c: 38).

For det andre må man finne strukturen av objektive relasjoner mellom posisjoner i feltet og identifisere agentene som besitter disse. I dette må man prøve å finne det punkt hvor det ble dannet posisjoner i opposisjon til en dominerende orden, noe som på mange måter er nært forbundet med feltets genese. Et første forsøk på feltavgrensning kan bestå i å fastlegge dets grenser ved å identifisere hvilke agenter som tilhører feltet. I dette må man gå bak de konkrete handlingene og funksjonene disse fyller for å bryte med kunnskapen agentene selv har om den verdenen de lever i. Man må også forsøke å identifisere de egenskapene ved agentene som gjør at de kan sies å tilhøre feltet, dette som kan betegnes som den feltspesifikke kapitalen (Bourdieu & Wacquant 1995: 93). Kjennskap til den feltspesifikke kapitalen er en forutsetning for å kunne konstruere feltet, samtidig som det å kjenne feltets iboende logikk er en forutsetning for å identifisere den feltspesifikke kapitalen. På denne måten er konstruksjon av felt en langvarig runddans mellom feltets kapital og logikk (Bourdieu & Wacquant 1995: 93). I analysen av boligfeltet har hovedfokuset ligget på logikkene, den feltspesifikke kapitalen har i mindre grad blitt forsøkt identifisert. Når man har karakterisert ulike posisjoners logikk, og relasjonene mellom disse, kan man gå tilbake til en beskrivelse av de bestemte aktørene som besitter disse (Bourdieu 1996a: 85).

For det tredje må man analysere agentenes habitus, og særlig må man prøve å finne det punkt hvor regler for handling kommer klarest til uttrykk. Disse vil være mest synlige i det posisjonen dannes, identifisering av handlingsregler er dermed også nært knyttet til feltets genese.

2.5.1 Fremgangsmåte – et feltteoretisk perspektiv

Det er i denne oppgaven blitt etterstrebet å gjennomføre en analyse mest mulig tro mot forskningsopplegget Bourdieu selv skisserte. Begrensninger i oppgavens

rammebetingelser gjør imidlertid at dette ikke kan tilfredstilles fullt ut, det er derfor blitt anlagt det som i innledningen ble betegnet som et *feltteoretisk perspektiv*. I dette feltteoretiske perspektivet er særlig beskrivelser av de enkelte agentenes posisjoner og habitus valgt vekk til fordel for identifisering av posisjoners tilblivelse og feltenes logikker. Det er heller ikke forsøkt å beskrive eller behandle alle aktører med tilhørighet i boligfeltet. Det er i den feltteoretiske analysen derfor lagt størst vekt på Bourdieus første punkt for feltanalyser; feltets genese og endringer i posisjon innenfor maktfeltet. En slik prioritering er i tråd med Bourdieus egne instruksjoner til feltanalyse:

”Å tale om eit felt, det er å gi førsterangen til dette systemet av objektive relasjonar, framfor partiklane sjølve (...) det er feltet som bør være i sentrum for forskningsoperasjonane” (Bourdieu & Wacquant 1995: 92).

En besvarelse av denne oppgavens tredje problemstilling forutsetter innsikt i logikker og strukturer i både boligfeltet og den norske medieorden. Det presenteres derfor separate feltteoretiske analyser av de to; ved å fortelle feltenes (for)historie synliggjøres dagens feltspesifikke tilstand med hensyn til både logikkens relasjoner og enkelte aktørers posisjonering i disse. En klar forståelse av disse forholdene er en forutsetning for å forstå møtepunktet mellom de to feltene; boligjournalistikken. Denne analyseres for seg og undersøkes empirisk gjennom innholdsanalysene. En slik feltteoretisk strategi (analyse av 1: felt a, 2: felt b og 3: felt ab) er som nevnt en utbredt fremgangsmåte innenfor bourdieuinspirerte medieanalyser (Benson 1999: 475-477).

Denne oppgaven legges nært inntil Bourdieus teoretiske rammeverk. Dette er ikke uten videre uproblematisk når man ikke har forutsetningene for å gjennomføre et forskningsopplegg som fullt ut kan tilfredsstille kravene dette også stiller til empirisk materiale og analysearbeid. For min del har det imidlertid vært viktigere å kunne bruke teorien og begrepene enn at kartet over relasjoner i feltene nødvendigvis må være perfekt, og det er mitt synspunkt at forklaringskraften som ligger i disse (Bourdieu teori og begreper) ikke må begrenses av kravet om å gjennomføre fullstendig objektiverende analyser. En slik tilnærming innebærer i så fall at

”lekmenn” og andre under doktorgradsnivå mister mange muligheter for anvendelse av teorien. Som en konsekvens av dette har jeg ansett det som viktigere å gi et troverdig bilde av de sentrale trekkene i den historiske utviklingen enn å identifisere samtlige av Bourdieus egenskaper ved feltene.

Utviklingen i den norske boligsektoren er, så vidt meg bekjent gjennom litteratursøk, aldri tidligere blitt analysert ved hjelp av Bourdieus teorier. Jon Skeies ”Boligsektoren og den nyliberale vendingen” (2004) ligger imidlertid nærme dette (og den feltteoretiske fremstillingen som her gis), han knytter utviklingen til endringer i politiske forståelsesformer og logikker. Den feltteoretiske analysen i kapittel 3 er dermed å betrakte som et selvstendig analytisk bidrag på linje med innholdsanalysene i kapittel 6 og 7. Mangelen på feltanalyser (og denne oppgavens begrensede analyse) gjør det uvisst hvorvidt ”boligfeltet” innehar en tilstrekkelig grad av autonomi og andre feltegenskaper til at det kan sies å faktisk utgjøre et eget felt etter Bourdieus krav til slike.¹² Målet med denne feltteoretiske analysen er imidlertid ikke å fastslå boligfeltets ”eksistens”, men å forstå de endringsprosessene som har funnet sted i boligsektoren. Til dette er, etter mitt syn, det feltteoretiske perspektivet velegnet.

En kvalitativ feltanalyses troverdighet hviler blant annet på korrektheten i fremstillingen av faktiske historiske forhold og antallet kilder som ligger til grunn for denne; dess flere verker som er lest, dess større troverdighet kan knyttes til de feltanalytiske slutningene som fremsettes. Den feltteoretiske analysen av det norske boligfeltet er basert på lesning med ”feltteoretiske briller” av boligmeldinger, aktørers medlemsblader, forskningsrapporter og artikler om utviklingen i boligpolitikken, samt større historiske verker som tar for seg både den generelle bolighistorikken og bestemte aktørers historie. I lesningen av disse kildene har det blitt lagt vekt på å identifisere *logikken* som ligger til grunn for de endringene som beskrives eller øyeblikksbildene som presenteres, og hvordan den til enhver tid gjeldende

¹² Se f.eks. Bourdieu, Pierre (1993): "Some Properties of Fields." I: *Sociology in Question*.

boligpolitikk og relasjoner mellom sentrale aktører kan sies å være uttrykk for en situasjonsspesifikk *feltlogikk* som på det tidspunkt har størst oppslutning og innflytelse på virksomheten innenfor boligfeltet. I dette har vedtak av lover, opprettelsen av spesialiserte institusjoner og økning eller reduksjon av bestemte aktører blitt tillagt særlig vekt; dette kan leses som uttrykk for endringer av feltets struktur og regler. Analysen har imidlertid i større grad vært konsentrert om den generelle utviklingen av boligfeltet, og det økonomiske og politiske feltets innflytelse på denne, enn om bestemte aktører og deres posisjoner innenfor boligfeltet.

En metodisk vri i denne analysen kunne vært å analysere en bestemt aktørgruppes, f.eks. eiendomsmeglerne eller boligbyggelagene, sosiale løpebane gjennom feltet mer inngående. Endringen i disse posisjoner kunne da tjent som en illustrasjon på utviklingen i feltet og blitt knyttet opp til sentrale endringer i dette. I kombinasjon med en generell historisk fremstilling kunne man dermed dannet seg et enda bedre bilde av de utviklingsprosessene som har funnet sted.

Analysen av boligfeltet avgrenses først og fremst til endringer i boligomsetning. Flere viktige trekk ved det generelle boligfeltet, som den kulturelle dimensjonen knyttet til arkitektonisk utforming av boliger, er utelatt fra den historiske fremstillingen. Det er heller ikke blitt gjort forsøk på å identifisere alle agenter med tilhørighet i feltet eller noen oppfatninger om hva som tilskrives en slik tilhørighet. Feltet som beskrives kunne derfor godt vært betegnet som ”feltet for boligomsetning”, men av enkelhetsmessige årsaker benyttes betegnelsen ”boligfeltet” gjennom hele oppgaven.

I analysen av boligfeltets historie behandles forholdet mellom økonomisk-/markedsstyrt og politisk styrt utvikling på en måte som på flere punkter kan gi inntrykk av at dette er gjensidig utelukkende styringsmekanismer. Forholdet er langt mer nyansert. Et velfungerende marked vil alltid være omfattet av diverse politiske reguleringer som tar sikte på å rette opp de skjevhetene som skapes av markedskreftene.¹³ Politikken vil måtte tilpasses markedsutviklingen samtidig som

¹³ Jfr. f.eks. Tranøy, Bent Sofus (2006): *Markedets makt over sinnene*.

markedet vil måtte tilpasses politikken, det er snakk om et samspill mellom regulering/politikk og marked/økonomi. Dette må man ha forståelse for om man skal kunne danne seg et nyansert og riktig bilde av den historiske utviklingen.

Oppgavens særlige vektlegging av perioden 1980-2007 skyldes i hovedsak tre forhold. For det første fant det sted viktige endringer i boligfeltet (felt a), i fremste rekke gjennom dereguleringen av boligomsetningen. For det andre forelå det allerede en feltanalyse av det journalistiske felt (felt b) for denne perioden (jfr. Slaatta 2003), denne kunne brukes som grunnlag for forståelsen av endringer innenfor dette feltet. Og for det tredje fantes en kvantitativ analyse av boligjournalistikken (felt ab) for denne perioden (jfr. Bjerke og Dyb 2005), denne ga innsikt i endringer i boligjournalistikken. Eksistensen av denne rapporten, samt begrensninger i oppgavens rammebetingelser, gjorde at fokuset i denne oppgavens innholdsanalyser dermed ble rettet mot dagens strukturer.

Analysen av det journalistiske felt støtter seg i all hovedsak på Tore Slaattas ”Den norske medieorden” (2003). Med Bourdieus feltanalytiske perspektiv analyserer Slaatta utviklingen av det journalistiske felt i perioden 1980-2005, særlig legges det vekt på relasjonen til henholdsvis det politiske og økonomiske felt. Eksistensen av denne feltanalysen har gjort det mindre påtrengende å frembringe en egen feltteoretisk analyse av den generelle medieorden. Hovedinnsatsen i kapittel 4 har dermed vært konsentrert rundt en overføring av Slaattas analyser til forståelsen av endringer innenfor boligjournalistikken som et journalistisk delfelt. Kapittel 4 representerer i så måte intet selvstendig analytisk bidrag, men støtter seg i stedet på en fullverdig og svært relevant feltanalyse. Det ”feltteoretiske” ved dette kapitlet, forstått som begrensninger i forhold til det ”feltanalytiske”, ligger dermed ikke i Slaattas analyse, men i redegjørelsen for denne som gis her.

Jeg har i denne oppgaven ikke gjort intervjuer med verken journalister eller andre i avisenes redaksjoner. En mer omfattende analyse av det journalistiske felt kunne med hell gått inn i redaksjonene og intervjuet journalister og redaktører. Særlig ville det for denne oppgavens vedkommende vært interessant å studert samspillet mellom

redaksjoner og markedsavdelinger og konsekvensene av dette for boligjournalistikken. Som en forlenging av dette kunne man også intervjuet eiendomsmeglere for å få en bedre forståelse av samspillet med avisenes annonseavdelinger, og hvordan avhengigheten av annonseinntekter gir utslag i avisenes boligjournalistikk.

I den feltanalytiske strategien tilskrives feltenes og posisjonenes genese en sentral plass. Analysen av utviklingen i boligfeltet trekker derfor linjene tilbake til 1750; tiltagende industrialisering og oppvekst av kommersiell boligvirksomhet gjør dette til det punkt i Norges historie som dannet grunnlaget for utskillelse av posisjoner i boligfeltet. Slaattas analyser av den norske medieorden trekker linjene enda lenger tilbake i tid, til dannelsen av skriftspråket og trykkekunstens oppfinnelse. Denne historiske gjennomgangen, feltets genese, presenteres ikke i denne oppgaven. Konsentrasjonen rundt perioden 1980-2007 i kapittel 4 blir dermed et tydelig bilde på hvordan dette kapitlet i hovedsak er en gjengivelse av Slaattas forskning, mens kapittel 3 er et selvstendig forsøk på en feltteoretisk analyse. For de etterfølgende innholdsanalysene er imidlertid innsikten fra begge kapitlene like viktige.

3. Det norske boligfeltet

Formålet med dette kapitlet er å belyse de sentrale posisjonene og kampene i det norske boligfeltet for å komme frem til en beskrivelse av det som kjennetegner dagens feltspesifikke situasjon med hensyn til styrkeforholdet mellom ulike logikker og aktører. Forståelsen av disse strukturene utgjør grunnlaget for oppgavens innholdsanalyser som har som mål å undersøke hvorvidt dette kan gjenfinnes i de utvalgte avisenes boligjournalistikk.

Det norske boligfeltet, forstått som nettverket av relasjoner mellom agenter knyttet til bygging, fordeling og omsetning av boliger, er et delfelt av det økonomiske felt og dets tilstand på ulike tidspunkt er resultat av det politiske feltets kamp for å gripe inn i dette (og det økonomiske felt). Det økonomiske feltets logikk (autonom) betrakter bolig som en kapitalvare som skal bygges og omsettes på et fritt marked etter økonomiske prinsipper. Dette utfordres av en logikk som kan betegnes som *ikke-kommersiell*, *sosial* eller *behovslogikk* (heteronom), hvor bolig betraktes som et grunnleggende behov som ikke blir tilstrekkelig ivaretatt gjennom frie markedsløsninger. Dens hovedmål er å modifisere den økonomiske logikken og utjevne forskjellene som skapes av denne. Behovslogikken har på ulike tidspunkt ulik oppslutning i det politiske felt, og det er utfallet av denne kampen, mellom aktører som ønsker ulik grad av statlig involvering og liberalisme, som setter premissene for det politiske feltets vilje og evne til å gripe inn i boligfeltet. Det politiske feltets ”boliglogikk” vil dermed aldri være gitt, men under kontinuerlig press for å endres. I denne analysen av boligfeltet vektlegges imidlertid det politiske feltets interne kamp i mindre grad (det er ikke den som analyseres, men den behandles indirekte gjennom analysen av boligfeltets historie som jo er sterkt forbundet med denne).¹⁴

Det politiske feltets evne til å gripe inn i det økonomiske kommer til uttrykk ved at det norske boligfeltet kjennetegnes ved en sosialdemokratisk ide om at alle skal

¹⁴ For mer om det politiske feltets interne kamp, se f.eks. Jardar Sørvoll (2007).

kunne eie sin egen bolig (boligfeltets doxa). Styrkeforholdet mellom de to logikkene har imidlertid endret seg flere ganger gjennom historien, og det første steg i denne feltteoretiske analysen er å finne frem til det punkt hvor kampen mellom disse oppstår.

3.1 Boligfeltets genese - 1750-1900

Bolig ble i Norge lenge betraktet som et privat anliggende hver enkelt (familie) måtte håndtere. Spredt bebyggelse, lav mobilitet og primærnæring innebar at man bygget selv og man bygget for å bo. Dette endret seg da det fra omtrent 1750 ble bygget boliger for arbeiderne rundt den oppvoksende industrien (Brantenberg 1996: 14). Industrieierne bygget arbeiderboliger for å tiltrekke arbeidskraft, samtidig var gode boforhold en forutsetning for at arbeiderne skulle kunne yte optimalt i arbeidet. De var dessuten tjent med at arbeidernes boutgifter ble holdt på et rimelig nivå ettersom økt husleie ville resultere i krav om høyere lønninger (Annaniassen 1991: 17).

Med industrialiseringen, som skjøt fart fra 1840 og frem til århundreskiftet, opplevde man økende tilflytning til byene (Brantenberg 1996:103). Den store pågangen av arbeidere gjorde fabrikkeierne uavhengig av arbeiderboliger for å være sikret arbeidskraft. Samtidig medførte tilflytting og sentralisering høyere tomtepriser, noe som gjorde det vanskeligere for arbeiderne å bygge selv.

3.1.1 Bolig som vare

Den tiltagende industrialiseringen skapte et stort behov for boliger i byene. Dette gjorde at private aktører bygde leiligheter som kunne leies ut til tilflyttende arbeidere (Annaniassen 1991: 16). Disse "utleiekasernene" og deres "gårdeiere" representerte de første tilfellene av omfattende kommersiell boligvirksomhet i Norge.

Boligmangelen var stor som følge av folks behov for arbeid og bolig der dette fantes, gårdeierne utnyttet dette ved å gjøre leilighetene små og husleien høy. Denne utleievirksomheten var imidlertid svært følsom for økonomiske konjunkturer (Annaniassen 1991: 16), og i nedgangsperioder flyttet folk fra byene mens

gårdeiernes inntjening sank sammen med villigheten til å investere i nye boliger. Dette førte til at boligmangelen ble enda mer prekær når tidene ble bedre og folk flyttet tilbake til byen.

Dårlige og trange boforhold gjorde at sykdom, epidemier og branner spredde seg raskt (Annaniassen 1991: 17). Arbeidernes boforhold påvirket på denne måten også borgerskapets levekår. Disse så samtidig at konsentrasjon av arbeidere i dårlige boliger ville kunne føre til bevisstgjøring av klassemotsetninger og opposisjon mot overklassen (Annaniassen 1991: 26-28). For borgerskapet ble det dermed nødvendig å bedre arbeidernes boforhold for derigjennom å sikre egen livssituasjon, dette ble grunnlaget for det såkalte "femprosentfilantropi" hvor man satset på å bygge bedre arbeiderboliger til lave kostnader (Annaniassen 1991: 33-34).¹⁵

Man hadde altså tidlig en situasjon med motstridene interesser blant sentrale aktører i samfunnet. Industriereierne ønsket gode og billige boliger til arbeiderne slik at de kunne oppnå større inntekter gjennom industrien. Den borgerlige overklassen ønsket gode boliger til arbeiderne for å sikre egen bosituasjon og dempe klassemotsetningene. Gårdeierne ønsket imidlertid størst mulig profitt på utleieboligene, noe som førte til lavere boligstandard. På denne måten fremstår gårdeierne som den "reneste" økonomiske agenten av de tre, mens industriereierne og borgerskapet står for mer markedsutjevne linjer. Motsetningene til tross, disse tre agentenes interesser berodde på samme virkelighetsoppfatning; arbeidernes boliger var et middel for befestelse av egen posisjon og akkumulasjon av økonomisk kapital. Boligfeltets logikk virket med andre ord som en forsterkning og segmentering av den sosiale orden.

¹⁵ Manglende finansielle ressurser blant arbeiderne gjorde at kostnadene måtte holdes lave, altså måtte initiativtakernes profitt begrenses til fem prosent.

3.1.2 Bolig som behov

Mot denne logikken sto arbeiderbevegelsen. Det var deres boliger som var stridens kjerne, og det ble ansett som uakseptabelt at deres hjem skulle være middel for andres profitt. Arbeiderne ønsket markedskorrektiv til kapitalismen som skulle gjøre det mulig å kjøpe egne boliger til selvkost, og i 1865 kom de første resolusjoner om kooperative byggelag i Norge (Annaniassen 1991: 40-44). Det viste seg imidlertid vanskelig å finansiere byggingen og bygge billig nok til at vanlige arbeidere hadde råd til boligene.

Boligsakens betydning og den opposisjonelle logikken forankres derfor gjennom Arbeiderpartiets stiftelse i 1887 med krav om kommunalt engasjement i boligbyggingen som første punkt i programmet (Brantenberg 1996: 162). Det ble et krav at alle skulle kunne eie egen bolig, og at denne boligen skulle være av en slik standard at den ivaretok folks grunnleggende behov. Boligspørsmålet var for viktig til at det kunne overlates til private aktører, det måtte bli et offentlig anliggende.

Hovedmotsetningen i boligfeltet, i fremste rekke representert ved gårdeierne og arbeiderbevegelsen, løper på denne måten langs flere dimensjoner. Det er en konflikt mellom eierne og beboerne av boligene. Det er en strid om bolig skal være et privat eller offentlig anliggende. Og det er en kamp om bolig skal betraktes som en vare eller et behov. Resolusjonen om boligkooperativ og Arbeiderpartiets programerklæring var forsøk på å moderere effekten av den økonomiske logikken i boligspørsmål. Man ønsket altså at boliger skulle bygges, fordeles og eies etter andre prinsipper enn rent økonomiske.

3.2 Den sosiale boligpolitikken oppbygging og dominans - 1900-1980

Endrede relasjoner i det norske maktfeltet gjennom innføring av parlamentarismen og økende oppslutning rundt Arbeiderpartiet ga utslag i endrede maktrelasjoner også i boligfeltet. Erfaringene fra 1800-tallet gjorde at kravet om offentlig engasjement lå

fast, samtidig førte arbeidernes erfaringer fra leiesektoren til krav om at alle skulle kunne eie egen bolig. Arbeiderbevegelsens gjennomslagskraft gjorde dermed at hovedstrategien i norsk boligpolitikk ikke ble en stor, offentlig, nonprofitt utleiesektor, men en selvkostnads eie-sektor tilrettelagt av det offentlige. Denne maktforskyvningen i boligfeltet ble for alvor synlig etter frigjøringen i 1945. På denne tiden var boligproblemet større enn noensinne og det var bred politisk enighet om at stor offentlig innsats var påkrevd for å takle den ekstraordinære situasjonen. Erfaringene fra mellomkrigstiden ble da avgjørende i valget av de boligpolitiske strategier som la grunnlaget for den sosiale boligpolitikken (og den ikke-kommersielle logikkens) storhetstid.

Husbanken, boligbyggelagene og kommunenes tomtepolitikk utgjorde den sosiale boligpolitikken treenighet (Annaniassen 1991: 69). Boligbyggelagene hadde ansvaret for å organisere boligkøen og bygge boliger på tomter de fikk tildelt fra kommunen. De ferdige boligene skulle fordeles til lagets medlemmer etter ansiennitet. Boligbyggelagene var pålagt å drive en uopphørlig forretningsvirksomhet til selvkost (Annaniassen 1991: 195), på denne måten sikret man kontinuerlig bygging uten profitt. Medlemskapskapital og ansiennitetskapital, det politisk dominerte boligfeltets feltspesifikke kapital, ble med dette gjort til viktigere distribusjonskanaler enn økonomisk kapital i deler av boligfeltet. Man hadde dermed for første gang et omfattende og velfungerende alternativ til en markedsstyrt boligsektor. I Ungdommens Selvbyggerlag (USBL) ble boliger fordelt etter en kombinasjon av sosiale behov og dugnadsinnsats (Kili & Skeie 1998: 37-38), og dugnadskapital ble dermed innført som alternativ til ansiennitetskapital som fordelingsmekanisme i de ikke-kommersielle delene av boligfeltet. Denne formen for feltspesifikk kapital viste seg imidlertid vanskelig å organisere og ble derfor ganske raskt avskaffet.

I 1946 ble de norske boligbyggelagene samlet i Norske Boligbyggelags Landsforbund (NBBL). Omsetningen av boligbyggelagenes boliger (borettslagboliger) var regulert på to måter. For det første hadde boligbyggelagets medlemmer forkjøpsrett ved salg av bolig. For det andre hadde borettslagsleilighetene maksimalpriser. Slik sikret man

at andre boligsøkende medlemmer kunne få en rimelig bolig, samtidig som man forhindret at førstegenerasjons boligeiere profitterte på boligens verdistigning i det åpne markedet. Gjennom boligbyggelagene hadde man på denne måten et alternativ til rene markedsløsninger når det gjaldt både bygging, fordeling og omsetning av boliger.

Ved ”Lov om den norske stats Husbank av 1. Mars 1946” tok myndighetene ansvaret for finansieringen av boligbyggingen (Reiersen & Thue 1996: 68). Formålet med Husbanken var å få kontroll over boligbyggingen og samtidig gi alle muligheten til å eie egen bolig, enten som selveier eller i fellesskap med andre (borettslag).

Husbankrenten lå lavere enn markedsrenten og hadde mindre krav til egenkapital enn de private bankene, det ble dermed mulig for også de med begrenset økonomisk kapital å eie egen bolig. Husbanken ble drevet med nullprofitt som prinsipp. De meget gunstige husbanklånene ble også gitt til privatpersoner utenfor boligbyggelagene, noe som gjorde at banken finansierte omtrent to tredjedeler av boligbyggingen fra 1945 til midten av 70-tallet (Reiersen & Thue 1996: 261, 269).

Kommunene prioriterte boligbyggelagene ved tomtetildelinger både i form av antall tomter og pris. Til gjengjeld sikret kommunene seg en viss andel av borettslagsboligene som ble stilt til disposisjon for de som ikke hadde mulighet til å eie egen bolig gjennom borettslagmodellen. På denne måten fikk man opptrapping av det offentlige boligtilbudet, samtidig som man la til rette for eierlinja. Denne tosidigheten i den sosiale boligpolitikken, flere kommunale boliger og sterke markedskorrigerende tiltak, er et annet uttrykk for den ikke-kommersielle logikkens sentrale posisjon og påvirkning i boligfeltet i denne perioden.

Denne formen for planøkonomi fjernet imidlertid ikke den økonomiske logikken fra boligfeltet; det var høyest aktivitet i det private markedet i forhold til både bygging og omsetning. Boligsamvirket sto i snitt for omtrent 25 prosent av den totale byggingen gjennom 50- og 60-tallet, mens 70 prosent ble bygget av private (Annaniassen 1996: 130). Meningen var at de som hadde råd til å bygge egen bolig skulle gjøre dette uten støtte av det offentlige. Man eide dermed boligen selv og

hadde muligheten til å selge denne fritt i markedet. Men det brede offentlige tilbudet (og den generelt sterke politiske kontrollen) fungerte som en reguleringsmekanisme også på det frie boligmarkedet. Dette gjorde det vanskelig for private kommersielle virksomheter å etablere seg i dominerende posisjoner, noe Erling Annaniassens omtale av sparebankforeningen og eiendomsmeglerforbundet som ”perifere boligpolitiske tilslutninger” (Annaniassen 1996: 160) på midten av 60-tallet er et uttrykk for. De dominerende aktørene i boligfeltet var og ble de institusjonene som sto sentralt i den offisielle boligpolitikken, det var med andre ord det politiske feltets logikk som ble påtvunget den heteronome polen av feltet og som utgjorde prinsippene for hierarkisering langs denne.¹⁶

Dette styrkeforholdet skulle imidlertid endre seg, og allerede på 70-tallet var ting i endring. Oljekrise og lavkonjunktur i 1973-74 gjorde at myndighetene ønsket å begrense Husbankens rolle i boligfinansieringen. Det ble derfor stilt høyere krav til egenkapital for Husbankens lånekunder og banken fremsto ikke lenger som noen totalfinansierer. De boligsøkende ble med dette kanalisert over i det private markedet hvor det var enklere å få lån.

Forsvarere av det økonomiske feltets autonomi kritiserte dessuten det de hevdet var boligbyggelagens monopollignende situasjon gjennom støtten fra det offentlige (Annaniassen m.fl. 1996: 134). Samtidig ble det hevdet at det var urettferdig at beboere i borettslag ikke kunne selge boligen sin til markedspris på lik linje med andre. Kraftig inflasjon og prisstigning mot slutten av 70-tallet ga økende prisforskjeller mellom det regulerte og frie boligmarkedet, noe som gjorde det vanskeligere å flytte mellom de ulike reguleringsregimene og økte presset for å avskaffe den regulerte boligomsetningen. Den politiske venstresiden, med Arbeiderpartiet i spissen, motsatte seg disse kravene og beskyldte borettslageierne, som nå ønsket en deregulering, for å være spekulanter som ville profittere på andres boligbehov (Sørvoll 2007: 56, 71). Det økonomiske feltets logikk ble med andre ord

¹⁶ Den historiske fremstillingen hos blant annet Annaniassen (1996) kan tyde på at nære relasjoner til Arbeiderpartiet var avgjørende for aktørers mulighet til å innta sentrale posisjoner i boligfeltet på denne tiden.

forsøkt delegitimert av et Arbeiderparti som ønsket fortsatt oppslutning om det regulerte boligmarkedet. Mot slutten av 70-tallet sluttet imidlertid Oslo kommune å favorisere boligbyggelagene i tomtetildelingen og inngikk i stedet avtaler med private entreprenører i boligbyggingen.

Man hadde dermed en statlig husbank i klemme mellom politiske langtidsmål og statlige overføringer som ikke samsvarte, samtidig som banken ble kritisert for å dekke for store deler av markedet. Kommunene hadde sluttet å favorisere boligbyggelagene i tomtetildelingen, samtidig som inflasjonen medførte økte anleggs- og byggekostnader. Det prisregulerte boligmarkedet¹⁷ besto av omtrent 280.000 boliger¹⁸, og var under press både utenfra og innenfra. Inngangen til 1980-årene varslet altså på flere måter om en sosial boligpolitikk på retur.

3.3 Det frie markedets dominans – 1980-2007

Perioden 1980-2007 kan grovt sett inndeles i tre. Årene 1980 til 1987 var preget av politikkomlegginger (dereguleringer like skjellsettende som de var irreversible) som ga den økonomiske logikken en sterkere autonomi i de sentrale delene av boligfeltet. Nedbyggingen av det ikke-kommersielle boligmarkedet skjedde i hovedsak gjennom to prosesser; opphevelse av takstplikten og bredere utlånsbestemmelser for bankene. Mellom 1988 og 1992 hadde man en generell økonomisk lavkonjunktur og tilpasning mellom boligmarkedet og de boligpolitiske endringene, noe som innebar kraftig prisfall etter sterk prisvekst mot slutten av omleggingsperioden. Fra 1993 og frem til i dag har man først og fremst hatt kraftig prisstigning på boligmarkedet¹⁹, aktørene har tilpasset seg de endringene som ble skapt gjennom dereguleringen og det påfølgende

¹⁷ Prisreguleringen gjaldt opprinnelig hele landet, men på 1970-tallet var kun 97 kommuner berørt, hovedsakelig byer og tettbygde strøk (Reiersen & Thue 1996: 329).

¹⁸ I 1978 var 180.000 boliger organisert innenfor NBBL, 35.000 i boligbyggelag utenfor NBBL og 65.000 i frittstående borettslag (Reiersen & Thue 1996: 327).

¹⁹ Fra 1993 til 2007 steg de norske boligprisene i gjennomsnitt med 430 prosent (Norges Eiendomsmeglerforbunds boligprisstatistikk, <http://www.nef.no/index.gan?id=1614&subid=0>) (lesedato 05.01.08).

prisfallet, og boligfeltets kamper er blitt flyttet fra de sentrale til de mer marginaliserte delene av feltet.

3.3.1 Deregulering – økonomisk autonomi

Synet på markedsløsninger hadde endret seg siden 1945. ”Etter krigen var grunnholdningen i politikken en skepsis til markedet. Det var liten tro på at markedet ville sikre et passende byggevolum, et passende kvalitetsnivå, en rimelig størrelse, og en rimelig fordeling” (Gulbrandsen & Torgersen 1981: 9). Men nå var situasjonen annerledes. Mange ønsket å la markedet få større innflytelse etter at boligpolitikken var blitt ”et lite gjennomtenkt lappeteppes med mange utilsiktede konsekvenser for boligsektoren” (Gulbrandsen & Torgersen 1981: 19). Særlig ble det pekt på at fordelingsmekanismene i boligpolitikken ikke lenger var velfungerende, noe som i fremste rekke skyldtes utbredt omgåelse av forkjøpsrett og takstplikt ved trekantbytter og penger under bordet (Gulbrandsen & Torgersen 1981: 10-12). Boligfeltet skulle dermed bli det første samfunnsfelt som ble preget av ”den nyliberale vendingen i norsk politikk” (Skeie 2004: 320).

Arbeiderpartiet startet det politiske feltets tilbaketrekking fra boligfeltet gjennom reduserte bevilgninger til Husbanken på slutten av 70-tallet, men med Høyre i regjeringssposisjon fra 1981 og deres boligmelding av 1981-82 økte takten i dereguleringsprosessen betraktelig. Alle boliger utenfor boligkooperasjonen (NBBL) ble nå fritatt for prisregulering²⁰ og frittstående borettslag fikk rett til å oppløse seg selv. Med dette var det kun de 200.000 boligene i NBBL som var prisregulerte. Maksimalsatsene for disse boligene ble imidlertid hevet betraktelig, slik at man fikk utjevning av prisforskjellene mellom de to delene av boligfeltet.

Politikkendringene gjorde medlemskap i boligsamvirket mindre attraktivt og boligbyggelagene ble dermed tvunget til å tenke mer på markedsløsinger. Boligbyggelagenes mulighet til å sette i gang nye prosjekter ble avhengig av deres

²⁰ Gjeldende fra 1. september 1982 (Annaniassen m.fl. 1996: 51).

økonomiske situasjon, noe som førte til opprettelsen av profesjonelle salgsapparat og sterkere vekt på markedsføring. De boligpolitiske omleggingene førte dermed til at boligbyggelagene gikk fra boligbygging etter behov til boligbygging etter etterspørsel (Kili & Skeie 1998: 135).

Arbeiderpartiet var i denne perioden forkjempere for den sosiale boliglogikken ved at man ønsket å beholde den regulerte boligomsetningen, men synkende oppslutning og dårlige valgresultater i 1987 medførte endringer i partiets politikk. 13. februar 1988 kom meldingen om at Arbeiderpartiets stortingsgruppe hadde endret syn på de takstpliktige boligene (Sørvoll 2007: 134). Dette sikret flertall for ytterligere deregulering og medførte et fall i andelen prisregulerte boliger fra omtrent 78.000 til omtrent 13.500 (Reiersen & Thue 1996: 373). Dereguleringen knyttet boligmarkedet tettere til kredittmarkedene og endret problemstillinger knyttet til bolig fra politiske til økonomiske spørsmål (Skeie 2004: 331). Opphevelsen av takstplikten representerer på mange måter det politiske feltets tilbaketrekking fra hovedkampen i boligfeltet; de interne kampene i det politiske felt hadde resultert i en generell politisk oppfatning om at de sentrale delene av boligfeltet, den generelle byggingen og omsetningen av boliger, nå ble best ivaretatt gjennom en autonom økonomisk logikk. Arbeiderpartiet avskaffet dermed boligfeltet som en viktig politisk posisjoneringsarena omtrent nøyaktig 100 år etter at det ble satt på den politiske dagsorden gjennom stiftelsen av partiet.

3.3.2 Boligkrakk

Endringer i det politiske feltets vilje til å gripe inn i det økonomiske felt omfattet ikke kun boligfeltet, men var tvert imot et uttrykk for en generell markedsliberaliserende trend som på 80-tallet ga det økonomiske felt en mer autonom posisjon i det norske maktfelt generelt. En endring som hadde spesiell betydning for boligfeltet var omleggingene i kredittmarkedet i 1984-85, disse fritok bankenes utlån og utlånsrente fra reguleringsbestemmelser (Reiersen & Thue 1996: 364) og medførte stor tilgang

på kreditt i det norske samfunnet. Dette ga umiddelbare utslag i boligprisene og man fikk sterk kredittrevet prisstigning i perioden 1985-87.²¹ Fall i oljeprisen vinteren 1985-86 og spekulasjon mot krona våren 1986 gjorde imidlertid at den økonomiske politikken måtte strammes inn (Reiersen & Thue 1996: 357), noe som medførte en generell lavkonjunkturperiode fra 1988. Dette kom på et meget ugunstig tidspunkt med tanke på den økte gjeldsbyrden i den norske befolkningen.

I 1988 begynte boligprisene å falle. Tendensen ble forsterket gjennom en internasjonal økonomisk krise fra 1990 som videreførte innstrammingene. Dette medførte høyere renter, mindre gunstige skattebetingelser og høyere arbeidsledighet. De økte rentene ga høyere bokostnader²² og redusert etterspørsel etter boliger. Dette førte til at boligprisene i snitt falt med 30-35 prosent i perioden 1988-93 (Reiersen & Thue 1996: 403). Boligprisfall, i kombinasjon med høy gjeld og uforutsett arbeidsledighet, medførte store økonomiske problemer for deler av den norske befolkningen.

3.3.3 Ekspansjon av økonomisk logikk og forflytning av boligfeltets kamper

På 1990-tallet stilnet den boligpolitiske debatten. Boligpolitikken fjernet seg fra utbygging og ble nærmere knyttet helse- og sosialpolitikk. 20. desember 1995 ble Oslo fritatt fra takstplikten, en regel som på denne tiden var uvirksom ettersom nesten ingen boliger ble omsatt til makspris (Sørvoll 2007: 143).

Dereguleringen fikk sentrale aktører²³ til å uttrykke at det ikke lenger fantes noen selvstendig boligpolitikk i Norge, men at denne var underlagt den generelle kredittpolitikken (Reiersen & Thue 1996: 394). Frie markedsløsninger og økonomisk kapital ble nå helt dominerende fordelingsmekanismer på boligfeltet. Alternativer for

²¹ Norges Banks utlån til de private bankene tidobles i perioden 1985-87 (Reiersen & Thue 1996: 365).

²² Gjennomsnittlig husleie i 1967 var 12 prosent mot 23,4 prosent i 1988 (Reiersen & Thue 1996: 373).

²³ Husbankdirektør Bjarne Orten i sin avskjedstale (Reiersen & Thue 1996: 394).

å motvirke disse prinsippene, boligbyggelagsmedlemskap og ansiennitetskapital, var blitt delegitimert og ikke lenger et ettertraktet gode, noe som kommer til uttrykk ved at medlemstallet i boligsamvirket sank med 150.000 i perioden 1988-94 (Kili & Skeie 1998: 157).

Boligkrakket rammet paradoksalt nok også boligbyggelagene (kooperative, nonprofitt-orienterte selskap som skulle være beskyttet fra markedet); mange lag fikk store økonomiske problemer som følge av tregt salg av ferdigbygde prosjekter (Kili & Skeie 1998: 134). Mindre utleiemarked, høyere boligpriser og behov for økt mobilitet (som følge av økt arbeidsledighet) førte dessuten til at selve grunntanken i boligsamvirket, at folk skulle eie egne boliger, igjen ble gjenstand for diskusjon (Annaniassen m.fl. 1996: 81). Denne diskusjonen medførte imidlertid ikke sterkere satsning på utleieboliger, eierlinja er fortsatt grunntanken i det norske boligfeltet.²⁴

I dag er boligbyggelagenes økonomiske plattform sterkere enn under den sosiale boligpolitikkenes storhetstid, men boligbyggelagenes andel av boligbyggingen er samtidig på sitt laveste nivå (Kili & Skeie 1998: 167). Samtidig utnyttes borettslagmodellen av private aktører som tilbyr boligprosjekter med lav inngangsbillett og høy fellesgjeld, noe som innebærer kraftig økning i fellesutgifter ved rentestigning. Disse byggeprosjektene, som i organiseringsform ikke skiller seg stort fra boligbyggelagenes andelsleiligheter, fremstår som de mest spekulative på boligmarkedet i dag. Likheten mellom de private aktørenes og boligbyggelagenes prosjekter fikk sentralbanksjefen i desember 2007 til å advare mot boligbyggelagene generelt²⁵, noe som må sies å være en kraftig delegitimering av det som en gang utgjorde selve grunnsteinen i de ikke-kommersielle områdene av boligfeltet. Boligbyggelagenes sosiale løpebane i boligfeltet er på denne måten et godt uttrykk for den ikke-kommersielle logikkens utvikling gjennom de siste 30 årene.

²⁴ Norge er et av landene med høyeste andelen boligeiere i verden, 76 prosent eide egen bolig i 2004 (Gulbrandsen 2004: 11). Et uttrykk for hvordan eierlinja er dominerende i boligfeltet er begrepet om "å komme seg inn på boligmarkedet" som henviser til det å kjøpe egen bolig (leiemarkedet betraktes med andre ord ikke som en del av boligmarkedet).

²⁵ e24.no 12.12.07: " - Dette er Norges subprime" (<http://e24.no/makro-og-politikk/article2149944.ece#VG>) (Lesedato 05.01.08).

Boligfeltets reduserte betydning i det politiske felt gjenspeiles i frekvensen og innholdet i de offentlige boligmeldingene. Mens det gjennom 60- og 70-tallet var vanlig å komme med en ny boligmelding for hver stortingsperiode, har det siden dereguleringsprosessen start (1982) kommet kun to boligmeldinger (1989 og 2003). Mens boligmeldingen av 1989 tok utgangspunkt i at boligpolitikken måtte tilpasses et liberalisert bolig-, kreditt- og tomtemarked, gikk den siste boligmeldingen enda lenger i å forankre boligpolitikken i markedet.²⁶ Denne boligmeldingens grunntanke er at ”et velfungerende boligmarked vil bygge, utbedre og ombygge et tilstrekkelig antall boliger til god kvalitet til den lavest mulige kostnaden for samfunnet” (St.meld. nr. 23 (2003-2004): 40). Ved å legge til rette for dette, skaffe boliger til vanskeligstilte på boligmarkedet og øke antall miljøvennlige og universelt utformede boliger og boområder, skal regjeringen nå sin boligpolitiske visjon om at ”alle skal kunne bo godt og trygt” og det overordnede målet om å avskaffe all bostedsløshet²⁷ (St.meld. nr. 23 (2003-2004): 5, 45).

Husbanken fremstår i dag som det fremste virkemidlet i regjeringens boligpolitikk og har siden boligkrakket vært mer innrettet mot selektive tiltak fremfor de sjenerøse og generelle etterkrigsordningene.²⁸ Dette indikerer at den politiske innsatsen i boligfeltet har flyttet seg fra de sentrale delene (den generelle byggingen og omsetningen av boliger) til de mer marginaliserte områdene av feltet (de med størst behov). De kvalitative aspektene ved boligbyggingen har kommet mer i fokus, noe fokuseringen på begrep som ”livsløpstandard”, ”universell utforming”, ”god byggeskikk” og ”godt bomiljø” er uttrykk for. Samtidig er det markedet som styrer i dagens boligpolitiske regime, boligmessige kvaliteter vurderes som akseptable ut fra hvorvidt det finnes folk som er villig til å betale (Hansen 2005: 51). Husbankens

²⁶ Basert på lesing av boligmeldingene 1981-2003.

²⁷ Avskaffing av bostedsløshet defineres imidlertid ikke som en boligpolitisk oppgave, men som noe som må løses gjennom andre former for velferdspolitik (med et særlig fokus på rus og psykiatri) (St.meld. nr. 23 (2003-2004): 42-49).

²⁸ I 1993-94 lå Husbankens topprente høyere enn markedsrenta (Reiersen & Thue 1996: 420). Fra 1995 sluttet man å subsidiere rentene, noe som av Nina Bachke (2003) betraktes som fullbyrdelsen av omleggingen til selektive tiltak i boligpolitikken.

tidligere krav til boligbygging har blitt til anbefalinger for markedsaktørene, bankens innflytelse i boligfeltet er dermed redusert.

Et annet uttrykk for markedstenkningen er å finne i kommunenes tomtepolitikk. Mens kommunene tidligere la til rette for sosial boligbygging ved å selge billige tomter og sikre seg andeler av boligene, selges tomtene nå til høystbydende private entreprenør for markedspris. Dette fører til at boligprisene presses opp og det offentlige mister kontrollen over utbyggingen, samtidig som man reduserer antallet nye kommunale boliger til de med størst behov og vanskeligheter med å komme seg inn på boligmarkedet.²⁹ Denne trenden forsterkes av en stadig nedselging i denne sektoren.³⁰ I flere kommuner har man dessuten gått over til å fastsette husleien etter ”gjengs” leie, noe som innebærer at den kommunale husleien beregnes ut fra markedsprisen i nærområdet. Dette har ført til kraftig heving av utleieprisene i disse boligene.³¹ Disse eksemplene viser hvordan den økonomiske logikken har fått fotfeste også i de mest marginaliserte delene av boligfeltet.

Samtidig er boligen (hjemmet) blitt en arena for massivt konsum. Fokuset på design og interiør har fått en langt mer fremskyndet plass i befolkningens bevissthet enn tidligere, noe som både er resultat av og gjenspeiles i oppkomsten av interiørmagasiner og –journalistikk i avisene. I 2002 lå nordmenns forbruk i hjemmet på over 30 milliarder kroner, et beløp tilsvarende det norske forsvarsbudsjettet (Dokk Holm 2003: 190). I 2007 var dette økt til omtrent 40 milliarder.³² Veksten i denne kulturelle dimensjonen ved boligen (innredningens smak) er derfor grunnleggende

²⁹ Satsningen på omsorgsboliger har riktignok medført at det totale antallet kommunale boliger har økt de siste 15 årene. Denne økningen skyldes i hovedsak opptrappingen av den offentlige satsningen på psykisk helse (Statistisk sentralbyrå, http://www.ssb.no/kombolig_kostr/) og (Leieboerforeningen, http://www.lbf.no/include/default_template.asp?Table=Article&Key=11900) (lesedato 03.10.07).

³⁰ Bystyret i Oslo vedtok at det skulle selges kommunale eiendommer for 625 millioner i 2006, noe som innebar at mellom 500-600 kommunale utleieboliger skulle ut på det åpne markedet (Leieboerforeningen, http://lbf.no/include/default_template.asp?Table=Article&Key=19623) (lesedato 03.10.07).

³¹ Forbrukerrådet (<http://forbrukerportalen.no/Artikler/fr/2002/1028714989.72>) (lesedato 03.10.07).

³² Dagbladet 22.10.07, side 46: ”Interiørgale nordmenn”.

økonomisk, og blir på denne måten et annet uttrykk for det økonomiske feltets ekspansjon i boligspørsmål.

Fremveksten av enkeltpersoners spekulering i nye boligprosjekter blir nok et uttrykk for det samme. Ved å betale ti prosent av kjøpesummen har man kunnet kjøpe seg inn i nye boligprosjekter med planlagt ferdigstilling noen år frem i tid. På grunn av sterk prisstigning i boligmarkedet har dette ført til spekulering; disse leilighetene blir ofte kjøpt og solgt flere ganger før de er klare til å flyttes inn i. Slik spekulering har bidratt til sterk prisstigning, og trekkes nå også frem som en årsak til fallet i boligprisene.³³ Det blir også et sjeldent godt bilde på den økonomiske logikken knyttet til boliger i dag.

Det samme blir forøvrig samlingen av ledende boligforskere, representanter fra Husbanken, Eiendomsmeglerforbundet, Statistisk sentralbyrå, Kommunal- og regionaldepartementet, Huseiernes Landsforbund, private analyseselskaper, Norges Bank, Boligbyggelag m.fl. i den uformelle sammenslutningen ”boligøkonomisk nettverk”. Dette nettverket, bestående av ledende personer innenfor det norske boligfeltet, betegnes altså som *boligøkonomisk* fremfor *boligpolitisk*; en klar henvisning til hvilket fokus som anlegges på møtene.

3.3.4 Eiendomsmegling

Tilstrømmingen av en bestemt type økonomiske agenter, eiendomsmeglere, og deres sosiale løpebane innenfor boligfeltet er et annet godt bilde på den utviklingen som har funnet sted de siste 30 årene. Eiendomsmeglerbransjen, her representert ved Norges Eiendomsmeglerforbund (NEF), har hatt sterk vekst i denne perioden. Fra å være en relativt betydningsløs aktør før 1980, har de siden 1980 seksdoblet eget medlemstall³⁴

³³ Se f.eks. Dagsavisen 02.02.08, side 6: ”Spekulantene har skylda for prisfall”.

³⁴ Før den nye eiendomsmeglingsloven trådte i kraft ble det anslått at medlemmene i NEF utgjorde omtrent en tredjedel av aktørene i bransjen. Medlemstall i NEF: 1980 – 157, 2006 – 1219 (Samtale med informasjonssjef i NEF, Roger Nyborg, 08.09.06).

og femdoblet andelen omsatte boliger³⁵ i en periode hvor antallet omsatte boliger har økt med over 50 prosent til omtrent 215.000 boliger årlig (2004). Lars Gulbrandsen (2001: 8) mener uttrykket ”fra selvbygging til eiendomsmegling” derfor er en god betegnelse på endringene fra 70-tallet frem til i dag.

Allerede på 1950-tallet var NEF pådriver for fri prissetting på boligmarkedet.³⁶ Imidlertid var eiendomsmeglerne på denne tiden en marginalisert aktørgruppe som helt frem til midten av 70-tallet sto for under fem prosent av boligomsetningen i Norge.³⁷ Dette skyldtes til en viss grad den store andelen boliger på det regulerte markedet, samtidig som en stor andel av befolkningen ikke betraktet eiendomsmegler som en nødvendig del av boligsalget (Andreassen 1992: 38). Til tross for liten innflytelse på den offisielle boligpolitikken fortsatte eiendomsmeglerne å jobbe for et friere boligmarked, blant annet gjennom ”stray-salgene”³⁸ og stadig sterkere angrep på prisreguleringen ved inngangen til 80-tallet.³⁹

Eierseksjonsloven av 4. mars 1983 åpnet for seksjonering av borettslag. Sammen med opphevelsen av prisregulering på tomter og borettslagsleiligheter førte dette til at det ble flere objekter i de markedene som eiendomsmeglerne betjente. Parallelt med veksten i markedet økte også antallet ferdigutdannede meglere. Omleggingen av boligpolitikken skapte dermed behov for en ny eiendomsmeglingslov tilpasset et

³⁵ 54 prosent av boligomsetningen i 2004 gikk gjennom eiendomsmegler mot 11 prosent i 1984 og 4 prosent i 1975 (Andersen 2007: 221)

³⁶ Basert på lesning av *Eiendomsmegleren* på 50-tallet. Forbundets medlemstall, samt bursdagsgratulasjoner, alderen til de gratulerte og et stort innslag av nekrologer i medlemsbladet, indikerer forøvrig at meglerbransjen hadde store rekrutteringsproblemer på denne tiden.

³⁷ I 1973 sto omsetning gjennom megler og advokat for til sammen fem prosent av den totale boligomsetningen (Gulbrandsen 2001: 8)

³⁸ Oppkalt etter eiendomsmegleren Jørgen Stray som benyttet huller i lovverket til å oppløse borettslag (Sørvoll 2007: 72-74). Disse salgene ble forbudt ved lov i 1979.

³⁹ NEF betraktet denne som en undergraving av den private eiendomsretten (”Formannens tale til landsmøtet 1980.” I: *Eiendomsmegleren*, juli 1980, nr. 158, årgang 42, side 4).

deregulert bolig- og kredittmarked.⁴⁰ Den nye loven av 1989 innebar en deregulert eiendomsmeglerbransje hvor man skulle jobbe etter frie provisjonssatser.

De frie provisjonssatsene førte til sterkere konkurranse blant meglernes. Mens man i NEF alltid hadde omtalt hverandre som kolleger og vektlagt ”omsorg for oppdraget”, begynte man på begynnelsen av 90-tallet å omtale hverandre som konkurrenter og holde økonomisk inntjening som det viktigste.⁴¹ Tilsvarende endring gjenfinnes i kriteriene for NEFs prisutdelinger. Mens ”Årets eiendomsmegler” på 70-tallet ble tildelt for ekstraordinær innsats til det beste for eiendomsmeglerstanden, utdeles dagens ”Gullmegleren” i kategoriene annonse, prospekt og hjemmeside. Dette er en klar endring i retning konkurranse og salg blant eiendomsmeglerne. At dette har funnet sted i den fagutdannede delen av bransjen hvor det hevdes å være et annet perspektiv på virksomheten enn blant de ufaglærte meglernes⁴², er et uttrykk for at den økonomiske logikken har fått en sterkere autonomi hos en aktørgruppe som allerede på 50-tallet fremsto som en forkjemper for et uregulert boligmarked.

Eiendomsmeglingens vekst innen boligomsetning og den økonomiske logikkens ekspansjon i boligfeltet har gjort eiendomsmeglerne til viktige samarbeidspartnere for andre aktører. Boligbyggelagene startet med eiendomsmegling da de ble tvunget til å tilpasse seg den markedsstyrte boligpolitikken. Private boliglån og salg av forsikringer er av så stor betydning for banker/forsikringsselskaper at de fleste har opprettet egne eiendomsmeglingsavdelinger eller samarbeidsavtaler med meglerforetak.⁴³ Salgsfokuset i nye boligprosjekter gjør at utbyggere trekker

⁴⁰ Eiendomsmeglingens stillstand i etterkrigstiden kommer til uttrykk ved at eiendomsmeglingsloven forble uforandret fra 1939 til 1989.

⁴¹ Basert på lesing av *Eiendomsmegleren* 1938-2006.

⁴² NEFs kvalitetstempel knyttes til gjennomføring av salget på en sikker måte, mens kritikken mot de ufaglærte meglernes ofte går på at disse kun er opptatt av høyest mulig pris og egen fortjeneste (se f.eks. ”vår passivitet – vår skjebne?” I: *Eiendomsmegleren*, juni 1969, nr. 114, 31. årgang, side 3 og ”Profilering av de statsautoriserte eiendomsmeglerne”. I: *Eiendomsmegleren*, februar 1999, nr. 2, 61. årgang, side 2-3).

⁴³ Noen eksempler på slike samarbeid og eierskapsforhold mellom eiendomsmegler og banker/forsikringsselskap: Eiendomsmegler1 og Sparebank1-gruppen, Terra eiendomsmegling og Terra-gruppen, Aktiv eiendomsmegling og Terra-gruppen, m2 eiendomsmegling og Sandnes sparebank, Krogsveen og Danske Bank, DnB NOR eiendom og DnB NOR, Postbanken Eiendomsmegling og Postbanken, Ring eiendomsmegling og Storebrand.

eiendomsmeglere inn sammen med arkitektene på et tidlig tidspunkt i utbyggingsprosessen for å sikre at man bygger det markedet etterspør (Nørve et.al. 2006). Fokuseringen på boligpriser har dessuten gjort eiendomsmeglere til populære kilder i avisenes boligjournalistikk, spesielt er NEF og EFFs månedlige offentliggjøring av prisstatistikk blitt en viktig begivenhet i enkelte medier.

Eiendomsmeglerbransjens utvikling har frembrakt behov for en ny lov tilpasset den nye situasjonsspesifikke boligfelttilstanden. Fra myndighetenes side har det vært viktig å iverksette tiltak som skal sikre meglerens rolle som uavhengig mellommann i boligtransaksjoner. Den nye eiendomsmeglingsloven som trådte i kraft 1. januar 2008 skal blant annet hindre enhver kobling mellom meglerforetak og annonsemedier. Loven skal også beskytte bruken av titlene ”eiendomsmegler” og ”megler”, retten til disse knyttes til gjennomført 3-årig utdanning. Samtidig skal forbrukernes rettigheter ivaretas gjennom bestemte krav til utformingen av pristilbud.⁴⁴

Tilstrømmingen av aktører til bransjen, profesjonalisering gjennom utdanning og lovgivning og større virksomhetsområde og betydning gjennom relasjoner til andre aktører i boligfeltet, gjør at man kan snakke om utskillelse og profesjonalisering av eiendomsmegling som eget delfelt av boligfeltet i perioden 1980-2007. Den nye eiendomsmeglingsloven viser dessuten hvordan barrierene for inntreden i feltet har endret seg; de juridiske bestemmelsene indikerer at feltets spill er i ferd med å endres fra den nykonstituerte fasen hvor spillet dreier seg om feltets regler til en fase hvor det vil være mer enighet om spillets regler. Meglerfeltets utskillelse er et uttrykk for det sterke fokuset på salg og inntjening i boligfeltet, og at den allerede dominerende økonomiske logikken har fått et mer rendyrket uttrykk (en klarere autonomi) som gjør seg virksom i større deler av det norske boligfeltet.

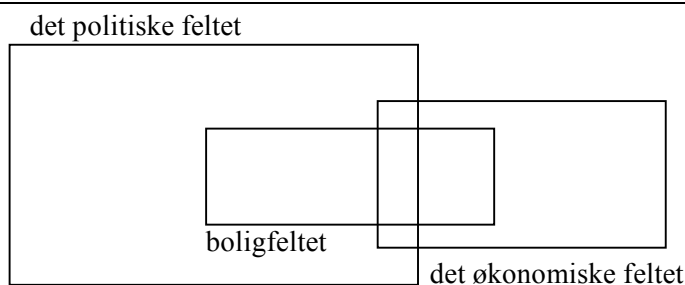
⁴⁴ Se f.eks. Aften 02.01.07, side 18: ”Fornøyd med nye regler for budrunder”.

3.4 Oppsummering

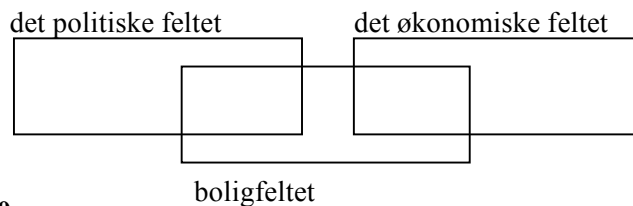
Boligen har de siste 30 årene gått fra å være et politisk til et økonomisk spørsmål, fra et offentlig til et privat ansvar (Skeie 2004: 333). Denne overgangen er glidende og har funnet sted ettersom problemene og interessene i boligmarkedet forandret seg (Skeie 2004: 333), den kan med andre ord forstås på bakgrunn av boligfeltets dynamikk.

Figur 2 kan fungere som oppsummering av boligfeltets utvikling. Figuren viser boligfeltets plassering i det økonomiske felt og dets relasjoner til det politiske felt på ulike tidspunkt. Rett etter 2. verdenskrig var boligfeltet sterkt influert av det politiske felt, noe som uttrykkes gjennom opptrappingen av sosial boligpolitikk og marginaliseringen av private aktører. Dette endret seg frem til 1980 hvor man fikk gradvis utjevning av styrkeforholdet mellom det økonomiske og politiske felt, samt sterkere differensiering av boligfeltet som blant annet gjorde det vanskeligere å flytte mellom de ulike reguleringsregimene.⁴⁵ I perioden frem til i dag har boligfeltet i stadig større grad vært preget av den økonomiske logikken, denne har fått en mer autonom posisjon i forhold til den ikke-kommersielle logikken. Den politiske logikken konsentreres i dag om de mer marginaliserte posisjonene i boligfeltet hvor mennesker med størst vanskeligheter og behov for hjelp i forhold til bolig befinner seg. Dette reflekteres i det politiske feltets nedadgående bevegelse i forhold til boligfeltet. Det økonomiske feltets oppadgående bevegelse i forhold til det politiske felt reflekterer en styrking av det økonomiske feltets posisjon i maktfeltet i denne perioden. Feltet for eiendomsmegling har blitt skilt ut som eget delfelt innenfor boligfeltet og det økonomiske felt, noe som markerer denne aktørgruppens ekspansjon i perioden og posisjon som økonomiske aktører.

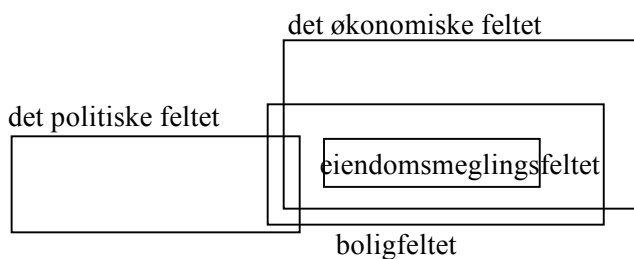
⁴⁵ Jon Skeie mener de første dereguleringsforslagene på begynnelsen av 80-tallet innebar en formell deling av boligmarkedet i to deler, én under velferdsstatslogikk og én under markedslogikk (Skeie 2004: 327).



Situasjonen rundt 1945



Situasjonen rundt 1980



Situasjonen i dag

Figur 2. Endrede relasjoner mellom boligfeltet og det politiske og økonomiske felt.⁴⁶

Denne utviklingen i boligfeltets strukturer og logikker kan ventes å gjenfinnes i boligjournalistikken. Særlig kan det forventes at utskillelsen av eiendomsmegling som eget delfelt vil reflekteres i at eiendomsmeglere har en mer fremtredende plass som kilder for avisenes boligjournalistikk enn tidligere. Samtidig vil boligbyggelagens nedadgående løpebane i boligfeltet sannsynligvis innebære en mer marginalisert posisjon i forhold til dagsorden i boligjournalistikken. Endringen fra politisk til økonomisk logikk kan ventes å gi utslag i en ”økonomisert” boligjournalistikk hvor boligprisutviklingen har en mer dominerende plass, samtidig som politiske aktører byttes ut med eiendomsmeglere som kilder for disse oppslagene. Et særlig interessant moment i forhold til boligjournalistikken knyttes til

⁴⁶ Figuren er inspirert av Slaattas tilsvarende figur for det journalistiske felt (2003: 114).

det politiske feltets tilbaketrekking fra de sentrale delene av feltet og i hvilken grad dette har medført at journalistisk oppmerksomhet rettes mot de områder av boligfeltet som kan karakteriseres som politiske hovedsatsningsområder, i fremste rekke representert ved boligsituasjonen for vanskeligstilte og de mer kvalitative aspektene ved boligbyggingen som Husbanken har som sine hovedområder. Disse forholdene vil undersøkes nærmere gjennom oppgavens innholdsanalyser i kapittel 6 og 7.

4. Det journalistiske felt – 1980-2007

Medienes rolle og makt i boligfeltet er koblet til endringer og logikker i medieorden. Formålet med dette kapitlet er å beskrive noen strukturelle endringer som har fått betydning for relasjonene mellom aktørene i det journalistiske felt og disses dekning av hendelser og aktører i boligfeltet. Innsikten herfra er sentral for forståelsen av avisenes posisjoner i boligjournalistikken som undersøkes gjennom innholdsanalyser.

Det journalistiske felt er et delfelt av feltet for kulturell produksjon og befinner seg i forhold til boligfeltet på den andre siden av maktfeltets overordnede motsetningsforhold. Det norske journalistiske felt har tidligere vært gjenstand for feltanalyser som peker på at dette kan sies å utgjøre et eget felt etter Bourdieus krav til slike. Hovden påpeker at begrepet ”journalistikk” refererer ”til eit eige sosialt mikrokosmos som har fleire trekk som Bourdieu har identifisert som kjennemerke på sosiale felt: *spesialiserte agentar, (...) spesialiserte institusjonar (...) og ein betydeleg grad av sjølrefleksivitet*” (2001: 95).⁴⁷ Det journalistiske felt har til felles med boligfeltet at det på ulike tidspunkt påvirkes av kampen mellom det politiske og økonomiske felt. Fra en etterkrigssituasjon hvor de nære båndene mellom presse og politiske partier var styrende for den redaksjonelle virksomheten, har man i dag en situasjon hvor avisenes inntjening gjennom salg og annonser i større grad er blitt avgjørende for den daglige driften. Særlig dette siste innebærer en potensiell svekkelse av det journalistiske feltets autonomi (Bourdieu 2005b: 42).

4.1 Partipressen

Overgangen fra partipresse til uavhengige medier ble påbegynt på 70-tallet og var gjennomført i de fleste norske aviser innen midten av 90-tallet (Pressepolitikk ved et

⁴⁷ For en grundigere redegjørelse av mediefeltets genese, se kapittel 3 i Slaatta (2003). For en grundig innføring i profesjonaliseringen av det norske journalistiske feltet, se Ottosen, Rune (2006): *Fra fjærpenn til Internett*. For mer om det journalistiske feltets feltspesifikke kapital, se Hovden (2001).

tusenårsskifte: 78). Dette innebar en ny ideologi og praksis for journalistisk virksomhet hvor avisene skulle være partipolitisk uavhengige og maktkritiske der de tidligere hadde vært partipolitisk støttende.

Norske avisers forbindelse til politiske partier hadde vært av både strukturell og funksjonell art. Med strukturell menes det at avisene var forbundet med partiet som del av partiorganisasjonen eller gjennom økonomisk støtte. Med funksjonell menes det at avisene ga kontinuerlig støtte til partiet gjennom omtale, utvalg og vinkling av ulike nyheter (Pressepolitikk ved et tusenårsskifte: 77). Man hadde dermed løsere og tettere forbindelser mellom pressen og partiene, partipressen omfattet både de direkte propagandainstrumentene og den mer seriøse nyhetspressen. I 1885, rundt tidspunktet for boligsakens opprinnelse, kunne hele 93 prosent av pressen klassifiseres som partiaviser. I 1966 utgjorde partipressen 64 prosent av det totale avisopplaget.

Partiavisene bidro gjennom sin dekning til oppslutning rundt partiet, politikerne og deres standpunkter. Samtidig fungerte de som informasjonskilde for partiet og ”medieskole” for politikerne. Partitilhørigheten ga avisene et stabilt lesergrunnlag all den tid partioppslutningen var vedvarende i befolkningen, men ved inngangen til 1970-årene kom partipressesystemet under både eksternt og internt press. Medias rolle som den fjerde statsmakt ble vektlagt i sterkere grad og det ble åpenbart at denne funksjonen var vanskelig å forene med avisenes formålsparagraf om å være organer for sine respektive partier (Pressepolitikk ved et tusenårsskifte: 79).

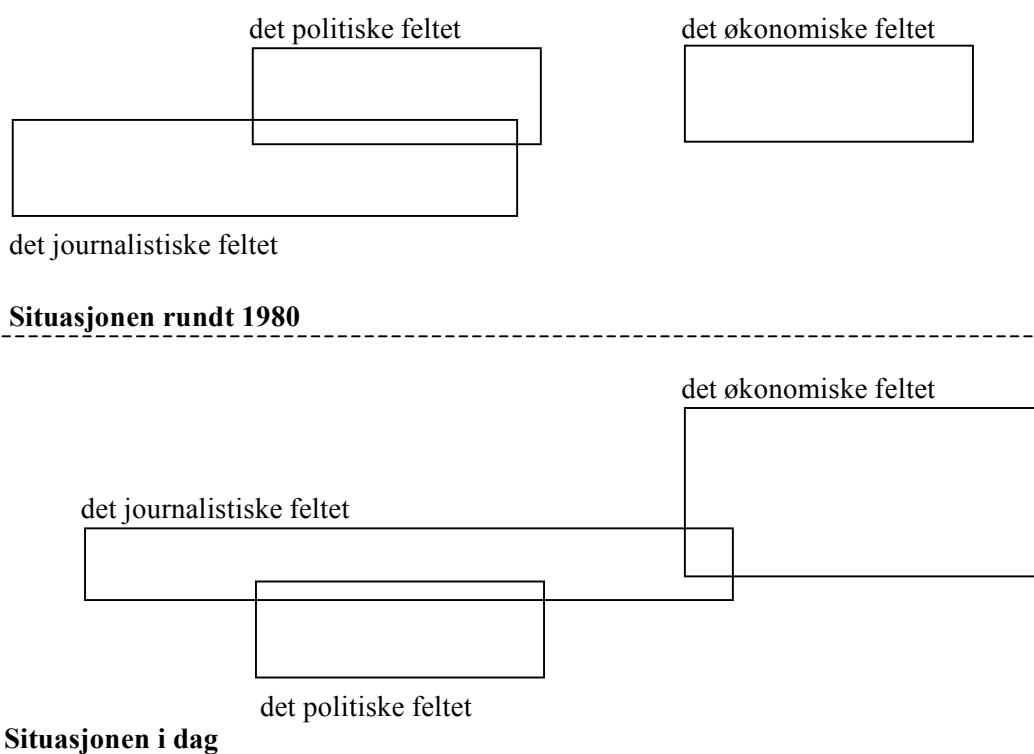
Partioppsplitting, avisnedleggelse og fallende partioppslutning skapte dessuten behov for mer uavhengig og partinøytral journalistikk blant den gjenværende pressen.

Denne avpartifiseringen tømte imidlertid ikke avisene for politisk innhold verken i ideologi eller redaksjonelt materiale; man støttet seg nå i stedet til politiske grunnsyn der man tidligere hadde støttet politiske partier (Pressepolitikk ved et tusenårsskifte: 84). Samtidig ble lojalitet overfor partiene erstattet med lojalitet overfor leserne. Bruddet med de politiske partiene gikk gradvis gjennom 70- og 80-tallet, og i 1990 utgjorde de gjenværende partiavisene 32 prosent av avisopplaget, noe som var en halvering fra 1966 (Pressepolitikk ved et tusenårsskifte: 78).

4.2 Markedsavhengigheten

Som kanaler for symbolsk makt strukturerer det journalistiske felt fordelingen av posisjoner i andre samfunnsfelt. Journalistisk uavhengige aviser skiller seg fra partiaviser og medlemsblader ved at de ikke skal fungere som talerør for bestemte interesser, omtalen av ulike aktører kan dermed ventes å ha høyere troverdighet i befolkningen generelt. Her blir dette et eksempel på at den symbolske kapitalen som kan akkumuleres gjennom medieomtale avhenger av egenskaper ved mediet og dets posisjon i det journalistiske felt.

Avpartifiseringen innebar svakere relasjoner mellom det politiske og journalistiske felt. Slaatta (2003: 114) illustrerer denne endringen med følgende figur:



Figur 3. Endrede relasjoner mellom det journalistiske, politiske og økonomiske felt.

Figuren viser at det økonomiske felt har dominerende relasjoner til det journalistiske felt. Dette knyttes til en betydelig styrkning av det økonomiske feltets posisjon i perioden 1980-2005 (Slaatta 2003: 114). Markedsliberaliseringen på 80-tallet, som blant annet endret boligfeltets hierarkier, sikret det økonomiske felt en fremskutt

posisjon i maktfeltet. Dette ga utslag i ekspansjon av økonomisk journalistikk gjennom hele mediefeltet (Slaatta 2003: 141) som gjorde økonomiske nyheter til kategorien med størst dekning i norske aviser (Slaatta 2003: 182).

Den økonomiske journalistikkens ekspansjon medførte ”mer pågående og uavhengig nyhetsjournalistikk i det journalistiske feltet” (Slaatta 2003: 149). Denne var i begynnelsen særlig rettet mot det politiske feltets aktører som ledd i avisenes frigjøring fra tidligere relasjoner. Samtidig fikk man bred fremvekst av forbrukerjournalistikk som skulle gi leserne privatøkonomiske råd og tips i en stadig mer individualisert samfunnsøkonomi. En differensiert medieorden har ført til at den økonomiske nyhetsekspansjonen har fått forskjellige uttrykk i profesjonaliserte aviser, hvor bakenforliggende samfunnsøkonomiske mekanismer og finansanalytiske modeller er spesielt viktige, og i de brede, generelle avisene, hvor økonomiske forhold blir brukt som vinkling på forbrukerstoff og underholdning (Slaatta 2003: 159). Den økonomiske journalistikkens ekspansjon kan spores til ekspansjonen av økonomisk logikk som medførte endring av nyhetskriterier; saker fra andre samfunnsfelt har nå mindre mulighet til å oppnå omtale med mindre man kan anlegge et økonomisk/markedsperspektiv i dekningen (Slaatta 2003: 160).

Samtidig som økonomiske nyheter har fått større betydning og omtale i avisene, har også avisenes drift i stadig større grad blitt avhengig av økonomiske spørsmål. Konkurransen og sviktende leseroppslutning gjorde at mange av partiavisene måtte legges ned, noe som var en av hovedårsakene til systemets avskaffelse. Bruddet med partiene innebar at avisene sto fritt til å utvikle seg sammen med leserne (Slaatta 2003: 136), men medførte også økt konkurranse og markedsavhengighet. Dette gjorde reklame og annonser til stadig viktigere inntektsområder. I den delen av det journalistiske felt hvor den økonomiske logikken har sterkest utbredelse, er muligheten for å tiltrekke seg annonsører blitt avgjørende for utviklingen av det redaksjonelle produkt. Slaatta ser denne markedsvridningen som en grunnleggende endring av det norske mediefelt der avisene først og fremst er plattformer for reklame og annonsører. Kampen om annonsørene gjør at avisene kappes om å ”kaste glans over de produktene de reklamerer for” (Slaatta 2003: 112), og at det nå er

”nyhetskretsløpet som brukes for å opprettholde formidling av reklame” (Slaatta 2003: 112).

Dette kommer blant annet til uttrykk gjennom avisenes bilagssatsninger (Severinsen 2005). Bilagene, som er temabaserte og/eller rettet inn mot klart definerte målgrupper, består av redaksjonelt stoff og annonser som i samspill styrker hverandre og det redaksjonelle produkt. Bilagene benyttes for differensiering i forhold til de nærmeste konkurrentene, de blir med andre ord utviklet og brukt med utgangspunkt i posisjon innenfor den norske medieorden (Severinsen 2005: 110). Suksessformelen består i å appellere til to markeder samtidig; leser- og annonsemarkedet (Severinsen 2005: 57). Selv om suksessen avhenger av begge, er selve satsingen som oftest strategisk produktutvikling motivert ut fra et ønske om økte annonseinntekter (Severinsen 2005: 110). Bilagsproduksjonen fremstår dermed som det området hvor skillet mellom redaksjon og annonseavdeling i sterkest grad er bygget ned. Med slike forutsetninger er det åpenbart fare for å bryte Vær Varsom Plakatens forbud mot tekstreklame, definert som ”når produkter og kommersielle interesser blir eksponert eller positivt omtalt på redaksjonell plass ut fra andre hensyn enn uavhengig og kildekritisk journalistikk”.⁴⁸

Problematikken rundt tekstreklame er aktuell også for avisenes biljournalistikk (Spurkeland 2004). På redaksjonell plass lanseres bilprodusentenes nye modeller, uten at biltematikken settes inn i en større samfunnsmessig sammenheng. Generering av annonseinntekter har skapt et forum for bil i avisene hvor tekstreklame og redaksjonell sponsing er svært utbredt (Spurkeland 2004: 181-182). Fraværet av kritisk journalistikk forklares med muligheten for både kilde- og annonseboikott av avisene. En usynliggjøring av disse premissene for journalistisk praksis bidrar til å styrke bilindustriens posisjon i forhold til både miljøbevegelse og politikere.

⁴⁸ Tekstreklameplakaten, eget vedlegg til Vær Varsom Plakaten (Norsk presseforbund, http://presse.no/Spesial/Skjulte_artikler/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=274;) (lesedato 21.01.08).

Disse eksemplene viser hvordan mediefeltet struktureres av økonomisk logikk gjennom 1) dennes ekspansjon i mediefeltet via dens dominans over sentrale posisjoner i feltet og 2) konkurranse mellom avisene som gjør at journalistikken tilpasses for å tekke annonsører, som derigjennom får bekreftelse av posisjon og status. Slik journalistisk praksis legitimerer økonomiske aktører og bidrar til å styrke disses posisjon i det økonomiske felt og maktfeltet. Samtidig blir økonomiske prinsipper og kriterier lagt til grunn for fordeling av status og posisjoner i den norske medieorden.

4.3 Boligjournalistikk

Disse utviklingstrendene i den norske medieorden utgjør grunnlaget for forståelsen av endringer i boligjournalistikkens posisjon i det overordnede journalistiske felt. De legges derfor til grunn når vi nå avgrenser den feltteoretiske fremstillingen fra det journalistiske felt som helhet til avisbasert boligjournalistikk.

4.3.1 En historisk utvikling 1980-2005

I en kvantitativ innholdsanalyse gjennomført av Bjerke og Dyb (2005) måles endringer i boligjournalistikken langs flere variabler. Utvalget består av tre regionsaviser (Adresseavisen, Bergens Tidende og Aftenposten⁴⁹ - alle dominerende annonsekanaler i sine respektive regioner) og en løssalgsavis (Dagbladet - uten boligannonseinntekter i denne perioden) som analyseres i bestemte perioder i 1984, 1998 og 2003.

Bjerke og Dyb finner en markant økning i økonomiske nyheter gjennom perioden. Artikler knyttet til omsetning av boliger går fra 16 prosent i 1984 til å utgjøre nesten halvparten av alle sakene i 2003.⁵⁰ Samtidig forsvinner det politiske aspektet helt fra

⁴⁹ I motsetning til meg skiller ikke Bjerke og Dyb mellom Aftenposten og Aften i analysene. Mine argumenter for å gjøre dette presenteres i kapittel 5.

⁵⁰ Bjerke & Dyb 2005: 26, tabell 2.

denne typen artikler; mens 60 prosent av sakene knyttet til kjøp og salg av bolig hadde politisk innhold⁵¹ i 1984, har ingen av disse sakene dette i 1998 og 2003. Disse endringene er et uttrykk for at spørsmål knyttet til boligpris avpolitiseres og viser hvordan politiske aktører mister innflytelse i både boligfeltet og boligjournalistikken.

Omtalen av vanskeligstilte på boligmarkedet og miljø-/boligkvalitetsmessige artikler reduseres, dette til tross for at det boligpolitiske fokuset forflyttes nettopp hit gjennom denne perioden. Politikernes manglende evne (og vilje) til å fortsatt sette dagsorden i boligjournalistikken kommer også til uttrykk ved at andelen artikler med politisk innhold reduseres fra over 50 prosent i 1984 til 26 prosent i 2003.⁵² De politiske aktørene blir på denne måten mindre synlige i pressen, noe som både er resultat av og bidrag til en svekket posisjon i boligfeltet og den norske medieorden.

Denne endringen i styrkeforholdet mellom politikk og økonomi uttrykkes også i avisenes kildevalg.⁵³ Representanter for bank/finans og eiendomsmeglere, økonomiske aktører med klar egeninteresse i boligmarkedets utvikling, er perioden sett under ett de to største kildegruppene. Eiendomsmeglernes andel øker fra 15 prosent i 1984 til hele 42 prosent i 2003, da som den klart største kildegruppen. Politikernes utvikling er motsatt, fra å figurere i 30 prosent av sakene i 1984 er de synlige kilder i kun seks prosent av sakene i 2003, og i kun to prosent av sakene i 1998. Disse diametralt forskjellige utviklingskurvene er kanskje den beste beskrivelsen på endringene som har funnet sted gjennom perioden, med et fokusbytte fra politisk kamp til frie markedsløsninger innenfor boligfeltet.

Bjerke og Dyb finner at eierperspektivet er et vedvarende element i boligjournalistikken (Bjerke & Dyb 2005: 67). Dette kommer til uttrykk både ved forventninger til boligprisutviklingen⁵⁴, holdninger til høye boligpriser⁵⁵ og

⁵¹ Definert som omtale av politiske partier eller politisk valgte organer (Bjerke & Dyb 2005: 27).

⁵² Bjerke & Dyb 2005: 27, tabell 3.

⁵³ Bjerke & Dyb 2005: 52, tabell 13.

⁵⁴ Bjerke & Dyb 2005: 62, tabell 17.

dekningen av leiesektoren som er svært liten til tross for at dette er en boform de aller fleste benytter i perioder av livet.⁵⁶ Denne journalistiske usynligheten og eierperspektivet kan sees som uttrykk for den offisielle boligpolitikkenes vektlegging av selveierlinja.

Bjerke og Dybs analyse viser at det innenfor et segment av posisjoner i den norske medieorden har skjedd endringer i boligjournalistikken ettersom bolig- og mediefeltet i økende grad domineres av det økonomiske feltets logikk. Gjennom prioriteringen av saksområder og kildeutvalg bekreftes økonomiske aktørers posisjon i boligfeltet på bekostning av politiske aktører. Disse avisenes journalistikk bidrar på denne måten til en segmentering og forsterkning av maktforholdene i boligfeltet.

4.3.2 Det boligjournalistiske "felt"

Boligjournalistikken er ikke tilstrekkelig profesjonalisert til at den kan sies å utgjøre et eget journalistisk underfelt på lik linje med f.eks. politikk, økonomi, kultur og sport. Aftenposten har en egen boligredaksjon tilknyttet avisens boligbilag, mens Aften har én journalist med bolig som spesialfelt. Utover dette er antallet boligjournalister i dagspressen relativt lavt.⁵⁷

Heller enn å være veldig spesialisert⁵⁸, er boligjournalistikken kjennetegnet ved at den gjenfinnes på forskjellige områder og seksjoner i avisene. En del av journalistikken faller inn under det som Slaatta betegner som "økonomisk journalistikk". Dette er særlig oppslag knyttet til prisutviklingen på boligmarkedet og

⁵⁵ Bjerke & Dyb 2005: 64, tabell 18.

⁵⁶ Bjerke & Dyb 2005: 50, tabell 11.

⁵⁷ Dette bekreftes av Jan Fredrik Hovdens korrespondanseanalyse av det norske journalistfeltet (upublisert materiale, mail 05.01.07).

⁵⁸ Boligjournalistikken (og journalistene) utenfor dagspressen er sannsynligvis mer spesialisert enn hva man finner i avisene. Organisasjoner som Huseiernes Landsforbund, OBOS, NEF og Leieboerforeningen gir alle ut medlemsblader hvor hovedfokuset kan ventes å ligge på boligpolitikkenes utforming og konsekvenser for medlemmene. Denne delen av det journalistiske felt ligger imidlertid utenfor denne oppgavens fokusområde.

renteutviklingens betydning for boligpris og lån.⁵⁹ Utbyggingsprosjekter og den politiske behandlingen av disse, arkitektur og byggeskikk, byutvikling, interiørtips og artikler hvor kjente personer viser frem hjemmene sine, faller også inn under den betegnelsen av boligjournalistikk som brukes i denne oppgaven. Det samme gjør oppslag om problemene som oppstår med dagens boligpolitikk hvor særlig hjemløse og forhold ved kommunale boliger står sentralt.

Dominique Marchetti (2005) mener at i studier av journalistiske spesialfelt, som boligjournalistikken er i dette tilfellet, er det viktig se på i hvilken grad avisenes økonomi avhenger av aktører på det feltet som dekkes, og i hvilken grad avisene klarer å opprettholde den journalistiske logikken om uavhengighet gjennom dekningen. På bakgrunn av struktureringen av mediene gjennom markedets tvang kan avhengigheten av annonsører innenfor ulike markedssegmenter forventes å påvirke de redaksjonelle valgene som brukes for å indikere posisjon i de journalistiske delfeltene. Dette poenget gjenfinnes hos Slaatta (2003: 147); han mener avisenes boligjournalistikk må forstås i lys av det meget inntektsbringende markedet for boligannonser. Kampen om annonsørene fører til tilpasning av journalistikk; ”der reklamen og salgsubjektene er livsstilsorientert, følger det redaksjonelle stoffet etter” (Slaatta 2003: 112). Utviklingen av et eget boligbilag i Aftenposten kan sees i lys av dette. Via artikler om interiør og design geleides man frem til boligannonser som i enkelte perioder utgjør mer enn to tredjedeler av avisens samlede sidetall.⁶⁰

4.3.3 Kampen om boligannonserne

Avskaffelsen av prisregulert boligomsetning førte en stor del av den norske boligmassen ut på det private markedet. Opphevelsen av maksimalpriser gjorde det mer interessant å annonsere når man skulle selge, samtidig som det økte tilbudet av

⁵⁹ Betegnelsen av boligmarkedet som et ”psykologisk marked” viser til at befolkningens oppfatninger om boligmarkedets tilstand og utvikling spiller inn på nettopp disse forholdene. I denne forventningsdannelsen spiller mediene en viktig rolle. Medienes makt i boligfeltet dreier seg derfor også om påvirkningsmuligheter i forhold til boligprisenes utvikling.

⁶⁰ Lørdag 10. Juni 2006 skrev Aftenposten pressehistorie ved å ha sin største utgivelse noensinne. Av de 244 sidene var hele 152 sider boligannonser og rekorden skyldtes utelukkende de gode tidene i annonsemarkedet (Aftenposten 10.06.06, del 2 side 6: ”Tidens største fra Aftenposten”). Se også Slaatta (2003: 177).

boliger i dette markedet gjorde annonsering viktigere for å i det hele tatt få solgt. Dette gjorde boligannonser til en stor potensiell inntektskilde for avisene. Eiendomsannonser sto i 2006 for nesten 28 prosent av samlet annonsevolum og var den klart største annonsekategorien i avisene samlet.⁶¹ I Oslo sikret Aftenposten seg tidlig en dominerende andel av dette annonsemarkedet, en posisjon de har klart å holde på frem til i dag.

Misnøye med annonseprisene gjorde imidlertid at flere meglerhus i Oslo-området brøt med Aftenposten i 2005. Meglerne gikk sammen om "Boligavisen Oslo & Akershus" hvor prisene var langt lavere, men utgivelsene måtte stoppes etter kun kort tid da det ikke lenger var oppslutning om bladet. Distribusjonsproblemer knyttet til husstander som hadde reservert seg mot uadressert reklame var en av årsakene til driftsinnstillingen. Aftenpostens boligbilag ble fulldistribuert i Oslo og Akershus på torsdager, og unngikk i lengre tid reservasjonene mot uadressert reklame ettersom bilaget ble definert som et redaksjonelt produkt. Gjentatte klager fra forbrukere og konkurrenter medførte imidlertid at avisen etter hvert måtte endre dette, noe som gir boligbilaget status som reklamebilag og bekrefter forståelsen av bilaget som annonsedrevet.

Boligavisen Oslo & Akershus ble etter nedleggelsen utviklet til boligbilaget "Ny:bolig" som fulgte med Dagbladet på torsdager. For Dagbladet, som i lengre tid hadde/har hatt en presset økonomi og vært tvunget til omleggelser av driften, kunne store andeler av dette annonsemarkedet vært et kjærkomment bidrag. Bilaget ble imidlertid ingen suksess og lav interesse blant annonsører førte til at utgivelsene opphørte etter omtrent ett års drift.⁶²

Dagsavisen, som konkurrerer med Aftenposten på nyheter, profil og geografisk dekningsområde, har svært få boligannonser. Avisen prøver likevel å posisjonere seg

⁶¹ Statistikk fra Mediebyråenes Landsforening for 2006 (<http://www.mediebedriftene.no/novus/upload/file/avis/bransjefakta/annonsestatistikk/anndes-06.pdf>). (Lesedato 06.09.07).

⁶² Propaganda.no 08.06.07: "Dagblad-fiasko legges ned" (<http://www.na24.no/propaganda/media/article1099202.ece>) (lesedato 06.09.07).

i annonsemarkedet gjennom ”Nærmere 100.000 av våre lesere, leser ikke Aftenposten. Tør du ta gå glipp av denne kjøpesterke målgruppen?”.⁶³ Dagsavisens marginale posisjon i dette markedet er et uttrykk for at Aftenpostens posisjon som markedsleder i Oslo har vist seg vanskelig å utfordre; selv ikke Internettets fremvekst som dominerende annonsekanal⁶⁴ har gitt noen synlig nedgang i andelen boligannonser. Dette skyldes blant annet Aftenpostens posisjonering på denne plattformen gjennom eierinteressene i Finn.no, samarbeidet disse i mellom gir en dekning på til sammen 90 prosent av alle personer med konkrete planer om å kjøpe bolig.⁶⁵ Aftenpostens posisjon i boligannonsermarkedet er dermed så dominerende at få annonsører våger å gå utenom i frykt for å miste potensielle kjøpere (Dagens Næringsliv har riktignok klart å tilrive seg andeler av annonsene for det mer lukrative segmentet av boligmarkedet, noe som åpenbart skyldes kjøpekraften i avisens lesergruppe). Dermed genereres større inntekter til avisen, som igjen bidrar til å styrke dens posisjon i en norsk medieorden hvor økonomiske faktorer blir stadig viktigere som posisjoneringsprinsipp.

4.3.4 Boligjournalistikkens posisjoner

Det økonomiske felt strukturer mediene og påtvinger sin egen logikk på medienes virksomhet. Denne antagelsen står sentralt når vi nå beveger oss mot de empiriske undersøkelsene av avisenes boligjournalistikk. Med bakgrunn i Slaattas analyser av den norske medieorden og boligannonseenes posisjon i annonsemarkedet er det nærliggende å anta at andelen boligannonser i en gitt avis vil kunne få konsekvenser for dennes boligjournalistikk. Det kan antas at denne andelen vil kunne indikere styrken på relasjonen mellom den enkelte avis og det økonomiske felt, og dermed si noe om i hvilken grad avisen struktureres av det økonomiske felt. Av dette kan det avledes en tese om at stor avhengighet av boligannonser (nær relasjon til det

⁶³ Dagsavisen.no (<http://www.dagsavisen.no/kundesenter/annonser/?service=service>) (lesedato 06.09.07).

⁶⁴ Propaganda.no 23.05.05 (<http://www.propaganda-as.no/php/art.php?id=214765>) (lesedato 06.09.07).

⁶⁵ Aftenposten.no (<http://bedrift.aftenposten.no/category.php?categoryID=26>) (lesedato 06.09.07).

økonomiske felt) gir utslag i en økonomisert boligjournalistikk, mens mindre/ingen avhengighet av dette (distansert relasjon til det økonomiske felt) vil medføre en journalistikk som i større grad orienterer seg i den sosiale boliglogikken og prioriterer de deler av boligfeltet hvor det politiske felt fortsatt utfordrer den økonomiske logikkens autonomi.

Samtidig vil avisenes posisjoner i den norske medieorden også ha betydning for relasjonen til det økonomiske felt. Særlig kan det forventes at avisenes stoffbredde og geografiske dekningsområde vil spille inn; tilfanget av relevante saker og ulike nyhetskriterier gjør at redaksjonelle prioriteringer varierer stort mellom lokalaviser, regionalaviser og riksaviser. Det kan f.eks. forventes sterkere prioritering av lokale byggesaker og kommunale botilbud i lokalaviser, og sterkere vektlegging av større markedsmekanismer og livsstilsreportasjer i de større avisene. Samtidig er stor leseroppslutning eller nisjeposisjon med på å gjøre en avis til en effektiv annonseringskanal for store virksomheter. Det kan dermed antas at regions- og nisjeaviser generelt vil ha tettere forbindelser til aktører fra det økonomiske felt (og større andel av inntektsgrunnlaget fra annonser), mens lokalavisene i større grad vil annonsere for lokale (og mindre lukrative) virksomheter, og dermed være mer distansert fra det økonomiske felt.

Disse forholdene, inntekter fra boligannonser og generell posisjon i den norske medieorden, legges derfor til grunn for posisjonering av avisene. Det blir nærmere redegjort for denne posisjoneringen i neste kapittel.

4.4 Oppsummering

I en norsk medieorden dominert av det politiske felt gjennom både økonomiske og organisatoriske relasjoner var nærheten til dette feltet avgjørende for avisenes posisjoneringer. I dag er den norske medieorden dominert av det økonomiske felt gjennom dettes styrkede posisjon i maktfeltet og avisenes avhengighet av annonseinntekter, medienes virksomhet struktureres altså i sterkere grad av det økonomiske felt. Av dette kan det avledes at posisjonen til en gitt avis innenfor den

norske medieorden, forstått som i hvilken grad denne har nære eller distanserte relasjoner til det økonomiske felt, vil kunne gjenfinnes i denne avisens journalistikk.

Overført til boligjournalistikken kan denne nærheten til det økonomiske felt kanskje forventes å gi spesielt tydelige utslag ettersom dette nettopp *ikke* er et spesialisert journalistisk underfelt og dermed ikke har tilsvarende regler for handling som omfatter virksomheten i de mer profesjonaliserte delene av det journalistiske felt. Dette skal undersøkes nærmere når oppgaven nå beveger seg fra de felteoretiske analysene og over til de empiriske innholdsanalysene av boligjournalistikken.

5. Metode – Innholdsanalyser

De feltteoretiske analysene har brakt oss frem til en forståelse av dagens fordeling av logikker og sentrale kamper i henholdsvis boligfeltet og det journalistiske felt. Denne forståelsen står helt sentralt for den metodiske fremgangsmåten i innholdsanalysene som presenteres i de neste kapitlene. Før vi kan gå i gang med de empiriske undersøkelsene av avisenes boligjournalistikk må det imidlertid redegjøres for det metodiske grunnlaget disse innholdsanalysene bygger på.

5.1 Metodisk utgangspunkt

Valg av metode må motiveres ut fra en overbevisning om hvordan man best kan belyse oppgavens problemstilling (Wiederberg 2001: 57-58). Det er mitt synspunkt at denne oppgavens problemstilling om *variasjon i medieinnhold* undersøkes best gjennom en kvantitativ og en kvalitativ innholdsanalyse.

Skillet mellom kvantitativ og kvalitativ forskning har ofte låst forskere til ett av de metodiske perspektivene. Tilhengere av kvantitativ innholdsanalyse har hevdet at man kun kan undersøke den manifeste meningen i en tekst (Østbye et.al. 2002: 63) og at det viktigste for forskeren er å være *systematisk* og *objektiv* (Østbye et.al 2002: 215). Med systematisk menes det at man har generelle regler for hvordan man behandler datamaterialet, mens objektiv innebærer at andre forskere skal kunne komme frem til samme resultat. Objektivitet oppnås ved at man holder seg til de manifeste meningene, hvis man åpner for tolkning av tekstens budskap vil man kunne få variasjoner mellom ulike forskere. Kvantitative innholdsanalyser er derfor best egnet til å beskrive mønstre og utviklingstendenser i medieinnhold (Østbye et.al. 2002: 215).

Tilhengere av kvalitative innholdsanalyser har kritisert det kvantitative paradigmet og tatt til orde for at man må kunne analysere de latente meningene i en tekst (Østbye et.al. 2002: 63). Gjennom nærlesning kan man få tak i underliggende betydninger og

holdninger i teksten, noe som i mange tilfeller er like viktig å studere som den manifeste meningen (Østbye et.al. 2002: 63). Det viktigste ved kvalitativ forskning er dermed at den skal være *troverdig* og *bekreftbar* (Thagaard 1998: 20).⁶⁶ Med troverdig menes det at forskningen skal utføres på en tillitsvekkende måte. Troverdighet oppnås ved at forskeren gjør grundig rede for ulike aspekter ved forskningsprosessen. Bekreftbar henspeiler på kvaliteten av tolkningen og i hvilken grad funnene støttes av annen forskning. Dette forutsetter at forskeren gjør rede for premissene som ligger til grunn for de slutningene som er trukket.

Kvantitative og kvalitative metoder har ofte blitt betraktet som gjensidig utelukkende. I denne oppgaven benyttes begge i den tro at de heller er gjensidig forsterkende. Den kvantitative analysen får frem variasjoner i prioriteringen av ulike saksområder og mangfoldet av artikler i et stort datamateriale, den får frem mønstrene i boligjournalistikken og kan løfte innsikten fra den kvalitative lesningen opp på et høyere plan. Den kvalitative analysen undersøker bestemte deler av dekkningen og får frem ulike holdninger til boligsektoren som kommer til uttrykk i de forskjellige avisene, den kan gå dypere inn i de enkelte tekstene og klargjøre uklare momenter fra den kvantitative analysen. Hver for seg belyser analysene deler av oppgavens tematikk; i fellesskap gir de et troverdig bilde av variasjoner i den norske boligjournalistikken.

5.2 Utvalg og posisjonering av aviser

De fem utvalgte avisene (Dagbladet, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Aftenposten og Aften) er valgt fordi de representerer ulike posisjoner i både den norske medieorden og det boligjournalistiske ”felt”. De har ulik geografisk utbredelse, ulik profil og ulike bindinger til boligsektoren gjennom annonseinntekter og betydningen av disse

⁶⁶ Thagaard opererer med overførbarhet (1998: 20) som et tredje prinsipp for kvalitativ forskning, med det menes i hvilken grad resultatene er gyldige for andre sammenhenger enn de som er studert. Hun presiserer imidlertid at overførbarhet ikke er et mål i alle kvalitative studier (1998: 184).

for avisenes økonomi.⁶⁷ Alle er imidlertid basert i Oslo og har dette som sitt sentrale dekningsområde, noe som er en forutsetning for å kunne sammenligne variasjoner i boligjournalistikken. I posisjoneringen av avisene er det tatt utgangspunkt i Medietilsynets tall for 2006, samt avisenes årsrapporter for samme år.

For Aftenpostens del er det hensiktsmessig å skille mellom morgenutgaven (Aftenposten) og Aften. De har samme eier og utgiver, men forskjellig redaktør, redaksjonell ledelse og journalister, og det er lite samarbeid på tvers av avisene. De har dessuten ulikt opplag, profil og geografisk dekningsområde. Driftsresultatene presenteres riktignok sammen i Aftenposten AS årsrapport. For 2006 viste denne at annonseinntektene utgjorde over 63 prosent av den totale omsetningen i Aftenposten som avishus.⁶⁸ Det er imidlertid store forskjeller mellom avisenes annonseprofil, særlig er dette tydelig og relevant i andelen boligannonser.⁶⁹

Aftenposten kommer ut syv dager i uken og er den ledende nyhetsavisen i Oslo og det sentrale østlandsområdet. Avisen var tidligere organ for partiet Høyre, men har nå en politisk uavhengig posisjon. Avisen hadde i 2006 et opplag på 248.503, av disse var over 80 prosent abonnement.⁷⁰ Aftenposten ble i 2007 kåret til det beste stedet å annonsere av annonsørene selv⁷¹, noe som neppe vil svekke den allerede dominerende posisjonen på annonsemarkedet. Denne posisjonen gjelder særlig for

⁶⁷ Stadige endringer blant den norske dagspressen gjør at noen av opplysningene som her presenteres ikke lenger er riktige, f.eks. har Dagsavisen fra februar 2008 gått over til å komme ut 6 dager i uken og Dagbladet har innstilt annonsebilaget Ny:bolig. De opplysningene som her gis er de som var gyldige og ble lagt til grunn for posisjonering av avisene da jeg gikk i gang med innholdsanalysene august 2006.

⁶⁸ Aftenpostens totale driftsinntekter for 2006 var 2044 mill kroner, annonseinntektene utgjorde 1293 mill kroner. Av disse utgjorde rubrikkannonser (stilling/bolig/øvrige) 729 mill kroner, hvorav stilling ga 347 mill kroner (Aftenpostens årsrapport 2006, http://bedrift.aftenposten.no/webfiles/Arssrapport_2006_lavoppl.pdf) (lesedato 06.09.07). Boligannonserne utgjorde dermed anslagsvis 350 mill kroner. Aften har ingen boligannonser, de 350 mill kronene utgjør dermed en større del av Aftenpostens inntekter enn de 17 prosentene det utgjør av avishusets totale inntekter.

⁶⁹ Annonse selgerne i Aftenposten AS er samlet i samme storavdeling, men innenfor denne har hver avis sine egne folk. Argumentene for å skille mellom avisene bekreftes av Aften-redaktør Hilde Haugsgjerd (samtale 19.11.07).

⁷⁰ Medietilsynet.no (<http://www.medieregisteret.no/database/dbprogs/?1=1&fid=20002>) (lesedato 16.11.07).

⁷¹ Journalisten.no (<http://www.journalisten.no/story/49387>) (lesedato 05.01.08).

boligannonse som daglig utgjør mange av avisens sider.⁷² Avisen har eget boligbilag på torsdager og lørdager hvor annonsetilfanget er spesielt stort, fredager følger DnB NOR Eiendoms boligavis med som annonseinnstikk. Aftenpostens profilering som en avis for ledere, boligannonseenes betydning for de totale inntektene og dens tidligere partitilknytning gjør at den her betraktes for å ha tette relasjoner til det økonomiske felt.

Aften utgis fem dager i uken som en lokalavis for Oslo. Avisens posisjon som lokalavis vektlegges i profileringen mot annonsører⁷³ og kommer spesielt til uttrykk på torsdager hvor avisen kommer med bydelsspesialer.⁷⁴ Avisen fulldistribueres i Oslo på onsdager og hadde i 2006 et opplag på 137.141, så godt som samtlige var abonnement.⁷⁵ Avisen har ingen boligannonser, og med bakgrunn i lokalavisenes posisjon i den norske medieorden betraktes Aften for å ha mer distanserte relasjoner til det økonomiske felt.

Dagsavisen er en ”radikal riksavis”⁷⁶ med geografisk tyngdepunkt i det sentrale østlandsområdet og Oslo. Avisen kommer ut syv dager i uken og er nummer to etter Aftenposten i dette markedssegmentet. Avisen het tidligere Arbeiderbladet og var partiavis for Arbeiderpartiet, men er nå partipolitisk uavhengig med en klar politisk posisjonering blant de rødgrønne regjeringspartiene. Avisens opplag var i 2006 på 32.380, av disse var over 90 prosent abonnement.⁷⁷ Dagsavisens annonseinntekter for 2006 utgjorde 22 prosent av total inntekt, mens avisens mottatte pressestøtte utgjorde

⁷² Avisene er forsiktige med å opplyse om hvordan annonseinntektene fordeles på ulike kategorier. Det må derfor påpekes at det ikke nødvendigvis er et 1:1 forhold mellom prisnivå og spalteplass for en annonse, flest sider boligannonser er med andre ord ingen garanti for at disse genererer størst inntekter. Antall sider kan imidlertid fungere som en indikator på dette inntektsnivået, og sammen med totale annonseinntekter gir dette et meningsfullt posisjoningsprinsipp.

⁷³ Aftenpostens annonsørweb (<http://bedrift.aftenposten.no/category.php?categoryID=19>) (lesedato 20.11.07).

⁷⁴ Avisene i den kvantitative analysen er hentet fra bydel St.hanshaugen.

⁷⁵ Av totalt opplag er kun 1610 for løssalg (Medietilsynet.no, <http://www.medieregisteret.no/database/dbprogs/?1=1&fid=20342>) (lesedato 16.11.07).

⁷⁶ Dagsavisen 23.11.07, side 8: ”Samtaler om eierskap”.

⁷⁷ Av totalt opplag er 2416 for løssalg (Medietilsynet.no, <http://www.medieregisteret.no/database/dbprogs/?1=1&fid=20013>) (lesedato 16.11.07).

27 prosent av total inntekt (42 mill kroner).⁷⁸ Dagsavisen er den avisen i utvalget med sterkeste forankring i det politiske felt. Boligannonser utgjør dessuten en svært liten andel av avisens annonser, Dagsavisen betraktes derfor for å ha en distansert relasjon til det økonomiske felt.

Dagens Næringsliv utgis 6 dager i uken og er den ledende finans- og næringslivsavisen i Norge. Dens posisjon som næringslivsavis gjør at den ikke forhandler en samfunnskontrakt på samme måte som de mer generelle nyhetsavisene, den har smalere stoffbredde og konsentrasjon rundt økonomiske nyheter.⁷⁹ Opplaget for 2006 var på 76.584, av disse var omtrent 75 prosent abonnement.⁸⁰ Inntekter fra avis- og annonsesalg utgjorde henholdsvis 47 og 51 prosent av omsetningen.⁸¹ Boligannonse utgjør et av de viktigste annonsesegmentene og avisens andeler av dette stammer fra de mer eksklusive delene av boligmarkedet. Inntektene fra boligannonser og tilknytningen til det økonomiske felt gjennom posisjonen som dette feltets hovedavis gjør at Dagens Næringsliv hører til i gruppen av aviser med nære relasjoner til det økonomiske felt.

Dagbladet er en riksdekkende løssalgavis som utgis 7 dager i uken, avisen er nummer to i dette segmentet (bak VG). Avisen hadde i 2006 et opplag på 146.512, dette ble nesten i sin helhet solgt i løssalg.⁸² Avisen vektlegger selv rollen som kultur- og debattavis på venstresiden i norsk samfunnsliv, sviktende opplagstall og hyppige omlegginger de siste 20 årene gjør imidlertid at den nå fremstår mer som en tabloid avis med fokus på forbruker- og livsstilsstoff. Omleggingene har blant annet resultert

⁷⁸ Fra Dagsavisens årsberetning for 2006.

⁷⁹ "The newspaper focuses on critical journalism by investigating and writing about its own exclusive issues and by including lifestyle articles on careers, cars and houses (...)" (NHST Media groups årsrapport for 2006, http://www.nhst.no/multimedia/archive/00002/nhst_annual_report_20_2362a.pdf) (lesedato 20.11.07).

⁸⁰ Av totalt opplag utgjorde løssalg 20.453 (Medietilsynet, <http://www.medieregisteret.no/database/dbprogs/?1=1&fid=20113>) (lesedato 16.11.07).

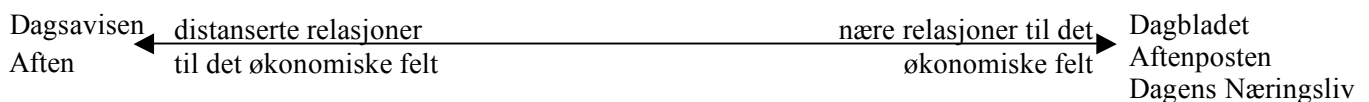
⁸¹ Annonseinntekter på 260 mill kroner og avissalg på 241 mill kroner. Total omsetning 508 mill kroner (NHST Media groups årsrapport for 2006, http://www.nhst.no/multimedia/archive/00002/nhst_annual_report_20_2362a.pdf) (lesedato 20.11.07).

⁸² Av totalt opplag utgjorde løssalg 142.921 (Medietilsynet, <http://www.medieregisteret.no/database/dbprogs/?1=1&fid=20027>) (lesedato 16.11.07).

i omfattende magasinsatsing, av disse er særlig ”Søndag” sterkt annonsedrevet og ”knyttet opp mot hjem- og fritidstematikken” (Severinsen 2005: 66).

Annonseinntektene for 2006 utgjorde 32 prosent av avisens totale omsetning⁸³ og lå dermed et godt stykke under Aftenposten og Dagens Næringsliv. Dagbladet plasseres likevel i gruppen med nære relasjoner til det økonomiske felt, dette i hovedsak på grunn av satsningen mot boligannonsemarkedet med annonsemagasinet Ny:bolig som fulgte med hver torsdag underveis i datainnsamlingen til den kvantitative analysen.

På bakgrunn av disse opplysningene kan avisene plasseres på de ulike sidene av det som her betegnes for boligjournalistikkens hovedstruktur mellom nære og distanserte relasjoner til det økonomiske felt. Denne strukturen er konstruert på bakgrunn av de feltteoretiske analysenes identifisering av det økonomiske feltets dominans i henholdsvis boligfeltet og det journalistiske felt. Tanken bak dette er derfor at avstanden til det økonomiske felt kan si noe om i hvilken grad de ulike aktørene struktureres av det økonomiske felt.



Figur 4. Boligjournalistikkens hovedstruktur – avisene.

5.3 Kvantitativ innholdsanalyse

Målet med den kvantitative analysen er å undersøke om det finnes variasjon i avisens prioritering av ulike boligjournalistiske saksområder. Av dette følger et spørsmål om hvorvidt denne variasjonen henger sammen med boligfeltets og medieordenens strukturer.

⁸³ Inntekter fra annonser utgjorde 301 mill kroner og inntekter fra avissalg 637 mill kroner (Avishuset Dagbladets årsrapport for 2006, <http://www.dagbladet.no/avishuset/pdf/aarsrapport2006.pdf>) (lesedato 20.11.07).

Den kvantitative innholdsanalysen er basert på lesing av papirutgaven av de utvalgte avisene⁸⁴ i perioden 14.08-31.10 2006.⁸⁵ Ved å lese avisene i sin helhet er det mulig å fange opp saker som omhandler boligmarkedet uten å forholde seg til strenge utvalgsriterier (som søkeord i et elektronisk arkiv). Imidlertid er det også mulighet for å overse saker som er relevante.

Registreringen av artiklene⁸⁶ har derfor vært en møysommelig prosess. De relevante artiklene fra gjennomlesningen ble først registrert med dato, avis, tittel/saksbeskrivelse og sidetall. Det ble i etterkant av dette gjort søk på ”Atekst” med søkeordet ”bolig*” som en måte å kontrollisere at ingen relevante artikler var oversett. Deretter ble avisene lest på nytt for å gjøre en mer omfattende registrering av artiklene. Dette har vært tidkrevende og kunne vært gjennomført langt mer effektivt, men de gjentatte gjennomlesningene og grundigheten i arbeidet styrker troen på at utvalget består av de relevante artiklene fra denne perioden.

Oppslag om hendelser som har skjedd i en bolig, f.eks. brann eller ulykker, ble vurdert som irrelevante. Oppslag om fritidsboliger eller utenlandsmarked ble heller ikke inkludert. Utenlandsmarked, som er nært forbundet med fritidsboligmarkedet, ble ekskludert ettersom det er den norske boligsektoren som er oppgavens tema. Dekningen av fritidsboligmarkedet er veldig livstilsorientert og til dels omfangsrikt i enkelte aviser, noe som ville påvirket fordelingen på de ulike kategoriene. Dette markedet styres av de samme mekanismene som boligmarkedet og dekingen kunne fungert som en illustrasjon på vridningen til markedstenkning i journalistikken.⁸⁷ Det synes imidlertid riktigere å holde disse artiklene utenfor da det er vanskelig å

⁸⁴ Aften 14.-17.08, Dagbladet 14.08-01.09 og Aftenposten 10.09 lest på mikrofilm.

⁸⁵ Dette er den samme perioden som Bjerke og Dybs undersøkelse for 2003. I 1984 og 1998 analyserte de perioden fra 15. august til 14. september (Bjerke & Dyb 2005: 18).

⁸⁶ Artikkel brukes her som samlebetegnelse for alle saker. I forhold til registrering av type sak, hvor det skilles mellom artikkel, notis osv., må det ikke oppfattes som om andre type saker ikke er blitt registrert på samme måte.

⁸⁷ Bjerke og Dyb inkluderte oppslag om fritidsboliger i sin undersøkelse.

argumentere for at myndighetene må føre en ”sosial fritidsboligpolitikk” og det ikke finnes ”vanskeligstilte” på fritidsboligmarkedet.

I den siste gjennomlesningen ble SPSS benyttet for å registrere informasjon om de ulike artiklene. Artiklene ble registrert med dato, avis, sidetall, tittel, om de var på avisens forside (som hovedoppslag eller sideoppslag) og om de besto av flere oppslag. Enkelte oppslag besto av flere artikler, f.eks. kan en sak om høye boligpriser være akkompagnert av et intervju med noen som akkurat har kjøpt seg leilighet. Disse ble registrert som ett oppslag. Det ble registrert type sak, her ble det skilt mellom ”artikkel”, ”notis”, ”reportasje”, ”forbrukertest”, ”kronikk/leserinnelegg” og ”leder/kommentar”. Eventuelle merknader ble også registrert, for Dagbladet var det f.eks. interessant hvorvidt Ny:bolig fulgte med som annonsebilag, og for Aften om artiklene dreide seg om lokale Oslo-forhold. Det ble videre registrert om artiklene hadde politisk innhold, regnet som omtale av politisk parti, politiker eller politisk valgte organ i artikkelen, og om bolig var et underordnet tema, noe som spesielt gjaldt oppslag hvor hovedfokuset var på renteutviklingen men hvor dennes betydning for boliglån og boligpris ble trukket inn. De aktive kildene i artikkelen ble også registrert, med det menes de som blir sitert eller referert til. Passive kilder, som bare nevnes ved omtale, er ikke blitt registrert.⁸⁸ Man finner dermed artikler med politisk innhold hvor politikere ikke er registrert som kilder. Det ble ikke registrert hvorvidt det var flere aktører fra samme kildegruppe i artikkelen. Artiklene ble plassert i ulike kategorier og underkategorier. Artiklene ble klassifisert etter hovedtema i kategoriene ”marked/omsetning”, ”spesielle boliger”, ”utbygging/regulering”, ”trender/arkitektur”, ”miljø/boligkvalitet” og ”annet”. Denne klassifiseringen var stort sett enkel å avgjøre.

”Marked/omsetning” omfatter oppslag knyttet til kjøp og salg av boliger. Flere av avisene hadde artikler med hovedfokus på renta og endringer i denne, men hvor drøftingen rundt dette ble knyttet til boligpris og boliglån. Disse faller inn under

⁸⁸ Bjerke og Dyb registrerte også disse som kilder i sin analyse (2005: 20).

denne kategorien. Artiklene i denne kategorien ble også plassert i underkategoriene ”rente/lån”, ”boligpris”, ”kjøp/salg”, ”leiemarked”, ”spesialmarked” og ”annet”. Det ble dessuten registrert hvorvidt disse artiklene omhandlet spekulasjoner om boligprisene og holdningen til høye(re) boligpriser. Her ble hovedtendensen i artikkelen lagt til grunn for klassifisering som henholdsvis ”oppgang”, ”nedgang”, ”opp/nedgang”, ”nøytral” og ”ikke relevant”, og ”positiv”, ”negativ”, ”nøytral” og ”ikke relevant”. Dereguleringen av boligmarkedet ga virksomheten innenfor saksområdet ”marked/omsetning” økonomisk autonomi, denne kategorien representerer dermed deler av boligfeltet hvor den økonomiske logikken i dag har en autonom posisjon.

”Spesielle boliger” omhandler de med spesielle behov på boligmarkedet. Artiklene ble kategorisert i undergruppene ”eldre”, ”vanskeligstilte”, ”funksjonshemmede”, ”studenter”, ”kommunale boliger” og ”annet”. Denne kategorien omhandler de områder av boligfeltet hvor det politiske felt fortsatt forsøker å motvirke den økonomiske logikken, den står på denne måten i sterkest opposisjon til kategorien ”marked/omsetning”.

”Utbygging/regulering” omhandler byggeprosjekter og den politiske behandlingen av disse. Det politiske feltets tilbaketrekking fra boligfeltet omfattet også det offentlige engasjementet i boligbyggingen, samtidig som man fortsatt har politiske bestemmelser knyttet til dette gjennom reguleringsplaner og byggeforskrifter. Kategorien er dermed delt mellom det økonomiske og politiske feltets logikker, hvilke type saker som gjenfinnes i de ulike avisene må dermed fanges opp av andre variabler som f.eks. ”politisk innhold”.⁸⁹

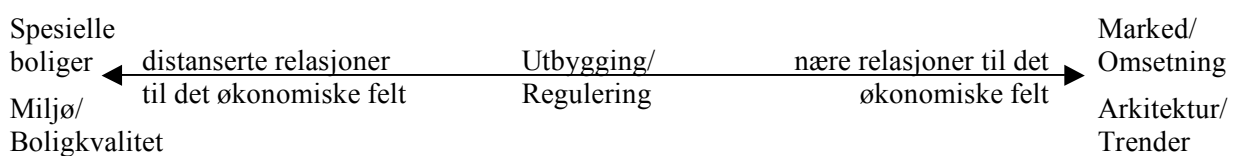
”Miljø/boligkvalitet” omhandler bomiljøet og tekniske spesifikasjoner ved boligen. Dette er et av Husbankens satsningsområder og blir et annet uttrykk for det politiske feltets forsøk på å kontrollere den økonomisk dominerte utbyggingen. Denne

⁸⁹ Artikler om salg av prosjekterte boliger representerer et tvilstilfelle som kan kategoriseres som både ”marked/omsetning” og ”utbygging/regulering”. Disse er konsekvent registrert som sistnevnte for å være mest mulig på linje med Bjerke og Dyb (2005: 24).

kategorien representerer følgelig et boligjournalistisk saksområde som i stor grad er preget av det politiske feltets logikk.

”Trender/arkitektur” omfatter interiør og den fysiske utformingen av boliger. Oppslag som omhandler blomster og/eller hage er utelukket fra utvalget, mens møbler, fargevalg og andre interiørartikler er inkludert. Oppslag om elektronikk er utelukket, med mindre det går klart frem at det er gjenstanden som møbel (design) som er grunnlag for artikkelen. Mens arkitektur kan sees som en del av det kulturelle felt, har interiørfokuset som nevnt en grunnleggende økonomisk dimensjon og ligger utenfor det politiske feltets fokusområder i boligfeltet.⁹⁰ Fremveksten av livsstilsjournalistikken, som denne kategorien er et uttrykk for, knyttes til avisenes økte avhengighet av annonseinntekter. Denne kategorien fanger dermed et journalistisk stoffområde som i stor grad kan sies å være dominert av den økonomiske logikken.

På bakgrunn av dette kan de ulike kategoriene i den kvantitative innholdsanalysen plasseres i forhold til boligjournalistikkens hovedstruktur mellom nære og distanserte relasjoner til det økonomiske felt. Det er en hypotese at det vil være et sammenfall mellom avisenes posisjoner i den samme strukturen (figur 4) og prioriteringen av de ulike saksområdene.



Figur 5. Boligjournalistikkens hovedstruktur – saksområdene.

⁹⁰ Ingrid Schuleruds utspill om det norske interiørhysteriet i Dagbladet november 2007 kan på ingen måte tas til inntekt for et politisk oppgjør med forbruksveksten i hjemmet.

5.4 Kvalitativ innholdsanalyse

Målet med den kvalitative analysen er å undersøke om det finnes variasjon i avisenes dekning av beslektede boligjournalistiske hendelser. Dette gjøres gjennom mer dyptgående tekstanalyser av utvalgte artikler innenfor forskjellige boligjournalistiske saksområder. Sentralt i analysen står spørsmålet om hvorvidt denne variasjonen henger sammen med boligfeltets og medieordenens strukturer.

Datamaterialet er basert på et strategisk utvalg av artikler fra ulike saksområder av boligfeltet. Det ble valgt hendelser innenfor kategoriene ”marked/omsetning”, ”utbygging/regulering” og ”spesielle boliger” fra den kvantitative analysen. Dette ble gjort for at også den kvalitative analysen skulle dekke ulike dimensjoner ved boligjournalistikken (av figur 5 fremgår det at de tre kategoriene spenner over hele boligjournalistikkens hovedstruktur). For analysens bekreftbarhet er det en styrke om man velger hendelser som har fått fyldig omtale i alle avisene. Dette har vært etterstrebet i utvelgelsen av artikler og case, men ble ikke alltid oppfylt da forskjeller mellom avisene medfører nettopp ulik prioritering av hendelser. Det har blitt operert med et kriterium om at de valgte artiklene ikke kan være eldre enn to år (fra 14.08.06), dette fordi det er et sentralt poeng å se de to analysene i forhold til hverandre.

For å finne de relevante artiklene ble det først søkt med bestemte søkeord på Atekst. Treffene ble deretter sjekket opp på mikrofilm og kopiert på pdf-fil. Artikler etter 31.10.06 foreligger ikke på mikrofilm og måtte derfor skaffes på annet vis. Dagens Næringsliv og Dagsavisen ble lest i papirutgave, Dagbladet, Aftenposten og Aften ble lest i pdf-format. Alle artiklene i analysen er dermed lest slik de fremsto i den opprinnelige papirutgaven. Dette er et premiss for en kvalitativ analyse hvor blant annet bildebruk, skriftstørrelse og plassering på siden spiller inn på tolkningen av teksten.

Alle artikler relevant for temaet og analysen er inkludert i analysen i kapittel 7 og listet opp i tabellen i vedlegg 1, dette for å styrke tolkningenes troverdighet.⁹¹ I lesningen av artiklene har det blitt sett etter hvorvidt overskrifter, vinklinger, bestemte ordvalg, kildevalg og bildebruk kan sies å være uttrykk for avisenes posisjoneringer i forhold til politisk eller økonomisk logikk i boligfeltet. Den kvalitative analysen har dermed beveget seg fra den kvantitative analysens manifeste meninger og mot de latente meningene i artiklene. Av hver artikkel ble det skrevet sammendrag med artikkelens overskrift, tekstutdrag og bilde- og kildebruk, disse ble plassert i kronologisk rekkefølge for hver avis i hvert saksområde for å undersøke hvorvidt det kunne identifiseres en utvikling eller endring i journalistikken, og hvorvidt det kunne spores et mønster i den enkelte avisens dekning. Av disse er det valgt illustrerende eksempler i forhold til overskrifter og ordvalg som gjengis i analysen av kapittel 7. Av denne fremgår det også hvordan de manifeste meningene ved artiklene (særlig ordvalg) har blitt fortolket, med andre ord hvordan observasjonene har blitt koblet til posisjoner.

Artiklene i ”marked/omsetning” omhandler offentliggjørelsen av boligprisstatistikk og spådommer om neste års prisutvikling rundt årsskiftene 04/05, 05/06 og 06/07. Statistikken som presenteres i denne perioden oppsummerer siste års prisutvikling, samtidig som ulike aktører kommer med sine spådommer om utviklingen for neste år. Artiklene ble funnet ved søk i Atekst med søkeordet ”boligpris*” for alle avisene i perioden 24.12-15.01 for hvert av årene. Noen artikler ble vurdert som irrelevante, f.eks. en leder i Aften 04.01.05 hvor ordet boligpris forekommer uten at det var relatert til prisutviklingen. Slike artikler ble ikke inkludert. For de to første årene ble de relevante artiklene registrert og deretter lest på mikrofilm, mens artiklene fra årsskiftet 06/07 ble lest i papirutgaven og på pdf-fil. I analysen av disse artiklene ble det særlig sett etter ordvalg, overskrifter og vinklinger som kunne tolkes som legitimering eller delegitimering av ulike aktører fra det økonomiske felt, uttrykk for eierperspektivet (jfr. Bjerke og Dyb) og posisjonering i forhold til økonomisk logikk.

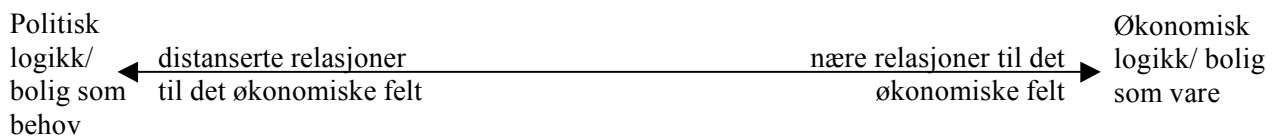
⁹¹ Alle artiklene er dessuten lagt med som dokumentasjon i løst vedlegg.

Artiklene i ”utbygging/regulering” er hentet fra utbyggingen i Bjørvika. Dette er et stort område med både bolig- og næringsbygg i reguleringsplanen og har, blant annet som følge av Operaens plassering her, fått mye omtale i media. Analysen ble derfor avgrenset til artiklene som omhandlet planene for Sørenga. Dette er den delen av Bjørvika der det skal bygges flest boliger, der man har kommet lengst med de konkrete planene og der byggingen vil starte først. Sentralt i denne analysen er et utspill fra den kommunale utbyggeren HAV eiendom hvor det uttrykkes klar støtte til et av arkitektkontorene i konkurransen om tegningen av Sørengautstikkeren. Forslaget som støttes innebærer bygging av 200 billige utleieboliger, artiklene omhandler dermed spørsmål knyttet til både boligbygging og boligomsetning. I analysen av disse ble det lagt særlig vekt på hvilke av boligfeltets logikker (økonomisk og politisk logikk) som kom til uttrykk i de forskjellige avisene, og hvordan avisene posisjonerte seg i forhold til disse på områdene boligbygging og boligomsetning.

Artiklene i ”spesielle boliger” omhandler salg av kommunale boliger i Oslo. Som case er dette spesielt interessant ettersom det er en åpenbar konfrontasjon mellom det politiske (kommunale boliger) og økonomiske (salg) feltets logikker. I analysene ble det derfor særlig sett etter ordvalg, billedbruk og viklinger i artiklene som kunne tolkes som posisjonering i en av disse. Analysene er avgrenset til husokkupasjonen og salget av Mor Go’hjertas vei 23 på Bjølsen og salget av kvartal 6 på Torshov. For både disse og Sørenga ble det gjennomført søk for de siste fem årene for å fange opp både de første og siste artiklene om temaet og dermed ha oversikten over hele saksforløpets dekning i media (jeg fant imidlertid ingen artikler eldre enn 2 år). Søkene ble gjennomført med forskjellige søkeord på Atekst for å sikre at alle relevante artikler ble inkludert.

Den kvalitative analysen skal undersøke hvordan de ulike avisene posisjonerer seg i forhold til de dominerende logikkene innenfor hvert saksområde. Figur 6 viser, på bakgrunn av analysen av det norske boligfeltet, fordelingen av disse logikkene i de ulike saksområdene. Et sentralt spørsmål for den kvalitative analysen vil være hvorvidt avisenes posisjoneringer vil være stabile på tvers av de ulike

boligjournalistiske saksområdene, eller om disse vil variere avhengig av den dominerende logikken i det gjeldende saksområdet.



Figur 6. Boligjournalistikkens hovedstruktur – logikkene.

5.5 Metodiske refleksjoner

Innholdsanalyser kan ikke påvise kausalsammenhenger (Berg 1989: 126). Spesielt er dette viktig å presisere for den kvantitative analysen da denne støtter seg på et positivistisk vitenskapssyn som ofte har dette som mål. En artikkel vil f.eks. ofte inneholde momenter som gjør at den kan plasseres i to eller flere kategorier, det å avgjøre hovedtendensen og kategorisere den som det ene eller andre kan variere mellom ulike forskere. I denne oppgaven er dette særlig relevant når mine analyser sees i forhold til Bjerke og Dyb.

Et av denne oppgavens mål er å utfylle nettopp det bildet Bjerke og Dyb har skissert av boligjournalistikken. Deres undersøkelse er basert på en homogen gruppe aviser og presentasjonen av resultatene skiller i mange tilfeller ikke mellom de ulike avisene ettersom forskjellene mellom disse ikke er noe sentralt poeng. Undersøkelsen tar for seg de tre største regionsavisene i Norge med utgangspunkt i en tanke om at regionale og lokale boligmarked vil få størst dekning i regionale og lokale aviser. I tillegg inkluderes Dagbladet for å få dekningen i en løssalgsbasert riksavis (Bjerke & Dyb 2005: 17). Antagelsen om regionsavisene overser det faktum at samtlige av disse er ledende på annonser i de respektive regionene og følgelig inngår i tettere relasjoner med det økonomiske felt gjennom de siste 30 årene. Det samme gjelder Dagbladet; som tabloid løssalgsavis er den prisgitt lesergrunnlaget for salgs- og annonseinntekter og dermed spesielt utsatt for markedskreftene. Det homogene aspektet ved utvalget forsterkes av at Bjerke og Dyb heller ikke skiller mellom Aftenposten og Aften i

undersøkelsen, Aftens bidrag (som den eneste lokalavisen i utvalget) blir dermed ikke synlig.

Det sentrale i min oppgave er nettopp *variasjonen* i den norske boligjournalistikken. I utformingen av den kvantitative analysen har jeg lagt meg nært opp til Bjerke og Dybs undersøkelse for å vise hvordan denne variasjonen gir utslag, samtidig som deres undersøkelse øker analysenes *bekreftbarhet* (tidligere forskere har kommet frem til lignende tall) og gir troverdige historiske data for utviklingen i avisene som er blitt analysert i begge undersøkelsene (Dagbladet og Aftenposten, sistnevnte riktignok i mindre grad ettersom det ikke ble skilt mellom Aftenposten og Aften). På bakgrunn av ulikheter som kan oppstå i kategoriseringen av artikler må det imidlertid tas forbehold når det trekkes paralleller mellom de to undersøkelsenes resultater. I en større og mer omfattende oppgave hadde det forøvrig vært interessant å anlagt et endringsperspektiv også i innholdsanalysene. Et slikt prosjekt kunne, i større grad enn hva denne oppgaven legger opp til, sett hvordan journalistikken endret seg i takt med endringer i feltene.

Det bør også tas forbehold i forhold til presentasjonen av boligjournalistikkens hovedstruktur som den eneste dimensjonen med betydning for avisenes boligjournalistikk. Denne strukturen er konstruert på bakgrunn av de felteoretiske analysene av boligfeltet og det journalistiske felt; disse viste at begge feltene domineres av det økonomiske feltets logikk og at dette er en styrkning av posisjon som har funnet sted gjennom de siste 30 årene. Med bakgrunn i antagelser om feltenes homologier er det derfor særlig oppklarende å kunne fremstille henholdsvis aviser (journalistikk – felt b), saksområder (bolig – felt a) og logikker (bolig – felt a) i forhold til denne strukturen, for på et enkelt vis kunne undersøke hvorvidt det er sammenfall mellom posisjoner på tvers av feltene. En slik endimensjonal, forenklende struktur løper imidlertid faren med å dekke til mer enn den avdekker, for avisenes del er den f.eks. ment å fange inn de distinksjonene som oppstår av de utvalgte avisenes inntekter fra boligannonser, stoffbredde og geografiske dekningsområde. Å samle disse variablene i en gruppe på denne måten vanskeliggjør en isolering av årsaksvariabler (i den grad målet er å finne slike, i en bourdieuanalyse

vil det jo være feltet, relasjonene mellom posisjonene, som er forklaringen på observerte mønstre) og dekker til andre forskjeller mellom disse avisene. Underveis i innholdsanalysene blir det derfor forsøkt pekt på forskjeller i funn mellom aviser med samme posisjon i strukturen og hvilke andre relasjonelle forhold dette kan skyldes.

Det må samtidig poengteres at klassifiseringen av avisenes relasjoner til det økonomiske felt har begrenset eller ingen gyldighet utenfor en analyse av boligjournalistikken; dette skyldes at inntekter fra boligannonsering er lagt til grunn som et viktig posisjoneringsprinsipp. I en analyse av biljournalistikken, gitt at en feltanalyse av det norske "bilfeltet" hadde avdekket de samme strukturene, ville Dagsavisen, i kraft av sine faste temasider om bil og inntekter fra bilannonser, kunne blitt klassifisert som en avis med nære relasjoner til det økonomiske felt.⁹² Det er heller ikke gitt at "boligjournalistikkens hovedstruktur" har gyldighet for en analyse av boligjournalistikken i et annet utvalg aviser, det står f.eks. uklart hvordan en tabloid løssalgsavis *uten* boligannonseinntekter eller en lokalavis *med* boligannonseinntekter skulle kunne plasseres i forhold til denne strukturen. Det samme gjelder for så vidt også andre typer medier som TV, radio, tidsskrifter osv.

En større analyse, med flere aviser, kunne dessuten ha operert med flere akser i diagrammet og i sterkere grad nærmet seg konstruksjonen av et korrespondanseanalytisk kart. Når jeg likevel velger å bruke "boligjournalistikkens hovedstruktur" som kobling mellom de feltteoretiske analysene og innholdsanalysene, er det fordi det på en meningsfull og lettfattelig måte oppsummerer hovedinnsiktene fra analysene i kapittel 3 og 4; det økonomiske feltets dominans og strukturering av sentrale deler av virksomhetene innenfor boligfeltet og den norske medieorden. Boligjournalistikkens hovedstruktur fungerer dessuten godt som posisjoneringsprinsipp for de utvalgte avisene i *denne* oppgaven og muliggjør plassering av Bjerke og Dybs kategorier (som også benyttes i denne oppgaven).

⁹² Av Spurkelands analyse av biljournalistikken i Dagsavisen (2004) kan man imidlertid avlede en hypotese om at denne relasjonen også har relevans utenfor en analyse av boligjournalistikken.

5.6 Ethiske refleksjoner og forforståelse

Denne oppgaven skrives på stipend fra Husbanken. Man kan derfor tenke seg at den vil fremsette en kritikk av boligpolitikken og boligjournalistikken i tråd med Husbankens intensjoner. Oppgavens tema og problemstilling ble imidlertid bestemt før Husbanken kom inn i bildet, og jeg har i arbeidet underveis stått helt fritt i forhold til denne. Husbanken er på denne måten ingen oppdragsgiver for dette prosjektet.

Et annet poeng knyttet til mediernes makt i boligfeltet er deres bidrag til folks forventningsdannelse som spiller inn på boligprisenes utvikling. Som ung student uten eid bolig er jeg i en situasjon hvor sterk prisstigning i boligmarkedet slår negativt ut for mitt vedkommende, man kan derfor tenke seg at oppgaven vil kritisere mediernes boligjournalistikk ut fra en tanke om at denne er ”skyld” i den høye prisveksten. I dette kapitlet har det blitt redegjort for de metodiske valgene som ligger til grunn for innholdsanalysenes *systematikk* og *troverdighet*, på bakgrunn av dette bør det være klart at oppgavens funn er basert på reelle forhold. Analysene tilskriver ei heller avisenes journalistikk noen bevisst strategi for å påvirke boligprisene i tråd med den enkeltes egeninteresse.

5.7 Oppsummering

Med dette kapitlet har det blitt forsøkt bygd bro mellom de feltteoretiske analysene i kapittel 3 og 4 og innholdsanalysene i kapittel 6 og 7. Målet har vært å vise hvordan den feltteoretiske forståelsen ligger til grunn for de etterfølgende analysene; med dette menes at det særlig skal undersøkes om det er et strukturert sammenfall mellom feltene og journalistikken, og at feltenes strukturer bygger på historiske utviklingsprosesser som må forstås for å skjønne fordelingen av og relasjonen mellom logikker i dag. Samtidig har det blitt forsøkt vist hvordan den feltteoretiske innsikten fra kapittel 3 og 4 ble lagt til grunn for utvelgelsen av aviser og case i den kvalitative analysen.

På bakgrunn av dette kapitlet, og med bakgrunn i antagelser om feltenes homologi, kan det forventes et strukturert sammenfall mellom avisenes posisjoner og variasjoner i boligjournalistikkens prioritering og omtale av aktører og saksområder, et sammenfall som kan knyttes til boligjournalistikkens hovedstruktur. Gjennom de to neste kapitlene skal dette undersøkes nærmere.

6. Kvantitativ innholdsanalyse

Dette kapitlet skal undersøke oppgavens første problemstilling; *hvilke variasjoner finnes mellom avisenes prioritering av boligjournalistiske saksområder?* Dette gjøres gjennom en kvantitativ innholdsanalyse av avisenes boligjournalistikk. Denne analysen bygger på en tanke om at avisene vil ”røpe” sine posisjoner i forhold til boligfeltet gjennom denne prioriteringen av saksområder, sentralt i dette står derfor identifiseringen av avisenes og saksområdenes plassering i boligjournalistikkens hovedstruktur. Et sentralt spørsmål blir dermed hvorvidt strukturen i feltene kan gjenfinnes i journalistikken.

Avisenes andeler i de ulike tabellene er hver for seg lite egnet til å si noe om posisjon, det er ved å se disse i forhold til hverandre at de ulike posisjonene blir tydelige. Dette relasjonelle aspektet står helt sentralt i den feltteoretiske forståelsen og ligger til grunn for analysene (kommenteringen) av dette kapitlets tabeller.

6.1 Avisenes prioritering av saksområder

Tabell 1 er den kvantitative innholdsanalysens hovedtabell hvor variasjon mellom avisenes prioriteringer av saksområder blir synlige. Tabellens sentrale plassering i den kvantitative analysen gjør at flere av de andre tabellenes funn kan spores tilbake til avisenes prioriteringer fra denne tabellen. Tabellen blir dermed også særlig sentral i besvarelsen av oppgavens første problemstilling.

Tabell 1. Fordeling på ulike kategorier etter avis. Prosent. N: 681.

Avis	Marked/ Omsetning	Spesielle boliger	Utbygging/ Regulering	Miljø/ Boligkvalitet	Arkitektur/ Trender	Annet	Totalt	Prosent (n)
Dagsavisen	38	26	9	6	11	9	99	14 (97)
Dagbladet	46	2	6	3	29	14	100	13 (89)
Dagens Næringsliv	70	2	20	0	3	5	100	17 (115)
Aftenposten	42	2	8	10	29	9	100	37 (253)
Aften	24	17	33	3	9	13	99	19 (127)
Alle ⁹³	44	8	14	6	18	10	100	100 (681)

Dagens Næringslivs posisjon som det økonomiske feltets hovedavis kommer til uttrykk ved det sterke fokuset på ”marked/omsetning”. Avisens 70 prosent i denne kategorien og 20 prosent i ”utbygging/regulering” gjør at de fire andre kategoriene til sammen utgjør kun ti prosent av avisens dekning. Dagens Næringslivs boligjournalistikk er med andre ord sterkt konsentrert, noe som var ventet på bakgrunn av antagelser om avisens stoffbredde, om de områder av boligfeltet hvor den økonomiske logikken har oppnådd størst autonomi, noe som var forventet med bakgrunn i dets ståsted innenfor det økonomiske felt.

Dagbladet og Aftenposten har tilnærmet like andeler på de ulike kategoriene og viser sine nære relasjoner til det økonomiske felt gjennom en klar overvekt på ”marked/omsetning” og ”arkitektur/trender”. Den omfattende dekningen av sistnevnte kategori gjenfinnes ikke i noen av de andre avisene, noe som i hovedsak skyldes Aftenpostens boligbilag på lørdager og Dagbladets søndagsmagasin hvor artiklene først og fremst dreier seg om interiør. Den store forekomsten av denne type journalistikk står i kontrast til Bjerke og Dyb hvor denne kategorien var jevnt liten gjennom hele perioden. De to avisenes dekning av ”marked/omsetning” er ikke

⁹³ ”Alle” angir den totale fordelingen for avisene samlet.

veldig mer omfattende enn tilsvarende dekning i Dagsavisen (som har posisjon på motsatt side av hovedstrukturen). Dagbladets satsning mot boligmarkedet i denne perioden gjennom annonsebilaget Ny:bolig gir seg heller ikke utslag i et generelt sterkere fokus på ”marked/omsetning”.⁹⁴ Denne kategorien alene kan derfor ikke si oss så mye om forskjellene mellom disse tre avisene, men forskjellene mellom disse og henholdsvis Dagens Næringsliv og Aften er markante.

Dagsavisen og Aftens distanserte relasjoner til det økonomiske felt kommer først og fremst til uttrykk gjennom vektleggingen av ”spesielle boliger”.⁹⁵ Feltanalysen av boligfeltet viste at hovedkampene er flyttet til dette området av feltet, det er her den politiske behovslogikken nå har størst utbredelse. For de tre avisene på motsatt side av boligjournalistikkens hovedstruktur utgjør ”spesielle boliger” kun to prosent av artiklene. Dette innebærer at saker som omhandler kommunale boliger og aktører med spesielle behov på boligmarkedet, som vanskeligstilte, funksjonshemmede, eldre og studenter, knapt nok gjengis i disse avisenes boligjournalistikk. Det kan dermed forventes at den politiske behovslogikken heller ikke uttrykkes i særlig grad gjennom disse avisene ettersom det er i disse sakene den nå har størst utbredelse. Disse avisenes posisjoner i den norske medieorden (hvor de er dominerende aktører) bidrar dermed til at det politiske feltets mulighet til å fortsatt gripe inn i deler av boligfeltet (og det økonomiske felt) reduseres betraktelig.⁹⁶ Dette kommer også til uttrykk i den beskjedne dekningen av ”Miljø/boligkvalitet”. Denne kategorien, som ble karakterisert som et politisk innsatsområde, oppnår liten dekning i alle avisene. Kun Aftenposten (plassert på motsatt side av hovedstrukturen) vier plass til dette saksområdet (10 prosent).⁹⁷

⁹⁴ I Bjerke og Dybs undersøkelse utgjør denne kategorien for Dagbladets del henholdsvis 55 og 54 prosent i 1998 og 2003 (Bjerke & Dyb 2005: 27, tabell 4).

⁹⁵ For Aften, se fotnote 100.

⁹⁶ Som nevnt i forrige kapittel ble det foretatt en mer detaljert registrering av fordelingen på ulike underkategorier av ”spesielle boliger”. Det lave antallet artikler gjorde det imidlertid umulig å spore noen mønstre i dette.

⁹⁷ Det lave tallet skyldes delvis at nesten alle artikler om strømpriser var vinklet mot industrien (og ikke boligsektoren), og at de derfor ikke ble inkludert i utvalget.

Både Dagens Næringsliv og Aften har relativt høye andeler i ”utbygging/regulering”. Avisenes posisjoner kommer her ikke til uttrykk ved prioriteringen av saksområdet, men ved vektleggingen av henholdsvis ”utbygging” og ”regulering”. Mens hele 69 prosent av Aftens saker i denne kategorien har politisk innhold, er tilsvarende tall for Dagens Næringsliv 26 prosent.⁹⁸ Ut fra dette kan man anta at Dagens Næringsliv fokuserer på de private utbyggerne mens Aften i større grad forholder seg til det offentliges behandling og regulering av boligbyggingen.⁹⁹

Variasjonene i tabell 1 indikerer dermed et sammenfall mellom avisenes og saksområdenes plassering i boligjournalistikkens hovedstruktur, et sammenfall som gir utslag i varierende prioritering av boligfeltets saksområder. Variasjonen står i kontrast til Bjerke og Dybs undersøkelse hvor det var mindre forskjeller mellom avisene, særlige forskjeller i forhold til denne er Dagens Næringslivs og Aftens dekning av ”marked/omsetning”, Dagsavisens og Aftens dekning av ”spesielle boliger” og Dagbladets og Aftenpostens dekning av ”arkitektur/trender”.

6.1.1 Marked/omsetning

Et deregulert bolig- og kredittmarked har gitt økt interesse og behov for informasjon om utviklingen i boligpris og rentenivå. Denne endringen i boligfeltet må inkluderes i en forståelse av hvorfor denne kategorien er den største for avisene sett under ett. Tabell 2 viser hvilke typer saker som ble kategorisert i ”marked/omsetning” og hvordan disse fordeler seg på de ulike avisene.

⁹⁸ Tall ikke presentert i tabell, hentet fra datamaterialet.

⁹⁹ Det er ellers verdt å merke seg at Aftenposten alene utgjør hele 37 prosent av alle oppslagene og at den sammen med Aften utgjør over halvparten av hele utvalget. 25 prosent av alle sakene i utvalget er notiser, 11 prosent er kronikk/leserinlegg. I forhold til Bjerke og Dyb består utvalget dessuten av nesten dobbelt så mange saker; 681 mot 342 (Bjerke & Dyb 2005: 18, tabell 1) for en like lang periode med likt antall aviser med 3 års mellomrom. Dette kan skyldes både ulikhet i datainnsamlingen; Bjerke og Dyb baserte seg på søkeordet ”bolig*” i elektronisk arkiv, og utelukkning av artikler; Bjerke og Dyb inkluderte ikke ledere, kommentarer og forbrukerstoff uten nyhetsvinkling (dette utgjorde riktignok kun en liten del av alt forbrukerstoffet i deres undersøkelse (Bjerke & Dyb 2005: 18)).

Tabell 2. Underkategori av ”marked/omsetning” etter avis. Prosent. N: 296.

Avis	Rente/ Lån	Boligpris	Kjøp/ Salg	Leie- marked	Spesial- marked	Annet	Totalt	Prosent (n)
Dagsavisen	30	32	19	5	0	14	100	12 (37)
Dagbladet	12	20	63	2	0	2	99	14 (41)
Dagens Næringsliv	16	19	59	3	1	2	100	27 (81)
Aftenposten	25	17	40	11	2	5	100	36 (106)
Aften	10	19	35	13	23	0	100	10 (31)
Alle	20	20	45	7	3	4	99	99 (296)

Aften er den eneste avisen som skiller seg noe særlig fra de andre med en jevnere fordeling på alle fem kategorier. Avisen viser sin posisjon gjennom en sterkere dekning av de mer marginaliserte posisjonene i boligfeltet som gjenfinnes i kategoriene ”spesialmarked” og ”leiemarked”.¹⁰⁰ Vis a vis Dagsavisen er dette et argument for at lokalaviser har mulighet til å dekke flere aspekter ved det lokale boligmarkedet enn hva som kan rettfærdiggjøres i en riksavis.

Notiser utgjør over halvparten av Aftenpostens saker i ”marked/omsetning”. Over halvparten av alle notisene er dessuten i denne kategorien, den er med andre ord spesielt dekket gjennom notiser. Dette kan tolkes både som om det er lavere terskel for å presentere disse nyhetene eller høyere tilfang av saker. Aftenposten har dessuten en relativt stor dekning av leiemarkedet, noe som kan indikere et brudd med dens boligjournalistiske posisjon tuftet på annonseinntekter.

Det samme kan antydes for Dagsavisen. Avisen, uten annonseinntekter, har størst andel i ”rente/lån” og ”boligpris”, og blir dermed et argument *mot* påstanden om at

¹⁰⁰ Spesialmarkedenes 23 prosent i ”marked/omsetning” gjør at ”spesielle boliger” ikke utgjør mer enn 17 prosent av Aftens dekning i tabell 1. Variabelen (spesielle boliger + spesialmarked) utgjør omtrent 23 prosent av avisens totale artikler.

aviser med store inntekter fra boligomsetning prøver å påvirke dette markedet ved et ensidig fokus på boligprisene. Nok et argument mot slike inntektsgivende strategier er Dagbladets og Dagens Næringslivs relativt høye andeler innenfor ”kjøp/salg” som delvis skyldes serier av kritiske oppslag om eiendomsmeglingsbransjen.

Artiklene i ”rente/lån” og ”boligpris” har, i den grad man kan skille mellom de tre første kategoriene, mer preg av ”relevant” økonomisk informasjon for folk flest; ”kjøp/salg” dreier seg i større grad om enkeltransaksjoner. Det er imidlertid litt uklart hvorvidt variasjoner mellom disse tre (som utgjør nesten alle artiklene i tabellen) kan indikere avisenes posisjoner; tabell 2 sier generelt lite (med unntak av Aften) om variasjoner i avisenes boligjournalistikk og blir dermed et argument for at forskjeller i deknningen av bestemte saksområder bør suppleres av kvalitative analyser.

6.1.2 Orientering mot det økonomiske eller politiske felt

Tabell 3 viser avisenes orientering mot henholdsvis det økonomiske (”marked/omsetning”) og politiske (”politisk innhold”) felt i deknningen av boligfeltet.

Tabell 3. Andel artikler med politisk innhold (på tvers av kategori) og kategorien ”marked/omsetning” fordelt etter avis. Prosent.¹⁰¹

Avis	Politisk innhold	Marked/Omsetning
Dagsavisen	39	38
Dagbladet	27	46
Dagens Næringsliv	25	70
Aftenposten	13	42
Aften	50	24
Alle	27	44

¹⁰¹ De to radene er ikke gjensidig utelukkende.

Tabellen synliggjør avisenes posisjoner i boligjournalistikkens hovedstruktur. Aften og Dagsavisen viser sine posisjoner med en større andel artikler med politisk innhold enn ”marked/omsetning”, noe som må sees i sammenheng med disse avisenes fordeling i tabell 1. De andre avisene er i større grad rettet mot det økonomiske felt, noe som for Aftenpostens del også kommer til uttrykk ved at over 50 prosent av oppslagene i morgenutgaven er i økonomiseksjonen.¹⁰² Variasjonen mellom avisene står igjen i kontrast til Bjerke og Dyb hvor alle avisene i 2003 hadde mye større andeler innen ”marked/omsetning” enn artikler med politisk innhold.

6.1.3 Avisenes kildebruk

Valg av kilder vil i stor grad avhenge av de ulike avisenes prioritering av ulike kategorier. Tabell 4 må på denne måten sees i sammenheng med tabell 1, samtidig blir den et annet uttrykk for hovedstrukturen i boligjournalistikken. I tabellen er ”eiendomsmeglere”, ”bank” og ”utbyggere” klassifisert som kilder med direkte næringsinteresser i boligfeltet, de er alle økonomiske agenter som har sin virksomhet i boligfeltet. ”Offentlig forvaltning”, ”politikere” og ”forskere” er betegnet som kilder uten næringsinteresser, de representerer det politiske felt og den ikke-kommersielle logikken i boligfeltet.¹⁰³ Tallene angir hvor ofte en eller flere av disse ble brukt som kilder i de ulike avisene, og bekrefter inntrykket av variasjon mellom aviser på forskjellig side av boligjournalistikkens hovedstruktur.

¹⁰² Hvis man holder boligbilaget utenfor. Tall ikke presentert i tabell, hentet fra datamaterialet.

¹⁰³ Som nevnt i innledningen til kapittel 3 er det ikke gitt at alle politikere faktisk posisjonerer seg i den politiske behovslogikken i boligfeltet. Orientering mot det politiske felt sier dermed ikke nødvendigvis noe om orientering mot en bestemt logikk.

Tabell 4. Kilder med og uten næringsinteresser i bolig etter avis. Prosent.¹⁰⁴

Avis	Bank, Utbyggere, Eiendomsmeglere	Forskere, Politikere, Forvaltning
Dagsavisen	30	60
Dagbladet	36	39
Dagens Næringsliv	70	44
Aftenposten	31	34
Aften	24	68
Alle	38	46

Dagsavisen og Aften har begge stor overvekt av den ”uavhengige” kildegruppen; tabellen synliggjør Dagsavisens orientering mot det politiske felt og forskjellene i forhold til Aftenposten på en tydeligere måte enn tidligere. Dagens Næringsliv har en klar overvekt i gruppen av økonomiske aktører, mens Dagbladet og Aftenposten har omtrent like mange fra hver kategori (med en liten overvekt av uavhengige kilder). Det er forøvrig verdt å merke seg at de uavhengige kildene utgjør en større andel enn de med direkte næringsinteresser for avisene samlet. I forhold til Bjerke og Dyb er dette særlig interessant med tanke på at ”eiendomsmeglere” og ”bank/finans” var de to hyppigst brukte kildene for avisene samlet gjennom undersøkelsesperioden. I lys av tabell 4 kan dette tilskrives deres utvalg av aviser, men også endringer i boligfeltet. Endringer i boligbyggelagens posisjon kommer til uttrykk ved at de ble benyttet som kilder i kun 3 prosent av alle artiklene i utvalget i denne oppgaven, og at denne lave andelen var vedvarende på tvers av de ulike avisene og kategoriene.¹⁰⁵ Boligfeltets strukturer ser med andre ord ut til å gjenfinnes i journalistikken.

¹⁰⁴ Tabellens kolonner summerer ikke til 100 da den viser sammenslåtte kategorier som verken er gjensidig utelukkende eller uttømmende. Dette skyldes at det i registreringen av kildene også ble registrert andre aktører, men fordelingen på hver enkelt aktørgruppe ble så lav at det var vanskelig å spore mønstre i variasjonen. Det ble derfor valgt å presentere resultatene i samlede kategorier.

¹⁰⁵ Tall ikke presentert i tabell, hentet fra datamaterialet.

6.1.4 Forventninger og holdninger til boligprisutviklingen

På bakgrunn av variasjonen mellom avisene er det interessant å undersøke hvorvidt orienteringen mot henholdsvis det politiske og økonomiske felt også gir bestemte utslag i forventninger til prisutviklingen og synet på denne. Tabell 5 og 6 gir liten mening hver for seg, de blir derfor analysert og kommentert sammen.

Tabell 5. Forventninger til boligpris. Prosent.

Avis	Oppgang	Nedgang	Opp-/ nedgang	Nøytral	Ikke relevant	Totalt
Dagsavisen	27	0	0	19	54	100
Dagbladet	7	0	2	15	76	100
Dagens Næringsliv	15	1	1	12	70	99
Aftenposten	5	1	5	17	73	101
Aften	3	0	3	16	77	99
Alle	10	1	3	15	71	100

Tabell 6. Holdninger til høye(re) boligpris. Prosent.

Avis	Positiv	Negativ	Nøytral	Ikke relevant	Totalt
Dagsavisen	5	16	32	46	99
Dagbladet	12	7	12	68	100
Dagens Næringsliv	14	4	16	67	101
Aftenposten	7	6	22	65	100
Aften	3	6	19	71	99
Alle	9	7	20	64	100

Tallene i tabell 5 og 6 er små, noe som må tas hensyn til i kommenteringen. Dette forsterkes ytterligere av den store andelen saker klassifisert som ”ikke relevant”. Den største ”relevante” kategorien er ”nøytral”, noe som er et uttrykk for at avisenes

dekning av boligprisene som hovedregel ikke tar noe klart standpunkt til den videre utviklingen. Dagsavisens posisjon er mest synlig ettersom avisen har klart størst andel artikler hvor man forventer en oppgang i boligprisene, samtidig som den har klart flest artikler hvor dette fremstilles negativt. Denne ”pessimistiske” holdningen til en forventet prisstigning markerer opposisjon mot den økonomiske logikkens profittmaksimering. Samtidig bryter den med det som ble betraktet som eierperspektivet i boligjournalistikken av Bjerke og Dyb. Den samme holdningen kan antydes hos Aften, men her er tallene veldig små og gir følgelig intet godt grunnlag for posisjonering. Aftenposten har en balansert dekning med tilnærmet like mange positivt og negativt vinklede oppslag, mens både Dagbladet og Dagens Næringslivs artikler i sterkere grad gjengir tro på videre prisstigning og stiller seg positive til dette. Mine tall indikerer imidlertid en langt mer balansert dekning enn hva som gjenfinnes hos Bjerke og Dyb, noe som også *kan* skyldes forskjeller i lesning og klassifisering mellom de to undersøkelsene.

Tabell 5 og 6 dreier seg om mer latente meninger i tekstene og representerer i så måte mer kvalitative dimensjoner ved den kvantitative analysen. Det er tvilsomt hvor velegnet det er med en ren statistisk behandling av slike kvalitative aspekter, avisenes forventninger og holdninger til boligprisene utforskes dermed videre gjennom den kvalitative innholdsanalysen i neste kapittel.

6.1.5 Avisenes forsider

Avisenes forsideoppslag forteller noe om hvilke deler av boligfeltet som særlig prioriteres av de ulike redaksjonene. Tabell 7 kan dermed underbygge tendensene som allerede er indikert av de foreløpige analysene.

Tabell 7. Avisenes forsideoppslag etter kategori. Prosent. N: 113.

Avis	Marked/ Omsetning	Spesielle boliger	Utbygging/ Regulering	Miljø/ Boligkvalitet	Arkitektur/ Trender	Annet	Totalt	Prosent ¹⁰⁶ (n) ¹⁰⁷
Dagsavisen	53	18	6	6	0	18	101	18 (17)
Dagbladet	58	5	0	5	26	5	99	21 (19)
Dagens Næringsliv	78	0	19	0	3	0	100	32 (37)
Aftenposten	53	7	0	0	27	13	100	6 (15)
Aften	20	16	40	4	4	16	100	20 (25)
Alle	54	8	16	3	10	9	100	17 (113)

Tabellen viser at forsideoppslagene i stor grad samsvarer med prioriteringen av saksområder fra tabell 1. Det er imidlertid verdt å merke seg at ”marked/omsetning” har en høyere andel av forsidene i nesten alle aviser (unntaket er Aften) enn hva den utgjør av antallet saker. Dette indikerer at disse sakene anses som spesielt viktige, men sier ingenting om dette skyldes en spesiell relevans i forhold til posisjonering i boligfeltet eller en spesiell ”salgbarhet” for avisen (uten at det nødvendigvis er noe motsetningsforhold mellom disse). Synet på forsiden som salgsplakat og bruken av denne kan ventes å variere med forskjeller mellom avisene med hensyn til profil og forholdet mellom abonnement og løssalg. Det er også verdt å merke seg at det på ny ikke gjenfinnes noen forskjell mellom Dagsavisen og Aftenposten i prioriteringen av ”marked/omsetning”, forskjellen mellom avisenes annonseinntekter gir altså ingen spesielle utslag i vektleggingen av denne kategorien.

Dagens Næringsliv er den avisen hvor boligstoff prioriteres høyest, i alle fall ut fra andelen forsider å bedømme. Hver tredje ”boligsak” i avisen havner på forsiden, mot

¹⁰⁶ Angir andelen av totalt antall saker som havner på forsiden. Notiser, kronikk/leserinnelegg, leder/kommentar og forbrukertester kommer aldri på forsiden av avisen. Tabellen skiller ikke mellom hovedsak og sidesak på forsidene.

¹⁰⁷ Angir antall boligrelaterte forsider i avisen.

rundt hver femte i de andre.¹⁰⁸ Aftenpostens andel av forsider er svært lav, kun seks prosent, noe som i alle fall delvis skyldes det høye antallet saker i avisen.¹⁰⁹

Et interessant aspekt ved forsiden er Dagbladets prioritering av bolig på torsdager, samme dag som Ny:bolig følger med som annonsebilag. Dagbladets artikler på torsdager utgjør 18 prosent av avisens oppslag, men hele 47 prosent av avisens forsider. Av disse er igjen over 90 prosent kategorisert som ”marked/omsetning”.¹¹⁰ Nyhetsstoff knyttet til omsetningen av boliger prioriteres med andre ord på forsiden av Dagbladet de dagene Ny:bolig følger med som annonseinntikk, noe som kan sees i sammenheng med Kavlis undersøkelse fra 2005.

Dagbladet bruker forsiden for å selge seg til de som ikke utgjør avisens faste lesergruppe (Kavli 2005). Forsiden prioriteres ikke som markør for posisjonering i det journalistiske felt, dette gjøres gjennom det redaksjonelle innholdet i avisen. Dagbladet prøver på denne måten å oppnå en lojal lesergruppe som skal akseptere kommersielle prioriteringer på forsiden i bytte mot innsiktsfulle artikler inne i avisen (Kavli 2005: 103-105). Avisens forsideoppslag om boligomsetning brukes på denne måten til å selge avisen til det boligsøkende publikum eller andre som er opptatt av boligspørsmål. Gjennom å bevisst legge dette til torsdager oppnår man et interessert tilleggs publikum for annonsørene. Dette antyder at Dagbladet betrakter nyheter om boligomsetning, og muligens boligjournalistikken generelt, som et kommersielt virkemiddel og følgelig ikke et journalistisk område hvor det er viktig å posisjonere seg i forhold til andre aviser. Det er imidlertid ingen grunn til å slutte av dette at Dagbladets boligjournalistikk er et resultat av tilfeldigheter, tvert imot er det vel få valg som er så bevisste som de som gjøres av kommersielle hensyn.

¹⁰⁸ Bjerke og Dyb registrerte ikke avisenes forsider i sin undersøkelse (deres undersøkelse var basert på lesning i elektronisk arkiv). Det finnes dermed ikke sammenligningsgrunnlag for denne tabellen.

¹⁰⁹ Av det høye antallet saker i Aftenposten (37 prosent av alle sakene) er 40 prosent registrert som notiser. Ingen av disse havnet på forsiden. Andelen av notiser i Aftenposten var langt høyere enn i de andre avisene (Dagsavisen og Dagens Næringsliv omtrent 25 prosent, Aften omtrent 15 prosent, Dagbladet omtrent 5 prosent).

¹¹⁰ Tall ikke presentert i tabell, hentet fra datamaterialet.

6.2 Oppsummering

Den kvantitative innholdsanalysen har avdekket variasjon mellom aviser med nære (Dagens Næringsliv, Dagbladet, Aftenposten) og distanserte (Dagsavisen, Aften) relasjoner til det økonomiske felt. Analysen har dermed gitt svar på oppgavens første problemstilling. Avisene med distanserte relasjoner prioriterer i større grad de deler av boligfeltet som også er distansert fra det økonomiske felt, mens avisene med tette relasjoner til dette i større grad prioriterer de deler av boligfeltet hvor den økonomiske logikken dominerer. Det ser med andre ord ut til å være strukturert sammenfall mellom feltene og journalistikken.

Analysen viser også variasjon mellom de tre avisene som er karakterisert med tette relasjoner til det økonomiske felt. Variasjonen ser ut til å gå mellom avisene med de mest direkte økonomiske interessene (eller ønsker om slike) i boligmarkedet, Dagbladet og Aftenposten, og avisen som i større grad er tilknyttet det økonomiske felt gjennom sin posisjon innenfor dette, Dagens Næringsliv. Variasjonene gjenfinnes i smalere fokus på økonomiske nyheter i Dagens Næringsliv, mens Dagbladet og Aftenposten har større stoffbredde og høyere andeler av den type journalistikk som er det fremste kjennetegnet på økonomisk dominans av det journalistiske felt ("arkitektur/trender").

Det ser også ut til å være variasjon mellom avisene på den andre siden av boligjournalistikkens hovedstruktur. Dagsavisen skiller seg ikke veldig fra Dagbladet og Aftenposten i prioriteringen av saker, særlig ikke i forhold til "marked/omsetning" og oppslag på forsiden, men i større grad i deknningen av "spesielle boliger", artikler med politisk innhold, bruddet med eierperspektivet og kilder uten næringsinteresse i boligmarkedet. Aften fokuserer langt mindre på "marked/omsetning", deknningen er i fremste rekke kjennetegnet ved en mye jevnere fordeling på de ulike kategoriene, også på forsiden, enn hva som gjenfinnes i resten av utvalget. Den ligner imidlertid på Dagsavisen gjennom prioriteringen av "spesielle boliger", kildebruk og orienteringen mot henholdsvis det politiske eller økonomiske felt. Aftens jevne fordeling kan skyldes dens posisjon som lokalavis, det er i så fall et argument for at

man må ned et nivå fra regionsavisene for å få dekket flere sider ved boligmarkedet.¹¹¹

Det er ingen automatikk i at spesiell prioritering av og oppmerksomhet mot bestemte deler av boligfeltet innebærer åpenbar legitimering av de aktører og synspunkter som er virksomme her. Et eksempel på dette er artikler i Dagens Næringsliv hvor eiendomsmeglerbransjen går etter i sømmene. En klarere forståelse av hvordan avisene posisjonerer seg i forhold til boligfeltets aktører og logikker forutsetter derfor at man går dypere inn i de enkelte artiklene. Dette skal nå gjøres gjennom den kvalitative analysen.

¹¹¹ 58 prosent av Aftens saker ble registrert som å dreie seg spesielt om Oslo. Tall ikke presentert i tabell, hentet fra datamaterialet.

7. Kvalitativ innholdsanalyse

Dette kapitlet skal undersøke oppgavens andre problemstilling; *hvilke variasjoner finnes mellom avisenes vinklinger, ordvalg og perspektiver i deknningen av beslektede boligjournalistiske hendelser?* Dette gjøres gjennom mer dyptgående tekstanalyser av utvalgte artikler innenfor forskjellige boligjournalistiske saksområder. Sentralt i analysen står hypotesen om at avisene vil ”røpe” sine posisjoneringer i forhold til boligfeltets kamper gjennom ordvalg, vinklinger og billedbruk i de bestemte artiklene. Det er en hypotese at disse posisjoneringene vil være vedvarende på tvers av de ulike boligjournalistiske saksområdene, og at disse igjen vil samsvare med avisenes posisjoner i boligjournalistikkens hovedstruktur.

7.1 Marked/omsetning: prisstatistikk og spådommer

Dagene før og etter hvert årsskifte markerer en boligjournalistisk høytid i avisene; presentasjonen av fjorårets prisutvikling og ulike aktørers spådommer om utviklingen de neste 12 måneder. Disse hendelsene hører til i et område av boligfeltet hvor den økonomiske logikken i dag er enerådende etter den endelige avskaffelsen av takstplikten. Til tross for dette gjenfinnes variasjoner i artikkelutvalget fra 2005, 2006 og 2007 mellom avisenes dekning og posisjonering i forhold til denne logikken og de aktørene som posisjonerer seg i denne.¹¹²

Dagsavisen

Dagsavisens distanse til det økonomiske felt og motstand mot dettes autonomi i boligspørsmål kommer til uttrykk gjennom skepsis og avstandstaken til økonomiske aktørers (eiendomsmejlere, sjeføkonomer) utsagn om den videre boligprisutviklingen. Med betegnelser som ”den forvirrende massen av boligpris-

¹¹² Artiklene fra denne delen av analysen er presentert i løst vedlegg 1-6.

bedrevitere”¹¹³, ”kvalifiserte synsere”¹¹⁴ og ”med prognoser, magefølelser eller tegn fra oven spår de hvordan boligprisene kommer til å utvikle seg i året som kommer”¹¹⁵, knytter avisen stor usikkerhet til eiendomsmevlernes og sjeføkonomenes uttalelser. Økonomiske verktøy likestilles med rene gjetninger i forhold til egnetheten til å si noe om boligprisenes utvikling, Dagsavisen delegitimerer på denne måten de økonomiske aktørene og deres modeller. Eiendomsmevlere fremstilles som evige optimister og uten troverdighet med hensyn til den videre prisutviklingen¹¹⁶, og avisen nærmest latterliggjør ved å skrive ”OPAK og sivilingeniør Hans-Jacob Hansen havner øverst på pallen i konkurransen ”største boligprisbom 2005””.¹¹⁷ Dagsavisens dekning av boligprisprognosene, som i hovedsak dreier seg om fjorårets prognoser og hvorvidt disse traff, synliggjør på denne måten en boligomsetning utenfor økonomiske aktørers kontroll og kompetansenivå, noe som fungerer som en delegitimering av det økonomiske feltets virkemåter i boligfeltet.

Unntaket fra dette er avisens omtale av sjeføkonomen i DnB NOR, Øystein Dørum. To år på rad kåres han til den som treffer best med hensyn til den faktiske prisutviklingen og Dagsavisen fremstiller han som ”mannen man skal tro på”¹¹⁸, en etterrettelig fagmann i mylderet av økonomiske aktører. Denne tosidigheten i dekningen, avstandstaking fra økonomiske aktører og fremheving av Dørum, gir Dørum mulighet for betydelig akkumulering av symbolsk kapital som både boligpriseekspert og troverdig økonom blant Dagsavisens lesere. Dagsavisens posisjonering i opposisjon til det økonomiske feltets logikk og virkemåter innebærer imidlertid at omtalen av Dørum i utgangspunktet er mindre verdsatt i forhold til å

¹¹³ Dagsavisen 04.01.05, side 12.

¹¹⁴ Dagsavisen 04.01.05, side 12.

¹¹⁵ Dagsavisen 29.12.05, side 12-13.

¹¹⁶ Dagsavisen 03.01.07, side 8-9.

¹¹⁷ Dagsavisen 29.12.05, side 12-13.

¹¹⁸ Dagsavisen 04.01.05, side 12.

styrke hans posisjon i det økonomiske felt sammenlignet med tilsvarende omtale i Dagens Næringsliv.

Dagens Næringsliv

Dagens Næringslivs journalistiske posisjon er basert på uavhengighet fra det økonomiske felt, samtidig som avisens posisjon innenfor dette blir dens utgangspunkt i betraktningen av hendelser. I dekingen av boligprisprognosene kommer denne posisjonen til uttrykk gjennom en mer nøktern og faglig tilnærming til spekulasjonene enn hva som kjennetegner de andre avisene. Avisens hovedbudskap er at prisutviklingen avhenger av mange faktorer og er svært vanskelig å si noe om. Omtalen konsentreres i hovedsak rundt fjorårets faktiske prisutvikling og de ulike aktørenes spådommer gjengis, hvis i det hele tatt, i nøytrale notiser hvor det sjelden gis plass til begrunnelser.¹¹⁹ Boligprisene er sjeldent interessante alene, men inngår oftere som en del av diskusjonen rundt den generelle økonomiske utviklingen eller som et finansielt instrument hvor avkastningen vurderes i forhold til andre typer sparing.¹²⁰

Når Dagens Næringsliv først velger å gjøre en sak ut av boligprisforventningene går den imidlertid grundigere til verks enn de andre avisene. Avisen anlegger da et internasjonalt og økonomifaglig perspektiv hvor man går bak enkeltaktørers utsagn og gjør egne vurderinger av de analysene prognosene bygger på: ”I markedsinfos undersøkelse tyder lite på at forventningene til boligprisutviklingen er basert på erfaring”.¹²¹ Bruken av diagrammer og antallet forklaringsvariabler til grunn for prognosene som gjengis i artiklene, tydeliggjør at Dagens Næringsliv skriver for et faglig kompetent og interessert publikum. Det blir forøvrig også et uttrykk for effektene av den økonomiske nyhetsekspansjonen i profesjonaliserte aviser som ble omtalt i kapittel 4.

¹¹⁹ Dagens Næringsliv 03.01.06, side 24 og 03.01.07, side 28.

¹²⁰ Dagens Næringsliv 28.12.06, side 16.

¹²¹ Dagens Næringsliv 28.12.04, side 21.

Posisjonen som hovedavis for det norske økonomifeltet gjør at avisen forholder seg til dette feltets interne struktur i den daglige omtalen av hendelser. Uttalelses plass i Dagens Næringsliv om økonomiske utviklingstrekk innebærer betydelige muligheter for akkumulering av feltintern symbolsk kapital, men forutsetter også at man er i en posisjon hvor man er denne plassen verdig. Eiendomsmeglerne ekspansjon til sentrale deler av boligfeltet har nok styrket deres posisjon innenfor det økonomiske felt, men ikke i den grad at de utgjør en dominerende/sentral fraksjon av dette feltet. Verken med hensyn til økonomifaglig kompetanse eller økonomisk kapital når eiendomsmeglerne opp i det økonomiske felt, de blir dermed heller ikke tildelt noen sentral rolle i omtalen av neste års prisforventninger.¹²² Dette kommer til uttrykk gjennom både lite fokus på meglernes spådommer og ved at man gir plass til andre aktører i de tilfellene hvor meglernes analyser å støtte seg på (som når analyser på oppdrag fra Eiendomsmegler1 presenteres ved Opinion som har gjennomført undersøkelsen).¹²³

Dagbladet

Dagbladets satsing mot eiendomsmarkedet ga ikke utslag i et sterkere boligjournalistisk fokus på ”marked/omsetning” i den kvantitative analysen. Imidlertid skjer det en endring i avisens omtale og posisjonering i forhold til prisspekulasjonene i perioden 2005-07. Ved inngangen til 2005 oppfordres det i en leder til langsiktig planlegging i forhold til boligkjøp, det advares dessuten mot eiendomsmeglerbransjen spesielt; ”vårt råd er derfor: mys kritisk mot enhver eiendomsmekler. Bruk sunt bondevett og kyndige venner, før du klasker millionene på bordet”.¹²⁴ Lederen tar avstand fra prisspekulasjonene som gjengis i de andre avisene og gir uttrykk for den samme skeptiske holdningen som gjenfinnes i Dagsavisen.

¹²² Dette poenget kan også forklare Dagens Næringslivs hang til å kritisere andre forhold ved eiendomsmeglerbransjen, slik de blant annet gjorde i en artikkelserie i undersøkelsesperioden til den kvantitative analysen.

¹²³ Dagens Næringsliv 05.01.07, side 20-21.

¹²⁴ Dagbladet 28.12.04, side 2.

I dekingen de to neste årene endres imidlertid Dagbladets holdning i forhold til både eiendomsmeglere og prisspekulasjoner. Med ”Prisfesten fortsetter – dette er din bolig verdt”¹²⁵ og ”Ekspertene spår om 2007: boligprisene opp, opp, opp”¹²⁶ som overskrifter på forsiden er det ikke lett å gjenfinne Dagbladets avvisende innstilling. Bakgrunnen for sakene er NEFs presentasjon av fjorårets prisstatistikk, men Dagbladets artikler fokuserer mer på prognosene for neste år. Med overskriften ”Tror definitivt ikke på boligkrakk” presenteres ”Norges beste eiendomsmegler” som over en dobbeltside uttaler seg om både boligmonsteret i dag og den videre prisutviklingen (hvor han forøvrig beroliger alle som er engstelige for prisfall).¹²⁷ I 2007 har Dagbladet overtatt Dagsavisens gjettekonkurranse og Øystein Dørum presenteres igjen som ”Norges beste boligprisspåkann”¹²⁸, men han må dele oppmerksomheten med blant annet nestlederen i EFF, Thorbjørn Ek, som kan avkrefte at meglere forsøker å trekke opp markedet med sine spådommer. Intervjuer med andre eiendomsmeglere er grunnlaget for saken ”Nå koker det på boligmarkedet”, her fremgår det at januar vil bli en hektisk måned på boligmarkedet.¹²⁹

Dagbladets deking preges på denne måten av en åpenbar legitimering av eiendomsmeglere som økonomiske aktører på boligfeltet etter 2005. Intervjuet med og omtalen som ”Norges beste eiendomsmegler” gir megleren mulighet til ekstra symbolsk gevinst i det han knyttes opp til og får uttale seg om sine egne forventninger til boligprisenes utvikling det kommende året. Mens Dagsavisen beholder sin skeptiske holdning gjennom undersøkelsesperioden, endrer Dagbladet sin kritiske innstilling til kvaliteten på gjetingene og aktørene som fremsetter de. Med bakgrunn i denne oppgavens feltteoretiske analyser kan endringen i posisjonering knyttes til Dagbladets inngåelse i tettere relasjoner med det økonomiske

¹²⁵ Dagbladet 03.01.06, side 1.

¹²⁶ Dagbladet 03.01.07, side 1.

¹²⁷ Dagbladet 03.01.06, side 20-21.

¹²⁸ Dagbladet 03.01.07, side 6-7.

¹²⁹ Dagbladet 03.01.07, side 6-7.

felt i denne perioden. Dette kan igjen sees i sammenheng med analysen av avisens forsider fra forrige kapittel. Dagbladets dekning av boligomsetning ser altså i stor grad ut til å sammenfalle med avisens kommersielle interesser.

Mangelen på uttrykt avstand til intervjuobjektene er også synlig i en sak hvor en boligselger får god plass til å omtale sin egen leilighet og hvilke potensialer den innehar: ”leiligheten som ligger i femte etasje har et boareal på 43 kvadratmeter. I tillegg har den tilknyttet et loft på 20 kvadratmeter der Oppedal allerede har installert vinduer i skråtakene. – Loftet kan integreres i leiligheten slik at den nye eieren kan bygge stue oppe med trapp ned til spisestue. Nå håper jeg på den såkalte januareffekten”.¹³⁰ En slik tekstpassasje har en mer naturlig plass i en boligannonse enn i en artikkel som tilsynelatende var ment å skulle omhandle utviklingen på boligmarkedet, den blir dermed et klart uttrykk for hvordan det journalistiske oppdraget om kritisk og uavhengig journalistikk ikke står i høysetet i Dagbladets dekning av boligomsetningen.

Aftenposten

Aftenpostens relasjoner til det økonomiske felt kommer ikke til uttrykk gjennom legitimering av meglerbransjen slik som denne gjenfinnes i Dagbladet. Avisen gir riktignok NEFs prisstatistikk størst plass hvert år, og selv om vinklingen hovedsakelig er fremoverskuende (vekt på prognoser, ikke faktisk prisutvikling), er omtalen av disse relativt nøktern. Dekningen er balansert, avisen gir eiendomsmeglerne en privilegert posisjon blant boligspåmennene gjennom bildebruk¹³¹, men stiller seg i neste omgang tvilende til kvaliteten ved den samme meglerens anslag.¹³² Med ”skal man tro noen av ekspertene og markedsaktørene”¹³³

¹³⁰ Dagbladet 03.01.07, side 7.

¹³¹ Artikkelen bygger på flere aktørers prognoser, men er akkompagnert av et stort portrettbilde av Torbjørn Ek, nestleder i EFF. Dette gjør at det virker som Eks spådom har ”størst betydning”, særlig i forhold til sjeføkonomen i Nordea eller forskeren i Statistisk sentralbyrå som ikke presenteres med bilde i det hele tatt. Det er imidlertid ingenting i EFFs spådommer som tilsier en prioritert posisjon i artikkelen.

¹³² Torbjørn Eks prognose presenteres med underoverskriften ”gjetning”. Bruken av dette ordet, uten at det brukes av den som uttaler seg eller forekommer noe annet sted i artikkelen, utviser liten tiltro til meglerbransjens spådommer.

skiller Aftenposten mellom aktører med (eiendomsmejlere) og uten (sjeføkonomer) markedsinteresse, men uten at dette får noen eksplisitt betydning for de ulikes troverdighet i resten av artikkelen.

Avisen betrakter også prognosene fra to sentrale sider av boligmarkedet. Gjennom ”er du allerede inne på boligmarkedet, kan du gni deg i hendene, står du utenfor er det liten grunn til glede”¹³⁴ vurderes situasjonen for både de boligeiende og de boligsøkende. Aftenposten ser dermed ut til å ha en relativt balansert og nøytral boligjournalistikk. Imidlertid står eierperspektivet spesielt sentralt i avisens dekning. Aftenposten kårer årets ”prisvinner”, byen med høyest prisstigning foregående år, hvor ”Oslo må nøye seg med en femteplass”¹³⁵; høy prisstigning er altså positivt og en plass på listen verdt å trakte etter. 2006 omtales som et ”ellevilt” år, og mulig prisnedgang omtales som ”malurt i begeret”.¹³⁶ Når prisene faktisk faller fremstilles også dette som en lettelse for boligeierne: ”Jeg hadde begynt å bli bekymret hvis prisoppgangen hadde fortsatt på samme nivå”.¹³⁷

Aftenposten, avisen med sterkest interesser i boligmarkedets utvikling, posisjonerer seg gjennom dekningen av disse prognosene et sted mellom Dagsavisens avstandstaken og Dagbladets åpenbare legitimering med kortest avstand til sistnevnte. Boligannonseens økonomiske betydning ser dermed ut til å verken gi utslag i spesiell prioritering av omsetning av boliger som saksområde eller spesiell privilegering av eiendomsmejlere i dekningen av disse sakene.

¹³³ Aftenposten 31.12.06, side 14-15.

¹³⁴ Aftenposten 27.12.04, side 1.

¹³⁵ Aftenposten 27.12.06, Økonomidelen side 2.

¹³⁶ Aftenposten 31.12.06, side 15.

¹³⁷ Aftenposten 02.01.06, side 1.

Aften

Aften står friere i forhold til det økonomiske felt gjennom sin posisjon som lokalavis uten boligannonser. Avisens dekning tar utgangspunkt i befolkningens situasjon og hendelsenes relevans for lokalområdet, dens lojalitet ligger hos leserne. Dette kan observeres i gjengivelsen av NEFs prisstatistikk i hovedsak som informasjon om fjorårets faktiske prisutvikling, en presentasjonsform som i svært liten grad spekulerer om neste års prognoser.¹³⁸ Også en annen artikkel som gjengir NEFs statistikk fokuserer på at eneboliger har økt mest i pris og at det er eneboligmangel i Oslo.¹³⁹ Dekningen i Aften er ut fra dette kjennetegnet ved et eierperspektiv som blant annet også kommer til uttrykk ved setninger som ”etter år i bakevja deltar utskjelte Søndre Nordstrand for fullt på boligfesten”.¹⁴⁰ Prisstigningen er med andre ord en ”fest” du ikke vil gå glipp av.

Den sirkulære informasjonsstrømmen

Analysen av avisenes dekning av disse beslektede hendelsene knyttet til omsetningen av boliger synliggjør variasjon i måten avisene forholder seg til de økonomiske aktørene som involveres i denne. Denne variasjonen sammenfaller stort sett, men ikke helt, med avisenes posisjoner i boligjournalistikkens hovedstruktur.¹⁴¹ Særlig analysen av Aftenposten indikerer et brudd med denne, avisen ser ut til å opprettholde den journalistiske logikken om uavhengighet til tross for stor avhengighet av økonomiske aktører på dette området (jfr. Marchetti (2005) fra kapittel 4). Den økonomiske logikkens autonomi i denne delen av feltet bestrides imidlertid ikke i noen aviser, Dagsavisens avstandstaken innebærer ingen krav om sterkere regulering

¹³⁸ Aften 05.01.07 side 8-9. Aftens bydelsvise prisstatistikk er en av momentene man bruker for å selge seg inn hos annonsører: ”Nyttestoff får en sentral plass. Aftenutgaven er guiden, enten det er for å finne den beste hjembragte pizzaen, boligprisene i bydelene, hva turen med T-banen koster eller hvor du finner badeplassene i Marka” (Aftenposten.no, <http://bedrift.aftenposten.no/category.php?categoryID=19>) (lesedato 29.10.07).

¹³⁹ Aften 09.01.06, side 4.

¹⁴⁰ Aften 05.01.07 side 8-9.

¹⁴¹ Et aspekt ved dette er avisenes orientering mot henholdsvis fjorårets faktiske prisutvikling og ulike aktørers prisprognoser for neste år. Aftenposten og Dagbladet skiller seg ut ved å ha et sterkere fokus på neste års forventninger enn den reelle utviklingen, mens de tre andre avisene i større grad forholder seg til fjorårets statistikk.

av boligomsetningen. Med unntak av Dagsavisen (antydnet av tabell 5 og 6 i forrige kapittel, forfølges videre gjennom det siste eksemplet i dette delkapitlet) er det heller ingen aviser som bestrider eierperspektivet (doxa) gjennom journalistikken, det er dermed ingen av disse som utfordrer de dominerende strukturer i dette området av boligfeltet. Eierperspektivet kommer til uttrykk gjennom betegnelser som ”prisfest”, ”jubelår”, ”kanonår”, ”jubel og bonanza” og ”boligfesten” for å beskrive prisstigningene og ”den sterkeste malurten i begeret” og ”heller kaldt vann i blodet” for å beskrive spådommer om svakere prisvekst eller prisnedgang.¹⁴²

En annen type variasjon som kjennetegner boligjournalistikken ser ikke ut til å kunne tilskrives avisenes posisjoneringer, men er snarere et resultat av boligmarkedets mangel på forutsigbarhet som en følge av endringene behandlet i kapittel 3.

Forvirringen og usikkerheten som kan oppstå når de ulike ekspertenes prisprognoser spriker med mange prosent, når en boligselger sier ”ekspertene sier du skal selge i første og tredje kvartal og kjøpe i andre og fjerde. Egentlig har den teorien ikke stemt de siste ti årene, men jeg har høye forventninger”¹⁴³, når eiendomsmeglere sier at det er prismessig gunstig å både kjøpe¹⁴⁴ og selge¹⁴⁵ i januar, eller når en avis skriver at eneboliger stiger minst¹⁴⁶ mens en annen skriver at eneboliger stiger mest¹⁴⁷, gjør at man som forbruker (bolig som vare) får en følelse av mangelfull informasjon om mekanismene i dette markedet. Usikkerheten gjør at avisene kan lage nyheter knyttet til dette og kære analytikere (Dørum) til ”orakler” i en uoversiktlig virkelighet. Denne journalistiske trenden sammenfaller med Bourdieus analyse av den franske boligpolitikken i kapittel 2 hvor det også var de med mest avanserte matematiske

¹⁴² Denne analysen gir dermed støtte til Bjerke og Dybs tolkning om at boligjournalistikken generelt er kjennetegnet ved et eierperspektiv.

¹⁴³ Dagbladet 3.1.07, side 6-7.

¹⁴⁴ Dagsavisen 08.01.06, side 10.

¹⁴⁵ Dagbladet 03.01.06, side 20.

¹⁴⁶ Dagbladet 03.01.06, side 18.

¹⁴⁷ Aften 09.01.06, side 4.

modeller som oppnådde størst gjennomslagskraft. Denne forvirringen kan dessuten skyldes, noe som forøvrig også er et trekk ved boligjournalistikken, fremstillingen av lokale forhold som generelle trender. Boligjournalistikken har en tendens til å ikke differensiere boligmarkedet, men heller snakke om ett nasjonalt boligmarked. En slik tilnærming er lite meningsfull ettersom variasjoner i bosetningsmønstre, befolkningsstruktur og utnyttelsesgrad medfører store variasjoner mellom geografiske områder.¹⁴⁸ Det kan synes som Oslo, og kanskje spesielt sentrumsnære pressområder av Oslo, er toneangivende i denne dekingen.

Et siste eksempel, det eneste utspillet som ble plukket opp av alle avisene, viser igjen avisenes posisjonering og illustrerer tydelig Bourdieus poeng om *den sirkulære informasjonsstrømmen*, hvordan det å være i media er det fremste kriteriet for å komme i media.

Morgenen 3. januar 2007 har både Dagsavisen, Dagbladet, Dagens Næringsliv og Aftenposten oppslag om ulike aktørers prisspådommer. Aftenposten konsentrerer som vanlig sin artikkel rundt meglerbransjens prisstatistikk og spådom for 2007; NEF og EFF tror på henholdsvis 10 og 12-14 prosents stigning i boligprisene. Dagens Næringsliv gjengir NEFs statistikk og spådom i en artikkel sammen med to notiser hvor OBOSs og Garanti eiendomsmeglings¹⁴⁹ prisvekst for fjoråret presenteres. Dagbladet plasserer saken på forsiden med overskriften ”Ekspertene spår om 2007: boligprisene opp, opp, opp”. NEFs statistikk og spådommer utgjør bakgrunnen for artikkelen, men avisen presenterer også spådommene til DnB NOR, EFF, Prognosecenteret, SSB og Huseiernes Landsforbund. Sistnevnte tror på 10 prosents stigning i 2007 og er dermed på linje med både DnB NOR og NEF, men skiller seg fra de andre ved å tro på 20-30 prosents prisfall innen to til tre år. Dette vies

¹⁴⁸ Et eksempel på dette er kvadratmeterprisen i forskjellige bydeler i Oslo som varierer fra 46.200 kroner på Frogner til 24.400 kroner på Søndre Nordstrand (NEFs prisstatistikk for november 2007, http://www.nef.no/asset/1724/1/1724_1.pdf) (lesedato 20.12.07).

¹⁴⁹ Garanti eiendomsmegling er boligbyggelagens eiendomsmeglingsforetak. Prisstatistikken reflekterer dermed prisutviklingen i borettslagsleiligheter.

imidlertid ingen stor oppmerksomhet i artikkelen og blir heller ikke kommentert av noen av de andre aktørene.

I Dagsavisen bygges derimot hele saken rundt nettopp dette. Peter Batta, lederen av Huseiernes Landsforbund, presenteres med stort bilde på forsiden under overskriften ”Spår prisras på boligmarkedet”. Dagsavisen setter Batta opp mot eiendomsmeglerbransjen, personifisert ved Torbjørn Ek i EFF, som mener at prisene fortsatt vil stige mye i et tidsperspektiv på fem til ti år. Artikkelen, som for forvirringens skyld har overskriften ”Sikker på vekst i boligmarkedet”¹⁵⁰, prøver å bygge støtte til Battas argument ved å intervjuer økonomiprofessor Rolf Jens Brustad fra NHH, Ommund Braut fra Norsk Familieøkonomi og Bjørn Erik Øye fra Prognosesenteret som alle mener at prisene ikke kan fortsette å vokse som de har gjort til nå. Ingen av disse uttaler imidlertid noe i nærheten av Battas spådommer om prisfall. Batta presiserer at han ikke spår noe boligkrakk, men en ”rekyl” som følge av lange perioder med prisstigning.

Artikkelen fører til at Aften samme kveld og Aftenposten påfølgende morgen finner plass til gjengivelser av Dagsavisens oppslag med Batta. Oppslaget i Aften er en NTB-notis hvor både Battas, Brustads og Brauts uttalelser gjengis under et bilde av Batta. Motsetningen mellom disses og eiendomsmeglerbransjens fremtidsperspektiv beholdes i notisen, men hovedbudskapet er Battas spådom. Aftenpostens oppslag neste morgen er en forkortet versjon av NTB-notisen hvor kun Battas og Brustads uttalelser gjengis, men hvor bildet av Batta er større enn i Aften. Bildeteksten i Aftenposten gir dessuten et mer negativt inntrykk av implikasjonene av Battas spådom: ”Petter Batta i Huseiernes Landsforbund heller kaldt vann i blodet på både eiendomsmeglere og boligselgere”. Aftenpostens vinkling gjennom denne teksten viser hvordan eierperspektivet står sterkere her enn i både Dagsavisen og Aften, disse vektlegger heller Battas spådom og motsetningen med meglerbransjen.

¹⁵⁰ Dagsavisen 03.01.07, side 8-9.

Dagens Næringsliv gjengir ikke Battas spådommer fra Dagsavisen i vanlig forstand, men plasserer han 4. januar i den litt fleipete aktualitetsspalten ”På nattbordet” med introen ”Du svinger om deg med dommedagsprofetier om prisras på boliger! Hvilken apokalyptisk litteratur har du forlest deg på?”.¹⁵¹ Dagens Næringsliv symboliserer med dette en avvisning av både Battas spådom og posisjonen den stilles fra, men utspillet har allerede fått så mye oppmerksomhet at avisen likevel posisjonerer seg i forhold til dette.¹⁵² Battas spådom nevnes også da Dagens Næringsliv neste dag kjører saken ”Markedet bekymrer ekspertene”¹⁵³ med tre analytikere som uttaler seg om boligmarkedet, bakgrunnen er tre nye rapporter som varsler en urolig utvikling i tiden fremover. Artikkelen påpeker at denne informasjonen ikke har vært tilgjengelig for tidligere spådommer og at disse dermed kan synes for optimistiske, dette fører imidlertid ikke til noen fremheving av Battas spådom.

4. januar følger Dagsavisen opp artikkelen med en kritisk leder som advarer mot sjeføkonomer, eiendomsmeglere og andre økonomiske eksperter som mener noe om boligprisutviklingen.¹⁵⁴ Lederen påpeker disse aktørenes manglende evne til å forutsi fremtiden, og oppfordrer i stedet folk til å tenke selv. Med dette synliggjøres på nytt Dagsavisens distanse til og avvisning av det økonomiske felt. 5. januar er Batta tilbake i avisen i dens faste portrettspalte ”Navn i nyhetene” hvor han presenteres som aktuell med ”spår prisfall på 20 prosent i boligmarkedet i løpet av få år”.¹⁵⁵

Det at Dagsavisen valgte å konsentrere det første oppslaget om Battas utspill om prisfall, i motsetning til Dagbladet, Dagens Næringsliv og Aftenposten som konsentrerte seg om eiendomsmeglerne og andres tips om prisvekst, kan forstås med

¹⁵¹ Dagens Næringsliv 04.01.07, side 55.

¹⁵² Samtidig har boligmarkedet som finansielt forum nyhetsverdi for de andre avisene i kraft av å være ”befolkningens aksjemarked”, det er det største og mest relevante økonomiske delfelt for befolkningen som helhet. For Dagens Næringsliv blir dette mindre nyhetsverdig siden det ikke er befolkningen generelt som utgjør avisens lesergruppe, men de med spesiell økonomisk interesse.

¹⁵³ Dagens Næringsliv 05.01.07, side 20-21.

¹⁵⁴ Dagsavisen 04.01.07, side 3.

¹⁵⁵ Dagsavisen 05.01.07, side 30.

bakgrunn i Dagsavisens distanse til det økonomiske felt og skeptiske holdning til de ulike aktørenes evne til å spå om boligprisutviklingen, noe som forsterkes med den påfølgende lederen. Artikkelen utviser imidlertid ingen skeptisk holdning til Battas spådom, et uttrykk for at Dagsavisen ønsket en annen vinkling enn de evinnelige artiklene om ytterligere prisvekst. Dagsavisen bryter dermed med eierperspektivet i boligjournalistikken, noe som også ble antydnet i den kvantitative analysens tabell 5 og 6 hvor Dagsavisen stilte seg mer skeptisk til fortsatt prisstigning enn de andre avisene.

Batta kom med en identisk spådom i 2005 om 20 prosents boligprisfall innen to år (han valgte også den gang å betegne fallet som en ”rekyl”), dette fikk den gang kun kort omtale i en notis.¹⁵⁶ I 2007 er det ingen av avisene som nevner denne spådommen eller hvor feil den viste seg å være, det ser heller ikke ut til å svekke Battas troverdighet som boligprisekspert i denne omgang; viktigere for medieoppmerksomheten var sakens omtale i de andre avisene.

7.2 Utbygging/regulering: Sørenga

I kampen om prinsippene for den generelle boligomsetningen har den økonomiske logikken for lengst utradert det politiske feltets evne til å styre utviklingen. I kampen om prinsippene for den generelle boligbyggingen har imidlertid det politiske felt fortsatt en evne og vilje til å gripe inn (til tross for at denne i dag er langt svakere enn under den sosiale boligpolitikkenes storhetstid). Samtidig har den økonomiske journalistikkens ekspansjon i medieordenen gjort det vanskeligere for hendelser fra andre samfunnsfelt å oppnå journalistisk oppmerksomhet med mindre man kan anlegge et økonomisk perspektiv i deknningen. Det følgende eksemplet viser hvordan avisene posisjonerer seg når de ulike logikkene i disse nært beslektede spørsmålene, boligbygging og boligomsetning, ender ut i samme utbyggingsforslag.

¹⁵⁶ Aftenposten 28.12.04, side 14.

14. juni 2006 gjengir Dagsavisen, Aften og Dagens Næringsliv prosjekttegninger og et utspill fra styrelederen i HAV eiendom, Bernt Stilulf Karlsen, om utbyggingsplanene for Sørengautstikkeren i Bjørvika. HAV eiendom er eier og utbygger av tomta, og uttrykker her sin støtte til arkitektkontoret LPO (sammen med Snøhetta de gjenværende i konkurransen om å tegne Sørenga) før bystyret skal fatte en avgjørelse senere på høsten. I alle artiklene vektlegges Stilulf Karlsens uttalelse om at LPOs forslag vil kunne gi 200 utleieboliger for vanskeligstilte på boligmarkedet. Det er i fremstillingen av disse at avisenes posisjoneringer blir synlige.¹⁵⁷

Aften

Aften slår opp saken over hele forsiden med overskriften ”Vil bygge fjord-luksus for de fattige”.¹⁵⁸ Som undertekst gjengis en skeptisk uttalelse fra byråd Grete Horntvedt, hun mener havnevesenets utspill er et forsøk på å få aksept for tettere utbygging enn hva den kommunale reguleringsplanen legger opp til. Aften avviser slike vikarierende motiver i en kommentar noen dager senere, de mener politikerne heller må konsentrere seg om den virkelige utfordringen; behovet for flere billige utleieboliger i et Oslo hvor boligmarkedet stadig blir dyrere.¹⁵⁹ Aften stiller seg på denne måten på befolkningens side, det er *behov* for billige boliger i sentrale områder.

Av Aftens artikkel 14. juni fremgår det at LPOs forslag vil gi eieren, Oslo Havn, så store inntekter at deler av overskuddet kan brukes til utleieboliger for vanskeligstilte. På denne måten forutsetter muligheten til å sikre billige boliger (boligomsetning - det politiske feltets logikk) en aksept av det forslaget som gir høyest profitt på bekostning av et kvalitetsmessig hensyn som tetthet (boligbygging - det økonomiske feltets logikk). Ved å gjengi uttalelser fra Karlsen¹⁶⁰ som ”vi vil ikke bare ha rikinger i

¹⁵⁷ Artiklene fra denne delen av analysen er presentert i løst vedlegg 7.

¹⁵⁸ Aften 14.06.06, side 1.

¹⁵⁹ Aften 19.06.06, side 2.

¹⁶⁰ 26. mai er Bernt Stilulf Karlsen ukens Osloprofil i Aften under overskriften ”Havnebaronen”. Han fremstilles som en bakspiller med mye makt, som ”Oslos egentlige byplansjef og en av byens aller mektigste”. Karlsen forsvarer seg mot

fjordbyen”¹⁶¹, ”men vi har ikke gitt opp håpet om at ikke lommeboken alene skal avgjøre hvem som skal få bo i fjordbyen”¹⁶² og at ”de stakkars kapitalistene” som skal kjøpe boliger på Sørenga skal betale for utleieboligene¹⁶³ (en uttalelse som ikke kan tolkes som om det er synd på de som skal kjøpe boliger på Sørenga, men heller at det kommer til å bli så dyrt å bo i dette området at de som har råd til å kjøpe bolig ikke tar skade av å finansiere utleieboliger til vanskeligstilte), stiller Aften seg avvisende til den økonomiske logikkens autonomi i boligomsetningen, men samtidig altså positive til den økonomiske logikkens autonomi i boligbyggingen. Det viktigste for Aften er imidlertid å sikre et billig botilbud til de av Oslos borgere med størst behov for dette, avisen viser med dette sin lojalitet overfor innbyggerne og opposisjon mot økonomisk logikk i boligfeltet, samtidig som den anlegger et økonomisk perspektiv i dekningen gjennom vinklingen mot at det er HAV eiendoms *økonomiske overskudd* som muliggjør dette. Dette viser dermed at det ikke nødvendigvis er noen sammenheng mellom å ha økonomisk vinklede nyheter og posisjonere seg i økonomisk logikk.

Dagens Næringsliv

Med overskriften ”Enslige mødre-boliger på Sørenga” presenterer Dagens Næringsliv saken den 14. juni.¹⁶⁴ Avisen poengterer at LPOs forslag er billigere og vil gi mer boligareal enn Snøhetta, men hovedfokuset ligger på de billige utleieboligene og hvorvidt de kan virke som en ulempe i forhold til potensielle boligkjøpere. Karlsen hevder imidlertid at det er så gode tider for utbyggere på boligmarkedet at det ikke skal by på noen problemer å få solgt dette prosjektet ”med 200 leiligheter for

anklager om at han bare turer frem ved å vise til at havnevesenet er avhengig av en bred forankring for at ting ikke stopper opp. ”Selv Aftenposten kan klare å stoppe ting” uttaler han, et utsagn som fikk gyldighet under Bjørvikastriden et halvt år senere.

¹⁶¹ Aften 14.06.06, side 4.

¹⁶² Aften 30.10.06, side 4.

¹⁶³ Aften 14.06.06, side 4.

¹⁶⁴ Dagens Næringsliv 14.06.06, side 17.

vanskeligstilte med på kjøpet”. Betegnelsen ”enslige mødre-boliger” gir hele forslaget et litt useriøst preg og artikkelen fremhever at det ikke er avgjort hvor ”vanskeligstilte” disse beboerne egentlig skal være. Behovet for billige boliger i Oslo berøres ikke av Dagens Næringsliv, de vektlegger i stedet Karlsens ønske om rask politisk avklaring ettersom man allerede har utenlandske investorer klare til å kjøpe seg inn i prosjektet så fort man har bestemt seg for utbyggingsmodell.

En tanke om at de rike har råd til å bygge boliger for de fattige bygger på en filantropisk logikk som Dagens Næringsliv ikke er kjent for å fremme, ei heller gjør de det i denne artikkelen. Avisen posisjonerer seg i den økonomiske logikken i boligbyggingen og i opposisjon til velferdslogikken i boligomsetningen, den legger press på politikerne for å få rask avklaring i forhold til salg og utbygging, ikke for å sikre billige boliger.

Dagsavisen

”Oslopolitikere har nå mulighet til å bestemme at 200 boliger i Fjordbyen skal leies ut til vanskeligstilte”.¹⁶⁵ Slik presenteres Karlsens utspill i Dagsavisen, artikkelen gjengir hans uttalelse om at alle kan havne i vanskelige situasjoner gjennom livet, og med høye boligpriser i Oslo er det *behov* for lavterskelstilbud som kan hjelpe folk opp og inn på boligmarkedet igjen. Det fremgår også at det kommer til å bli dyrt å kjøpe bolig på Sørenga, utleieboligene kan derfor bidra til at man får et mer heterogent boligfelleskap. Karlsen uttaler at ”de ressurssterke vil få en positiv ansvarsfølelse overfor sine mer vanskeligstilte naboer, og jeg tror et sterkt naboskap kan løfte de vanskeligstiltes situasjon”¹⁶⁶, et argument som forøvrig trekker linjene tilbake til ”femprosentfilantropiet” på midten av 1800-tallet. Dagsavisen posisjonerer seg på denne måten for en mer ”sosial” fordeling av boligene på Sørenga, altså i opposisjon mot den økonomiske logikkens autonomi i boligomsetningen. Avisen

¹⁶⁵ Dagsavisen 14.06.06, side 14.

¹⁶⁶ De tre avisene opererer med litt ulik praksis for bruk av hermetegn om ”vanskeligstilte”. Dagsavisen benytter det ikke, Aften benytter det konsekvent, mens Dagens Næringsliv bytter litt på. Bruken av hermetegn, og konteksten de fremgår i, gir ikke grunnlag for analyse eller tolkning av denne.

problematiserer ikke hva dette innebærer for det politiske feltets mulighet for innflytelse i boligbyggingen, behovet for rask politisk avklaring knyttes til det umiddelbare behovet for flere billige boliger.

Dagbladet

Dagbladet omtaler ikke utbyggingsplanene på Sørenga i juni, men refererer til utspillet fra HAV Eiendom når avisen kjører en reportasjeserie på kultursidene om Bjørvika i november samme år. Artikkelen i Dagbladet kommer i kjølvannet av en artikkelrekke i Aften som har satt i gang et borgeropprør mot reguleringsplanene (høyhusene) i Bjørvika. Dagbladets artikler har karakter av en slags avslørende journalistikk hvor de ulike aktørene og strategiene i maktspillet om Bjørvika skal løftes frem i lyset.

Avisen bringer et intervju med Kåre Willoch hvor han stiller seg svært kritisk til den politiske behandlingen av utbyggingen i Bjørvika.¹⁶⁷ Han mener utviklingen styres av offentlige institusjoner som opptrer som profittmaksimerende utbyggere, man har dermed en utbygging som styres av profitt og ikke av hensynet til gode bymessige løsninger. Kritikken av det offentlige HAV eiendoms opptreden som privat økonomisk aktør er gjennomgående i Dagbladets dekning, dagen etter presenterer avisen et brev hvor HAV eiendom ”presser” bystyret i Oslo til rask avklaring i arkitektkonkurransen om Sørenga. Det fremgår av brevet at sen saksbehandling vil kunne få store konsekvenser for all virksomhet i Bjørvika, kort tid etterpå gikk politikerne inn for løsningen HAV eiendom ønsket.¹⁶⁸ Dagbladet omtaler Karlsens utspill om utleieboligene i juni som ”smør på flekk” ettersom Oslo kommune allerede hadde stilt krav gjennom reguleringsplanen om at det skulle være 300 billige utleieboliger på Sørenga. Havnevesenets forslag betraktes derfor som et forsøk på å innnynde seg hos politikerne, samtidig som flere kilder beskriver HAV eiendom som en tung privat aktør som prøver å trenere den politiske prosessen ved å øve press på

¹⁶⁷ Dagbladet 20.11.06, side 44.

¹⁶⁸ Dagbladet 21.11.06, side 40.

politikere. Bernt Stilulf Karlsen betegnes som ”havnebossen” og presenteres med egen agenda for Bjørvika i et intervju noen dager etterpå.¹⁶⁹ Betegnelsen ”havnebossen” støtter opp om inntrykket Dagbladet ønsker å gi av Karlsen og HAV eiendom som en mektig bakspiller som gjør som de vil i Bjørvika.

Dagbladet posisjonerer seg gjennom denne serien i opposisjon til den økonomiske logikkens autonomi i boligbyggingen, kanskje spesielt ettersom det er offentlige institusjoner som prøver å presse denne gjennom. Avisen delegitimerer utspillet om billige utleieboliger som et forsøk på å presse politikere til å velge den løsningen som gir størst profitt for utbyggerne, men uten at behovet for disse boligene bestrides. Dagbladet posisjonerer seg altså her forskjellig i forhold til den økonomiske logikkens autonomi i boligomsetning og boligbygging, og viser en helt annen form for kritisk journalistikk og distanse til intervjuobjektene enn den åpenbare legitimeringen som var tilfelle i omtalen av boligprisutviklingen.

Oppsummering

Analysen har vist at avisene posisjonerer seg forskjellig i forhold til utspillet om billige utleieboliger.¹⁷⁰ I utgangspunktet blir det argumentert for forslaget ut fra både en økonomisk og sosial boliglogikk, avisenes vinklinger avhenger av deres posisjoner i boligjournalistikkens hovedstruktur mellom nære og distanserte relasjoner til det økonomiske felt. I etterkant avviser Dagbladet, som eneste avis, denne strategien ved å vektlegge det politiske feltets plikt til å både styre utbyggingsprosessen og sikre flere billige boliger på Sørenga. Dagbladets posisjonering bryter på denne måten med avisens posisjon i boligjournalistikkens hovedstruktur, men kan forstås på bakgrunn av dens egendefinerte rolle og historie som venstreradikal kulturavis. Arkitektur som estetisk felt har muligens en lengre tradisjon i avisen enn saker knyttet til

¹⁶⁹ Dagbladet 25.11.06, side 50-51.

¹⁷⁰ Aftenposten omtalte verken striden rundt utbyggingen i Bjørvika eller de konkrete planene for Sørenga. De eneste artiklene relatert til utbyggingen dreier seg om det nye trafikksystemet og senketunnelen i Bjørvika. Kategorien ”utbygging/regulering” utgjorde kun åtte prosent av Aftenpostens boligartikler i den kvantitative analysen som bygger på artikler i dette tidsrommet, men det er likevel litt overraskende at saken ikke blir omtalt med tanke på den oppmerksomheten den får i de andre avisene og dens tilknytning til operaen som gjør hele området av nasjonal interesse.

boligomsetning, bruddet kan i så fall markere at kulturjournalistikken har større autonomi og er viktigere for avisens posisjonering enn nyhets-/forbrukerjournalistikken som i større grad varierer med de kommersielle hensyn avisen til enhver tid velger å ta. Dagbladets skifting av posisjoner mellom de to saksområdene ”utbygging/regulering” og ”marked/omsetning” blir på denne måten et uttrykk for avisens identitetskrise og vanskeligheter med å finne sin plass i det journalistiske felt på grunn av problemer knyttet til avveiningen av journalistiske og kommersielle prioriteringer.

7.3 Spesielle boliger: salg av kommunale boliger

Kampen mellom det økonomiske feltets autonomi og det politiske feltets vilje til å gripe inn i dette, har forflyttet seg fra de sentrale delene av boligfeltet til de mer marginaliserte posisjoner som besittes av de med de aller største vanskelighetene på dagens boligmarked. Artikler hentet fra det kanskje fremste uttrykket for denne konflikten, salg av kommunale boliger, er her gjenstand for analyse.¹⁷¹

7.3.1 Husokkupasjon av Mor Go´hjertas vei 23

Aftenposten

3. oktober 2004 melder Aftenposten at 15 personer fra gruppen ”boligaksjonen 2004” har okkupert den ene halvdel av Bjølsen servicesenter i protest mot kommunens planer om å selge bygget. Dette markerer starten på det som skal ende med en av de største politiaksjonene mot husokkupanter i Oslo de seneste årene. Aftenposten følger saken gjennom vinteren 04/05 med flere oppslag om okkupasjonen og den politiske behandlingen av salget. Avisen lar begge parter komme til orde i deknningen og bedriver det som må kunne betegnes for en balansert journalistikk, men posisjonerer

¹⁷¹ Artikkelen fra denne delen av analysen er presentert i løst vedlegg 8-9.

seg på byrådetts side fra det punkt hvor salget vedtas (desember 2004).¹⁷² Selv ikke en anmeldelse av kommunen for slett vedlikehold og brannsikring av blokka medfører press for å stoppe salget. 13. april 2005 blir okkupantene kastet ut, Aftenposten dekker saken med ”Kastet ut fra Mor Go’hjerta – politiet slo til mot husokkupanter” som overskrift over et stort bilde av en okkupant som blir båret ut av tre politimenn. Representanter for politiet blir intervjuet om utkastelsen hvor nesten 100 politifolk deltok og som forløp uten større problemer, sett fra politiets side.

Aftenpostens siste artikkel om Mor Go’hjertas vei 23 dukker opp i boligbilaget 1. september 2005. Her skrives det at tiden med husokkupasjon er forbi, nå skal boligblokkene selges som nye designleiligheter til unge jenter.¹⁷³ Det fremheves at beliggenheten er fantastisk og at forbedringer nå endelig er i ferd med å skje etter at kommunen solgte blokka. Vekten på interiør og design gjentas til stadighet av både utbygger og journalist. Journalistene gjengir og forsterker utbyggernes utsagn gjennom setninger som ”... og vi har vektlagt interiør, sier Normannseth. Han har lite problemer med å overbevise oss om nettopp det” og ”det er satset på delikate kontraster, og baderommene er forsøkt matchet med de frodige parkarealene som omkranser bygget. På badene er det valgt beige fliser av stein – også fra Italia.” Denne artikkelen, den eneste i utvalget hentet fra Aftenpostens boligbilag, viser en glatt, overflatisk og uproblematiserende journalistikk som interiørjournalistikken, og Aftenpostens boligbilag i sær, er blitt kritisert for ved tidligere anledninger.¹⁷⁴

Dagsavisen

”Her kunne kommunen hatt muligheten til å skape noe helt nytt på tvers av generasjoner, så selger de boligen til private som helt sikkert skal bygge

¹⁷² Aftenposten 16.12.04, side 10.

¹⁷³ Aftenposten 01.09.05, boligbilag side 4.

¹⁷⁴ I en kronikk i Aftenposten etterlyser forskerne Inger-Lise Saglie, Lene Schmidt og Jon Guttu (alle NIBR) mer kritisk journalistikk i Aftenpostens boligbilag. De hevder at Aftenposten gjennom sine artikler ”fungerer som et ukritisk talerør for byggebransjen og meglerne” (Aftenposten 21.04.06, del 2 side 4: ”Kritisk blikk eller reklame?”).

designleiligheter. Kommunen burde skamme seg”.¹⁷⁵ Dette synet på designleiligheter skiller seg sterkt fra Aftenpostens interiørartikkel. I Aftenposten brukes ”designleiligheter” som symbol på den positive utviklingen etter at blokka ble solgt, mens det i Dagsavisen fremstår som selve uttrykket for en markedsstyrt boligsektor hvor kommunen legger til rette for bygging av dyre leiligheter mens det enda finnes folk med udekket boligbehov.

Dagsavisen dekker ikke saken før utkastelsen 13. april, men skillet mellom denne og Aftenposten blir veldig klart ettersom Dagsavisen posisjonerer seg på okkupantene og kritikernes side. Artikkelen går over en helside og illustreres av et stort bilde av en okkupant som selv har gått ut av blokka. Artikkelen har også flere mindre bilder av demonstrantene, deriblant ett hvor noen holder konsert utenfor blokka i forkant av utkastelsen. Avisen har intervjuet flere av okkupantene som sier at de ikke har tenkt til å gi seg, ”dette er en krenkelse av menneskerettigheter. Alle har rett på et sted å bo”.¹⁷⁶ Både forskere, Oslo Kommunale Leieboerforening og legitime beboere av blokka uttaler seg om urettferdigheten i denne utkastelsen, det fremheves hvor mye bra okkupantene har gjort for beboerne av blokka og at aksjonen viser et reelt underskudd på kommunale boliger i Oslo. Med tekst og bilder blir dermed forskjellene mellom Dagsavisen og Aftenposten veldig synlige. Det fremgår av Dagsavisens artikkel at en reokkupasjon allerede er planlagt, to dager senere slås denne opp med overskriften ”Tok blokka tilbake”.¹⁷⁷

Aften

Også Aften dekker okkupantenes tilbakevending til blokka. Både politiet, okkupantene og Boligbygg får uttale seg i artikkelen med overskriftene ”okkupert igjen i dag”/”okkupantene tilbake” som har en kritisk undertone til okkupantene.¹⁷⁸

¹⁷⁵ Dagsavisen 13.04.05, side 4.

¹⁷⁶ Dagsavisen 13.04.05, side 4.

¹⁷⁷ Dagsavisen 16.04.05, side 13.

¹⁷⁸ Skepsisen kommer til uttrykk blant annet i følgende avsnitt: ”Talsmann Birger Schroll, som oppgir å være dansk lege og tidligere helse-, miljø- og sikkerhetsrådgiver i Statoil, sier at det er et grovt lovbrudd da politiet satte ham og de 40 andre

Forskjellen mellom Aften og Dagsavisens posisjoneringer i denne saken kommer til uttrykk gjennom overskriftene. Aftens overskrift er passiv, det er blokka som er i fokus og okkupantene fremstår som et slags skadedyr som er tilbake. Dagsavisens overskrift fokuserer derimot på okkupantene, den er mer preget av håp og kamplyst. Aften posisjonering på kommunen og det offentlige side (fremfor beboerne) blir særlig tydelig når man sammenligner med avisens dekning av salget av Kvartal 6.¹⁷⁹

7.3.2 Salget av Kvartal 6

Aften

”Det kommunale Boligbygg KF blåser i protester fra bydelsutvalget og beboerne, og selger 188 kommunale leiligheter på Torshov. Prestene ber nå til Gud for leietagerne”.¹⁸⁰ Med dette posisjonerer Aften seg i forhold til salget av Kvartal 6 som kommunen vil selge til tross for at bydelsutvalget på Sagene går i mot. Avisen gjengir uttalelser fra prestene om at Boligbyggs håndtering av saken ”vitner om manglende menneskeverd”¹⁸¹ og beholder linjen med uttrykt støtte til beboerne gjennom hele dekningen av saken. Med overskrifter som ”Krever full stans i boligsalget”¹⁸², ”Føler seg lurt av kommunen – får likevel ikke kjøpe sine egne boliger”¹⁸³, ” – Har rett til å kjøpe boligene – Jusprofessor ber kommunen snu”¹⁸⁴ og ”Jubel i kvartal 6 – får

okkupantene på gaten tirsdag. – Men Boligbygg sier at alle som varslet at de var husløse ville få hotellrom? – Jo, men det er likevel ulovlig å kaste oss ut, sier Schroll, som selv flyttet inn på Rainbow Slottsparken Apartments sammen med fem andre på byggeiernes regning. (Nytt avsnitt) En *annen* talsperson for okkupantene, ...” (Aften 15.04.05, side 6 - mine uthevninger).

¹⁷⁹ Dagsavisen skriver ingen artikler om salget av Kvartal 6, det eneste som er av omtale er et par leserinnlegg fra beboerne mot salget, disse kunne like gjerne vært trykt i Aften. Denne unnfalldenheten skyldes sannsynligvis at Aften allerede hadde inntatt den posisjonen Dagsavisen kunne ønske seg å innta, den blir dermed et annet uttrykk for det relasjonelle aspektet ved feltene.

¹⁸⁰ Aften 09.02.06, side 16.

¹⁸¹ Aften 09.02.06, side 16.

¹⁸² Aften 04.04.06, side 11.

¹⁸³ Aften 03.10.06, side 7.

¹⁸⁴ Aften 05.10.06, side 13.

forkjøpsrett”¹⁸⁵ kjører Aften på mange måter saken for beboerne som ønsker muligheten til å kjøpe boligene selv.

I slutten av oktober 2006 har Aften en artikkelserie hvor det settes søkelys på boforholdene i tidligere kommunale leiegårder kjøpt av Leif B. Hesle, mannen som også har fått tilslag på Kvartal 6. Prostitusjon og rusmisbruk florerer og flere beboere uttaler seg om hvordan de opplever å bli presset ut av boligene sine. Aftens dekning får sitt høydepunkt når Hesle pågripes og siktes for hallikvirksomhet 1. november 2006, noe som medfører at Boligbygg stanser salget og i stedet ønsker å selge til beboerne. Byråd Merete Agerbak-Jensen bekrefter at Aftens avsløringer er medvirkende årsak til dette, men krever at beboerne skal betale summen Hesle fikk tilslag på (248 millioner) og ikke kommunens opprinnelige takst (220 millioner).¹⁸⁶ Aftens artikkel stiller seg kritisk også til dette og bekrefter avisens posisjon i opposisjon til den økonomiske logikkens autonomi i de mest utsatte delene av boligfeltet.

Aftens dekning av denne saken viser medienes evne til å påvirke virksomheten i andre samfunnsfelt. Avisen blir på mange måter beboernes redning ved å la de uttale seg kritisk til salget gjennom leserbrev og artikler, forfølge og fremheve tvilsomheter i den politiske saksbehandlingen og avsløre Hesle som kriminell. Ikke på noe punkt kommer kommunen eller Boligbyggs representanter til orde for å forsvare sine valg, deres uttalelser gjengis kun når de har blitt tvunget til å endre vedtak eller legge seg flate for kritikk. Aftens lojalitet ligger hos beboerne og deres *behov* for en sosial boligpolitikk, avisen viser med dette sin lojalitet overfor leserne som oppstår i kraft av dens rolle som lokalavis i Oslo.

¹⁸⁵ Aften 06.10.06, side 1.

¹⁸⁶ Aften 02.11.06, side 4.

Dagens Næringsliv

Mens det i Aften er beboernes situasjon som er grunnlaget for omtale, har salget av Kvartal 6 nyhetsverdi i Dagens Næringsliv på grunn av transaksjonens størrelse. 14. juni 2006 skriver Dagens Næringsliv "Oslo solgte et helt kvartal" over en dobbelside med bilde av Amund Alm, direktøren i Boligbygg, og flyfoto av kvartal 6.¹⁸⁷ Det fremgår av artikkelen at det er det største eiendomssalget Oslo kommune noensinne har gjennomført, prisen endte på 248 millioner. Dagens Næringsliv bruker statistikk fra NEF for å vurdere hvorvidt dette var en riktig pris, tallene viser at selv med 55 millioner til oppussing vil prisen per kvadratmeter ligge lavere enn andre boliger i området. Kjøperen, Leif B. Hesle, er tilfreds med dette og sier: "Jeg regner med at prisen ikke var urimelig, siden det var så mange som deltok i budrunden". Det fremgår av artikkelen at beboerne har 4 måneder til å benytte seg av forkjøpsretten og at ingen risikerer umiddelbar utkastelse som følge av salget. Hesle vil imidlertid ikke si noe om hvordan leieprisene vil bli i gården fremover.

Dagens Næringsliv skriver deretter ingenting om Kvartal 6 og beboernes kamp for retten til å kjøpe sine egne boliger før 5. mars 2007, da med overskriften "Gir rabatt på bygård" som indikerer at Boligbygg nå vil seksjonere bygget selv og selge til beboerne for 80 prosent av takst.¹⁸⁸ Aftens overskrift på den samme nyheten, "Får kjøpe egne leiligheter på billigsalg"¹⁸⁹, viser hvordan Dagens Næringsliv tar utgangspunkt i *selger* der Aften tar utgangspunkt i *beboerne*.

I et intervju med Amund Alm i forkant av salget av Kvartal 6 forsvarer han seg mot det han opplever som urettmessig kritikk av salget av kommunale leiegårder. Alm forteller at han har brukt lang tid på å gjøre den kommunale boligbedriften til en profesjonell markedsaktør og at man nå legger alle kommunale oppdrag ut på det

¹⁸⁷ Dagens Næringsliv 14.06.06, side 24-25.

¹⁸⁸ Dagens Næringsliv 05.03.07, side 21.

¹⁸⁹ Aften 05.03.07, side 8.

åpne markedet.¹⁹⁰ Mye av kritikken mot Oslo kommunes fremgangsmåte i salget av kommunale boliger er at de fremstår mer som en privat eiendomsinvestor enn en offentlig institusjon. Denne kritikken gjengis ikke i Dagens Næringsliv, men avisens dekning av salget av Kvartal 6 indikerer at beskrivelsen er berettiget. Intervjuene med Amund Alm og omtalen av Boligbygg skiller seg ikke fra omtalen av andre eiendomsinvestorer som Olav Thon eller Christian Ringes og de bedriftsøkonomiske argumentene disse legger til grunn for sin virksomhet. Dagens Næringslivs dekning er på denne måten med på å gi Boligbygg troverdighet som profesjonell markedsaktør, en posisjon Boligbygg gir uttrykk for at de gjerne vil innta.

Oppsummering

Dagens Næringsliv dekker hendelser fra den økonomiske logikkens ståsted, den har ikke behov for å rettferdiggjøre betingelsene/begrunnelsene for denne logikken og dens utbredelse, men forholder seg mer til dette som om det er slik det skal være. Salget av Kvartal 6 har derfor nyhetsinteresse for Dagens Næringsliv i kraft av å være en stor eiendomstransaksjon som innebærer både store pengesummer og et stort antall boliger. Gjennom vinkling og valg av kilder anlegger avisen et finansielt perspektiv på salget, noe som blant annet er synlig i vurderingene av hvorvidt kjøpet kan betraktes som godt eller dårlig ut fra prisen Hesle må betale. Striden rundt beboernes mulighet til å bruke forkjøpsretten omtales ikke, det spekuleres heller ikke i deres fremtidige skjebner hvis salget blir gjennomført. Variasjonen mellom Dagens Næringsliv og Aften blir på denne måten et motsetningsforhold mellom bygget som investeringsobjekt og bygget som bolig for beboerne. Dette blir blant annet synlig i oppslagene den 14. juni hvor Dagens Næringsliv slår gjennomføringen av salget stort opp, mens Aften kun gjengir dette i en notis.¹⁹¹ Det blir også klart uttrykt ved Dagens Næringslivs presentasjon av oppslagene under vignetten ”Næringseiendom”.

¹⁹⁰ Dagens Næringsliv 28.03.06, side 31.

¹⁹¹ Dagbladet omtaler verken salget av Kvartal 6 eller okkupasjonen på Torshov. Det at Dagens Næringsliv og Aftenposten dekker disse sakene er, på bakgrunn av at kategorien ”spesielle boliger” utgjorde kun to prosent for alle disse avisene, et sterkere brudd med funnene i den kvantitative analysen enn Dagbladets unnfalhet.

7.4 Oppsummering

Avisenes posisjoneringer avdekkes gjennom vinklingen og fremstillingen av forskjellige saksområder og aktører. Analysene i dette kapitlet har vist variasjoner mellom avisenes dekning av de samme hendelsene innenfor ulike deler av boligfeltet. Analysene har også vist en viss konsistens i denne variasjonen, den enkelte avis posisjonerer seg (stort sett) på samme måte i forhold til økonomisk og politisk logikk (boligjournalistikkens hovedstruktur) avhengig av styrken på dens relasjon til det økonomiske felt. Den kvalitative analysen har dermed gitt et svar på oppgavens andre problemstilling.

Dagbladet, Aftenposten og Dagens Næringslivs tette relasjoner til det økonomiske felt kommer til uttrykk på forskjellige måter i disse avisene. Dagens Næringslivs dekning kjennetegnes ved en posisjon innenfor den økonomiske logikken, denne blir avisens utgangspunkt for å vurdere og omtale hendelser. I Aftenposten og Dagbladet kommer de tette forbindelsene til uttrykk gjennom favorisering og legitimering av økonomiske aktører i omtalen av boligprisutviklingen. Det gjenfinnes altså på ny variasjon mellom avisene på den samme siden av hovedstrukturen; Dagbladet og Aftenposten ligner mer på hverandre enn Dagens Næringsliv. Det kan dermed se ut som det gir forskjellige boligjournalistiske utslag å være nært knyttet til det økonomiske felt gjennom henholdsvis direkte økonomiske interesser og ståsted innenfor dette.

På den andre siden av hovedstrukturen fremstår Dagsavisen som avisen i sterkest opposisjon til økonomisk logikk, dette uttrykkes gjennom åpenbar delegitimering av økonomiske ”eksperters” spådommer om prisutviklingen, fokusering på behovet for billige utleieboliger på Sørenga og støtten til husokkupantene ved utkastelsen av Mor Go’hjertas vei 23. Aften uttrykker det samme gjennom dekningen av Sørenga og Kvartal 6, i sistnevnte står den på beboernes side og spiller en avgjørende rolle i den politiske behandlingen av saken. Aften posisjonerer seg på denne måten i kraft av å være lokalavis i Oslo, noe som også kommer til direkte uttrykk i presentasjonen av boligprisutviklingen. Sett sammen med den kvantitative analysen kan det dermed se

ut til at disse to avisenes boligjournalistikk også henger sammen med henholdsvis relasjonen til det politiske felt (Dagsavisen) og lojaliteten til leserne/befolkningen (Aften).

Et særlig interessant funn i denne analysen er Dagbladets skifting av posisjon mellom ulike boligjournalistiske saksområder. Av analysen kan det synes som kulturjournalistikken har en sterkere autonomi og mer sentral plass i Dagbladets selvbilde, mens nyhetsjournalistikken i større grad kan synes som et resultat av kommersielle prioriteringer. Et interessant moment ved dette er Dagbladets andel i ”arkitektur/trender” fra den kvantitative analysen. Sakene i denne kategorien, som utgjorde nesten 30 prosent av avisens oppslag, var nesten utelukkende hentet fra søndagsbilaget; de hadde med andre ord sterkere preg av forbruker-/livsstilsjournalistikk enn kulturjournalistikk. Identifiseringen av kulturjournalistikken og arkitektur som et viktig område i Dagbladet gjenfinnes dermed ikke i prioriteringen av dette saksområdet.

8. Avslutning

De to siste kapitlene har undersøkt og besvart oppgavens to første problemstillinger. Dette kapitlet skal innledningsvis besvare den tredje; *hvordan sammenfaller variasjon i boligjournalistikken med dagens strukturer i boligfeltet og den norske medieorden?* Besvarelse av dette krever en oppsummering av denne oppgavens feltteoretiske analyser av bolig- og mediefeltet og innholdsanalyser av avisenes boligjournalistikk.

De feltteoretiske analysene viste at det er kamp om innflytelse i feltene mellom politisk og økonomisk logikk, og at disses respektive dominans og makt varierer mellom ulike deler av henholdsvis bolig- og mediefeltet. Samtidig viste analysene at det økonomiske felt generelt har oppnådd en betydelig styrking av sin posisjon gjennom de siste 30 årene, det kan dermed antas å strukturere virksomheten innenfor andre felt på en sterkere måte enn tidligere. Denne innsikten dannet grunnlaget for konstruksjonen av boligjournalistikkens hovedstruktur mellom nære og distanserte relasjoner til det økonomiske felt, målet med denne var å undersøke hvordan den økonomiske struktureringen gir utslag i boligjournalistikken.

Den kvantitative innholdsanalysen avdekket for det første variasjon i avisenes prioritering av ulike saksområder i boligjournalistikken. For det andre avdekket analysen at disse variasjonene følger strukturer som skapes av avisenes relasjoner til det økonomiske felt. For det tredje viste den kvantitative analysen at tette relasjoner til det økonomiske felt fører til at Dagbladet, Aftenposten og Dagens Næringsliv leder fokuset vekk fra områder av boligfeltet under det politiske feltets innflytelse og mot de områder av feltet hvor den økonomiske logikken står sterkest. Samtidig har avisene med mer distanserte relasjoner til det økonomiske felt, Dagsavisen og Aften, sterkere dekning av de mer marginaliserte områdene av boligfeltet, sterkere orientering mot det politiske i boligfeltet og sterkere innslag av uavhengige kilder i boligjournalistikken. Den kvantitative analysen sier imidlertid lite om hvordan

avisenes dekning henger sammen med boligjournalistikkens hovedstruktur utover hvilke saksområder som prioriteres.

Den kvalitative innholdsanalysen gikk derfor videre inn i dette, og avdekket for det første strukturert variasjon i avisenes dekning av beslektede boligjournalistiske hendelser. For det andre viste analysen at variasjonene er vedvarende på tvers av ulike boligjournalistiske saksområder og følger strukturene som dannes av avisenes nærhet og distanse til det økonomiske felt. For det tredje viste den kvalitative analysen at nære relasjoner til det økonomiske felt er koblet til posisjonering i økonomisk logikk i dekningen av saker, dette kommer til uttrykk både gjennom legitimering av økonomiske aktører, legitimering av økonomisk logikk og et manglende fokus på det politiske feltets behovslogikk. Samtidig viste analysen at avisene med mer distanse til det økonomiske feltets logikker og aktører posisjonerer seg i opposisjon til disse gjennom dekningen av de samme hendelsene. Dette kommer til uttrykk gjennom delegitimering av økonomiske aktører og det økonomiske feltets virkemåte, spesielt i Dagsavisen, men også i Dagbladet på det arkitektoniske området. Dagbladets posisjonering i denne saken antyder at boligjournalistikkens hovedstruktur også kan gjenfinnes internt i Dagbladet mellom saksområder med nære (nyhetsjournalistikken) og distanserte (kulturjournalistikken) relasjoner til det økonomiske felt.

De to innholdsanalysene i felleskap viser altså at de fem avisenes prioritering og omtale av ulike saksområder (der det er store variasjoner mellom disse) sammenfaller med begge disses posisjoner i forhold til boligjournalistikkens hovedstruktur. Denne posisjoneringen er i de fleste tilfeller, men ikke alle, på linje med de dominerende logikkene i de respektive delene av feltet, forstått som at mye oppmerksomhet mot et saksområde dominert av den økonomiske logikken (f.eks. ”marked/omsetning”) vil innebære posisjonering i denne, mens mye dekning av et saksområde hvor den politiske logikken fortsatt står sterkt (f.eks. ”spesielle boliger”), innebærer posisjonering i denne. Det ser med andre ord ut til å være et *strukturert sammenfall mellom avisenes posisjoner og dekningen av saker*. En viktig innsikt som følger av dette er at prioriteringene og posisjoneringene i stor grad ser ut til å avhenge av

avisenes relasjoner til det økonomiske felt, dette viser hvordan mediene struktureres samtidig som de selv bidrar til struktureringen av samfunnet.

8.1 Drøfting av funn

På bakgrunn av disse funnene er det tre forhold som blir særlig interessante i en drøfting. For det første, hva medfører et slikt mønster i avisenes posisjoneringer for de ulike logikkene, og aktørene som posisjonerer seg i disse, muligheter til å dominere boligfeltets kamper? For det andre, og så nært forbundet med forrige spørsmål at de to vil bli besvart synkront, hva blir konsekvensene av slike strukturelle relasjoner i boligfeltet? Og for det tredje, hva medfører relasjonene til det økonomiske felt for det journalistiske feltets autonomi?

Bjerke og Dyb avdekket en økonomisering av enkelte avisers boligjournalistikk i perioden 1984-2003. Mine analyser støtter dette, men viser samtidig at det er variasjon i den norske boligjournalistikken; økonomiseringen kan dermed ikke sies å være en generell boligjournalistisk trend som har gitt like utslag i hele mediefeltet. En drøfting av hvordan endringer i det journalistiske felt påvirker boligfeltets kamper må derfor se nærmere på hvilke posisjoner i den norske medieorden som besittes av de avisene hvor denne økonomiseringen, forstått som både prioritering av økonomiske nyheter og posisjonering i den økonomiske logikken, kan sies å ha skjedd.

I følge Slaatta fungerer store annonseinntekter og høye opplagstall som dominerende posisjoneringsprinsipper i en økonomisk dominert medieorden (2003: 112, 165). Det er i aviser med disse kjennetegnene at økonomiseringen av boligjournalistikken i fremste rekke har funnet sted. Dette medfører at det er de dominerende avisene som fronter det økonomiske feltets utbredelse og dominans i boligfeltet. Dagsavisen og Aften, avisene hvor opposisjonen mot denne feltilstanden kommer sterkest til uttrykk, innehar mer marginaliserte posisjoner i medieordenen og genererer dermed mindre symbolsk kapital enn de dominerende avisene. Aftens dekning av salget av Kvartal 6 viser likevel at en marginalisert posisjon ikke innebærer at man er uten påvirkningsmuligheter i enkeltsaker, men som generell dagsordensetter og arena for

akkumulasjon av symbolsk kapital ligger det større makt hos de dominerende avisene i kraft av deres posisjon som meningsbærende for en større del av befolkningen. Det økonomiske feltets strukturering av mediefeltet gjør de ulike mediene likere hverandre, og i denne prosessen er det mediene i dominerende posisjoner som setter premissene for journalistikkens utvikling. Dette representerer en stor utfordring for det journalistiske feltets autonomi og mulighet til å skape kritisk/mangfoldig boligjournalistikk. I kapittel 2 ble det skrevet at et av målene med det felteoretiske perspektivet var å synliggjøre noen premisser for avisenes posisjoner i det journalistiske felt, for derigjennom å kunne belyse deler av grunnlaget for den symbolske kapitalen som tildeles enkelte aktører gjennom boligjournalistikken. Oppgavens analyser tilsier at nære relasjoner til det økonomiske felt gir dominerende posisjoner i det journalistiske felt¹⁹² og medfører en boligjournalistikk som støtter opp om den økonomiske logikkens utbredelse i boligfeltet. Den norske medieorden virker med andre ord som en forsterkning og segmentering av boligfeltets maktstrukturer.

For Husbanken, som er det politiske feltets fremste virkemiddel i boligpolitikken, representerer dette store utfordringer i forhold til muligheten for å oppnå egne målsetninger. Dette forsterkes av utviklingen på boligfeltet (jfr. kapittel 3) som har gjort Husbankens tidligere krav til anbefalinger for markedsaktørene i boligbyggingen. Avisenes beskjedne dekning av ”miljø/boligkvalitet”, som representerer et av Husbankens hovedsatsningsområder, er både et uttrykk for og resultat av det politiske feltets manglende evne til å sette dagsorden i boligfeltet og boligjournalistikken.

Med et generelt sterkt fokus på miljøproblematikken i samfunnet er det svært relevant å se nærmere på hvordan moderne boligbygging kan bli mer miljøvennlig og redusere utslipp av klimagasser gjennom blant annet lavenergiboliger. En ny rapport fra NIBR viser imidlertid at miljøvernorganisasjoner og miljøhensyn generelt har liten

¹⁹² Et poeng som behandles av Hovden (2001: 109) når han påpeker at tildelingen av SKUP-prisen for gravende journalistikk, den journalistiske prisen det knyttes størst prestisje til i det norske journalistiske felt og som dermed akkumulerer mest journalistisk kapital for den vinnende journalist og avis, domineres av de store Oslo-avisene og regionsavisene som har økonomiske midler til å holde seg med egne ”graveavdelinger”. På denne måten tildekkes de økonomiske forutsetningene for maktforholdene i feltet ved at rike aviser blir ”viktige” og ”dominerende” aviser.

innflytelse på boligprosjekter rundt om i landet, hensynet til utbyggerne og profitt går foran hensynet til miljøet.¹⁹³ Under slike forhold er det helt avgjørende at man har en fleksibel medieorden for at det skal settes søkelys på det problematiske ved slike prioriteringer. Markedets makt over det norske boligfeltet trenger medieaktører som kan belyse de uheldige virkningene av en slik feltilstand.

Fokuseringen på økonomiske spørsmål i boligjournalistikken har kommet som en konsekvens av økt behov for økonomisk informasjon i en deregulert boligomsetning. Samtidig har det inntruffet som en konsekvens av at avisene inngår i tettere relasjoner med økonomiske felt. Boligjournalistikken ser med dette ut til å befinne seg nærmere makten i medieorden (indikeres av boligjournalistikken plassering i figur 1), dette gir overfokusering på økonomiske aspekter til fordel for politiske/sosiale spørsmål.

Dagens Næringslivs artikler om salg av kommunale boliger fremstiller det kommunale Boligbygg som en profesjonell markedsaktør. Det borgerlige byrådet i Oslo får på denne måten symbolsk valuta for pengene gjennom Dagens Næringslivs legitimering av det offentliges rolle som ”vanlig markedsaktør”. Den lite problematiserende journalistikken og underliggende legitimeringen muliggjør dermed fortsatt oppslutning om høyresidens markedsstyrte (bolig)politikk.

Dagbladet og Aftenposten, de to avisene med de mest bevisste fremstøtene mot boligannonsemarkedet, har høyest andel interiørrelaterte saker i boligjournalistikken. Gjennom dette blir boligjournalistikken nært knyttet til det som betegnes for livsstilsjournalistikk, en voksende genre i det norske mediefeltet som i fremste rekke kjennetegnes ved en form for uproblematiserende journalistikk spesielt egnet til å tiltrekke annonsører. Fremveksten av livsstilsjournalistikk kan sees i sammenheng med avisenes magasinsatsning (jfr. Severinsen 2005), noe som gjenfinnes i Dagbladet og Aftenpostens artikler om interiør som i første rekke stammer fra Aftenpostens boligbilag på lørdager og Dagbladets søndagsmagasin. Disse avisenes nære relasjoner til det økonomiske felt fører dermed til at boligjournalistikken fører fokuset vekk fra

¹⁹³ Se f.eks. Dagsavisen 05.02.08, side 5: ”Miljøforkjempere blir oversett i byggesaker” eller

de problematiske og politiske områdene av boligfeltet og mot de ufarlige og ”populære” delene av feltet. På denne måten legges det til rette for annonsører og økonomisk logikk.¹⁹⁴

Med det dominerende eierperspektivet i boligjournalistikken blir det også en utfordring å få belyst situasjonen for unge førstegangsetablerere som skal inn på boligmarkedet. Ved sterkere prisstigning blir konflikten mellom de som står innenfor og utenfor mer prekær, for at det skal legges mer til rette for de utenfor boligmarkedet er det viktig at man har en differensiert medieorden hvor også de mer marginalisertes posisjon blir belyst.

Avisenes interesse for boligprisene har økt kraftig under arbeidet med denne oppgaven. Professor i journalistikk, Rune Ottosen, mener denne økningen blant annet må forstås som et resultat av bevisste strategier fra aktører med økonomiske interesser i boligomsetning.¹⁹⁵ Med bakgrunn i avisenes annonseinntekter knyttet til boligomsetning er det et diskusjonsspørsmål hvorvidt også disse kan karakteriseres som dette. Et viktigere poeng i forhold til dette er imidlertid at boligmarkedet er blitt mer urolig. Omsetningshastigheten reduseres, tilbudet av boliger øker, nyboligsalget stagnerer og prisene har begynt å falle. Avisene spekulerer nå i om dette kan være begynnelsen på det lenge omtalte ”boligkraket”, det knyttes særlig stor usikkerhet til utviklingen på det amerikanske boligmarkedet og dettes betydning for de norske boligprisene. Boligkraket 88-92 trekkes frem som den verst tenkelige utgangen og eierperspektivet i journalistikken blir igjen veldig tydelig.

Av denne oppgavens analyser kan det avledes at avisenes dekning av boligprisene i mange tilfeller gjør det vanskeligere for leseren å orientere seg, senest eksemplifisert med dekningen av prisutviklingen for 2007 hvor NEFs statistikk viser at prisene steg

¹⁹⁴ Boligbilagets vekselvise vektlegging av ”marked/omsetning” og ”arkitektur/trender” blir i så måte et godt uttrykk for Aftenpostens ”økonomiserte” boligjournalistikk.

¹⁹⁵ Fra juni til september 2007 økte antall artikler i norske aviser med ordet ”boligprisene” fra 450 til rundt 1200 i måneden (e24.no 08.10.07: ”Bolighysteri i media”, <http://e24.no/medier-og-reklame/medier/article2005699.ece#VG>) (lesedato 10.10.07).

med 11 prosent, mens Petter Batta i Huseiernes Landsforbund mener at boligprisene har falt fem prosent.¹⁹⁶ Begge har ”rett”, det er aktørenes forskjellige agendaer, for Battas del sett i lys av spådommen han kom med året i forveien, som gir sprikende utviklingskurver. En slik uoversiktlig situasjon medfører større usikkerhet for den enkelte, økonomiske eksperter peker på denne usikkerheten som en av årsakene til at boligmarkedet nå stopper opp; folk vil avvente utviklingen før de tar opp store lån. På rene finansielle markeder fører økt usikkerhet til reduserte priser, men på boligmarkedet er det vanlige folk, med ulike forutsetninger i forhold til økonomisk innsikt og kapital, som spiller rollen som finansiell investor. Dette, sammen med det evige behovet for én bolig, gjør det uvisst hvorvidt usikkerheten får tilsvarende utslag i boligprisene, kanskje heller tvert om.¹⁹⁷

Mens enkelte betegner boligmarkedet som et psykologisk marked, mener andre at det er ”100 prosent rentesensitivt”.¹⁹⁸ Det er med andre ord uklart både hva som påvirker boligmarkedets utvikling og hvordan en bestemt type journalistikk vil kunne bidra til denne. Aviser med eller uten økonomiske interesser i boligmarkedet (gjennom annonser) har følgelig små muligheter til å skrive prisutviklingen opp eller ned i tråd med egne interesser. Den kvantitative analysen viste forøvrig at avisenes dekning av boligprisenes utvikling og synet på høyere boligpriser stort sett var nøytralt og balansert. Det var dessuten for små variasjoner mellom avisene til at noen klare posisjoneringer eller agendaer i forhold til dette ble synlige. Oppgavens funn tilsier heller derfor at avisene *ikke* prøver å påvirke boligprisene i noen spesiell retning avhengig av deres egeninteresse i dette, men viser samtidig at enkelte avisers vinkling, kilder og ordvalg i deknningen av boligomsetningen er sammenfallende med avisenes posisjoner og relasjoner til det økonomiske felt. Boligstoffets økonomiske betydning for disse avisene, gjennom både annonser og popularitet hos leserne, gjør

¹⁹⁶ Dagsavisen 03.01.08, side 8: ”Bransjen tror på prisvekst”.

¹⁹⁷ Se f.eks. Moe, Jens Ultveit (2007): ”Sprekker boligboblen?” I: Aftenposten 02.11.07, del 3 side 6.

¹⁹⁸ Dagbladet 03.01.06, side 20-21.

at disse avisene betrakter bolig ut fra et økonomisk perspektiv, de er dermed på å redusere boligspørsmål til økonomiske spørsmål.

Eiendomsmeidlerne er en aktørgruppe som er tjent med en slik boligjournalstikk. Dette hindrer likevel ikke at bransjen står overfor store utfordringer i tiden som kommer. Ved innføringen av fri konkurranse i meglerbransjen på begynnelsen av 90-tallet kom det stadige innlegg i *Eiendomsmeidleren* hvor det ble hevdet at inntjeningen var blitt for dårlig, man ønsket en generell tredobling av provisjonssatsene. I stedet har man de siste 15 årene hatt en tredobling av boligprisene, noe som har gitt meglerlønninger på (for bransjen selv) ønsket nivå. Utsiktene til raske penger, som nok kan anses som en av hovedårsakene for tilstrømmingen til bransjen, vil være langt dårligere ved et boligprisfall. Samtidig har man de siste årene hatt et enormt antall nyetableringer, noe som har ført til at det i den siste tiden har kommet flere avisoppslag om den harde konkurransen som allerede begynner å skape økonomiske problemer for flere foretak. Under forrige boligkrakk sluttet over en tredjedel av eiendomsmeidlerbransjen i løpet av 4 år, nå er situasjonen annerledes ettersom langt flere har investert i en fremtid i bransjen gjennom utdanning. Dette, sammen med innføringen av ny eiendomsmeidlerlov, gjør det spennende å følge eiendomsmeidlerbransjens utvikling i årene fremover.

Enkelte avisers inntekter fra boligannonser medfører et gjensidig avhengighetsforhold mellom disse og eiendomsmeidlerbransjen. Nære relasjoner til aktører fra det økonomiske felt fører til ulike former for legitimering av den økonomiske logikkens virkemåte i boligfeltet. Eiendomsmeidlerne er på sin side avhengig av bred annonsering for å oppnå høyest mulig pris, annonseringen gir dessuten meidlerne betydelig egenreklame gjennom eksponering av bedriftens logo og meiders navn. Den nye eiendomsmeidlerloven som trådte i kraft 1. januar 2008 tar imidlertid sikte på å sikre eiendomsmeidlerens posisjon som uavhengig mellommann. I dette ligger det bestemmelser om at eiendomsmeidlerforetak ikke lenger kan kjøpe annonseplass for sine kunder i avisene, dette må nå gjøres av den enkelte boligselger. Eiendomsmeidlerne mener dette innebærer at det vil bli dyrere for kundene ettersom man nå må forhandle én og én med avisene. Med bakgrunn i at Internett, og især

Finn.no, er blitt ledende annonsekanal, blir akkurat denne utviklingen spennende å følge. Et scenario er at annonseringen i avisene reduseres når det legges restriksjoner på de formelle relasjonene til eiendomsmeglerne. For enkelte aviser vil en slik utvikling innebære store utfordringer, avisene må i så fall finne nye måter å tiltrekke seg disse annonsørene på. Et sentralt spørsmål i så måte er hva dette vil innebære for det redaksjonelle innholdet.

Dette leder oss over til det tredje spørsmålet, hva relasjonene til det økonomiske felt innebærer for det journalistiske feltets autonomi. Analysene i denne oppgaven viser at avisenes relasjoner til det økonomiske felt henger sammen med den journalistiske dekningen av det økonomiske felt, på samme måte som avisenes relasjoner til det politiske felt hang sammen med dekningen av dette. Partipressesystemet ble avskaffet fordi tette relasjoner mellom det politiske og journalistiske felt ikke kunne forenes med avisenes rolle som maktkritisk organ. Gjennom de feltteoretiske analysene i denne oppgaven er det blitt lagt vekt på det økonomiske feltets styrkning av posisjon over de siste 30 årene, dette har skjedd i den grad at det nå kan sies å dominere samfunnsutviklingen på tilsvarende måte som det politiske felt gjorde de 30 foregående årene. Hvis man opphevet partipressen fordi avisene ikke sto fritt til å dekke det politiske felt, hva skal man da gjøre med en norsk medieorden hvor avisene inngår i tette relasjoner til det økonomiske felt?

Annonsørenes økonomiske makt gir en betydelig potensiell innflytelse på journalistikken. Det er ikke dermed sagt at avisene opplever dette som et direkte press, ei heller at det faktisk er det. Medienes makt i forhold til annonsørene, i tillegg til den symbolske makten som ligger i det redaksjonelle produktet, ligger i dens monopol på muligheten til å nå store deler av befolkningen, annonsørene er med andre ord avhengig av mediet som annonsekanal for å nå ut til sine potensielle kunder. På denne måten øver de to makt på hverandre, vel vitende om at tilfanget av substitutter avgjør den enkeltes innflytelse i relasjonen. Det virker imidlertid åpenlyst at når store deler av inntekten til en avis stammer fra samme aktør (som under partipressesystemet) eller fra bestemte segmenter av det økonomiske felt (som boligfeltet) vil det være i avisens interesse å stille seg slik at man ikke risikerer å

miste denne inntektskilden. En slik tilpasning fra avisens side må nødvendigvis innebære redaksjonelle prioriteringer ettersom det tross alt (enn så lenge) er dette som er avisens eksistensberettigelse.

Høsten 2007 mistet Bladet Tromsø en annonseringsavtale med et meglerforetak etter at avisen trykket en artikkel om en av deres meglere. I forkant av oppslaget hadde meglerforetaket truet med å kansellere avtalen verdt rundt 4 millioner om artikkelen ble trykket. Redaktørens beskrivelse av dette som en enestående hendelse etter nesten 40 år i pressen indikerer at slikt direkte press fra annonsører er sjelden kost i den norske medieorden.¹⁹⁹ Det viser også avisenes vilje og evne til å la den journalistiske integriteten gå foran annonsørers ønsker og press når slikt først forekommer. Men det viser også hvilket press som kan legges på avisredaksjoner fra store annonsører, det er ikke gitt at alle redaksjoner følger Bladet Tromsøs eksempel i lignende situasjoner. I så fall representerer relasjonene mellom det journalistiske og økonomiske felt betydelige utfordringer for det journalistiske feltets autonomi, noe som i neste omgang vil få konsekvenser for kampene mellom økonomisk og kulturell/politisk logikk i andre samfunnsfelt. Det er viktig at det økonomiske feltets dominans over samfunnsutviklingen ikke fører til en ensretting av mediene, også i forhold til mulige endringer i boligmarkedet som kan tvinge frem behovet for mer politisk involvering i den generelle boligomsetningen:

” (...) dersom forholdet mellom stat og marked igjen skulle dukke opp som en konfliktdimensjon i norsk og europeisk politikk, er det viktig at medieordenen er tilstrekkelig fleksibel og kompleks til at et mangfold av ytringer kommer frem” (Slaatta 2003: 241).

8.2 Videre forskning

Som nevnt underveis i oppgaven ville det vært interessant å gjennomføre en mer omfattende analyse av boligjournalistikkens posisjon i den norske medieorden. En

¹⁹⁹ NRK Troms (http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/troms_og_finnmark/1.3653570) (lesedato 04.01.08).

slik analyse kunne f.eks. anlagt en mer endringsfokusert problemstilling og i større grad gått inn i de ulike avishusene for en analyse av samspillet mellom redaksjon og markedsavdeling.

Av oppgavens funn virker brytningen i Dagbladet særlig interessant for en videre analyse. Her kunne man gått nærmere inn i avisens kamp for å finne sin plass i det norske medielandskapet, både markedsmessig og redaksjonelt, og hvordan dette kan spores på ulike måter i de ulike stoffområdene i avisen. I dette kunne man også sett om man fant endringer i Dagbladets boligjournalistikk nå som satsningen mot boligannonsemarkedet er lagt på is.

Kombinasjonen av Jan Fredrik Hovdens feltkonstruksjon av det norske journalistiske felt og Tore Slaattas analyser i "Den norske medieorden" vil til sammen utgjøre et solid utgangspunkt for mer omfattende bourdieuinspirerte analyser av det norske mediefeltets rolle i samfunnet i årene som kommer. Denne oppgaven har vist at en feltteoretisk tilnærming til medienes rolle i samfunnet kan avdekke interessante sammenhenger, det må dermed sies å kunne være grunnlag for en videre utforskning av det journalistiske feltets relasjoner til andre samfunnsfelt ved hjelp av Bourdieus teorier og begrep. Oppgavens funn tilsier at relasjoner mellom det journalistiske og økonomisk spesialiserte felt er særlig interessant i så måte.²⁰⁰

²⁰⁰ På bakgrunn av ekspansjonen av økonomisk logikk innenfor idrettens verden kan det være spennende å gjennomføre et studie av sportsjournalistikken utvikling hvor den økonomiske logikken helt åpenbart har fått større gjennomslag de siste 15 årene.

Litteraturliste

- Andersen, Rune (2007): *På begge side. Glimt fra Norges Eiendomsmeglerforbunds første 75 år, 1932-2007*. Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbund
- Andreassen, Tor Wallin (1992): "Får eiendomsmeglerne lønn som fortjent?" I *Eiendomsmegleren*, mai 1992, 54. Årgang, s. 37-40
- Annaniassen, Erling (1991): *Hvor Nr. 13 ikke er.. Boligsamvirkets historie i Norge. Bind 1*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag
- Annaniassen, Erling (1996): *Nå bygger vi den nye tid. Boligsamvirkets historie i Norge. Bind 2*. Oslo: Exil Forlag
- Annaniassen, Erling m.fl (1996): *Tidene skifter. Boligsamvirkets historie i Norge. Bind 3*. Oslo: Exil Forlag
- Bachke, Nina (2003): *Fra en generell til en selektiv boligpolitikk? En analyse av den statlige boligpolitikk gjennom Husbanken på 1990-tallet*. Hovedoppgave ved Institutt for statsvitenskap, Universitetet i Oslo
- Benson, Rodney (1999): "Field theory in a comparative context: a new paradigm for media studies." I: *Theory and Society*, vol. 28, nr. 3, s. 463-498
- Benson, Rodney og Erik Neveu (red.) (2005): *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge: Polity Press
- Berg, Bruce L. (1989): *Qualitative research methods for the sociale sciences*. Boston: Allyn and Bacon
- Bjerke, Paul og Evelyn Dyb (2005): *Bolig, rente og risiko – Om pressens dekning av boligsektoren*. Arbeidsrapport nr. 179. Volda
- Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction. A social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard University Press
- Bourdieu, Pierre (1990): *The logic of practice*. Cambridge: Polity Press
- Bourdieu, Pierre og Loïc J. D. Waquant (1993): *Den kritiske ettertanke*. Oslo: Det Norske Samlaget
- Bourdieu, Pierre (1993): *The field of cultural production*. Cambridge: Polity Press
- Bourdieu, Pierre (1995): *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo: Pax Forlag
- Bourdieu, Pierre (1996a): *The rules of art. Genesis and structure of the literary field*. Cambridge: Polity Press
- Bourdieu, Pierre (1996b): *Symbolsk makt*. Oslo: Pax Forlag

-
- Bourdieu, Pierre (1998): *Om fjernsynet*. Oslo: Pax Forlag
- Bourdieu, Pierre (2005a): *The social structures of the economy*. Cambridge: Polity Press
- Bourdieu, Pierre (2005b): "The political field, the social science field, and the journalistic field." I: *Bourdieu and the journalistic field*. Rodney Benson og Erik Neveu (red.) Cambridge: Polity Press
- Brantenberg, Tore (1996): *Sosial boligbygging i Norge 1740-1990. Fra arbeiderbolig til husbankhus*. Oslo: Ad notam Gyldendal/Den Norske Stats Husbank
- Eiendomsmegleren, Organ for Norges Eiendomsmeglerforbund*. Årgang 1-68 (1938-2006), Oslo: Norges Eiendomsmeglerforbud
- Gulbrandsen, Lars og Torgersen, Ulf (1981): "Rusling i et minefelt." I: *Kontrast* 6/81, s. 6-21
- Gulbrandsen, Lars (1989): *Boligomsetning under nye rammebetingelser*. Notat 89:6, Oslo: Institutt for sosialforskning
- Gulbrandsen, Lars (2001): "Marked i endring." I: *Eiendomsmegleren*, nr. 9 2001, 63. årgang, s. 7-8
- Gulbrandsen, Lars (2004): "Bolig, boforhold og levekår." I: *Bolig og levekår i Norge 2004. En artikkelsamling*. Lars Gulbrandsen (red.). Rapport 3/06, Oslo: Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring
- Holm, Erling Dokk (2004): *Fra Gud til Gucci. Et essay om makt*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Hansen, Thorbjørn og Jon Guttu (2000): *Oslo kommunes boligpolitikk 1960-1989. Fra storskalabygging til frislepp*. Oslo: Norsk institutt for by- og regionsforskning
- Hansen, Thorbjørn (2005): *Mål og normer i boligpolitikken. Oversikt og utviklingstrekk*. Oslo: Byggforsknotat 80
- Hovden, Jan Fredrik (2001): "Etter alle journalistikkens reglar.. Skisse til en studie av det norske journalistiske feltet." I: *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Martin Eide (red.). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag
- Kavli, Bettina (2005): "Forsiden som salgspakat – valg av hovedoppslag i nye Dagbladet." I: *Sosiologisk årbok*, Årgang 2005, 2. utgave, s. 97-118
- Kili, Terje og Jon Skeie (1998): *Pionér i 50 år. USBL fra selvbygging til økologi. 1948-1998*. Oslo: Boligbyggelaget USBL
- Kontrast. Tidsskrift for politikk, kultur, kritikk*. nr. 4, 1973: "Bo og leve" og nr. 6, 1981: "Boligpolitikk". Oslo: Pax Forlag
- Marchetti, Dominique (2005): "Subfields of specialized journalism." I: *Bourdieu and the journalistic field*. Rodney Benson og Erik Neveu (red.) Cambridge: Polity Press

-
- Mevatne, Nils Olav (2004): *Hva påvirker folks tillit til boligmeglerne? En studie av kjøpere og selgeres tillit til meglerbransjen og meglerforetakene*. Hovedoppgave i sosiologi ved Sosiologisk institutt, våren 2004, Universitetet i Bergen
- Nørve, Siri, Karine Denizou og Wibeke Knudsen (2006): *På veg mot universelt utformede boliger? Utviklingen belyst fra tilbudssiden i boligmarkedet*. Prosjektrapport 408, Oslo: Byggforsk
- Ottosen, Rune (2004): *I journalistikkens grenseland. Journalistrollen mellom marked og idealer*. Kristiansand: IJ-forlaget
- Pressepolitikk ved et tusenårsskifte*. Oslo: Statens forvaltningstjeneste, 2000. (Norges offentlige utredninger, NOU 2000:15)
- Reiersen, Elsa, og Elisabeth Thue (1996): *De tusen hjem. Den norske stats husbank 1946-96*. Oslo: Ad notam Gyldendal/Den Norske Stats Husbank
- Severinsen, Johanne (2005): *Merverdier – Bilagssatsinger i Dagbladet, Dagsavisen, Stavanger Aftenblad og Dagens Næringsliv i 2003 og 2004*. Hovedoppgave ved Institutt for medier og kommunikasjon, høsten 2005. Universitetet i Oslo
- Skeie, Jon (2004): "Boligsektoren og den nyliberale vendingen." I: *Nytt Norsk Tidsskrift*. Årgang 2004, nr. 03-04, s. 320-335
- Slaatta, Tore (1999): *Medier, makt og demokrati. Et posisjonspapir for Makt- og demokratiutredningen*. Oslo: Makt- og demokratiutredningen 1998-2003, nr. 6, 1999
- Slaatta, Tore (2002): "Med Bourdieu som utgangspunkt: Mediernes makt." I: *Sosiologi i dag*, Årgang 32, nr. 1-2/2002, s.93-126
- Slaatta, Tore (2003): *Den norske medieorden. Posisjoner og privilegier*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag
- Spurkeland, Einar, Svein Brurås, Rune Ottosen og Erling Holden (2004): *Rødt lys for biljournalistikk*. Kristiansand: IJ-forlaget
- St.meld. nr. 12 (1981-1982): *Om boligpolitikk*
- St.meld. nr. 34 (1988-1989): *Boligpolitikk for 90-årene*
- St.meld. nr. 23 (2003-2004): *Om boligpolitikken*
- Sørvoll, Jardar (2007): *Arbeiderpartiet og reguleringen av boligomsetningen 1970-1989. Fra totalreguleringsambisjoner til markedsstyring*. Masteroppgave i historie ved Institutt for arkeologi, konservering og historiske studier, høsten 2007. Universitetet i Oslo
- Tidsskrift for arbeiderbevegelsens historie*. nr. 2, 1983: "Boligpolitikk og boforhold." Oslo: Pax Forlag
- Thagaard, Tove (1998): *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget

Wiederberg, Karin (2005): *Historien om et kvalitativt forskningsprosjekt. En alternativ lærebok*. Oslo: Universitetsforlaget

Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen (2002): *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget

Alle kilder som er brukt i denne oppgaven er oppgitt.

Antall ord: 38.300

Vedlegg: Artikler fra kvalitativ innholdsanalyse

Avis / Kategori	Dato	Side	Tittel
Aften			
Prisstatistikk	09.01.06	1, 4	”Størst prishopp på eneboliger”
	03.01.07	18	”Tror boligprisene faller 20 prosent”
	05.01.07	1, 8-9	”Høyest prisvekt på Søndre Nordstrand”
	08.01.07	1, 6-7	”Tregere salg”
Sørenga	26.05.06	15	”Havnebaronen”
	14.06.06	1, 4-5	”Vil bygge fjord-luksus for de fattige”
	19.06.06	2	”Frieri fra havnestyret”
	30.10.06	1, 4	”Slik blir det på Sørenga”
Mor Go’hjertas vei	14.01.05	10-11	”Husokkupantene tilbyr nye boliger”
	15.04.05	1, 6	”Okkupert igjen i dag”
Kvartal 6	01.02.06	28	”Protesterer mot salg av bygård”
	09.02.06	16-17	”Ber for kommunens leietagere”
	09.02.06	22	”Et helt bomiljø til salgs”
	04.04.06	11	”Krever full stans i boligsalget”
	14.06.06	7	”248 millioner for Torshov-kvartal”
	03.10.06	7	”Føler seg lurt av kommunen – får likevel ikke kjøpe egne boliger”
	05.10.06	13	”- Har rett til å kjøpe boligene – Jusprofessor ber kommunen snu”
	05.10.06	25	”Boliger vi egentlig trenger selv”
	06.10.06	1, 5	”Jubel i kvartal 6 – får forkjøpsrett”
	01.11.06	7	”Hesle kan miste ”kvartal 6””
02.11.06	4	”Beboerne krever å få kjøpe til takst”	
28.11.06	18	”Sliter med å kjøpe bygården”	

	09.01.07	14	”Beboerne blar opp for kvartal 6”
	05.03.07	8	”Får kjøpe egne leiligheter på billigsalg”
Aftenposten			
Prisstatistikk	27.12.04	1, 11	”Spår boligprisene videre opp i 2005”
	28.12.04	14	”Spår boligprisene videre opp”
	04.01.05	Økonomi s. 3	”Boligprisene fortsetter opp”
	06.01.05	Økonomi s. 7	”Jokeren i boligspillet?”
	02.01.06	1, Økonomi s. 1, 4	”Prisfall på OBOS-boliger”
	03.01.06	Økonomi s. 23	”Boligprisene falt i desember”
	15.01.06	3	”Boligboble? Hvilken boble?”
	27.12.06	Økonomi s. 2	”Årets prisvinnere”
	31.12.06	Økonomi s. 14-15	”Boligprisene opp også neste år”
	03.01.07	22-23	”Venter fortsatt prisfest på boliger i 2007”
	04.01.07	Økonomi s. 30	”- Boligprisene vil falle”
Mor Go’hjertas vei	03.10.04	3	”Husokkupanter på Bjølsen”
	03.11.04	14	”Selger kommunale boliger på Sagene”
	11.11.04	2	”Blitzere demonstrerte mot boligsalg”
	15.11.04	7	”Okkuperte eldrebolig – vil overta driften”
	15.12.04	10	”Bystyret vil selge okkupert bygård”
	16.12.04	10	”Politikerne marsjerte ut”
	13.04.05	11	”Kastet ut fra Mor Go’hjerta – politiet slo til mot husokkupanter”
	01.09.05	Bolig s. 1, 4-5	”Fra okkupantbolig til designleiligheter”
Dagbladet			
Prisstatistikk	28.12.04	2	”Boligprisene”
	07.01.05	26-27	”Rift etter luksusboliger”
	26.12.05	22-23	”Slik blir 2006”
	03.01.06	1, 17-21	”Prisfesten fortsetter - dette er din bolig verdt”

	03.01.07	1, 6-7	”Ekspertene spår om 2007: boligprisene opp, opp, opp”
Sørenga	20.11.06	42-44	”Politikerne har skapt et monster”
	21.11.06	40-41	”Truet med Bjørvika-kollaps”
	23.11.06	54	”Nei til omkamp på Sørenga”
	23.11.06	62	”Fantasifullt om Sørenga”
	24.11.06	45	”Ikke reell konkurranse”
	25.11.06	50-51	”Tegner Bjørvika på nytt”
Dagens Næringsliv			
Prisstatistikk	28.12.04	20-21	”Norske priser langt fra topp”
	04.01.05	28-29	”Ny statistikk fra Norges Eiendomsmeglingsforbund viser:”
	04.01.05	30	”Økte OBOS-priser”
	03.01.06	24	”Lavere prisvekst”
	28.12.06	16	”Nær skyfritt for privatøkonomien i 2006”
	03.01.07	28	”Tror fortsatt på prisvekst”
	04.01.07	55	”På nattbordet”
	05.01.07	1, 20-21	”Ekspertene bekymret over boligmarkedet”
	12.01.07	21	”Tror renten skal opp med 50 prosent i år”
Sørenga	14.06.06	1, 17	”Enslige mødreboliger på Sørenga”
Kvartal 6	28.03.06	31	”Pusser opp for milliarder”
	13.05.06	22	”Kvartal til 240 millioner”
	14.06.06	24-25	”Oslo solgte et helt kvartal”
	05.03.07	1, 21	”Gir rabatt på bygård”
Dagsavisen			
Prisstatistikk	03.01.05	20-21	”Gjør klar for nytt jubelår”
	04.01.05	1, 12-13	”Norgesmester i boligprisspådøm”
	29.12.05	12-13	”Boligprisbom fra forsiktige spåmenn”

	08.01.06	10	”Tid for boligkupp”
	03.01.07	1, 8-9	”Spår prisras på boligmarkedet”
	04.01.07	3	”Bolig fortsatt en god investering”
	05.01.07	30	”Liker Carl og Kristin”
Sørenga	14.06.06	14	”Fjordbyen for folk flest”
Mor Go’hjertas vei	13.04.05	4	”Vil okkupere på nytt”
	16.04.05	13	”Tok blokka tilbake”
