

JOURNALISTIKKENS BLINDSONER

Nina Kvalheim & Helle Sjøvaag



Rapport skrevet på oppdrag for Mediemangfoldsutvalget

Universitetet i Bergen

2016

INNHALDSFORTEGNELSE

1. INNLEDNING	3
2. INFRASTRUKTURKRAVET OG MEDIENES SAMFUNNSROLLE.....	4
2.1 Mangfold	5
2.2 Det populære og det seriøse.....	7
2.3. Operasjonalisering.....	8
2.4 De ulike medietypers rolle	9
3. METODE	11
3.1 Metastudie	11
3.2 Kvantitativ innholdsanalyse.....	13
4. METASTUDIE: HVA NORSKE MEDIER (IKKE) DEKKER.....	15
4.1 Riksmedier	16
4.2 Regional- og lokalmedier	22
4.3 Tematiske saksområder	25
4.4 Hvem kommer til orde?	29
5. NORSKE MEDIERS NYHETSAGENDA	33
5.1 Den overordnede nyhetsagendaen	33
5.2 Riksmediene.....	37
5.3 Regionalmedier	39
5.4 Lokalaviser	41
5.5 Alle medietypene sammenlignet	43
6. HVEM KOMMER TIL ORDE?	48
6.1 Kilder i norske medier.....	48
6.2 Hvilket parti høres mest?.....	50
6.3 Stemmer på debattplass.....	51
7. DISKUSJON OG OPPSUMMERING	53
8. Kilder.....	55

1. INNLEDNING

Denne rapporten skal handle om journalistikkens blindsoner. Hvilke temaer dekkes *ikke* av norske medier? Hvilke stemmer kommer ikke til orde? Er det forskjell på hvordan ulike medietyper dekker ulike saksområder? Og kommer de samme stemmene til uttrykk i alle medier?

Utgangspunktet for rapporten er at medier spiller en viktig demokratisk rolle. Mediene anses som forvaltere av viktige samfunnsmessige oppgaver, og hva som står skrevet i avisene betraktes som betydningsfullt for vedlikehold av demokratiet som institusjon. Hovedfokus i denne rapporten skal imidlertid være hva som *ikke* kommer på medienes dagorden – hva som prioriteres bort. Analysen vil slik si noe om hva befolkningen bare marginalt får informasjon om – om hva de, på bakgrunn av medienes dekning, bare har begrenset innsikt i.

Rapporten er skrevet på oppdrag for Mediemangfoldsutvalget. Mediemangfoldsutvalget er nedsatt for å vurdere hvordan statlige økonomiske virkemidler mest effektivt kan ”legge til rette for ’en åpen og opplyst samtale’”, i samsvar med Grunnlovens infrastrukturkrav. Utvalgets mandat vektlegger videre demokratiske hensyn og borgerperspektivet, det vil si spørsmålet om borgerne er i stand til å delta i den offentlige samtalen og ivareta sine demokratiske rettigheter og plikter. I denne sammenheng er det interessant å få kunnskap om hvorvidt det er kategorier av nyheter, aktualiteter og debatt som kan ha betydning for opinionsdannelse og den offentlige samtale som ikke dekkes av mediene.

Rapporten er delt i seks deler. Først kommer en gjennomgang av medienes samfunnsoppdrag, som ender i en oppsummering av hvilke temaer som *bør* komme på medienes dagsorden. Deretter følger en metodisk gjennomgang. Etter den metodiske gjennomgangen følger en kunnskapsoversikt, en gjennomgang av forskning som finnes på hva mediene skriver noe om. Så kommer en innholdsanalyse, hvor 8187 artikler fra en rekke norske aviser analyseres med det formål å identifisere mulige journalistiske blindsoner. Etter det følger en analyse av hvem som kommer til orde i mediene. Til slutt følger en diskusjon og oppsummering

2. INFRASTRUKTURKRAVET OG MEDIENES SAMFUNNSROLLE

Denne rapporten skal altså ta for seg journalistikkens blindsoner. Med blindsoner menes her saksområder mediene burde dekket, men av ulike årsaker likevel ikke setter på dagsorden. Hva mediene burde dekke beror imidlertid på hva som oppfattes som medienes rolle. I denne rapporten tas det utgangspunkt i at mediene har en viktig demokratisk rolle å fylle. Peter Dahlgren (2009:48) hevder at "The fundamental role of journalism in democracy is to link citizens to political life". Det handler om å etablere et forhold mellom samfunnsmedlemmene og det politiske liv. Mediemangfoldsutvalget er, som vist over, nedsatt spesielt for å vurdere hvordan mediene best kan oppfylle sin rolle ovenfor det såkalt Infrastrukturkravet i Grunnloven. Grunnlovens §100, Ytringsfrihetsparagrafen, siste ledd sier at: "Det paaligger Statens Myndigheter at lægge Forholdene til Rette for en aaben og oplyst offentlig Samtale". Utvalgets, og denne rapportens, utgangspunkt er dermed at en åpen og opplyst samtale er viktig i en demokratisk sammenheng.

Infrastrukturkravet kan sies å springe ut fra den deliberative demokratitradisjonen. Denne demokratitradisjonen har som utgangspunkt at demokratiet er avhengig velinformerte borgere som aktivt involverer seg politisk, og spesielt står offentlig dialog og debatt sentralt i denne tradisjonen. John Dewey skriver at "demokratiets idé er den klare bevissthet om et felles liv med alle dets konsekvenser" (Dewey [1927] 2007:24). Det er først i samtale med andre at man blir en del av et større fellesskap (Mill i flg. Coleman & Blumler 2009:18), og fordi demokrati handler om fellesskap, er debatt og dialog viktige demokratiske komponenter. Ideen er at borgerne, ved å involvere seg i rasjonell debatt skal komme til enighet og oppnå konsensus om løsninger på felles problemer. I dette spiller mediene en spesielt viktig rolle. Først og fremst må mediene betraktes som informasjonstilbydere. Ifølge Jostein Gripsrud (ifølge Schudson [2003] 2011:6) handler journalistikk om "producing and distributing serious information and debate on central social, political and cultural matters". For at borgerne skal kunne involvere seg i rasjonell debatt og gjøre seg opp en mening på bakgrunn av tilgjengelige synspunkter, er det viktig at de har tilgang til ulike typer informasjon. For det andre må mediene også betraktes som arenaen hvor den offentlige debatten skal foregå. En av journalistikkens viktigste funksjoner er dermed å legge til rette for denne debatten. I Norge er det riksavisene som tradisjonelt har hatt rollen som nasjonal offentlig sfære (se f. eks. Skogerbø 2012; Allern 2002),

og disse avisene spiller dermed en særlig viktig rolle for å sikre at ulike type informasjon og ulike stemmer kommer til uttrykk. Riksmediene som en felles offentlighet er viktig også fordi de tilbyr en følelse av samhold (Schudson [2003] 2011:24; Anderson 1983). For det tredje er en av medienes viktigste roller å granske makthaverne, og fungere som 'den fjerde statsmakt', eller som en vaktbikkje. Journalistikkens funksjon er dermed å fungere som et bindeledd mellom borgerne og den offentlige sfæren. Medienes demokratiske og samfunnsmessige rolle er dermed tredelt; de skal tilby informasjon, granske makthavere og fungere som forum for dialog, og slik være med på å utruste borgerne med de nødvendige verktøy for å kunne utøve sin borgerplikt.

I tillegg til å tilby informasjon, granske makthaverne og fungere som arena for debatt, har mediene også en agendasettende funksjon. Hvilke temaer mediene setter på dagsorden definerer også hva som er viktig (McCombs & Shaw 1972). "When the media offer the public an item of news, they confere on it public legitimacy", skriver Michael Shudson ([2003] 2011:21). Når mediene setter noe på dagsorden, er det et tegn på at hendelsen eller historien som rapporteres er nyhetsverdig (Shudson ([2003] 2011:21,23). Schudson argumenterer også for at hvis mediene har satt noe på dagsorden, må politikerne forholde seg til det (Schudson [2003] 2011:24). Motsatt må de dermed ikke nødvendigvis forholde seg til det som *ikke* settes på dagsorden. Slik blir også hva mediene ikke, eller bare marginalt, setter på dagsorden, viktig.

2.1 Mangfold

En sentral del av infrastrukturkravet handler om mangfold, og mediemangfold anses gjerne som demokratisk forutsetning. Demokratiet kan best sikres dersom innbyggerne får informasjon som gjør dem i stand til å ta informerte politiske valg. For at innbyggerne skal kunne ta informerte politiske valg må de ha tilgang til informasjon om ulike temaer, og ulike stemmer må komme til orde slik at ulike meninger kan komme til uttrykk. Dermed blir mangfold et av demokratiets konstituerende elementer og viktig i en mediepolitisk sammenheng.

Mangfold er imidlertid et vidt begrep som kan forstås på ulike måter. I følge Chantal Mouffe er mangfold "[...] currently one of those values to which everyone refers but whose meaning is unclear [...]" (Mouffe 1993:69, i flg. Karppinen 2007:9). På lignende vis hevder Philip M. Napoli at "[...] diversity is a concept with multiple dimensions, means of assessments, and underlying assumptions" (1999:8). Hva som legges i begrepet og hvordan det best kan anvendes er dermed uklart. En vanlig måte å tilnærme seg mangfoldsspørsmålet er ved å skille mellom

innholdsmangfold, som blant annet handler om at det er variasjon i temaer det skrives om og at ulike personer får komme til uttrykk (se f. eks. Østbye 1995:57; Doyle 2002:12), og mangfold av tilbydere, at eierskap i mediebransjen er spredt på flere hender (Doyle 2002:12). Napoli trekker også frem diversitet i kilder, forstått som ulike måter å motta informasjon på, og 'eksponeringsmangfold', som knyttes til mottakeren og hvilken typer innhold han eller hun eksponeres for. Ofte forstås eierskapsmangfold som en forutsetning for innholdsmangfold (se f. eks. Napoli 2009). Dette synet utfordres imidlertid av blant annet Doyle (2002:13), som hevder at konsentrert eierskap også kan føre til et mer diversifisert innhold. Uansett handler mangfold både om antall aktører i markedet og om variasjonen i innholdet som publikum tilbys. I denne rapporten er det hovedsakelig variasjonen i innhold som skal stå sentralt.

En kan også nærme seg begrepet ved å skille mellom eksternt og internt mangfold. Eksternt mangfold handler om at det er mangfold blant tilbydere, mens internt mangfold handler om mangfold i innhold (Doyle 2002:12). Det handler altså både om antall aktører og om at det bør være en variasjon i hva publikum blir tilbudt (Syvertsen 2004:75; Doyle 2002:12). For at ytringsfriheten skal være reell kreves et vidt spekter av kanaler å ytre seg gjennom, og for at mottakerne skal kunne motta ulik type informasjon, må det finnes et bredt spekter av både kanaler og innhold. Likevel kan det argumenteres for at det i bunn og grunn er innholdsmangfoldet som er det avgjørende, og at mangfold i tilbydere er et mål for å oppnå dette. Det hjelper ikke at man har flere tilbydere dersom innholdet i budskapet er det samme.

Norske myndigheter har bevaring og styrking av mangfoldet som en av sine mest sentrale mediepolitiske målsettinger (Syvertsen 2004:74-75). I Stortingsmelding nr. 57 (2000-01) handler to av fire hovedmål om å sikre mangfoldet. Disse hovedmålene blir kalt "innholdsmangfold" og "mediemangfold", og henviser til hver sine sider ved sikring av mediemangfold. Syvertsen (2004:75) argumenterer for at idealene om mangfold prinsipielt er overordnet andre mediepolitiske målsetninger, som for eksempel sikring av demokrati og offentlighet, og sikring av nasjonal kultur, identitet og språk. Grunnen til det er at mediene blir ansett som forvaltere av ytringsfriheten, og ytringsfriheten blir sett på som viktig for å en levende offentlighet. Offentlighet anses igjen som helt avgjørende for et levende demokrati. Mangfold blir dermed en forutsetning for demokratiet (Syvertsen 2004:77-79). I tillegg til å gi et innblikk i hvilke saker mediene prioriterer (bort), vil rapporten også gi et innblikk i variasjonen av saksområder som dekkes og stemmer som kommer til uttrykk.

2.2 Det populære og det seriøse

Mangfold er imidlertid ikke nødvendigvis tilstrekkelig for at mediene skal fylle sin demokratiske rolle. Også kvaliteten på innholdet, i denne sammenhengen forstått som myke eller harde nyheter – populære eller seriøse – er av betydning. Myke nyheter må forstås som nyheter med lite meningsfull informasjon (Lehman-Wilzig & Seletzky 2010:38), som for eksempel nyheter om kjendiser og sport, mens harde nyheter må forstås som nyheter som bringer noe konstruktivt til den offentlige debatt, som nyheter om politikk eller sosiale spørsmål (ibid.). Generelt antas det at den offentlige sfære, mediene, må bestå av seriøse – harde – nyheter. Det er slike nyheter som gir borgerne i stand til å opptre politisk. Journalistikken har de siste årene imidlertid blitt beskyldt for å bli mer og mer kommersiell – det har foregått en popularisering av innholdet. Når man snakker om populærjournalistikk snakker man gjerne om 'enkel' journalistikk, med enkle overskrifter, store bilder, og svært sensasjons- og personorienterte saker (Allern 2001:24; Eide 2004). Denne populariseringen kan delvis tilskrives den økende redaksjonelle markedsrettingen som finner sted i redaksjonene. Mediebransjen står overfor en økonomisk krise, og kommersielle vurderinger påvirker i økende grad redaksjonelle og journalistiske vurderinger (jf. f. eks. Barland 2012). Vurderinger basert på ideer om hva publikum ønsker å lese noe om blir viktigere, noe som fører til et økt fokus på myke nyheter (Hamilton 2004; Allern 2001), og på hendelsesnyheter.

Den tyske filosofen Jürgen Habermas kritiserer en slik markedsretting av journalistikken, og hevder at det fører til offentlighetens forfall. I sin velkjente bok *Borgerlig Offentlighet* viser han hvordan den medierte offentligheten har forfalt som følge av økt kommersialisering og jakt etter profitt. Han skriver at

Når markedets lover [...] også trenger inn i den sfæren som er forbeholdt privatfolk samlet til publikum, forvandler resonnementet seg tendensielt til konsum, og sammenhengen i den offentlige kommunikasjon brytes ned i likeformede, isolerte og repetitive handlinger ([1962] 2002:149).

Habermas' poeng er at skillet mellom det offentlige og private, som er en forutsetning for kvaliteten på den offentlige debatt, brytes ned av temaer som i den borgerlig offentlighets storhetstid ble betraktet som private anliggender. Et eksempel på det er historier med fokus på det nære og personlige. Populærjournalistikken kritiseres ofte for å fokusere på person i stedet

for sak, og for å befatte seg med problemstillinger som strengt tatt ikke hører hjemme i et slikt offentlighetsperspektiv.

Hvorvidt norske medier har gjennomgått en forfall som undergraver deres posisjon som formidler av seriøs informasjon, og dermed også deres samfunnsoppdrag, er en debatt som har pågått lenge (Allern 2001:17). Allern fremlegger en hypotese hvor han peker på det han kaller 'smitteeffekten'; hvor kommersielle populæraviser og underholdningsorienterte fjernsynskanaler 'smitter' sitt mer tabloide innhold over på de andre, mer seriøse, nyhetsmediene. Han hevder at mediene i sitt søken etter profitt nærmer seg en felles standard (ibid.:18). I denne sammenheng er det imidlertid tilstrekkelig å fastslå at det i et demokratisk perspektiv er ønskelig med nyheter av samfunnsmessig relevant karakter.

2.3. Operasjonalisering

Mediene har altså en bestemt samfunnsrolle å fylle, og journalistikkens blindsoner forstås i denne sammenheng som tematiske saksområder som burde vært på medienes agenda for å oppfylle dette kravet, men som aldri eller bare marginalt settes på dagsorden. Fordi offentligheten er avhengig av at ulike syn kommer til uttrykk, forstås journalistikkens blindsoner også som kilder og stemmer som ikke, eller bare marginalt, kommer til uttrykk. På bakgrunn av diskusjonen over vil denne rapporten først og fremst befatte seg med såkalt 'harde' nyheter, men fordi rapporten tar utgangspunkt i at eventuelle blindsoner er viktige fordi mediene spiller en viktig demokratisk rolle, vil også forholdet mellom harde og myke nyheter omtales.

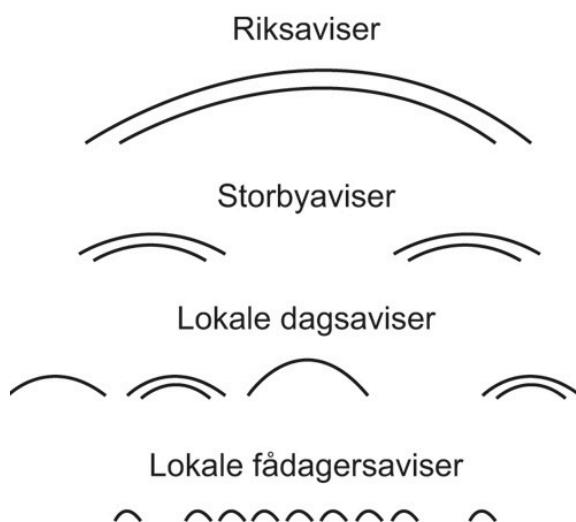
Medienes tre funksjoner, informasjonsfunksjonen, arenafunksjonen og vaktbikkjefunksjonen krever dermed at innhold av en bestemt type dekkes. For at informasjonsfunksjonen skal opprettholdes er det plausibelt å anta at mediene må bringe informasjon av ulike typer, men da hovedsakelig av seriøs karakter. Dette kan være temaer som maktapparatet, storting, regjering, rettssystemet, forvaltningen, men også ulike samfunnsmessig viktige sektorer, som helse- og sosialsektoren og utdanningssektoren, i tillegg til samfunnsmessig viktige områder som arbeidsliv, minoritetsspørsmål, innvandring, klima- og miljø, økonomi og globale og sosiale spørsmål. For debattfunksjonen er det viktig at de ovenfor nevnte kategoriene dekkes, men det er også sentralt at ulike syn, forstått som ulike typer kilder, kommer til uttrykk. For at vaktbikkjefunksjonen skal oppfylles står saker som omtaler maktapparatet, storting, regjering, rettssystemet og forvaltningen sentralt. Viktig i den sammenheng er imidlertid at disse

områdene dekkes på en kritisk og granskende måte, men fordi denne rapporten bygger på en kvantitativ innholdsanalyse vil det her ikke komme til uttrykk hvor vidt sakene er vinklet kritisk eller ikke.

2.4 De ulike medietypers rolle

En rimelig antakelse er også at ulike typer medier spiller ulik samfunnsmessig rolle. De små lokalavisenes agenda er ikke nødvendigvis den samme, og skal heller ikke nødvendigvis være det, som riksavisenes agenda. I et offentlighetsperspektiv kan man se for seg at riksavisene utgjør rikets felles offentlighet (jf. Skogerbø 2012; Allern 2002). Det er her den felles offentlige samtalen foregår, og hva disse avisene skriver om påvirker dermed denne debattens karakter. De regionale mediene kan forstås som et mellomnivå mellom riksmediene og lokalmediene, mens lokalmedienes rolle er å dekke saker som er viktige for lokalsamfunnet. I følge Høst (2013:4) er avisene det eneste mediet som dekker kommunene på en profesjonell, journalistisk måte, og hver norske kommune dekkes av minst en avis. Hva disse avisene setter på dagsorden spiller dermed en vesentlig rolle for lokalsamfunnet.

Den såkalte paraplymodellen gir en god inngang til å tenke rundt hva de ulike avistypenes oppdrag er. Paraplymodellen ble først introdusert av James Rosse i en analyse av det amerikanske avismarkedet, men modellen under er tilpasset det norske avismarkedet (NOU 2000:15). Modellen er lagt til grunn i blant annet Sigurd Høsts årlige rapport om ”Avisåret”, og viser aviskonkurransen i fire markeder; på nasjonalt nivå, på storbynivå, for lokale dagsaviser og for lokale fådagersaviser (se f. eks. Høst 2016).



Figur 1.2 Paraplymodellen. Oversikt over aviskonkurransen. (Kilde: NOU 2000:15)

Det som er interessant i denne sammenhengen er ikke nødvendigvis konkurranseforholdene mellom de ulike nivåene i modellen, men modellen kan også fungere som en illustrasjon over de ulike medienes dekningsområde, og dermed også hva slags saksområder det er rimelig å anta at mediene er opptatt av. På det politiske området er det for eksempel rimelig å anta at riksaviser, i større grad enn lokalaviser, er opptatt av politikk på nasjonalt nivå, som Storting, Regjering og de ulike partienes representasjon i disse institusjonene. Motsatt er det rimelig å anta at lokalavisen er opptatt av politikk lokalt nivå, og at regionavisene i større grad tar for seg politikk på fylkesnivå. Det samme gjelder når det kommer til for eksempel sportsdekning. Mens riksavisene antakelig er mer opptatt idrett på nasjonalt nivå, dekker lokalavisene de små lokale fotball- og ski-lagene, og er viktige for å fremheve slike små, lokale initiativer. Poenget er at de ulike medietypene fungerer komplementerende og at de alle har sin plass i arbeidsfordelingen. Denne rapporten har til formål å se nærmere på hvorvidt en slik arbeidsdeling kan spores. Dekker riksmedier, regionale medier og lokalmedier det samme innholdet? Eller dekker for eksempel lokalmedier andre saksområder enn riksmediene gjør? Og er det de samme kildene med de samme rollene som kommer til uttrykk i alle medier?

3. METODE

Denne rapporten bygger på to ulike studier. For det første er det gjennomført en metastudie, en gjennomgang av allerede eksisterende forskning på medienes innhold. For det andre er det gjennomført en kvantitativ innholdsanalyse av 80 norske medier. Dette kapittelet vil ta for seg de metodiske valgene som er gjort.

3.1 Metastudie

En metastudie er en studie av allerede utførte studier, og har til formål å oppsummere allerede eksisterende kunnskap på feltet. Denne metastudien bygger på 28 studier som på ulike vis har tatt for seg innholdet i norske medier (se tabell 3.1). Utvalget består av en kombinasjon av forskningsrapporter, tidsskriftsartikler, doktorgradsavhandlinger og masteroppgaver. De 25 studiene er inkludert basert på noen bestemte kriterier: de må handle om norske aviser, de må være publisert etter år 2000, de må basere seg på kvantitativ innholdsanalyse, og de må ta for seg flere saksfelt i ett medium eller ett saksfelt i flere medier. Det betyr at analyser av spesifikke hendelser, som for eksempel dekningen av Orderudsaken (Østbye 2007), ikke er inkludert. Undertegnede har funnet frem til studiene hovedsakelig basert på søk i Google Scholar, på søkeord som 'kvantitativ innholdsanalyse', 'kvantitativ innholdsanalyse Norge', 'Norske medier kvantitativ innholdsanalyse', i tillegg til 'content analysis Norway', 'content analysis Norwegian media' og 'content analysis Norwegian newspapers'. I tillegg er studier undertegnede hadde kjennskap til fra før inkludert. Dette betyr selvsagt at denne metastudien antakelig ikke har fått med alle studier som finnes, men den gir likevel et innblikk i hva slags temaer norske medier setter og ikke setter på agendaen.

Tabell 3.1 Oversikt over studier som inngår i metastudien

Allern, Sigurd (2001): <i>Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser</i> . Kristiansand S.: IJ-forlaget.
Backe, Tobias Gausemel (2011): <i>En salgsplakat i endring? En kvantitativ innholdsanalyse av førstesidene til VG og Dagbladet. 1983-2009</i> . Masteroppgave, Universitetet i Oslo.
Bay, Ann Helen og Jo Sagli (2003): <i>I verdens rikeste land. Pressens dekning av velferdsstaten 1969-1999</i> . Rapport 25/03. NOVA.
Bjartnes, Anders og Sven Egil Omdal (2013): "Journalistikkens nye blindsoner" i <i>Journalistikk og demokrati. Hvor går mediene? Hva kan gjøres?</i> Fritt Ord.
Bjørnsen, Gunn (2009): <i>Nye nordmenn på lufta</i> . Arbeidsrapport nr. 237, Høgskulen i Volda.
Dahlstrøm, Hilde Kristin (2013): "Gud i Sørlandsmediene", i <i>Norsk medietidsskrift</i>
Dimmen, Torgeir (2012): <i>Lokalavisformelen. Ein studie av lokale fådagarsaviser</i> . Rapport nr. 28, Høgskulen i Volda.

Elgesem, Dag; Hallvard Moe, Helle Sjøvaag, Eirik Stavelin, Maren Agdestein, Joachim Laberg, Linn Lorgen, og Gyri S. Losnegaard (2010) <i>NRKs nyhetstilbud på Internett i 2009</i> , Bergen: Institutt for informasjons- og medievitenskap.
Figenschou, Tine Ustad og Audun Beyer (2014): "Elitene, minoritetene og mediene – Definisjonsmakt i norsk innvandringsdebatt", i <i>Tidsskrift for Samfunnsforskning</i> , 55:1, s. 24-51.
Grøtte, Marit (2015): "Norsk kjendisjournalistikk på nett", i <i>Norsk Medietidsskrift</i> , 21:2, s. 1-25
Høst, Sigurd (2013): <i>Kommunevalgkamp i lokalavisene</i> . Notat nr. 3/2013, Høgskulen i Volda..
Kvalheim, Nina (kommer): " <i>Kampen om publikums oppmerksomhet. Om VG, multiplattformpublisering og strategiske beslutninger</i> ", ph.d-avhandling, Universitetet i Bergen.
Kvalheim, Nina (2013): "News behind the wall: an analysis of the relationship between the implementation of a paywall and news values", i <i>Nordicom Review. Special Issue September 2013</i> , s. 25-41.
Kristiansen, Linn Hellebust (2014): <i>Billedkunst – journalistikkens blindsoner?</i> Masteroppgave, Universitetet i Bergen.
Krumsvik, Arne (2014): <i>De usynlige – aldersgruppen 15-19 år i mediene</i> . Studie utført på oppdrag fra <i>Kampanjen for journalistikken, Nasjonal Digital Læringsarena</i> .
Lilleborge, Maria Therese (2009): <i>Verdensbildet i de norske og svenske allmennkringkastingskanalene i 2007</i> . Masteroppgave, Universitetet i Oslo.
Milde, Svein Harald (2007): <i>De forsømte nyhetene. Bruken av NTB-meldinger i norsk presse</i> . Hovedoppgave, Universitetet i Oslo.
Nossen, Hedda (2010): <i>Utvikling av Aftenpostens nyhets og kommentarjournalistikk. En kvalitativ analyse av endringer i Aftenpostens form, stil og innhold fra 1950-1980</i> . Masteroppgave, Universitetet i Oslo
Røe Mathisen, Birgit (2010): "Heia vårres kara?" i Røe Mathisen, Birgit (red.): <i>Lokaljournalistikk. Blind Patriotisme eller kritisk korrektiv?</i> Kristiansand: IJ-forlaget, s. 34-63.
Sjøvaag, Helle (2016): "Introducing the Paywall", i <i>Journalism Practice</i> . 10:3, s. 304-322.
Sjøvaag, Helle (2012) "Revenue and Branding Strategy in the Norwegian News Market: The Case of TV 2 News Channel", i <i>Nordicom Review</i> , 33:1, s. 53-66.
Sjøvaag, Helle; Stavelin, Eirik & Moe, Hallvard (2015) "Continuity and Change in Public Service News Online: A Longitudinal Analysis of the Norwegian Broadcasting Corporation", <i>Journalism Studies</i> , DOI: 10.1080/1461670X.2015.1022204.
Sjøvaag, Helle, Moe, Hallvard & Stavelin, Eirik (2012) "Public Service News on the Web: A Large-Scale Content Analysis of the Norwegian Broadcasting Corporation's Online News", <i>Journalism Studies</i> , 13:1, pp. 90-106.
Skomedal, Anne Siri (2008): <i>Agderpostens og Fædrelandsvennens dekning av lokalvalgkampen 2007</i> . Masteroppgave, Universitetet i Agder.
Storvoll, Sindre (2007): <i>Kristenfiendtlighet i pressen? Norske avisers dekning av kristendom og islam</i> . Masteroppgave, Universitetet i Oslo.
Storås, Tonje Charlotte (2013): <i>Norsk presse – politisk forankret for alltid? En studie av fem avisers valgkampdekning i 2011</i> . Masteroppgave, Universitetet i Oslo.
Waldahl, Ragnar, Michael Bruun Andersen og Helge Rønning (2009): <i>Tv-nyhetenes verden</i> . Oslo: Universitetsforlaget.

Metastudien er todelt, hvor den ene delen har fokus på studier hvis formål er å beskrive medienes innhold, og den andre tar for seg studier av hvem som kommer til uttrykk.

3.2 Kvantitativ innholdsanalyse

For det andre er det gjennomført en kvantitativ innholdsanalyse. Også denne analysen er todelt, og i likhet med metastudien fokuseres det først på hva norske medier setter på nyhetsagendaen, og dermed også hva de bare marginalt dekker og deretter på hvem som kommer til orde i nyhetene. Dette vil gjøre oss godt rustet til å se nærmere på i hvilken grad mediene oppfyller sitt mandat slik det er beskrevet i infrastrukturkravet.

Den tematiske innholdsanalysen er basert på 80 aviser og nettsteder, åtte riksmidier, fire regionale medier, og 62 lokalmedier. Riksmediene består av nettutgavene til *Aftenposten*, *Dagbladet*, *Dag og Tid*, *Dagens Næringsliv*, *Nationen* og *Vårt Land*. I tillegg er også NRK og TV2s nettutgaver inkludert i dette utvalget. De regionale mediene består av papiraviser, og inkluderer *Fædrelandsvennen*, *Haugesunds Avis*, *Bergens Tidende* og *iTromsø*. I tillegg er altså 64 lokale aviser inkludert i utvalget (se tabell 3.2). Disse små lokale avisene er spredt utover det ganske land, og eies av en rekke ulike eiere, inkludert store konsern som Schibsted og Amedia, og små lokale eiere, privatpersoner, kommuner og små foretak. Datagrunnlaget kan derfor betraktes som representativt for det overordnede norske avistilbudet. Datasettet består av 8187 artikler hentet fra uken 5.-12. oktober 2015. Denne uken ble nasjonalbudsjettet lagt frem, samtidig som lokalvalgene nettopp var gjennomført (i september). Det er derfor rimelig å anta at politiske nyhetssaker utgjør en ekstra stor andel av totalen denne uken. Analysen er basert på en kodebok med 52 gjensidig utelukkende tematiske variabler. Det skulle gi god inngang til å se nærmere på hva norske medier setter - og ignorerer - på nyhetsagendaen. Analyseenheten er artikler, og alle avisens utgaver den aktuelle uken er kodet. For mange lokale fådagersaviser betyr det at kun ett eksemplar er kodet.

Tabell 3.2 Oversikt over lokalaviser som inngår i datagrunnlaget. Aviser i fet skrift inngår i studien av kilder, alle avisene inngår i studien av innhold.

Avis (opplag pr. 2014)	Eier
<i>Askøyværingen</i> (4600), <i>Bygdanytt</i> (4700), <i>Fanaposten</i> (4400) Møre-nytt (5200), Strilen (5100), Åsane tidende (1800)	Schibsted
<i>Avisa Nordhordland</i> (5600), <i>Budstikka</i> (22 300), Enebakk Avis (2600), <i>Firdaposten</i> (5000), <i>Fjell-Ljom</i> (2400), Halden Arbeiderblad (7600), Hardanger Folkeblad (5600), iFinnmark (6600), Lierposten (2500), Malvikbladet (3000), <i>Nordhordland</i> (5600), Nordstrands Blad (4100), Opdalingen (2200), Ringsaker Blad (6400), Røyken og Hurum Avis (3800), Sande avis (2300), Tvedestrandsposten (3400), Vestby Avis (1900), Øyene (3800), Ås Avis (1800)	Amedia
Driva (3600), Fjordingen (4000), Hitra-Frøya (4300), Sunnmøringen (1900), Åndalsnes avis (3600)	Polaris
Bygdebladet Randaberg (3300), <i>Gjesdalbuen</i> (3000), Jærbladet (13000), <i>Lyngdals avis</i> (ukjent), Solablaget (3700), <i>Strandbuen</i> (5300)	Nordsjø Media AS
Demokraten (5400), Lillesandsposten (3700), Vennesla Tidende (2900)	Agderposten medier AS
Altaposten (4500), <i>Arendals Tidende</i> (1700), Avisa Hemnes (1500), Avisa Nordre (2400), Bømlo-nytt (3300), <i>Dølen</i> (4000), Eikerbladet (3000), Grannar (3500), Hallingdølen (9300), <i>Kanalen</i> (1800), <i>Kanalen</i> (1800), Kyst og Fjord (3000), Nordsalten (2800), Norddalen (2800), Nye Troms (4500), Suldalsposten (2300), Svalbardposten (2500), Sør-Varanger Avis (3500), Søvesten (1300), Trønder-Avisa (20 000), Tysnes (2300), <i>Tysvær Bygdeblad</i> (2200), Vaksdalsposten (2200), Vestnesavisa (1800)	Øvrige eiere

Når det gjelder analysen av kilder i nyhetene består datagrunnlaget av 67 aviser og nettsted. Også her er åtte riksmidier og fem regionale medier, inkludert (de samme som over), i tillegg til 54 lokalaviser (i fet skrift i tabell 3.2). Datasettet består av 5544 nyhetssaker, hentet fra samme uke som over, og i alt ble 9309 kilder kodet basert på disse 5544 historiene. Kodeboken består av 14 gjensidig utelukkende kildevariabler, inkludert politikere, representanter for organisasjoner, eksperter, PR- og talspersoner, journalister, kilder fra sportssektoren, kilder fra økonomisektoren, representanter for rettssystemet, klienter/ofre, barn, familie og venner, ordinære borgere og ildsjeler. Kombinert vil disse studiene og metodene og en god innsikt i hva norske medier setter på dagsorden.

4. METASTUDIE: HVA NORSKE MEDIER (IKKE) DEKKER

Det finnes få studier av hva mediene ikke dekker. Derfor vil dette kapittelet hovedsakelig være en gjennomgang av hva mediene faktisk dekker. En studie (Bjartnes og Omdal 2013) har imidlertid eksplisitt tatt for seg det forfatterne omtaler som journalistikkens blindsoner. Dette er imidlertid gjort gjennom intervjuer og observasjoner, og ikke gjennom en analyse av medienes faktiske innhold. Forfatterne omtaler likevel en rekke interessante trekk relatert til journalistikkens blindsoner, og derfor vil journalistikkens blindsoner slik de identifiseres i denne studien presenteres først. For det første trekker Bjartnes og Omdal (2013) frem dekning av lokale saker i et regionalt perspektiv som en blindsoner. Studien peker på at regionavisene legger ned sine lokalkontorer og i økende grad må betraktes som storbyaviser, noe som, i følge forfatterne, fører til at debatt om for eksempel ressursfordeling innad i regionene forsvinner, og til at mindre steder minsker sin sjanse til å bli hørt i denne debatten. Videre hevder forfatterne at dette vil føre til at folk som bor på mindre steder i mindre grad vil føle tilhørighet til avisen, noe som vil svekke regionavisenes rolle som samlende offentlig arena (ibid.:100). For det andre trekker studien frem dekningen av EU Europa som en "enorm blindsoner" (ibid.:103). Forfatterne trekker spesielt frem norske avisers nedprioritering av korrespondenter i Europa, noe som, i følge forfatterne, fører til at dekningen av EU og andre Europa-relaterte saker nedprioriteres. Dette fører videre til at dekningen av EØS-saker ofte ikke finner sted før beslutninger er tatt i EU, og til at saker ofte dekkes i lys av den norske medlemskapsdebatten, noe som gir et forvrengt bilde av spørsmål knyttet til EU (ibid.:104). For det tredje peker forfatterne på at også dekningen av oljesektoren er mangelfull. De hevder at "Norge lider under mangel på en kritisk og kompetent offentlighet innen olje- og energifeltet" (ibid.:108), og peker blant annet på at viktige beslutninger knyttet til for eksempel utviklingen av olje- og gass-sektoren tas uten at det dekkes av norsk presse. Den siste blindsonen som påpekes av Bjartnes og Omdal er dekningen av pensjon. De trekker frem at få medier, om noen, dekker hvordan norske arbeidstakers pensjonsinnskudd forvaltes, og peker på at slik informasjon vil være av interesse for en rekke samfunnsaktører, blant annet individuelle arbeidstakere, fagorganiserte arbeidstakere, miljøbevegelsen, arbeidsgiverne, finansnæringen og forbrukermyndighetene (ibid.:111-112).

Bjartnes og Omdal har i sin omtale av journalistikkens blindsoner trukket frem fire områder som dekkes marginalt i mediene. For å forstå hva norske medier ikke dekker, er det imidlertid

også nødvendig med en forståelse av hva de faktisk dekker. Derfor vil det videre presenteres en gjennomgang av andre studier som på ulike vis har tatt for seg hva norske medier setter på dagsorden. Svært få studier kan betraktes som brede, overgripende studier. De aller fleste tar for seg ett saksområde, eller ett bestemt medium, for analyse. I denne gjennomgangen er studier som tar for seg spesifikke saker, som dekningen av Orderudsaken, som nevnt ekskludert. Dette er gjort fordi det er rimelig å anta at en analyse av hvordan Orderudsaken ble dekket i norske medier ikke sier noe om hva som *ikke* ble dekket – som hovedsakelig er denne rapportens hovedanliggende. Denne metaanalysen er todelt; den tar først for seg studier av mediernes saksinnhold og deretter for seg studier av hvem som kommer til orde. Videre er hver del inndelt i riksmidler, regionale medier, lokale medier og basert på tema. Gjennomgangen baserer seg på 25 studier, og samlet vil den gi en oversikt over hva norske medier skriver om. Et problem med en slik gjennomgang er imidlertid at ulike forskere operer med ulike kategorier og variabler, og hvis kategoriene og variablene i de forskjellige studiene skulle sammenfalle, er det likevel vanskelig å vite hvilke saksfelt som inngår i dem. Dette gjør direkte sammenligning vanskelig, men det kan likevel gi et innblikk i hva mediene dekker.

4.1 Riksmedier

I et offentlighetsperspektiv er riksmediene kanskje den viktigste 'møteplassen' for landets innbyggere. Riksmediene må forstås som landets felles offentlighet, så hva disse mediene setter på dagsorden setter premissene for den offentlige samtalen. Som nevnt har ingen studier samlet tatt for seg alle medier, men i kombinasjon gir disse analysene som omtales nedenfor en god inngang til å diskutere hva som kommer til uttrykk i norske riksmedier. Aftenposten, VG, Dagbladet, NRK, TV2, TV2 nyhetskanalen og nrk.no vil stå sentralt i denne gjennomgangen.

Aftenposten, VG og Dagbladet

To studier av relativt ny dato har tatt for seg Aftenpostens innhold. Den første er Hedda Nossen (2010) sin studie av Aftenpostens utvikling mellom 1980 og 2008. Nossen har tatt for seg nyhets- og kommentarstoff i fire årganger av Aftenposten (1950, 1970, 1990 og 2008), og har analysert endringer i dette stoffets karakter siden 1950. I denne sammenheng vil det fokuseres på tallene fra 2008. Nossen har registrert forekomsten av kategoriene 'politikk', 'styre & stell', 'arbeidsliv', 'rettsvesen & kriminalitet', 'ulykker', 'krig', 'konflikt', 'kriser & katastrofer', 'helse, forskning, utdanning, miljø, teknologi, forbruker, ferie & fritid, sosiale spørsmål og humanitære innsamlinger/organisasjoner', 'kultur', 'kjendis & underholdning' og 'kuriosa & annet'. Hun har utelatt variablene økonomi- og næringslivsstoff og sport (Nossen 2010:25), og

studien sier dermed ingenting om disse variablenes forekomst. Hun finner at tematisk er det politikk (24%) og styre og stell¹ (24%) som stort sett har dominert, og fremdeles dominerer, avisens agenda. I den andre enden av skalaen finnes kjendisstoff (1%), som dekkes kun marginalt, og saker om arbeidsliv (4%) og helse og sosial (6%) (Nossen 2010:52). Aftenposten har tradisjonelt vært å betrakte som en seriøs avis, og at kjendisstoff kun dekkes marginalt passer med denne profilen. Det hadde imidlertid vært rimelig å anta at saksområdene arbeidsliv og helse og sosial, som kan betraktes som nyheter av mer seriøs karakter, hadde vært dekket mer behørig.

Også Helle Sjøvaag (2016) har tatt for seg Aftenpostens innholdsprofil. I en studie hvis hovedanliggende er å analysere introduksjonen av betalingsmur, finner hun at politikk og sport er avisens største kategorier, begge på 20%. Videre er kategoriene kultur (12%), hverdagsliv (14%) og krim (11%) dekket relativt likt, med økonomi (8%), sosiale spørsmål (8%) og ulykker (7%) like etter. Sammenlignet med Nossen sine funn viser dette at politikk er viktig for Aftenposten, mens saker om arbeidsliv og helse, som hos Nossen utgjør henholdsvis 4% og 6%, og hos Sjøvaag antakelig er inkludert i kategorien 'sosiale spørsmål' og utgjør 8%, i mindre grad prioriteres.

Mens Aftenposten altså tradisjonelt oppfattes som en relativt seriøs avis, befinner VG og Dagbladet seg i den mer tabloide delen av skalaen. Tobias Gausemel Backe (2011) har tatt for seg Dagbladet og VG sine forsider fra 1983 til 2009, og undersøkt hvilke nyhetskategorier som dominerer på disse forsidenes. Backe operer med variablene 'politikk', 'generelt samfunnsstoff', 'kunst og kultur', 'sport', 'krim/ulykker', 'populærkultur/underholdning', og 'forbrukerjournalistikk' (Backe 2011:51). Analysen av 1120 forsider (560 for hver avis) viser at VGs forsider i 2009 domineres av saker om underholdningsnyheter (29%), kriminalitet og ulykker (20%), og generelt samfunnsstoff (18%) (Backe 2011:76). Det samme mønsteret vises også delvis for Dagbladet, hvor kriminalitet og ulykker utgjør den største andelen, 33%, populærkultur/underholdning utgjør 29%, mens generelt samfunnsstoff utgjør 21% (ibid.:80). For en løssalgsavis er forsiden spesielt viktig, og det er rimelig å anta at disse er fylt med stoff avisene antar det er betalingsvilje for. Videre antas det gjerne at det er myke nyheter som initierer betalingsvilje (se f. eks. Allern 2001:65), så at en stor andel av forsiden presenterer

¹ Saker som omhandler blant annet kommunal og statlig aktivitet, kommunepolitikk, veiutbygging og vannforsyning, samt og øvrig samfunnsstoff som skilsmissestatistikk, minnemarkeringer og jubileer (jf. Nossen 2010).

saker om kriminalitet, ulykker, sport og underholdning er således ikke overraskende. Det er uklart hva som inngår i kategorien 'samfunnsnyheter', men det er rimelig å anta at dette er nyheter av mer seriøs karakter. På den måten kan det se ut som at avisene, i alle fall på forsiden, opprettholder sin profil som tabloide aviser som også tar sitt samfunnsoppdrag på alvor (jf. f. eks. Eide 2004). I tillegg viser Backes analyse at bare 1% av VGs forsider i 2009 er viet kunst og kultur, mens politikk utgjør 6 %. Det samme mønsteret finnes hos Dagbladet, hvor kunst og kultur utgjør 1 % og politikk utgjør 8% (Backe 2011:80). De samme tendensene kan også spores i en foreløpig upublisert studie gjennomført av Nina Kvalheim av VGs innhold på papir, nett og brett. Studien, som baseres på avisens innhold i mars 2014, viser at sport, kultur, politikk og forvaltning, og sosiale spørsmål utgjør den største andelen av VGs innhold, mens økonomi, samferdsel og ulykker, teknologi og forskning, og vær i mindre grad settes på agendaen. I tillegg har Sigurd Allern i sin analyse av innholdet i norske medier, tatt for seg hva VG setter på dagsorden. Allern finner at sport (26%), populærkultur/underholdning (15%) og kriminalitet og rettsvesen (15%) utgjør de største innholdskategoriene, mens kunst og kultur (4%), politikk og offentlig forvaltning (4% bare i mindre grad dekkes (Allern 2001:125). Mens Backe og Kvalheims studier viser at VGs innhold er en blanding av seriøse og mer tabloide nyheter, peker Allerns studie i mer populær retning. De tre studiene viser også motstridende tendenser når det kommer til enkelte kategorier. For eksempel viser Backe og Allerns analyser at politisk stoff marginaliseres, viser Kvalheims studie at politikk i stor grad prioriteres. Dette kan tilskrives at forsiden og resten av avisen er gjenstand for ulike redaksjonelle prioriteringer, blant annet fordi forsiden fungerer som en salgsplakat for avisen (Allern 2001:120), det kan forklares med at avisens redaksjonelle prioriteringene er endret på de 15 årene som er gått mellom Allerns analyse og Kvalheims analyse, og det kan tilskrives tilfeldigheter i utvalget.

Kort oppsummert kan det, basert på disse relativt brede kategoriene, se ut som at Aftenposten på den ene siden og VG og Dagbladet på den andre siden til dels utfyller hverandre når det kommer til tematiske innholdskategorier.

Riksspredte meningsbærende aviser

I sin analyse har Allern (2001) også inkludert to såkalte riksspredte, meningsbærende aviser; Vårt Land, en avis med en uttalt kristen profil, og Dagens Næringsliv, en avis med hovedfokus på økonomiske nyheter. Allerns analyse viser at hos Vårt Land utgjør kunst og kultur hele 40% av innholdet, mens internasjonale forhold, neste kategori på lista, utgjør 15% av det totale innholdet. Motsatt er det populærkultur og underholdning (1%) som i størst grad nedprioriteres

i denne avisen, mens kriminalitet og rettsvesen (6%) prioriteres nest mest. For DN sin del er det ikke overraskende økonomi og næringsliv som utgjør den største kategorien (56%), og også her er internasjonale forhold neste kategori på lista (12%). I denne avisen er det sport (1%) og kriminalitet og rettsvesen (1%) som prioriteres aller minst (Allern 2001:125). Sett i sammenheng med analysen av Dagbladet, VG og Aftenposten som vist over, gir dette et ganske interessant bilde. Over er det vist at økonomi og kunst og høykultur i stor grad nedprioriteres av de store riksavisene, mens sport, kriminalitet og rettsvesen, og kultur og underholdning ofte settes på agendaen. Analysen av de meningsbærende avisene viser imidlertid omtrent motsatte tendenser. Disse mediene ser ut til å prioritere saksområder som de store nyhetsavisene prioriterer bort. Dette kan være et utslag av en differensieringseffekt, hvor avisene finner det nødvendig å være ulike for å tiltrekke seg publikums oppmerksomhet, men det kan også være et resultat av at disse avisene har en annen agenda enn hva nyhetsavisene har, og at denne agendaen gir seg utslag i redaksjonelle prioriteringer. Dette er spesielt interessant i forhold til debatten rundt pressestøtte, hvor det argumenteres for at de meningsbærende riksavisene spiller en sentral rolle i offentligheten, og at de derfor også må støttes av det offentlige. Gjennomgangen av disse studiene ser ut til å støtte opp under dette argumentet.

NTB-saker

Én innholdsanalyse har hatt som ambisjon å studere hva som *ikke* publiseres av norske aviser. I en studie av norske avisers bruk av NTB-saker undersøker Svein Harald Milde (2007) hvilke NTB-saker som velges ut, og hvilke som forkastes. Han tar for seg både utenriksnyheter og innenriksnyheter, og studien gir et godt innblikk i hva slags prioriteringer som gjøres i de ulike avisene. I studien er det Aftenposten morgen, Bergens Tidende og Dagsavisen som er under lupen, og studien inkluderer således både riksaviser og regionaviser. Milde opererer med NTBs egne kategorier 'arbeidsliv', 'krig og konflikter', 'kriminalitet og rettsvesen', 'kultur og underholdning', 'kuriosa og kjendiser', 'medisin og helse', 'natur og miljø', 'politikk', 'religion og livssyn', 'sosiale forhold', 'ulykker og naturkatastrofer', 'utdanning, vitenskap og teknologi', 'vær', samt 'økonomi og næringsliv' (Milde 2007:48). Studien viser for det første av så mye som 54 % av NTBs produksjon, ble prioritert bort av de analyserte avisene (ibid.:67). Videre viser studien at for NTBs innenriksnyheter publiserer avisene oftest artikler omhandlende politikk, kriminalitet og rettsvesen, økonomi og næringsliv, krig og konflikter, og ulykker og naturkatastrofer. Til sammen utgjør disse kategoriene omtrent 80% av avisenes NTB-saker. Motsatt viser studien av vitenskap og teknologi, religion og livssyn, natur og miljø, og utdanning og sosiale forhold i stor grad blir neglisjert. Disse kategoriene utgjorde marginale

6% av sakene (ibid.:77). Når det gjelder utenrikssaker viser Milde at avisene utelukker en rekke nyheter, og at de tilbyr et relativt snevert verdensbilde. Det er stort sett saker fra USA, Irak, Skandinavia og andre deler av Europa som prioriteres, mens den største delen av verdenskartet altså utelates (ibid.:131).

NRK og TV2

NRK har en særstilling i norsk offentlighet, både fordi kanalen er lisensfinansiert og fordi mediehuset må betraktes som Norges største (Medienorge 2016; TNS Gallup 2016). TV2 har status som reklamefinansiert allmennkringkaster, og har derfor visse programforpliktelser knyttet til dette. I tillegg når kanalen ut til over 50% av den norske befolkningen (ibid.). Hva som settes på dagorden i disse to kanalene er derfor sentralt for den norske offentligheten. Ragnar Wahldal og kolleger (2009) har i en studie undersøkt nyhetene på NRK og TV2. De finner at i 2007 var sosiale spørsmål den mest brukte nyhetskategorien på NRK (31%), med politikk (24%) på andreplass. Nederst på lista var ulykker, som bare utgjorde 3% av materialet, samt økonomi, som utgjorde 6% av materialet. Det samme mønsteret var delvis også gjeldende for TV2. Sosiale spørsmål (30%) var den mest brukte kategorien også her, med politikk (28%) på en god andreplass. På TV2 var det imidlertid færrest featuresaker (5%), mens ulykker ble dekket nest minst med 6% av totalen (Wahldal et al. 2009:101). Forfatterne har også mer spesifikt analysert dekningen av politiske nyheter, utenriksnyheter, krimnyheter, og sportsnyheter. Av politiske nyheter er det hos NRK i 2007 mest stoff om internasjonal politikk (39%) og minst om distriktpolitikk (6%). Hos TV2 er det nasjonal politikk som dominerer (38%), mens distriktpolitikk også der utgjør en marginal del av totalen (3%) (ibid.:133). Dette er ikke spesielt overraskende, tatt i betraktning kanalenes nasjonale posisjon. Forfatterne understreker imidlertid at dette for NRKs del ikke gir dette et riktig bilde av kanalens satsing på regionale nyheter. NRK har etablert egne regionale nyhetssendinger som ikke inngår i denne analysen (ibid.:133), noe som påvirke andelen lokale og regionale saker i hovednyhetssendingen. I kanalens overordnede programprofil det er dermed rimelig å anta at regional politikk dekkes i et større omfang enn det som her kommer til uttrykk. Wahldal og kolleger har også tatt for seg utenriksdekningen til de to kanalene. De finner at satsingen på utenriksstoff er styrket de siste 20 årene (siden 1993), men i 2007 utgjør fremdeles 62% av stoffet på NRK rent innenriksstoff og 11% er norsk utenriksstoff (norske interesser i utlandet), og bare 27% er rent utenriksstoff. Det samme gjelder for TV2. Her er 61% rent innenriksstoff, 13% er norsk utenriks, mens 26% er rent utenriks (ibid.:146). Kanalene er altså relativt sammenfallende når det kommer til rapportering om forhold utenfor Norge. Av utenriksstoffet

som får plass i nyhetssendingene utgjør politikk og sport de to største kategoriene (henholdsvis 40% og 31% på NRK, og 44% og 19% på TV2). I motsatt ende av skalaen dekkes økonomiske utenriksnyheter (2%) og ulykker (4%) marginalt på NRK, mens feature (2%) og økonomiske utenriksnyheter (4%) dekkes marginalt på TV2 (ibid.:150). Når det kommer til krimnyheter er det vold og seksualsaker (36%) som dekkes mest på NRK, mens det på TV2 er mest mord og mistenkelige dødsfall (45%). Økonomisk kriminalitet dekkes minst hos begge kanaler, med 7% på NRK og 5% på TV2 (ibid.:164). Av sportsnyheter er det resultater som dekkes mest (42% på NRK og 35% på TV2), mens arrangement dekkes minst (11% på NRK og 5% på TV2). Av idrettsgrener er det ski som får mest oppmerksomhet på begge kanaler (30% på NRK og 61% på TV2), mens skiskyting får minst oppmerksomhet (3% på NRK og ingen dekning på TV2). Heller ikke skøyter eller ishockey ble dekket på TV2 i løpet av perioden for denne undersøkelsen (ibid.: 184). Oppsummert kan det se ut til at begge kanalene prioriterer omtrent de samme saksområdene, dog med visse forskjeller. Sosiale spørsmål og politikk dominerer agendaen, mens økonomi og ulykker får relativt liten plass. Harde nyheter ser altså ut til å utgjøre en stor del av totalen, og dermed kan det argumenteres for at kanalene i stor grad oppfyller sine samfunnsmessige forpliktelser. Det er også interessant å observere at NRK og TV2s innholdsprofiler er relativt like VG, Dagbladets og Aftenpostens profiler, i alle fall tematisk. Dette kan blant annet forstås som en strukturell effekt - de inngår i de samme konkurranseforholdene, konkurrerer i samme grad om publikums oppmerksomhet og lignende.

NRK (på nett)

I NRKs mandat ligger det et pålegg som sier at "NRK skal ha et attraktivt innholdstilbud på internett, mobil-tv mv" (NRK 2009 [2016]). Elgesem og kolleger (2010) har i lys av dette pålegget analysert NRKs innhold på nett i 2010. De har analysert både NRKs forside og hele nettstedet. Deres analyse viser at teknologi og vitenskap ikke dekkes på NRK.no's forside og at økonomi dekkes marginalt (2%). Motsatt utgjør kultur og underholdning (23%) og kriminalitet (19%) den største delen av innholdet på forsiden til nrk.no. Bildet er omtrent det samme for nettstedet som helhet. Også her dekkes teknologi og vitenskap (1%), samt økonomi (6%) minst, mens kategorien 'sosiale spørsmål' (24%) her utgjør den største delen av innholdet (ibid).

Denne studien av NRKS innhold på nett ble gjentatt i 2013. Viktige funn fra denne analysen er at nyhetsinnholdet på NRK.no i stor grad preges av lokale nyheter, og at internasjonale nyheter i liten grad dekkes. Den viser også at nrk.no's forside også i 2013 i all hovedsak prioriterte

kultur og underholdningsstoff (25%), og at også dette året dekkes vær (2%) økonomi (3%) og teknologi og forskning (4%) kun i liten grad (Sjøvaag et al. 2015:6). Nettstedet som helhet prioriterte, i likhet med i 2009, nyheter om sosiale spørsmål (20%). Dette står i motsetning til Aftenposten, hvor Sjøvaags analyse viste at sosiale spørsmål bare dekkes i mindre grad (8%). Det sammenfaller imidlertid med VG, hvor sosiale spørsmål, i følge Kvalheim, utgjør en sentral del av det totale innholdet. I tillegg viste også denne analysen av NRK at vær (2%), teknologi og vitenskap (2%), og til dels også økonomi (6%) er et marginaliserte felt (ibid.:8).

TV2 Nyhetskanalen

Også TV2 Nyhetskanalen har vært gjenstand for en relativt grundig analyse. I en studie av kanalens innholdsprofil finner Sjøvaag (2012) at sport og politikk utgjør den største delen av innholdet på denne kanalen, med henholdsvis 25,7 og 22,2 %. Av det politiske innholdet utgjør norsk rikspolitikk den største andelen (44,6%), med internasjonale nyheter (22,8%) og nyheter om krig, terrorisme og politisk vold (20,5%) på andre og tredje plass. Regional lokal politikk dekkes nesten ikke (3,2%), noe som stemmer overens med kanalens profil som nasjonal nyhetstilbyder. Av sportsinnholdet utgjør internasjonal sport (36,7%) og norsk sport (34,5%) omtrent like store deler. Analysen av den overordnede innholdsprofilen viser også at såkalt 'general interest' (6,9%) nyheter og sosiale spørsmål (7,9%) bare i mindre grad dekkes.

Oppsummert ser det ut til at norske medier på ulike måter dekker en rekke ulike saksområder. Politikk ser imidlertid ut til å være den kategorien som dekkes mest av flest. Hos både Aftenposten, VG, NRK, TV2 Nyhetskanalen og NRK utgjør politiske saker en stor del av det totale antall saker. Motsatt ser det ut som om økonomi, ulykker og teknologi og forskning er kategorier flere medier velger bort. VG og NRK ser begge ut til å velge bort disse tre saksområdene, mens også TV2 i svært liten grad dekker ulykker. En interessant observasjon i så måte er VG og NRKs sammenfallende programprofil. Dette er forøvrig også understreket i en analyse av Sjøvaag (2015).

4.2 Regional- og lokalmedier

Med regionale medier menes her medier som har nedslagsfelt utover sitt utgiversted. Lokalmedier forstås som medier hvis lezerskare finnes på avisens utgiversted. Først skal det sees nærmere på Bergens Tidende, Stavanger Aftenbladet og Fædrelandsvennen, som alle må betraktes som regionaviser.

Regionalmedier: Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen, Adresseavisen, og Haugesunds Avis.

Sjøvaag (2012:313ff) har også tatt for seg regionalavisene Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad. Sjøvaags analyse viser at for Bergens Tidende var politikk (18%) den største innholdskategorien, med ulykker (17%) og hverdagsliv (15%) like bak. I andre enden av skalaen finner hun at økonomi (8%) og sosiale spørsmål (8%) utgjør en mindre del av totalen. For Stavanger Aftenblad finner hun at politikk (21%) og hverdagsliv (20%) utgjør en sentral del av innholdet. Denne avisen dekker imidlertid dekning ulykker (7%) mindre enn hos BT, mens økonomi, kriminalitet og sosiale spørsmål alle dekkes i respektive 9% av tilfellene. I en studie av Fædrelandsvennens innhold finner Nina Kvalheim (2013:34) at sport utgjør den største andelen av avisens innhold, med sosiale spørsmål og samferdsel og ulykker like etter. I andre enden av skalaen finner Kvalheim at økonomi utgjør en mindre del av innholdet og at teknologi dekkes bare marginalt.

I sin analyse av norske aviser har Allern tatt for seg to aviser som kan betraktes som regionaviser; Haugesunds Avis og Adresseavisa². Allerns analyse viser at for begge disse avisene gjelder det at de fleste innholdskategoriene relativt likt representert. I Adresseavisen er det sport (22%) og økonomi og næringsliv (15%) som dominerer, og kriminalitet og rettsvesen (6%) og populærkultur som prioriteres minst. I Haugesunds Avis prioriteres sport (16%) og økonomi og næringsliv (16%) like mye, mens populærkultur og underholdning (6%) og kriminalitet og rettsvesen (6%) prioriteres like lite (Allern 2001:125).

På regionnivå ser det altså ikke ut til å tegne seg et klart bilde av hva som dekkes, eller av hva som *ikke* dekkes. Både Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad prioriterer hverdagsliv og politikk, og både Bergens Tidende og Fædrelandsvennen dekker ulykker på en adekvat måte.

I tillegg dekkes sport relativt mye av både Adresseavisen og Haugesunds Avis. Analysene viser også at sosiale spørsmål dekkes lite av Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad, og at økonomi dekkes lite av Fædrelandsvennen, Stavanger Aftenblad og Bergens Tidende, men relativt godt av Haugesunds Avis og Adresseavisen

² I Allern (2001) sin analyse betraktes Haugesunds Avis som en ledende lokal dagsavis. I innholdsanalysen som er gjennomført for denne rapporten (se 5.5) inngår Haugesunds avis som en byavis (regionavis), og derfor omtales den også som regionavis her.

Lokalmedier

Når det kommer til studier av innholds i lokalmedier var det bare én studie som med et relativt bredt utgangspunkt har tatt for seg lokalmediers innhold (Dimmen 2012). Denne studien har til gjengjeld tatt for seg 145 lokale fådagersaviser, og analysert avisenes forside og leder. Først og fremst har analysen befattet seg med hvilke tematiske innholdskategorier som opptrer hyppigst. Dimmen opererer med kategoriene 'politikk og forvaltning', 'helse, utdanning, miljø', 'økonomi, næringsliv', trafikk, ulykker', 'krim, rettsvesen', kunst, kultur, kirke', 'sport' 'annet'. Han finner at økonomi og næringsliv, helse, utdanning og miljø, og politikk og forvaltning utgjør den største delen av hovedoppslagene. I den andre enden av skalaen finnes rettsvesen, sport, og kunst, kultur og kirke. Når det kommer til lederartikler finner Dimmen at politikk og forvaltning, helse, utdanning og miljø, og økonomi og næringsliv utgjør den største andelen. På den andre siden blir krim og rettsvesen, og sport omtrent ikke omtalt på lederplass.

Mens Dimmen analyserer lokalaviser på aggregert nivå, og basert på hovedoppslag og lederartikler, har Allern (2001) gjennomført enkeltvis analyse av alt innhold i fem forskjellige lokalaviser i sin analyse, Oppland Arbeiderblad, Nordlands Framtid, Nordlandsposten, Hordaland og Helgeland Blad. For Oppland Arbeiderblad ser det ut til at det er sport som dekkes absolutt mest, med 30% prosent av det totale innholdet, og at helse, utdanning og miljø (14%) samt økonomi og næringsliv (14%) utgjør de nest største kategoriene. Nederst på skalaen finnes populærkultur og underholdning (3%) og internasjonale forhold (5%). I Nordlands Framtid er det økonomi og næringsliv (20%) og sport (17%) som dekkes mest, mens populærkultur og underholdning (3%) og internasjonale forhold (5%) dekkes minst. De samme mønsteret finnes også i Nordlandsposten. I Hordaland er det helse, utdanning og miljø (20%), som dominerer, etterfulgt av økonomi og næringsliv (18%). I motsatt ende finnes populærkultur og underholdning (2%) og kriminalitet og rettsvesen (2%). Den siste avisen Allern har tatt for seg er Helgeland Blad. For denne avisen viser analysen at helse, utdanning og miljø (24%) utgjør den største kategorien, med sport på annen plass (16%). I denne avisen dekkes populærkultur og underholdning i likhet med i de andre avisene bare marginalt, mens dekning av saker om internasjonale forhold er fullstendig fraværende. Kort oppsummert ser det ut til at populærkultur og underholdning og internasjonale forhold dekkes minst av disse lokalavisene, mens helse, utdanning og miljø, økonomi og næringsliv, samt sport kommer høyt opp.

4.3 Tematiske saksområder

En del studier har tatt for seg avisers dekningen av ulike tematiske saksområder. I dette avsnittet vil det sees nærmere på hva disse studiene finner. Som nevnt innledningsvis er studier av veldig spesifikke områder ekskludert fra denne gjennomgangen. Gjennomgangen vil i stedet konsentrere seg om mer overordnede temaer og inkludere valgkampdekning, religion og livssyn, minoriteter, utenriksdekningen, velferdsstaten og kultur.

Valgkamp

Medienes dekning av valgkamper utgjør en sentral del av informasjonen som tilføres befolkningen i tiden foran et valg. Siden det å stemme ved valg anses som en av borgernes viktigste demokratiske plikter, er innholdet mediene skriver om i den sammenhengen av stor betydning for demokratiet. Ulike studier har på ulike vist tatt for seg norske mediers valgkampdekning, og i dette avsnittet skal noen av dem gjennomgås.

I en studie av Agderposten og Fædrelandsvennen har Anne Siri Skomedal (2008) har tatt for seg medienes dekning av lokalvalgkampen i 2007. Skomedal skiller hovedsakelig mellom riks- og lokalpolitikk, og finner at det er lokalpolitikk som dominerer på nyhetsplass, hvor 70% av artiklene som handlet om politikk var innrettet mot lokalpolitikk. På kommentarplass var det imidlertid rikspolitikk som dominerte. Videre har Sigurd Høst (2013) analysert dekningen av valgkampen i 2011 i åtte små lokale fådagersaviser. Høst finner at ”i en gjennomsnittlig utgave fra valgkampukene utgjorde valgkampstoffet [...] så mye som 24 prosent av (brutto) redaksjonelt stoff” (Høst 2013:9). Høst og kolleger har ikke eksplisitt undersøkt hvorvidt avisene fokuserte på lokalpolitikk eller rikspolitikk i sin dekning, men de skriver at de etter kodingen sitter igjen med ”et klart inntrykk av at valgdekningen i de 16 avisene nesten utelukkende har dreid seg om lokale politikere og lokale saker (ibid.:11). Studien viser også at lokalaviser fra Vestlandet har en større andel politiske saker i sitt redaksjonelle innhold, noe Høst tilskriver Vestlandets særegne politiske situasjon, som er preget av motkulturer, med fokus på nynorsk, avhold og pietistisk kristendom. Både Skomedal og Høst sin analyse peker imidlertid på at lokalmedier spiller en viktig rolle for dekningen lokalpolitikken.

I likhet med Høst har også Tonje Charlotte Storås (2013) tatt for seg dekningen av valgkampen før kommunevalget i 2011. Mens Høst ser på lokalavisers dekningen av valgkampen, tar Storås for seg Aftenposten, Dagsavisen, Klassekampen, Nordlys og iTromsø. Klassekampen og Nordlys Hun ser spesielt på hvordan de ulike politiske partiene dekkes i de forskjellige avisene,

og finner at Arbeiderpartiet (31%) fikk mest dekning i de fem avisene, mens Rødt (3%) og Venstre (4%), i tillegg til en kategori kalt 'øvrige partier' (4%), fikk minst dekning. Analysen viser også at Dagsavisen, Klassekampen og iTromsø viet mest stoff til Arbeiderpartiet (24%, 20% og 23%), mens Aftenposten og Nordlys i flest artikler (28% og 26%) lot flere konkurrerende partier komme til uttrykk. Ikke uventet kan det altså se ut som at små partier får minst dekning.

Storås (2013) har også tatt for seg hvilke temaer avisene tar for seg i valgkampdekningen. Hun viser at kategoriene 'valgkamp' og 'oppslutning', altså kategorier knyttet til selve valget, fikk mest spalteplass i alle avisene. I den andre enden av skalaen varierte det fra avis til avis hvilke temaer som ikke ble dekket. I Aftenposten ble kategoriene 'miljø og klima', 'innvandring', samt 'landbruk, fiske og olje' dekket i bare 1% av tilfellene. Videre ble 'fattigdom' rapportert i 2% av tilfellene, 'kultur og frivillighet' i 3% og 'næringsliv, økonomi og arbeid' i 3% av tilfellene. I Dagsavisen sto 'eiendomsskatt' for 3% av tilfellene, mens 'terror', og 'utdanning skole og barnehage', og 'miljø og klima' fikk lite dekning i Klassekampen, med bare 1% av stoffet. Hos iTromsø fikk 'terror', 'kultur og frivillighet', og 'samferdsel' 4% hver.

Religion og livssyn

I gjennomgangen av riksmediers, regionale mediers og lokalmediers nyhetsagenda ovenfor ble ikke religion og livssyn nevnt. Grunnen til det kan både være at religion og livssyn hverken dekkes mest eller minst, og dermed ikke er tatt med, og det kan være at religion og livssyn inngår i andre, bredere kategorier. Derfor er det interessant å se nærmere på studier som spesifikt har tatt for seg religion i mediene. Spesielt er to studier interessante i denne sammenheng. Disse to er Hilde Kristin Dahlstrøms (2013) studie *Gud i Sørlandsmediene*, Sindre Storvolls (2007) studie *Kristenfiendtlighet i pressen?*. Dahlstrøm tar for seg sørlandsmedienes dekning av religion og livssyn, og hun finner at disse temaene sjelden settes på dagsorden. I bare drøyt 3% av artiklene har referanse til religion og livssyn (Dahlstrøm 2013). Dette er interessant, gitt de analysert avisenes plassering i det såkalte 'bibelbeltet'. Det aktive kristenlivet er sterkere i Agder enn i resten av Norge, skriver Dahlstrøm (2013), og det er derfor rimelig å anta at disse mediene dekker denne typen saker i større grad enn resten av landets aviser. Hvis så er tilfelle dekkes religion og livssyn i så fall bare marginalt av norske medier. Sindre Storvoll (2007) har på sin side sett nærmere på hvordan kristendommen dekkes i ni norske aviser, og han finner blant annet at knapt en prosent av avisinnholdet handler om

kristendom. Det kan dermed se ut som om religion og livssyn utgjør kun en marginal del av avisenes dekning.

Minoriteter

Heller ikke minoritetsspørsmål dukket opp i gjennomgangen av det mer generelle innholdet i mediene over. Antakelig inngår minoritetsspørsmål i kategorier som 'sosiale spørsmål' eller 'øvrig samfunnsstoff', og som analysen over ble denne kategorien godt dekket på blant annet NRK, nrk.no og VG, men ikke fullt så godt i regionalmediene. Gunn Bjørnsen (2009) har tatt for seg representasjon av minoriteter på radio. Hun ser nærmere på radioprogram fra Radio Norge, P4, TV2 og NRK – program som kanalene selv mener oppfyller deres flerkulturelle allmennkringkastingsforpliktelser. Hun finner at programmene hovedsakelig handler om det nære og personlige, og det er få programmer som tar for seg strukturer og system. Det kan tolkes i retning av at programmer med flerkulturell innretning i stor grad er programmer som tar opp myke temaer, mens de harde temaene med politisk og samfunnsmessig relevans ikke kommer til uttrykk.

Trine Lise Lyngaard (2009) har tatt for seg dekningen av tvangsekteskap i tre norske aviser, *Aftenposten*, *Dagsavisen* og *Klassekampen* mellom 2004 og 2008. Lyngaard anvender kategoriene 'Rettsak/kriminalitet', 'Lovgivning/lovregulering', 'Politikk/samfunn' og 'Hjelp/forebygging/case' i sin analyse. Hun finner først og fremst at kategoriene dominerer i hvert sitt år, og at hvilken kategori som er den dominerende henger sammen med politiske og rettslige hendelser (Lyngaard:38ff). Lyngaard konkluderer med at en "multikulturalistisk tilnærming i liten grad er tilstede i mediediskursen" (ibid.:42).

Velferdsstaten

Velferdsstaten utgjør en sentral dimensjon ved det norske samfunnet. Hvordan velferdsstaten gjengis i norske medier er derfor svært interessant. Ann Helen Bay og Jo Sagli (2003) har sett på norske avisers dekning av velferdsstaten. Med velferdsstaten forstås forfatterne temaer som 'helsesektoren og helsevesen', 'eldreomsorg', 'barnevern', 'barnetrygd', 'arbeidsmarkedspolitikk og arbeidsløshet', 'fattigdom og sosialhjelp', 'uføretrygd', 'attføring', 'sykepengar' og lignende. I utvalget inngår Arbeiderbladet, Aftenposten, Vårt Land, Verdens Gang og Dagbladet. Forfatterne finner at Aftenposten (27% av alle saker om velferdsstaten i 1999) er den avisen som skriver mest om saker som faller inn under forfatternes definisjon av velferdsstaten. VG (15% av alle saker om velferdsstaten), på sin side, skriver minst om denne

typen saker (Bay og Sagli 2003:26). De finner også at sykehus og helsesektoren er det stoffområdet som dekkes hyppigst (21%), og at funksjonshemmede og rehabiliteringstiltak og alderspensjon dekkes minst (5% hver) (ibid.:29). Forfatterne ser også på om det er noen forskjeller når det kommer til hvilken type avis som dekker sakene, løssalg eller abonnement, men finner ingen store forskjeller. Forfatterne peker likevel på at det kan være forskjeller i hvordan de ulike avisene vinkler innholdet (ibid.:33).

Kultur

Kultur defineres gjerne som en myk stoffkategori, og har ingen stor relevans i et offentlighetsperspektiv. Likevel kan det argumenteres for at kultur er viktig, spesielt fordi det kan betraktes som identitets- og tilhørighetsskapende. Marit Grøtte tar for seg kjendisjournalistikk på vg.no og dagbladet.no, og viser at det har vært en markant økning i andelen av denne typen journalistikk fra 2005 til 2014 (fra 6,5% til 11,6%). En liten overvekt av sakene (53%) omhandler en kvinnelig kjendis, og 62% av sakene handler om en norsk kjendis. Studien viser også at motedesignere (1%) og kunstnere (1%) får minst omtale på vg.no og dagbladet.no, mens sportsutøver (23%) og musikere (21%) får mest plass (Grøtte 2015). Også Linn Hellebust Kristiansen (2014) har tatt for seg kulturfeltet, og undersøker norske avisers (VG, Dagbladet, Aftenposten, klassekampen, Bergens Tidende og Dagens Næringsliv) dekning av billedkunst. Hun finner at 57 av 533 kultursaker (11%) omhandler billedkunst (Kristiansen 2014:42).

Utenriks

Alle temaene som har vært diskutert til nå har handler om nyheter knyttet til Norge. Marie Therese Lilleborge (2009) har imidlertid sett på dekningen av utenriksforhold, og har tatt for seg NRK1, NRK2, NRK3 og TV2s dekning av andre land. Hun tar for seg program utenfor ordinære nyhetssendinger, og finner at av program som omhandler land utenfor Norge, handler den største andelen på NRK1 og NRK2 om de andre nordiske landene, mens på NRK3 handler de fleste programmene om Nord-Amerika. TV2 hadde, sammenlignet med NRK1, en relativt liten andel saker som omhandler andre land enn Norge, men i programmene om andre land var det øvrige Europeiske land som er med i EU som dominerte. Analysen viser også at Oseania dekkes svært lite, eller ikke i det hele tatt, på alle kanalene (Lilleborge 2009:44). Sammenlignet med Milde sin analyse av avisers bruk av NTB-saker, kan det se ut som om det hovedsakelig er saker fra USA og Europa som når nyhetsagendaen i Norge. Lilleborge fant også at det tematisk var program om hverdagsliv som dominerte på NRK1. Det samme gjaldt også for

NRK2, men der utgjorde politikk også en betydelig andel. På NRK3 var det populærkultur som dominerer, mens hverdagsliv dominerer også på TV2, med kunst og kultur som en god nummer to. Analysen viser også at programmer om 'bistand' dekkes relativt lite på alle kanalene (ibid.:48).

Denne gjennomgangen av tematiske innholdskategorier viser at lokalmediene er de som i størst grad dekker lokalpolitikk, at religion og livssyn kun dekkes marginalt, at programmer som omhandler minoriteter i liten grad handler om system og strukturer, at dekningen av velferdsstaten i liten grad handler om funksjonshemmede og alderspensjon, at kjendisjournalistikken i Dagbladet og VG er økende, og at billedkunst utgjør en overraskende stor andel av kulturdekningen. I tillegg har studier vist at saker som handler om steder utenfor Norge i stor grad handler om andre Europeiske og Skandinaviske land, samt USA, og at resten av verden stort sett ikke dekkes.

4.4 Hvem kommer til orde?

Noen studier har også sett nærmere på hvem som kommer til orde i norske medier. For det første har Torgeir Dimmen (2012:26ff) i sin analyse av lokalaviser også undersøkt hvem som var brukt som kilder. Han finner at i en overraskende stor andel (nesten 50%) av sakene er det 'grasrota' som er kilde. Dette gjelder spesielt på forsiden, og spesielt i saker som omhandler kunst, kultur og kirke, sport, og 'annet'. Næringsdrivende utgjør en stor del av kildene i saker som omhandler økonomi og næringsliv, mens saker omhandlende politikk og forvaltning gjerne baserer seg på dokumenter. Den eneste av Dimmes kategorier som baserer seg på elitekilder er saker som krim og rettsvesen.

Også Birgit Røe Mathisen (2010) har tatt for seg hvem som kommer til uttrykk i lokalmediene. Hun deler kildene i to hovedkategorier; lokale elitekilder og lokale grasrotkilder. Lokale elitekilder må forstås som ledere i næringsliv, kommunepolitikere og rikspolitikere, organisasjonsledere, representanter for politi og rettsvesen og lignende. Lokale grasrotkilder er mennesker eller privatpersoner som ikke representerer noen organisasjon eller institusjon, men snakker for seg selv. I alle avisene hun har undersøkt dominerer elitekilder. Elitekildene utgjør 87% i Namdalsavisa, 82% i Fremover, 84% i Helgelands Blad og 82% i Saltenposten. Motsatt utgjør 'mannen i gata' 13% i Namdalsavisa, 18% i Fremover, 16% i Helgelands Blad, og 18% i Saltenposten (Røe Mathisen 2010:41). Røe Mathisen peker imidlertid på at andre studier har

vist at andelen grasrotkilder er enda mindre i riksmedier, og konkluderer med at hennes funn viser at det er lettere å komme for grasrota å komme til orde i små redaksjoner (ibid.:42).

Også Allern (2001) konkluderer med at det er de profesjonelle kildene som dominerer. I sin studie av ti norske aviser finner han at blant alle aviser er det representanter for politikk og forvaltning, som politikere, embetsmenn og informasjonsmedarbeidere i offentlig forvaltning som utgjør den største andelen (20%), med ledere i næringslivet som en god nummer to (17%). Motsatt er det representanter for det kulturelle feltet, som forfattere, kunstnere og kulturarbeidere som høres minst (4%), mens grasrota kommer til syne i 8% av tilfellene (Allern 2001:172). Allern finner imidlertid at mens grasrota utgjør 1% av kildene i Dagens Næringsliv, utgjør de henholdsvis 13% og 16% i Hordaland og Helgelands Blad. Dette er med på å understreke Røe Mathisen sitt poeng om at lokalmedier i større grad enn riksmedier slipper 'mannen i gata' frem.

I sin velferdsstatstudie finner Bay og Sagli (2003) at det er politikere og ansatte i offentlig forvaltning som oftest kommer til orde, i henholdsvis 25% og 11% av tilfellene. I motsatt ende av skalaen finne representanter for arbeidsgiveren, som bare kommer til orde i 1% av tilfellene. Brutt ned på avisnivå finner forfatterne at representanter for interesseorganisasjoner ikke er representert i VG, og at representanter for arbeidsgiver eller klienter bare er marginalt representert (2% hver). I VG er det klienten som får mest plass (19%). Dette passer godt med VGs image som representant for 'den lille mann' (jf. Eide 1995). I Arbeiderbladet får også fagforeningsrepresentanter passende nok stor plass.

I analysen av fjernsynsnyheter har Wahldal og kolleger (2009) sett nærmere på kjønnsrepresentasjonen i nyhetene. De finner at for kanalene (TV2 og NRK) samlet består en stor overvekt av intervjuede personer menn (74%). Størst forskjell er det på TV2, hvor 77% av de intervjuede er menn. På NRK er det tilsvarende tallet 72%. De finner imidlertid at blant "mannen i gata", de som intervjues fordi de har kunnskap eller erfaring som passer til den aktuelle saken, er kvinner bedre stilt.

Lynggard har i sin analyse av tvangsekteskap også tatt for seg hvem som kommer til orde. I motsetning til andre studier av representasjon i mediene, viser denne studien at kvinner er i overtall i diskursen rundt tvangsekteskap. Lyngaard viser at Klassekampen er den avisen som med høyest kvinneandel, mens Aftenposten er den avisen med mest kjønnsbalanse. Likevel er

det også i Aftenposten en overvekt av kvinner som uttaler seg. Hun finner også at det er i stor grad er majoriteten som får spalteplass, og da spesielt majoritetskvinner. Hun finner også at minoritetsmenn utgjør bare en liten andel i diskursen rundt tvangsekteskap. Lyngaard har også tatt for seg hvilken rolle de som får spalteplass har, og hun opererer med kategoriene 'berørte', 'politikere', 'myndigheter', eksperter', og 'organisasjoner'. Ikke uventet er det politikerne som får mest plass i alle avisene. Videre får berørte mest plass i Aftenposten, organisasjoner får mest plass i Dagsavisen, mens eksperter får mest plass i Klassekampen (Lyngaard 2009:43ff). Lyngaards analyse viser altså at ulike aviser prioriterer ulikt. Både Aftenposten, Dagsavisen og Klassekampen har en betydelig leserskare i Oslo, og Lyngaards studie kan dermed indikere at de avisene i alle fall til dels utfyller hverandre når det kommer til representasjon av ulike grupper i mediene. Forøvrig var det myndighetene som kom minst til uttrykk i alle avisene, noe som kan synes litt merkelig gitt avisenes geografiske plassering i hovedstaden.

Tine Ustad Figenschou og Audun Beyer (2014) har tatt for seg innvandringsdebatten, og sett på hvem som kommer til uttrykk i debatter om innvandring i *Aftenposten*, *VG*, *Dagbladet*, *NRK Dagsrevyen* og *TV 2s* 18.30-nyheter og 21-nyheter, i 2011. Forfatterne finner at i 35% er makteliten hovedkilde i innvandringsstoffet. 'Vanlige folk' kommer til orde i nesten 25% av tilfellene. Sammenlignet med Allern (2001) sin studie viser dette at vanlige folk i større grad kommer til uttrykk i innvandringsdebatten. Talspersoner for institusjoner kommer til uttrykk i bare en liten del av tilfellene. Undersøkelsen viser også at minoriteter utgjør en liten del av totalen, og at den største andelen minoriteter finnes blant vanlige folk.

En siste interessant studie i denne sammenheng er en studie utført av Arne Krumsvik (2014) hvor han ser på representasjonen av ungdom mellom 15 og 19 år i nyhetsmediene. Krumsvik har tatt for seg *Dagbladet*, *Aftenposten*, *Adresseavisen*, *Agderposten*, *Avisa Nordland*, *Bergensavisen*, *Fjuken.no* og *Møre*, samt NRK og TV2, og undersøkt i hvor stor grad ungdom i denne aldersgruppen opptrer som kilder i nyhetssaker. Han finner at ungdom i mange saker ofte bare omtales og ikke brukes som direkte kilder, at det er veldig få saker som benytter seg av ungdom som kilde og at jo større avisen er, jo færre saker med ungdom som nyhet har de. Krumsvik oppsummerer med at ungdom er mest tilstede i lokale medier og at gladsaker fra sport og kultur dominerer.

Oppsummert kan det altså se ut som at det er makteliten som hyppigst kommer til orde i mediene, men at lokalmediene spiller en viktig rolle som korreksjon til dette. I tillegg viser

studier at det er menn som dominerer på nyhetsplass, men at det i diskusjonen rundt tvangsekteskap overraskende nok er kvinner som dominerer. Studiene av minoriteter viser imidlertid at det oftest er majoriteten som kommer til uttrykk, også når det gjelder minoritetsspørsmål. Til sist viser gjennomgangen også at ungdom er underrepresentert som kilder i nyhetene, og at de i mange saker bare omtales, men ikke brukes som ordentlige kilder.

5. NORSKE MEDIERS NYHETSAGENDA

Ovenfor ble det presentert en oversikt hva norske medier setter på nyhetsagendaen. Det ble vist at riksaviser ser ut til å fokusere på nyheter av politisk karakter, at lokalaviser ser ut til å blant annet fokusere på politikk og sport, mens det for regionalavisene ikke ble tegnet noe tydelig bilde. Motsatt ble det vist at det som ser ut til å utgjøre blindsoner i norsk journalistikk for riksaviser ser ut til å være ulykker, økonomi og teknologi og forskning, og for lokalaviser ser det ut til å være underholdning og internasjonale spørsmål. Heller ikke her ga regionavisene noe klart bilde. Videre ble det vist at kvinner, arbeidsgivere, ungdom og den generelle grasrota bare marginalt kom til uttrykk i norske medier. Mens forrige kapittel var basert på tidligere utførte studier som anvender ulike innholdskategorier på ulike måter, og som dermed vanskeliggjør sammenligning, er dette avsnittet basert på en innholdsanalyse utført ved Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen. Som vist i avsnitt 3.2 er analysen basert på 8187 enheter, noe som vil gi en godt inntrykk av hva norske medier setter på dagsorden, og dermed også av hva som *ikke* settes på dagsorden. Dette delkapittelet er inndelt i fire deler. Først vil den totale dekningen diskuteres. Deretter vil det ses nærmere på henholdsvis riksaviser, byaviser, og lokalaviser, og blindsoner knyttet til disse nivåene vil registreres. Til slutt vil eventuelle forskjeller mellom de ulike nivåene analyseres.

5.1 Den overordnede nyhetsagendaen

For å vurdere journalistikkens blindsoner kan det først være interessant å ta det overordnede nivået, alle nyhetsmediene samlet, nærmere i øyesyn. Dette inkluderer både lokal-, regional- og riksmedier, og både nettaviser og papiraviser. Tabell 5.1 gir en fullstendig oversikt over norske mediers nyhetsagenda på et overordnet nivå.

Tabell 5.1. Den overordnede nyhetsagendaen. Norske medier. N=8187

Kategori	%	Kategori	%	Kategori	%	Kategori	%
1. Sport	12,9	14. Primærnæring	2,0	27. Vær	0,9	40. Narkotikakriminalitet	0,4
2. Politikk	10,9	15. Forseelser	1,9	28. Mord/mistenkelige dødsfall	0,8	41. Sedelighets-kriminalitet	0,4
3. Hobby og fritid	7,2	16. Utdannings-sektoren	1,8	29. Fra retten/jus/rettssystemet	0,8	42. Økonomisk kriminalitet	0,4
4. Populær-kultur	6,5	17. Markeder	1,7	30. Globale og internasjonale sosiale spørsmål	0,8	43. Turistnæring	0,4
5. Infrastrukt ur og nærmiljø	6,0	18. Arbeidsliv	1,6	31. Kuriosa	0,8	44. Teknologi	0,4
6. Markeringer	4,0	19. Religion	1,6	32. Annet	0,8	45. Innholds-markedsføring	0,4
7. Kunst og høykultur	3,7	20. Krig/terror/ politisk vold	1,3	33. Vold/ gjengkriminalitet	0,7	46. Energisektor	0,3
8. Næring og industri	3,6	21. Medier og reklame	1,3	34. Vitenskap/forskning	0,7	47. Datakriminalitet	0,2
9. Helsesektor	3,0	22. Forbrukersaker	1,3	35. Politisaker	0,6	48. Finans/banksektor	0,2
10. Ulykker og katastrofer	3,0	23. Miljø og klima	1,2	36. Vinnings-forbrytelser	0,5	49. Minoritetsspørsmål	0,2
11. Offentlig forvaltning	2,9	24. Portretter/ildsjeler	1,2	37. Økonomi	0,5	50. Demonstrasjon	0,1
12. Familieliv	2,8	25. Trafikk	1,1	38. Personlig økonomi	0,5	51. Smugling/trafficking	0,1
13. Innvandring	2,1	26. Internasjonal politikk	1,0	39. Sosialektor	0,5	52. Kongehus	0,1

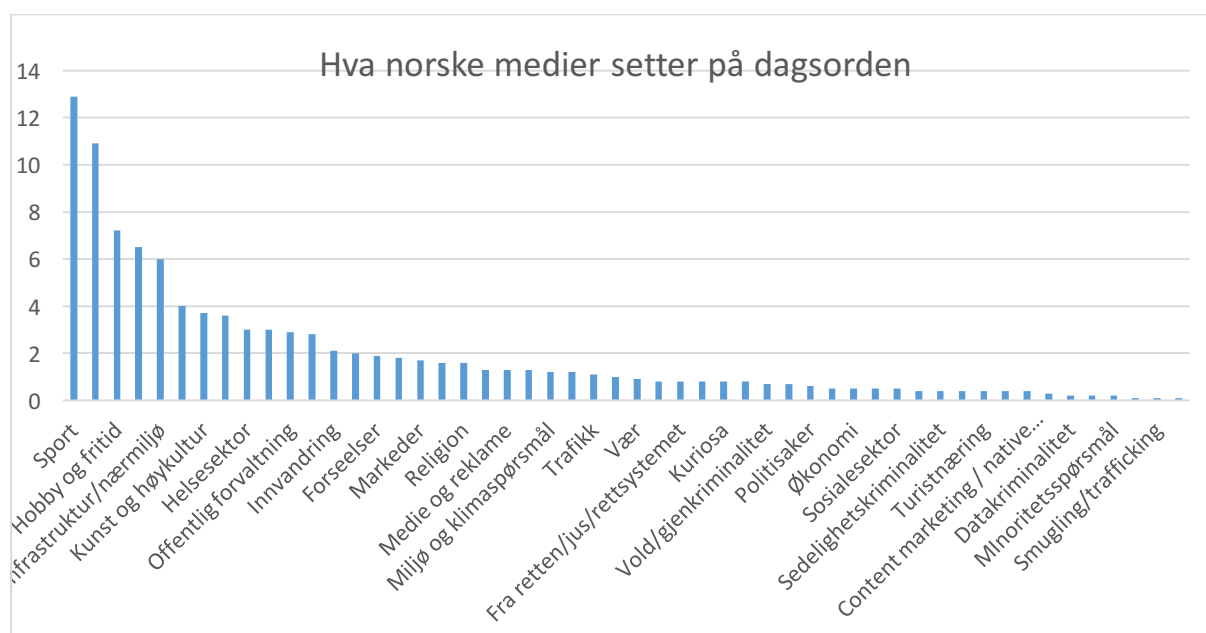
Det er flere interessante aspekter ved denne tabellen. Først og fremst kan vi se nærmere på det som blir dekket. Her kan vi se at kategoriene 'sport' (12,9%), 'politikk' (10,9%), 'hobby og fritid' (7,2%), 'populærkultur' (6,5%) og 'infrastruktur/nærmiljø' (6,0%) utgjør de fem største kategoriene. Spesielt politikk, men til en viss grad også infrastruktur og nærmiljø, kan betraktes som harde kategorier. I kategorien politikk inngår saker som handler om innenrikspolitikk på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå, norske politiske partier og lignende. Dette er en kategori som er viktig i et offentlighetsperspektiv, og at mediene setter denne såpass høyt på dagsorden vitner om at de tar sitt samfunnsoppdrag på alvor. Kategorien 'infrastruktur og nærmiljø' inkluderer først og fremst saker av mer lokal karakter, spesielt rettet mot saker som handler om nærmiljøet, som plassering av sykkelstier og underganger, nabokrangler, byggesaker, fritidsområder og lignende. Det kan synes litt merkelig at denne kategorien utgjør en så stor del av totalen, men det kan forklares med det store antallet lokalaviser som er med i datagrunnlaget. Kategoriene sport, hobby og fritid og populærkultur utgjør den mykere siden av de største kategoriene.

Sigurd Allern (2001) kaller sport selve definisjonen av populærjournalistikk, og at det samlede nyhetstilbudet utgjøres av sport peker i retning av en myk nyhetsprofil. Hobby og fritid er en kategori som blant annet handler om sport på hobbyplan, som deltakelse i Birken og lignende, trening og kropp, mat og vin, mote og ferie. Populærkultur handler om kjendiser, filmindustrien, musikkindustrien, og lignende. På et overordnet nivå kan man altså karakterisere den norske nyhetsagendaen som en blanding av myke og harde nyheter. Myke nyheter forstås ofte som en kategori ment å skape leselyst, og den overordnede nyhetsagendaen kan dermed kanskje forstås som en agenda hvis formål er å få folk til å lese nyheter, ispedd saker av mer samfunnsmessig viktig karakter. Disse fem kategoriene utgjør 43,5% prosent av det totale antall saker, så det er rimelig å betrakte disse fem kategoriene som relativt beskrivende for innholdet i norske aviser.

Denne rapportens hovedformål er egentlig å diskutere hva som *ikke* settes på agendaen. Siden en innholdsanalyse som dette hovedsakelig er utviklet for å registrere hva som kommer på nyhetsagendaen, og nødvendigvis ikke hva som *ikke* kommer, vil journalistikkens blindsoner her defineres som saker som bare dekkes marginalt. Tabell 5.1 viser at de aller fleste saksområder dekkes i under 2% av tilfellene. De saksområdene som dekkes absolutt minst er imidlertid 'kongehuset' (0,1%), 'smugling og trafficking' (0,1%), 'demonstrasjoner' (0,1%), 'minoritetsspørsmål' (0,2%) og 'finans- og banksektoren' (0,2%). Bortsett fra kanskje 'kongehuset', er alle disse kategoriene kategorier det kan være plausibelt å plassere i kategorien for harde nyheter. 'Smugling og trafficking' handler om kriminalitet, og da spesielt smugling av varer over landegrenser og menneskesmugling- og handling. 'Demonstrasjoner' handler om demonstrasjoner, mens 'minoritetsspørsmål' handler om sosiale rettigheter, etnisitet, legning, uføre, og religion utenfor statskirken. 'Finans og banksektoren' handler om finans og bank, og alle disse kategoriene kan forstås som kategorier det er viktig at folk å få kjennskap til. Demonstrasjoner, og kanskje også smugling og trafficking, kan betraktes som hendelsesnyheter, og den svake/manglende dekningen av disse sakene kan kanskje forklares med at slike hendelser ikke fant sted den aktuelle uken. Minoritetsspørsmål og finans- og banksektoren er imidlertid mer generelle kategorier, som det antakelig alltid vil være nok stoff å velge blant. At dette ikke settes på dagsorden må dermed skyldes at andre saker fremstår som viktigere, eller at strukturelle forhold, som markedsmessige hensyn, spiller inn på hva som velges ut. Også den marginale dekningen av kongehuset er interessant i så måte. Selv om Kongen og kongehuset ikke har reell innflytelse, er det Kongen som formelt sitter med den

avgjørende makten. At en slik institusjon omtrent ikke dekkes er dermed en interessant observasjon.

En tredje interessant observasjon er også at demokratisk viktige saksområder som helse- og sosialspørsmål (3,0%), primærnæringer (2%), utdanningssektoren (1,8%), arbeidsliv (1,6%), krig/terror/politisk vold (1,3%), miljø og klimaspørsmål (1,2%), internasjonal politikk (1,0%), vitenskap og forskning (0,7%), økonomi generelt (0,5%) og personlig økonomi spesielt (0,5%) og sosialsektoren (0,5%) også dekkes svært marginalt. En videre forklaring på hvorfor nyhets kategorier som disse ikke dekkes særlig er at disse temaområdene gjerne utgjør del av den lengre nyhetsagendaen. Spørsmål av strukturell art har vanskeligere for å nå opp i dagsorden fordi de gjerne har mer omfattende, langtidsvirkende forklaringer. Slike saksområder krever både kunnskap, research og redaksjonelle ressurser utover det som typisk kreves av raske hendelsesnyheter.



Figur 5.1. Den overordnede nyhetsagendaen. N=8187.

Som vist over utgjør de fem kategoriene vist til over nesten halvparten (43,7%) av alt innholdet. De resterende 56,3 % er derimot spredd på 47 forskjellige kategorier – noe som indikerer minimal oppslutning om hver kategori. Figur 5.1 viser hvordan spredningen ser ut. Her får vi tydelig inntrykk av at de aller fleste saksområder bare dekkes marginalt.

5.2 Riksmediene

Den overordnede oversikten presentert ovenfor gir et godt bilde av hva norske medier prioriterer, og ikke prioriterer, på dagsorden. Det er imidlertid også interessant å se nærmere på hvordan bildet ser ut dersom vi tar for oss hvert nivå hver for seg. Som diskutert ovenfor kan man argumentere for at ulike medier på ulike nivåer har ulike demokratiske oppgaver, og det er rimelig å anta at hva de velger å skrive om og ikke skrive om preges av denne rollen. For riksmediene ble det argumentert for at de må betraktes som nasjonens felles offentlighet. Det er her saker av nasjonal interesse skal komme til uttrykk, og det er også rimelig å anta at det er riksmediene som dekker den offentlige forvaltningen på nasjonalt nivå, som Stortinget, regjeringen og lignende.

Tabell 5.2 Riksmedienes nyhetsagenda. N= 1390

Kategori	%	Kategori	%	Kategori	%	Kategori	%
1. Sport	10,8	14. Forbrukersaker	2,3	27. Vold/ gjengkriminalitet	0,9	40. Miljø og klima	0,5
2. Politikk	10,4	15. Helsesektor	2,0	28. Finans/banksektor	0,9	41. Minoritets-spørsmål	0,4
3. Populærkultur	8,4	16. Religion	1,9	29. Energisektor	0,9	42. Globale og sosiale spørsmål	0,4
4. Næring og industri	5,8	17. Mord/mistenkelige dødsfall	1,7	30. Vær	0,9	43. Trafikk	0,4
5. Krig/terror/ politisk vold	4,4	18. Arbeidsliv	1,7	31. Sedelighets-kriminalitet	0,7	44. Annet	0,4
6. Markeder	4,1	19. Kuriosa	1,7	32. Økonomisk kriminalitet	0,7	45. Demonstrasjon	0,3
7. Internasjonal politikk	3,7	20. Personlig økonomi	1,6	33. Utdanningssektor	0,7	46. Turistnæring	0,3
8. Ulykker/ katastrofer	3,6	21. Vitenskap/ forskning	1,6	34. Infrastruktur	0,7	47. Portretter/ildsjeler	0,3
9. Medier og reklame	3,5	22. Offentlig forvaltning	1,5	35. Datakriminalitet	0,6	48. Smugling/ trafficking	0,2
10. Innvandring	3,2	23. Økonomi	1,3	36. Forseelser	0,6	49. Vinningsforbrytelser	0,2
11. Hobby og fritid	3,2	24. Innholdsmarkedsføring	1,1	37. Politisaker	0,6	50. Sosialektor	0,1
12. Kunst og høykultur	3,1	25. Fra retten/jus/ rettsystemet	1,0	38. Familieliv	0,6	51. Teknologi	0,1
13. Primærnæring	2,7	26. Markeringer	1,0	39. Narkotikakriminalitet	0,6	52. Kongehuset	0

Tabell 5.2 viser hvordan riksmediene dekker ulike saksområder. Hvis vi også her først ser på de fem største kategoriene, er det tydelig at sport (10,8%), politikk (10,4%) og populærkultur (8,4%) utgjør en stor del av riksmedienes innhold. Dette er omtrent som forventet. Sport og

populærkultur appellerer til en bred del av befolkningen, og skaper kjøpsvilje, mens dekningen av generell politikk må anses som en sentral del av disse mediernes samfunnsoppdrag. Mens hobby og fritid og infrastruktur og nærmiljø inngikk blant de fem største kategoriene hos mediene på et overordnende nivå, er disse kategoriene byttet ut med kategoriene 'næring og industri' (5,8%) og 'krig/terror/politisk vold' (4,4%) på riksnivå. 'Næring og industri' inkluderer nyheter om individuelle foretak, forretningsavtaler, oppkjøp, sammenslåinger og lignende. Nyheter som inngår i kategorien 'krig/terror/politisk vold' inkluderer nyheter om voldelig eller væpnet konflikt mellom land eller folkegrupper, eller terror. Dette peker i retning av at riksmidlene kanskje har en hardere innholdsmessig profil enn alle mediene på aggregert nivå, og at de prioriterer saker som er aktuelle for innbyggerne over hele landet. Mens infrastruktur og nærmiljø er en kategori som tar opp i seg saker av mer lokal profil, er krig, terror og politisk vold nødvendigvis utenriksaker, som, i alle fall i geografisk forstand, appellerer likt til hele Norges befolkning, og dermed er av interesse for riksmidlene.

Blant sakene som dekkes minst finnes 'kongehus' (0%) og 'smugling og trafficking' (0,2%) også her, i tillegg til 'teknologi' (0,1%), 'vinningsforbrytelser' (0,2%) og 'sosialsektor' (0,1%). At teknologi dekkes lite stemmer overens med det som ble antatt ovenfor i forbindelse med litteraturgjennomgangen. Nyheter som kategoriseres som vinningsforbrytelser, nyheter om kriminelle handlinger utført for vinningens skyld, kan forstås hendelsesnyheter, og den relativt marginale dekningen kan relateres til om det den aktuelle uken fant sted noen slike forbrytelser. Sosialsektoren handler imidlertid om generelle levekår, fattigdom, bydelsforhold og lignende, og er dermed ikke i like stor grad hendelsesrelatert. Dette skulle kanskje tilsi et større tilfang av potensielt nyhetsverdige hendelser, og det er rimelig å anta at den marginale dekningen av dette saksfeltet, i likhet med minoritetsspørsmål og finans- og banksektoren som vist i forbindelse med riksmidlene, skyldes journalistiske prioriteringer. I tillegg er det også ganske interessant at Kongehuset, som må betraktes som en nasjonal institusjon, ikke dekkes av riksmidlene den aktuelle uken, men i stedet, som vi skal se under, av lokale og regionale medier.

I tillegg er det interessant å merke seg at saker det typisk vil være riksmidlenes oppgave å dekke, som offentlig forvaltning (1,5%), økonomi (1,3%), rettssystemet (1,0%), finans- og banksektoren (0,9%), energisektoren (0,9%), utdanningssektoren (0,7%), klima og miljø (0,5%) og minoritetsspørsmål (0,4%) også bare i mindre grad dekkes av riksmidlene. I disse kategoriene inngår saker som nyheter om forvaltning av statens interesser, nyheter om den generelle økonomiske tilstanden, nyheter fra rettssalen, om finans- og banksaker, om

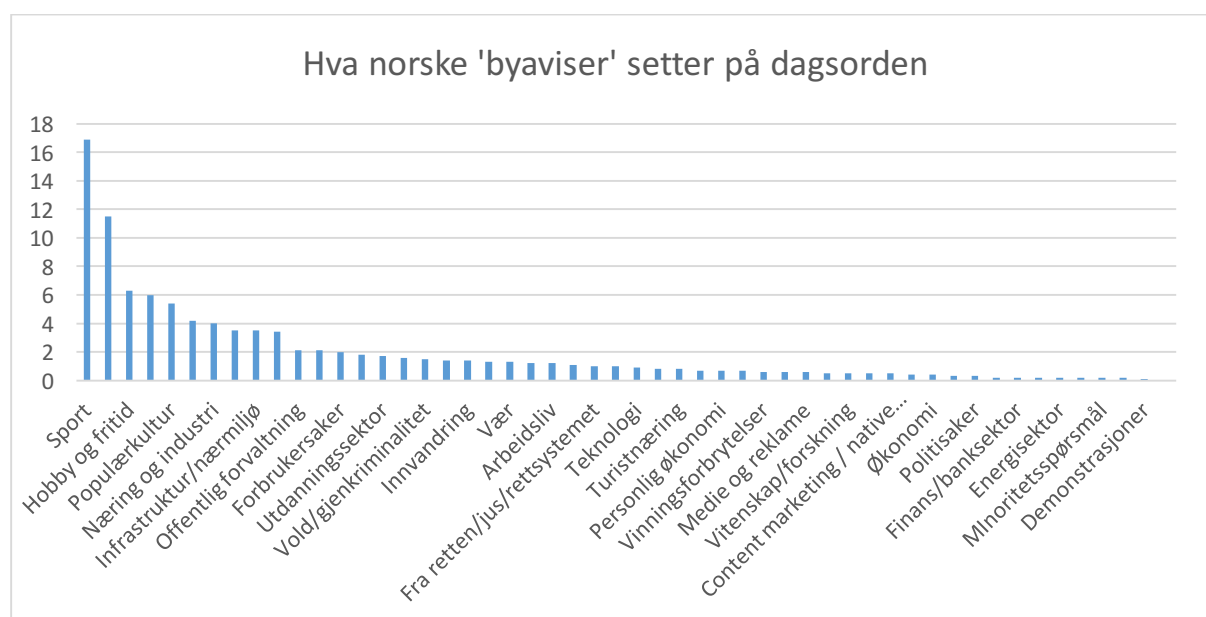
Tabell 5.3 Regionalmedienes nyhetsagenda. N=1214

Kategori	%	Kategori	%	Kategori	%	Kategori	%
1. Sport	16,9	14. Religion	1,8	27. Teknologi	0,9	40. Økonomisk kriminalitet	0,5
2. Politikk	11,5	15. Utdanningssektoren	1,7	28. Krig/terror/politisk vold	0,8	41. Økonomi	0,4
3. Hobby og fritid	6,3	16. Mord og mistenkelige dødsfall	1,6	29. Turistnæring	0,8	42. Narkotikakriminalitet	0,3
4. Ulykker/katastrofer	6,0	17. Vold/gjengkriminalitet	1,5	30. Internasjonal politikk	0,7	43. Politisaker	0,3
5. Populærkultur	5,4	18. Forseelser	1,4	31. Personlig økonomi	0,7	44. Smugling/trafficking	0,2
6. Kunst og høykultur	4,2	19. Innvandring	1,4	32. Kuriosa	0,7	45. Finans/banksektor	0,2
7. Næring og industri	4,0	20. Trafikk	1,3	33. Vinningsforbrytelser	0,6	46. Primærnæring	0,2
8. Helsesektor	3,5	21. Vær	1,3	34. Globale og internasjonale sosiale spørsmål	0,6	47. Energisektor	0,2
9. Infrastruktur	3,5	22. Markeder	1,2	35. Medier og reklame	0,6	48. Sosialektor	0,2
10. Familieliv	3,4	23. Arbeidsliv	1,2	36. Sedelighetskriminalitet	0,5	49. Minoritetsspørsmål	0,2
11. Offentlig forvaltning	2,1	24. Portretter/ildsjeler	1,1	37. Vitenskap/forskning	0,5	50. Kongehus	0,2
12. Markerings	2,1	25. Fra retten/jus/rettssystemet	1	38. Annet	0,5	51. Demonstrasjon	0,1
13. Forbrukersaker	2	26. Miljø og klima	1	39. Innholdsmarkedsføring	0,5	52. Datakriminalitet	0

Tabell 5.3 viser at også for de regionale mediene gjelder det at sport og politikk dekkes absolutt mest, og utgjør henholdsvis 16,9% og 11,5% av det totale innholdet. Videre dekkes også hobby og fritid (6,3%) godt på dette nivået, i tillegg til ulykker og katastrofer (6,0%) og populærkultur (5,4%). Det interessante med dette er kanskje først og fremst at ulykker og katastrofer gjør sin entre på dette nivået. 'Ulykker og katastrofer' inneholder plutselige hendelser hvor mennesker, eiendom eller natur er utsatt for en ulykke. Ofte inneholder denne kategorien saker som omtaler branner, trafikkulykker og lignende, og det er rimelig å anta at dette er saker som er mest interessant på regionalt og lokalt nivå, og ikke fullt så interessant på riksnivå.

Når det kommer til regionale medier er det en rekke saksområder som dekkes like marginalt. Dette er saker om 'smugling og trafficking' (0,2%), 'finans- og banksektoren' (0,2%), 'primærnæring' (0,2%), 'energisektor' (0,2%), 'sosialektor' (0,2%), 'minoritetsspørsmål' (0,2%), 'kongehus' (0,2%), 'demonstrasjoner' (0,1%), og 'datakriminalitet' (0,1%). 'Primærnæring' inkluderer saker om jordbruk, skogbruk, fiskeri og matproduksjon, 'energisektor' handler som vist over om olje, vind- og vannkraft, 'sosialektor' og 'minoritetsspørsmål' handler om levekår og identitet, og 'datakriminalitet' handler blant annet

om identitetstyveri, ulovlig overvåking og hacking. Dette er alle saksområde av samfunnsmessig verdi, og som det er viktig at borgerne får innblikk i.



Figur 5.3 Regionalmedienes nyhetsagenda. N=1214.

I likhet med for både den overordnede nyhetsagendaen og riksmediene utgjør de største kategoriene er stor del av innholdet. De fem største saksområdene utgjør 44% av det totale innholdet. De resterende 56 prosentene er dermed fordelt på 47 innholdskategorier.

5.4 Lokalaviser

Tilslutt er det interessant å se nærmere på de lokale mediene. Norge er på verdenstopp i antall aviser, og per 2015 har vi 228 aviser på 187 utgivelsessteder (Høst 2016). Lokalavisene er spesielt utsatt for svingninger i markedet, og de er forsøkt bevart gjennom pressestøtten. Pressestøtten ble innført i 1969³ og er ment å sørge for at små aviser som utgis på små steder og aviser i en konkurransemessig utsatt posisjon, overlever. Det antas altså at lokalavisene bringer noe verdifullt til torgs, og derfor er det interessant å se nærmere på hva som står i disse avisene.

³ Forskrift om produksjonstilskudd i dagsaviser av 7. november 1996 nr. 1015. Pressestøtten ble innført delvis i 1969 og delvis i 1969, og utgjøres av to komponenter; et indirekte tilskudd, momsfritaket, og ett direkte, produksjonstilskuddet.

Tabell 5.4 Lokalmedienes nyhetsagenda. N=5709

Kategori	%	Kategori	%	Kategori	%	Kategori	%
1. Sport	12,3	14. Ulykker/katastrofer	2,2	27. Krig/terror/politisk vold	0,8	40. Økonomi	0,4
2. Politikk	10,8	15. Utdanningssektoren	2,0	28. Vær	0,8	41. Personlig økonomi	0,4
3. Hobby og fritid	8,2	16. Innvandring	2,0	29. Sosalsektoren	0,7	42. Turistnæring	0,4
4. Infrastruktur	7,6	17. Arbeidsliv	1,7	30. Vinningsforbrytelser	0,6	43. Teknologi	0,3
5. Populærkultur	6,0	18. Markeder	1,5	31. Politisaker	0,6	44. Sedelighets-kriminalitet	0,2
6. Markerings	5,1	19. Religion	1,5	32. Fra retten/jus/rettssystemet	0,6	45. Energisektor	0,2
7. Kunst og høykultur	3,7	20. Portretter/ildsjeler	1,5	33. Kuriosa	0,6	46. Minoritetsspørsmål	0,2
8. Offentlig forvaltning	3,5	21. Miljø- og klima	1,4	34. Internasjonal politikk	0,5	47. Demonstrasjon	0,1
9. Næring og industri	3,4	22. Trafikk	1,2	35. Vold/gjengkriminalitet	0,5	48. Smugling/trafficking	0,1
10. Familieliv	3,1	23. Globale og internasjonale sosiale spørsmål	1,0	36. Vitenskap/forskning	0,5	49. Datakriminalitet	0,1
11. Helsesektor	3	24. Annet	1,0	37. Mord/mistenkelige dødsfall	0,4	50. Finans/banksektor	0,1
12. Primærnæringer	2,3	25. Medier og reklame	0,9	38. Narkotika-kriminalitet	0,4	51. Kongehuset	0,1
13. Forseelser	2,2	26. Forbrukersaker	0,9	39. Økonomisk kriminalitet	0,4	52. Innholds-markedsføring	0,1

Tabell 5.4 viser ikke uventet at dert er sport (12,3%) og politikk (10,8%) som når høyest opp på agendaen også hos lokalmediene. I tillegg finnes også hobby og fritid (8,2%), infrastruktur (7,6%) og populærkultur (6,0%) høyt oppe. At de samme kategoriene settes på agendaen på alle nivåer innebærer imidlertid ikke nødvendigvis at det er de samme temaene som tas opp. For eksempel vil det være naturlig at det for riksmidlene er rikspolitikk som står på agendaen, mens det for lokalmediene er lokalpolitikk som står på agendaen. I kodeskjemaet som er brukt i denne sammenhengen inngår politikk på alle nivåer i samme kategori, så slike distinksjoner plukkes ikke opp. Det samme gjelder for sport. Sport er viktig for lokalmediene fordi det handler om å dekke de lokale, små lagene. Dette genererer kjøpsvilje, og det skaper kanskje også et lojalitetsforhold mellom avisen og nærmiljøet, hvor avisen viser at de er tilstede på arrangementer innbyggerne i nedslagsfeltet bryr seg om. På riksnivå handler sport kanskje i større grad om å dekke de store arrangementene, som tippeligaen, cupkamper i utlandet, skisport også videre.

Også hos lokalmediene får demonstrasjoner (0,1%), smugling og trafficking (0,1%), datakriminalitet (0,1%), finans- og banksektoren (0,1%) og Kongehuset (0,1%) liten plass. I tillegg dukker også kategorien 'innholdsmarkedsføring' (0,1%) opp. Dette er en kategori hvor artikler som er i gråsonen mellom redaksjonelt innhold og reklame registreres. At den kommer inn blant de minst dekkede sakene i lokalaviser tyder på at innholdsmarkedsføring er forbeholdt de større avisene, selv om forekomsten er lav også der (1,1% i riksmidlene og 0,5% i de regionale mediene), og at lokalaviser på tradisjonelt vis skiller mellom redaksjonelt innhold og reklame.



Figur 5.4 Lokalmedias nyhetsagenda. N=5709.

Figur 5.4 viser det samme mønsteret som figurene ovenfor gjør. Norske medier ser ut til å dekke litt av mye, og bare noen få kategorier blir dekt i mer enn 4% av tilfellene.

5.5 Alle medietypene sammenlignet

Tabell 5.5 viser de fem mest dekkede kategoriene og de fem minst dekkede kategoriene hos hver avistype. Medier på alle nivåer setter sport, politikk, og populærkultur øverst på agendaen, mens regionale medier og lokalmedier også prioriterer saker som omhandler hobby og fritid. Riksmediene prioriterer næring og industri og krig, terror og politisk vold, regionalmedier prioriterer ulykker og katastrofer, mens lokalmedier prioriterer infrastruktur og nærmiljø.

Motsatt viser tabell 5.5 at medier på alle nivåer nedprioriterer Kongehuset, riksmidier og lokalmedier nedprioriterer sosialsektoren, regionalmedier og lokalmedier nedprioriterer datakriminalitet, riksmidier og lokalmedier nedprioriterer smugling og trafficking. Videre nedprioriterer riksmidierne vinningsforbrytelser og teknologi, regionalmedier nedprioriterer minoritetsspørsmål og demonstrasjoner, mens lokalmediene nedprioriterer finanssektoren. Det betyr imidlertid ikke at de andre mediene har en omfattende dekning av disse saksområdene, tabellene som er presentert i dette kapittelet viser at de aller fleste saksområder dekkes lite, mens noen få dekkes mye. Det gir likevel en pekepinn på hva medier på ulike nivåer prioriterer.

Tabell 5.5 Hva som dekkes mest og minst i de ulike medietypene

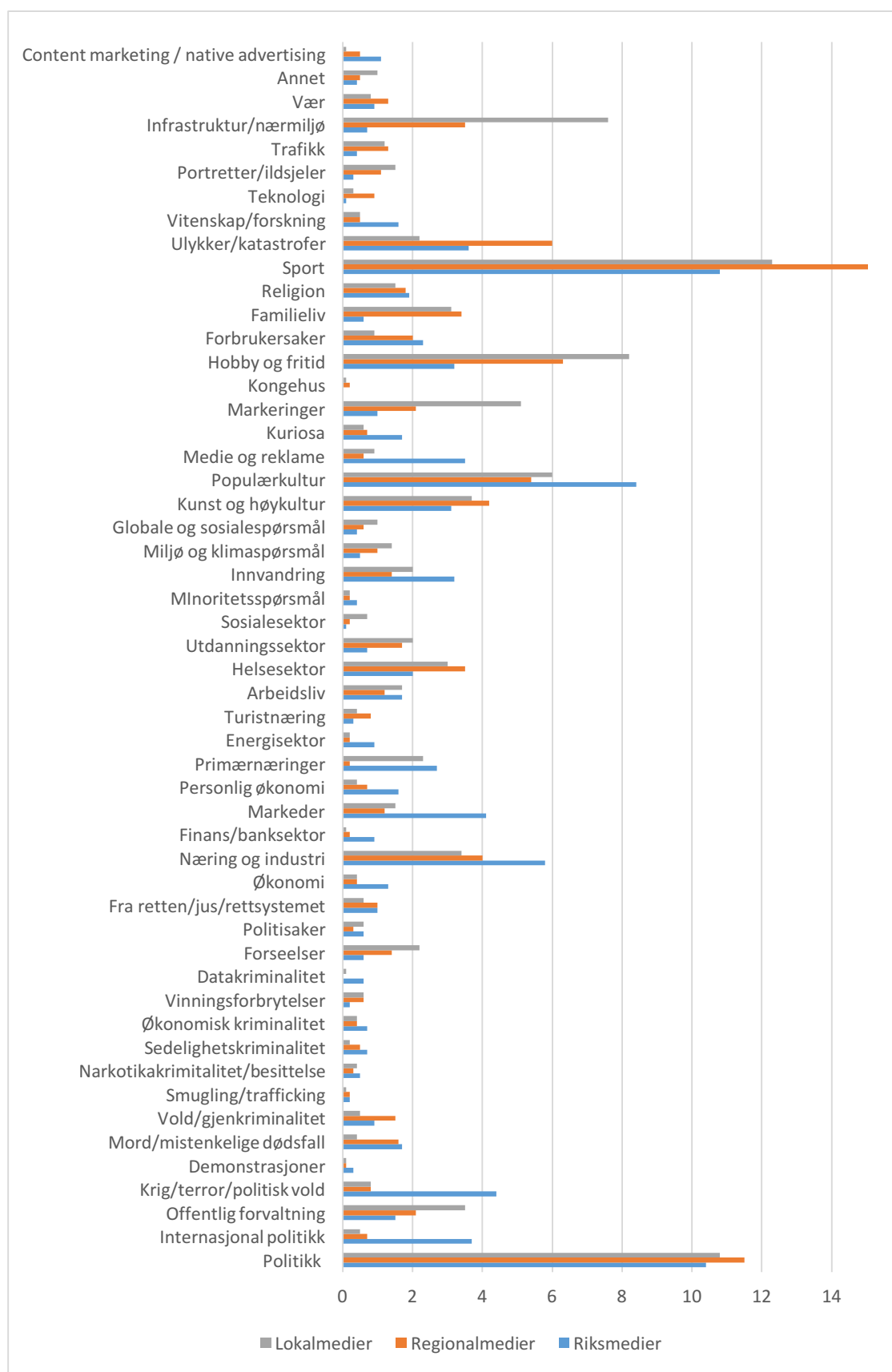
	Riksmidier	Regionalmedier	Lokalmedier
Dekkes mest	Sport (10,8%) Politikk (10,4%) Populærkultur (8,4%) Næring og industri (5,8%) Krig/terror/politisk vold (4,4%)	Sport (16,9%) Politikk (11,5%) Hobby og fritid (6,3%) Ulykker/katastrofer (6,0%) Populærkultur (5,4%)	Sport (12,3%) Politikk (10,8%) Hobby og fritid (8,2%) Infrastruktur/nærmiljø (7,6%) Populærkultur (6,0%)
Dekkes minst	Smugling/ trafficking (0,2%) Vinningsforbrytelser (0,2%) Sosialsektor (0,1%) Teknologi (0,1%) Kongehus (0%)	Sosialsektor (0,2%) Minoritetsspørsmål (0,2%) Kongehus (0,2%) Demonstrasjon (0,1%) Datakriminalitet (0%)	Smugling/trafficking (0,1%) Datakriminalitet (0,1%) Finans/banksektor (0,1%) Kongehuset (0,1%) Innholdsmarkedsføring (0,1%)

Figur 5.5 gir et bilde av hvordan mediene på de tre ulike nivåene dekker alle saksområder som er inkludert i denne analysen. Figuren viser, som gjennomgått over, at politikk, næring og industri, populærkultur, hobby og fritid, sport, ulykker og katastrofer og infrastruktur og infrastruktur og nærmiljø på ulike vis utgjør de største kategoriene. Videre viser figuren også hvilke saksområder som dekkes mest av hvilke type medier. Dette er interessant fordi det sier noe om hvor de ulike mediens blindsoner ligger. For eksempel er det tydelig at kategoriene 'krig, terror og politisk vold', 'næring og industri', 'markeder', 'innvandring', og 'medier og reklame' i hovedsak dekkes av riksmidierne. Regionalmediene er viktigst når det kommer til dekning av vold og gjengkriminalitet, turistnæringen, sport og ulykker og katastrofer, mens lokalmediene spiller en viktig rolle for dekningen av offentlig forvaltning, forseelser, markeringer (bursdager, bryllup ol), samt infrastruktur og nærmiljø. Motsatt dekkes

vinningsforbrytelser, sosialsektoren, teknologi, ildsjeler, trafikk og kongehuset spesielt lite i riksmidlene, datakriminalitet, politisaker og arbeidsliv dekkes spesielt lite i regionalmediene, mens mord og mistenkelige dødsfall, finans- og banksektoren, personlig økonomi og innholdsmarkedsføring dekkes spesielt lite i lokalmediene. Dette understreker det som har vært et gjentakende poeng i denne rapporten, nemlig at de enkelte avisnivåene har hver sine dekningsområder, og at de fungerer utfyllende for hverandre.

Innledningsvis ble EU, oljesektoren, miljø og klima og pensjon trukket frem som blindsoner i norsk journalistikk. Fordi dekningen av slike spesifikke saksfelt inngår i bredere innholdskategorier kommer de ikke frem i en analyse som dette. Det vi imidlertid ser er at kategorien 'internasjonal politikk', hvor saker om EU havner, på et overordnet nivå dekkes i 1% av tilfellene. Denne kategorien inneholder alle saker som på ett eller annet vis omhandler internasjonal politikk, og det er dermed rimelig å anta at også andre saker enn spesifikke EU-saker inngår i denne kategorien. Dette kan tyde på en marginal dekning av EU. Hvis vi ser på kategorien også på de ulike nivåene ser vi at riksmidlene dekker internasjonal politikk i 3,7% av tilfellene, regionmediene i 0,7% av tilfellene, og lokalavisene i 0,5% av tilfellene. Ikke overraskende er det altså riksmidlene som dekker denne kategorien mest, men allikevel bare i 3,7% av tilfellene.

Når det kommer til dekningen av oljesektoren inngår denne i kategorien 'energisektor'. På et overordnet nivå dekkes denne kategorien i 0,3% av tilfellene. Siden denne kategorien også omhandler saker om vind- og vannkraft og alternativ energi, utgjør oljesektoren antakelig en marginal del av nyhetsbildet. Videre viser analysen at energisektoren utgjør 0,9% av innholdet



Figur 5.5 Ulike mediers dekning av ulike saksområder (N= 8187).

i riksmidlene, 0,2% i regionalmediene og lokalmediene. Det er dermed riksmidlene som dekker også denne kategorien best, men altså bare i 0,9% av det totale innholdet.

Den siste blindsonen som ble trukket frem innledningsvis var dekningen av pensjon. I denne innholdsanalysen inngår pensjon i kategorien 'personlig økonomi', sammen med saker som konsumpris, levestandard og lignende. På et overordnet nivå utgjør denne kategorien 0,5%, riksmidlene dekker den i 1,6% av sitt totale innhold, de regionale mediene dekker den i 0,7% av det totale innholdet, mens lokalavisene dekker personlig økonomi i 0,4% av alle artikler. Det kan dermed se ut som om Bjartnes og Omdal (2013) har rett i at disse temaene ikke dekkes i noen større grad, og slik utgjør blindsoner i norsk journalistikk. Samtidig er det også en rekke andre innholdskategorier som dekkes like marginalt. De aller fleste saksområder dekkes rundt eller under 1% i alle medier. Dermed kan vi for eksempel også trekke frem at NAV, som tross alt utgjør omtrent en tredjedel det norske statsbudsjettet, dekkes lite, og dermed kanskje i like stor grad som olje og EU utgjør en blindsoner. NAV inngår kategorien 'sosialsektor', som på et overordnet nivå utgjør 0,5%, og 0,1%, 0,2% og 0,7% i henholdsvis riks-, regional- og lokalmedier. Disse tallene viser forøvrig at sosialsektoren dekkes mest i lokalaviser, noe som er med på å understreke lokalmedienes rolle. At temaer som faller inn under energisektoren, sosialsektoren og personlig økonomi dekkes lite kan også ha med sakenes natur å gjøre. Disse sektorene preges gjerne av saker av prosessuell natur, og studier har vist at av ressursmessige og andre strukturelle årsaker, fokuserer journalister ofte på hendelsesnyheter i sin daglige produksjon av nyheter. Dårlig tid og liten kapasitet kan gjøre det vanskeligere å følge den lange enn den umiddelbare nyhetsagendaen, noe som kan føre til at prioriteringen av slike saker faller bort.

6. HVEM KOMMER TIL ORDE?

I tillegg til hva mediene skriver om er også hvem som kommer til orde viktig i en demokratisk sammenheng. Spesielt kan dette knyttes til representasjon (Bennett 1990; McQuail 1992). Ulike syn må komme til uttrykk og representanter for ulike meninger må ha tilgang til mediene. Derfor er det også interessant å se nærmere på hvem som kommer til orde, og i hvilke type medier de er representert.

6.1 Kilder i norske medier

Tabell 6.1: Kilder totalt og på lokalt, regional og nasjonalt nivå (n=9309). (Kilde: Sjøvaag (under publisering)).

Type kilde	Total (n=9309)	Riksmedier (n=2076)	Regionalmedier (n=1833)	Lokalmedier (n=5400)
Organisasjoner (n=1508)	16%	17%	18%	15%
Politikere (n=1192)	13%	15%	10%	13%
Barn, familie venner (n=1170)	12%	5%	13%	15%
Ordinære innbyggere (n=1012)	11%	3%	12%	14%
Offentlige tjenestemenn (n=966)	10%	2%	13%	13%
Sportssektor (n=817)	9%	14%	8%	6%
Økonomisektor (n=601)	6%	4%	6%	7%
Eksperter (n=460)	5%	9%	4%	3%
Kultursektor (n= 446)	5%	7%	4%	4%
Rettssystemet (n=386)	4%	7%	5%	3%
PR, talsperson (n=337)	4%	9%	2%	2%
Ildsjeler (n=228)	2%	1%	2%	3%
Klienter, ofre (n=173)	2%	2%	2%	1%
Journalister (n=153)	1%	5%	1%	1%
Sum	100%	100%	100%	100%

Tabell 6.1 viser hvem som kommer til orde i norske nyhetsmedier. På et overordnet nivå viser tabellen at 16% av kildene er organisasjoner, 13% er politikere, 12% er barn, familie og venner, 11% er 'vanlige borgere', 10% er offentlige tjenestemenn, 9% representerer sportssektoren, 6% representerer økonomisektoren, 4% representerer rettssystemet og også talspersoner utgjør 4% av det totale utvalget. Nederst på lista finner vi ildsjeler (2%), klienter og ofre (2%) og journalister som bare utgjør 1% av kildene. Denne listen viser altså tydelig at organisasjoner og

politikere, det som kan kalles for elitekilder, utgjør en stor andel av de som kommer til orde i mediene. Motsatt finner vi at ofre og ildsjeler, som kan forstås som privatpersoner, nesten ikke er tilstede i det norske mediebildet.

Det er også interessant å se nærmere på hvilken avis ulike aktører kommer til uttrykk i. Ovenfor ble det antydnet at lokalaviser spiller en rolle for å slippe til 'vanlige folk', mens riksaviser nesten utelukkende forholdt seg til ekspertkilder. Dette ser ut til å være tendensen også i dette datamaterialet. Tabell 6.1 viser at riksmediene henter den største andelen kilder fra organisasjoner (17%), politikere (16%) og sportssektoren (14%), mens bare 1% av avisenes kilder er definert som ildsjeler, 2% er klienter eller ofre og 3% er ordinære innbyggere. I lokalaviser utgjør derimot kilder fra organisasjoner (15%), politikere (13%), familie og venner (15%), ordinære borgere (14%), og offentlige tjenestemenn (13%) omtrent en like stor andel hver. Motsatt utgjør journalister (1%) og klienter eller ofre (1%) bare en marginal del av kildene i lokalavisene. Dette ser dermed ut til å bekrefte Røe Mathisen sitt argument om at lokale aviser spiller en viktig rolle i å inkludere lokale stemmer, som ellers ikke ville kommet til uttrykk noe sted. I tillegg viser tallene at kildene får omtrent like mye taletid hver, noe som understreker at lokalmediene har en utjevneende effekt når det kommer til stemmer i offentligheten. Regionavisene plasserer seg mellom lokalavisene og riksmediene. Også de rapporterer mest fra organisasjoner (18%), men her utgjør familie og venner (13%) og offentlige tjenestemenn (13%) enn større andel av totalen enn politikere gjør (10%). Dette kan forklares med at regionalaviser befinner seg lenger unna den sentraliserte makten enn riksavisen gjør, og dermed i større grad er avhengig av andre offisielle kilder. At familie og venner utgjør et såpass stor andel av totalen har å gjøre med at regional- og lokalmedier ofte har sider for fødsler, dødsfall, giftemål, bursdager og lignende. Dette finnes ikke hos riksmediene. Blant de regionale mediene er det journalister (1%) og talpersoner (2%), ildsjeler (2%) og klienter eller ofre (2%) som høres minst.

6.2 Hvilket parti høres mest?

Det kan også være interessant å se nærmere på hvilke politiske partier som oftest figurerer i mediene, og på hvilket nivå de ulike partiene kommer til.

Tabell 6.2: Andel stemmer fra politiske partier i lokale, regionale og nasjonale nyheter. N=1186 (kilde: Sjøvaag (under publisering)).

Parti (n=1186)	Total (n=1186)	Nasjonal (n=321)	Regional (n=179)	Lokal (n=686)
Høyre (n=305)	26%	22%	27%	27%
Arbeiderpartiet (n=219)	18%	14%	15%	21%
Fremskrittspartiet (n=191)	16%	18%	20%	14%
Senterpartiet (n=140)	12%	6%	9%	15%
Venstre (n=67)	5%	5%	7%	6%
Kristelig folkeparti (n=59)	5%	2%	7%	6%
Sosialistisk venstreparti (n=33)	3%	2%	3%	3%
Miljøpartiet det grønne (n=22)	2%	2%	2%	2%
Partiet Rødt (n=7)	1%	0%	2%	1%
Andre partier (n=143)	12%	29%	7%	5%
Sum	100%	100%	100%	100%

På et overordnet nivå kan vi se at Høyre får mest taletid, med 26% av totalen. Videre utgjør Arbeiderpartiet 18% av stemmene, Fremskrittspartiet utgjør 16% og Senterpartiet utgjør 12%. Motsatt finner vi at partiet Rødt utgjør bare 1% av stemmene, Miljøpartiet det grønne utgjør 2% og Sosialistisk Venstreparti utgjør 3% av stemmene. Dette viser at det er partiene i den sittende regjeringen (Høyre og Fremskrittspartiet) og hoved-opposisjonen (Arbeiderpartiet), som får mest taletid. Denne tendensen er gjeldende for alle tre avisnivåer. Den store andelen 'andre partier' på riksnivå indikerer også tilstedeværelsen av en internasjonal agenda i rikspresen, mens slike historier ikke i like stor grad får plass i lokal- og regionalmediene. Journalister går naturlig nok etter kilder i maktposisjon, som kan stilles til ansvar. I de tilfeller hvor marginale småpartier som ikke er med på listen i tabell 6.2. kommer til orde, skjer dette utelukkende i lokalavisene. Men representanter for lokale lister kommer kun til orde dersom de er i posisjon, noe som reflekterer at avisenes kildeomfang først og fremst speiler pressens samfunnsoppdrag, som er å utføre kritisk granskning av makthaverne.

6.3 Stemmer på debattplass

I tillegg til en analyse av hvem som kommer til orde i det generelle innholdet i avisene er det også interessant å se nærmere på hvem som kommer til uttrykk på avisens debattsider.

Tabell 6.3 Kilder på debattsidene i lokalmedier og riks- og regionalmedier⁴. N=376.

Type kilde	Lokalmedier	Riks/regionalmedier
Politiker	23,3%	21,1%
Pasient	0,7%	2,6%
Vitne	0%	0%
Forelder	0,4%	0%
Barn	3,4%	0%
Ildsjel	0%	0%
Vanlig borger/privatperson	38,9%	29,8%
Kulturpersonlighet	0%	0,9%
Ekspert/forsker	2,7%	6,1%
Talsperson/PR-agent	0%	0,9%
Organisasjonsrepresentant	19,8%	14,0%
Journalist/kommentator	1,1%	0,9%
Klient/rettighetshaver	0%	7,0%
Konsument/kunde	0,4%	2,6%
Kriminell	0%	0%
Rettsvesen	0,4%	2,3%
Offer/pårørende	0%	1,8%
Privat foretak/ næringsdrivende	2,3%	3,5%
Offentlig ansatt/byråkrat	6,1%	5,3%
Venn/bekjent/familie	0,4%	0,9%
Annet	0%	0%
Sum	99,9%	99,7%

I all hovedsak viser tabell 5.3 at de samme gruppene kommer til uttrykk både i riksmedier/regionalmedier og lokalmedier, og politikere, vanlige borgere/privatpersoner, representanter for organisasjoner utgjør den største andelen kilder i begge avisgruppene. Motsatt viser tabellen også at kulturpersonligheter, talspersoner/PR-agenter og kriminelle omtrent ikke synes på debattplass i noen av avistypene. Det som kanskje er mest interessant

⁴ Andelen kodet debattstoff var relativt liten i riksmediene, og disse ble derfor slått sammen med regionalmediene.

ved denne tabellen er imidlertid de få kategoriene som viser store forskjeller mellom avistypene. For eksempel viser analysen at barn kommer til uttrykk på debattsidene i 3,4% av tilfellene i lokalmediene, men ikke i det hele tatt i regional- og riksmidiene. Dette kan ha med forekomsten av saker som har med bursdager, jubileer og lignende å gjøre, men det er uansett interessant å merke seg at barn synes mer i lokalmediene enn i regional- og riksmidiene. Analysen viser også at vanlige borgere oftere synes på debattsidene i lokalaviser (38,9%), selv om andelen er relativt stor også i riksmidiene (29,8%). Videre viser tabellen at regional- og riksmidiene ser ut til å inkludere flere ulike stemmer enn hva lokalmediene gjør. Kilder, som klient/rettighetshaver, konsument/kunde og rettsvesen dekkes bare marginalt kommer til uttrykk på debattplass i lokalmediene (henholdsvis 0%, 0,4% og 0,4%), kommer oftere til uttrykk i regional-og riksmidiene (i henholdsvis 7%, 2,6% og 2,3%). Dette kan indikere at regional- og riksmidiene inkluderer et bredere spekter av kilder, men at 'grasrotkilder', som vanlige borgere og barn, i større grad kommer til uttrykk i lokalmediene.

7. DISKUSJON OG OPPSUMMERING

Denne rapporten har forsøkt å tegne et bilde av hva norske medier setter, og *ikke* setter, på nyhetsagendaen. Målet var å gi et bilde av hva som bare marginalt dekkes av norske medier – av journalistikkens blindsoner. Utgangspunktet for rapporten er at blindsoner er viktige fordi det mediene spiller en viktig samfunnsmessig rolle, her forstått som informasjonstilbyder, arena for debatt og vaktbikkje. Poenget, i et slikt demokratisk perspektiv, er at innbyggerne i et samfunn må ha tilstrekkelig med informasjon, fra ulike kilder, for å kunne gjøre seg opp en mening om saker av samfunnsmessig karakter, og for å kunne stemme ved valg. Mangfold er dermed et viktig stikkord. Det denne rapporten først og fremst har vist er at norske medier dekker en rekke saksområder. Metaanalysen viste at ulike typer medier dekker ulike typer saker, og av de 52 saksområdene (innholdskategoriene) som ligger til grunn for innholdsanalysen denne rapporten bygger på, er det ingen (med unntak av kongefamilien i riksmediene og datakriminalitet i de regionale mediene), som ikke dekkes. Rapporten har også vist at norske medier i stor grad dekker myke og harde nyheter like mye. Selv om innholdsprofilen på et overordnet nivå heller i myk retning, med sport, politikk og hobby og fritid som de tre største kategoriene, viser den relativt jevne spredningen av de øvrige saksområdene at norske medier generelt dekker de aller fleste saksområder like godt. Dette viser at norske medier tar sitt samfunnsoppdrag på alvor, og tilbyr nyheter av ulik samfunnsmessig verdi.

Videre har rapporten også vist at medier på ulike nivåer har ulik agenda. Den har for eksempel vist at lokalmedier spiller en sentral rolle i deknings av lokalpolitikk, mens riksmediene spiller en rolle for deknings av internasjonal politikk. Rapporten har også vist at lokalmedier i større grad enn riksmedier slipper grasrota til som kilder i sin daglige nyhetsdekning. Dette er ikke uventet, men det understreker behovet knyttet til bevaring og opprettholdelse av medier på alle nivå. Lokalmediene bidrar til å øke mangfoldet, både innholdsmessig og i forhold til kilder, og spiller slik en viktig demokratisk rolle.

Dette gjør det også vanskelig å trekke frem konkrete blindsoner. Likevel kan vi oppsummert vise til følgende identifiserte blindsoner:

Riksmediene:

- Tematiske blindsoner: Smugling/trafficking, vinningsforbrytelser, sosialsektor, teknologi og Kongehus.

- Kildemessige blindsoner: Ildsjeler, klienter, offentlige tjenestemenn, og ordinære innbyggere.
- Partimessige blindsoner: Partiet Rødt, Miljøpartiet det grønne, Sosialistisk venstreparti, og Kristelig folkeparti.

Regionalmediene:

- Tematiske blindsoner: Sosialektor, minoritetsspørsmål, kongehus, demonstrasjon og datakriminalitet.
- Kildemessige blindsoner: Journalister, klienter, ildsjeler og PR/talspersoner.
- Partimessig blindsoner: Partiet Rødt, Miljøpartiet det grønne og Sosialistisk venstreparti.

Lokalmediene:

- Tematisk blindsoner: Smugling/trafficking, datakriminalitet, finans/banksektor, kongehuset og innholdsmarkedsføring.
- Kildemessige blindsoner: Journalister, klienter/ofre og PR/talspersoner.
- Partimessige blindsoner: Partiet Rødt, Miljøpartiet det grønne og Sosialistisk venstreparti.

8. Kilder

Allern, Sigurd (2001): *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand S.: IJ-forlaget.

Anderson, Benedict (1983): *Imagined Communities. Reflections on the origin and spread of nationalism*.

Backe, Tobias Gausemel (2011): *En salgsplakat i endring? En kvantitativ innholdsanalyse av førstesidene til VG og Dagbladet. 1983-2009*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo.

Barland, Jens (2012): Journalistikk for markedet. Redaksjonell produktutvikling i VG og Aftenbladet på print og nett 1995-2010. PhD-avhandling. Oslo: Universitetet i Oslo.
[Online] Tilgjengelig:
<https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/34065/dravhandling-barland.pdf?sequence=2>
[02.08.2016].

Bay, Ann Helen og Jo Sagli (2003): *I verdens rikeste land. Pressens dekning av velferdsstaten 1969-1999*. Rapport 25/03. NOVA.

Bennett, W. Lance (1990): "Toward a theory of press-state relations in the United States", i *Journal of Communication*, 40:2, s. 103-127.

Bjartnes, Anders og Sven Egil Omdal (2013): "Journalistikkens nye blindsoner" i *Journalistikk og demokrati. Hvor går mediene? Hva kan gjøres?* Fritt Ord.

Bjørnsen, Gunn (2009): *Nye nordmenn på lufta*. Arbeidsrapport nr. 237, Høgskulen i Volda.

Coleman, Stephen and Blumler, Jay G. (2009): *The Internet and Democratic Citizenship. Theory, Practice and Policy*. New York: Cambridge University Press

Dahlgren, Peter (2009): *Media and Political Engagement. Citizens, Communication and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press

Dahlstrøm, Hilde Kristin (2013): "Gud i Sørlandsmediene", i *Norsk medietidsskrift*. 2, 124-140.

Dewey, John ([1927] 2007): "Om offentlighetens problemer", i Gentikow, Barbara og Skogseth, Egil G. (red.): *Medier og demokrati*. Oslo: Scandinavian Academic Press, s. 18-29.

Dimmen, Torgeir (2012): *Lokalavisformelen. En studie av lokale fådagereaviser*. Rapport nr. 28, Høgskulen i Volda.

Doyle, Gillian (2002a): *Media Ownership*, London: Sage Publications

Elgesem, Dag; Hallvard Moe, Helle Sjøvaag, Eirik Stavelin, Maren Agdestein, Joachim Laberg, Linn Lorgen, og Gyri S. Losnegaard (2010) *NRKs nyhetstilbud på Internett i 2009*, Bergen: Institutt for informasjons- og medievitenskap.

- Eide, Martin (2004): *Hodet på blokken. Essays om journalistikk*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Eide, Martin (1995): *Blod, sverte og gledertårer. Verdens Gang 1945-1995*. Oslo: Verdens Gang A/S
- Figenschou, Tine Ustad og Audun Beyer (2014): "Elitene, minoritetene og mediene – Definisjonsmakt i norsk innvandringsdebatt", i *Tidsskrift for Samfunnsforskning*, 55:1, s. 24-51.
- Grøtte, Marit (2015): "Norsk kjendisjournalistikk på nett", i *Norsk Medietidsskrift*, 21:2, s. 1-25.
- Habermas, Jürgen ([1962] 2002): *Borgerlig offentlighet*. Oslo: Gyldendal.
- Hamilton, James T. (2004): *All the News That's Fit to Sell. How the Market Transforms Information into News*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Høst, Sigurd (2016): Avisåret 2015. Rapport Nr. 77, Høgskulen i Volda. [Online] Tilgjengelig: <http://www.hivolda.no/neted/services/file/?hash=a59775cf1f140233370d028fee5bb20e> [03.08.2016].
- Høst, Sigurd (2013): *Kommunevalgkamp i lokalavisene*. Notat nr. 3/2013, Høgskulen i Volda.
- Karppinen, Kari (2007): "Making a Difference to Media Pluralism: A Critique of the Pluralistic Consensus in European Media Policy", i Cammaerts, Bart og Nico Carpentier (red.): *Reclaiming the Media. Communication Rights and Democratic Media Roles*. Chicago: Chicago University Press, s. 9-30.
- Kvalheim, Nina (kommer): "Kampen om publikums oppmerksomhet. Om VG, multiplattformpublisering og strategiske beslutninger", ph.d-avhandling, Universitetet i Bergen.
- Kvalheim, Nina (2013): "News behind the wall: an analysis of the relationship between the implementation of a paywall and news values", i *Nordicom Review. Nordic Research on Media and Communication* 34, s.
- Kristiansen, linn Hellebust (2014): Billedkunst – journalistikkens blindsoner? Masteroppgave, Universitetet i Bergen.
- Krumsvik, Arne (2014): *De usynlige – aldersgruppen 15-19 år i mediene*. Studie utført på oppdrag fra Kampanjen for journalistikken, Nasjonal Digital Læringsarena.
- Lilleborge, Maria Therese (2009): *Verdensbildet i de norske og svenske allmennkringkastingskanalene i 2007*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo
- Lynggaard, Trine Lise (2009): *Tvangsekteskap på norsk. Mediedekningne i tre aviser 2005-2008*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo.

- McQuail, Denis (1992): *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. Newbury Park, CA: Sage.
- McCombs, Maxwell E. & Donald L. Shaw (1972): "The Agenda-Setting Function of the Mass Media", i *Public Opinion Quarterly*, 36:2, s., 176-187.
- Milde, Svein Harald (2007): *De forsømte nyhetene. Bruken av NTB-meldinger i norsk presse*. Hovedoppgave, Universitetet i Oslo.
- Medienorge (2016): *Daglig dekning for mediehus og konsert*. [Online] Tilgjengelig: <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/tv/366> [01.10.2016].
- Napoli, Philip M. (1999), "Deconstructing the diversity principle", *Journal of Communications*, 49(4), 7-34.
- Nossen, Hedda (2010): *Utvikling av Aftenpostens nyhets og kommentarjournalistikk. En kvalitativ analyse av endringer i Aftenpostens form, stil og innhold fra 1950-1980*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo
- NOU (2000:15): *Pressepolitikk ved et tusenårsskifte – Dagspresseutvalgets innstilling*.
- NRK (2009 [2016]): *NRKs vedtekter*. [Online] Tilgjengelig: <https://www.nrk.no/informasjon/nrks-vedtekter-1.5392438> [01.10.2016].
- Røe Mathisen, Birgit (2010): "Heia vårres kara?" i Røe Mathisen, Birgit (red.): *Lokaljournalistikk. Blind Patriotisme eller kritisk korrektiv?* Kristiansand: IJ-forlaget, s. 34-63.
- Schudson, Michael ([2003] 2011): *The Sociology of News*. New York: W. W. Norton.
- Sjøvaag, Helle (under publisering): "Political Actors and Local News: Source Diversity in Local Political Reporting" i *International Journal of Press/Politics*.
- Sjøvaag, Helle (2016): "Introducing the Paywall", i *Journalism Practice*. 10:3, s. 304-322.
- Sjøvaag, Helle (2015): "Ligner NRK på de andre nettavisene?", i *Vox Publica* [Online] Tilgjengelig: <http://voxpublica.no/2015/03/ligner-nrk-paa-de-andre-nettavisene/> [01.10.2016].
- Sjøvaag, Helle (2012) "Revenue and Branding Strategy in the Norwegian News Market: The Case of TV 2 News Channel", i *Nordicom Review*, 33 (1), s. 53-66.
- Sjøvaag, Helle; Stavelin, Eirik & Moe, Hallvard (2015) "Continuity and Change in Public Service News Online: A Longitudinal Analysis of the Norwegian Broadcasting Corporation", *Journalism Studies*, DOI: 10.1080/1461670X.2015.1022204.
- Sjøvaag, Helle, Moe, Hallvard & Stavelin, Eirik (2012) "Public Service News on the Web: A Large-Scale Content Analysis of the Norwegian Broadcasting Corporation's Online News", *Journalism Studies*, 13 (1), pp. 90-106.

Skogerbø, Eli (2012): *Medieeierskap – en medievitenskapelig analyse*. Rapport skrevet på oppdrag for Medieeierskapsutvalget.

Skomedal, Anne Siri (2008): Agderpostens og Fædrelandsvennens dekning av lokalvalgkampen 2007. Masteroppgave, Universitetet i Agder.

Stortingsmelding nr. 57 (2000-01): *I ytringsfrihetens tjeneste. Mål og virkemidler i mediepolitikken*.

Storvoll, Sindre (2007): *Kristenfiendtlighet i pressen? Norske avisers dekning av kristendom og islam*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo.

Storås, Tonje Charlotte (2013): *Norsk presse – politisk forankret for alltid? En studie av fem avisers valgkampdekning i 2011*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo.

Syvertsen, Trine (2004): *Mediemangfold. Styring av mediene i et globalisert marked*. Kristiansand S: IJ-forlaget AS

TNS Gallup (2016): *Forbruker og media*. [Online] Tilgjengelig: <http://www.tns-gallup.no/medier> [29.09.2016].

Waldahl, Ragnar, Michael Bruun Andersen og Helge Rønning (2009): *Tv-nyhetenes verden*. Oslo: Universitetsforlaget.

Østbye, Helge (2007): *Tusen avisdager med Orderud-saka*. Institutt for informasjons- og medievitenskap, Bergen.

Østbye, Helge (1995): *Mediepolitikk. Skal medieutviklingen styres?* Oslo: Universitetsforlaget