



NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDEN

RAPPORT TIL MEDIETILSYNET
HELLE SJØVAAG OG TRULS ANDRÉ PEDERSEN



NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

© HELLE SJØVAAG OG TRULS ANDRÈ PEDERSEN

REFERANSE: Sjøvaag, Helle og Pedersen, Truls André (2018) *NRKs bidrag til mediemangfoldet*.

Bergen: Universitetet i Bergen.

Grafikk: Helle Sjøvaag og Truls André Pedersen

1.	SAMMENDRAG.....	6
2.	OPPDRAG.....	8
3.	MEDIEMANGFOLD.....	9
4.	TIDLIGERE FORSKNING.....	11
5.	DATAKILDER.....	14
6.	METODER.....	15
	5.1 MANUELL KVANTITATIV INNHOLDSANALYSE.....	15
	5.2 KILDEANALYSE.....	16
	5.3 AUTOMATISK INNHOLDSANALYSE.....	17
7.	FUNN: INNHOLDSANALYSE.....	20
	6.1 INNHOLDSPROFIL.....	20
	6.2 GEOGRAFISK PROFIL.....	25
	6.3 TOPPSAKER.....	27
	6.4 SJANGERFORMER OG FORMATER.....	30
	6.5 STEMME SOM KOMMER TIL ORDE.....	31
	6.6 FACEBOOK-PROFILER.....	32
8.	LENKEPRAKSIS.....	41
9.	FUNN: LDA-ANALYSE.....	43
	8.1 NRK SAMMENLIGNET MED HELE MEDIELANDSKAPET.....	43
	8.2 NRK SAMMENLIGNET MED MEDIENE I DEN MANUELLE INNHOLDSANALYSEN.....	47
	8.3 NRK SAMMENLIGNET MED MEDIER MED ULIK DISTRIBUTUSJON.....	51
	8.4 NRK SAMMENLIGNET MED MEDIER UNDER ULIKE KONSERNEIERSKAP.....	63
	8.5 NRK SAMMENLIGNET MED AVISER MED PRESSESTØTTE.....	80
	8.6 NRK SAMMENLIGNET MED MEDIER MED ULIK PROFIL.....	83
	8.7 NRK SAMMENLIGNET MED ANDRE PLATTFORMER.....	92
	8.8 OPPSUMMERING.....	97
10.	KONKLUSJON.....	98
11.	REFERANSER.....	100
	VEDLEGG 1. KODEBOK.....	102
	VEDLEGG 2. TEMA I LDA-ANALYSEN.....	107
	VEDLEGG 3. VARIABLER FOR SAMMENLIGNING I LDA-ANALYSEN.....	114
	VEDLEGG 4. NRKS LENKEPRAKSIS.....	119

TABELLER

Tabell 1. Eksempel på ord i økonomi-tema	18
Tabell 2. Innholdsprofiler	21
Tabell 3. Geografisk profil	26
Tabell 4. Toppsaker	27
Tabell 5. Sjangerformer	30
Tabell 6. Lyd og bilde/video	31
Tabell 7. Kilder	31
Tabell 8. Profiler på facebook	33
Tabell 9. Geografi på Facebook	34
Tabell 10. Medieform på Facebook	35
Tabell 11. Likes per avis	35
Tabell 12. Likes per tema	36
Tabell 13. Delinger per avis	36
Tabell 14. Delinger per tema	37
Tabell 15. Kommentarer per avis	38
Tabell 16. Kommentarer per tema	38
Tabell 17. Hyperlenker	41
Tabell 18. Hvor NRK har mest dekning	44
Tabell 19. Hvor andre medier har større dekning enn NRK	44
Tabell 20. Hvor NRK og andre medier er likest	46
Tabell 21. Hvor NRK har mest dekning	47
Tabell 22. Hvor mediene i den manuelle analysen har større dekning enn NRK	49
Tabell 23. Hvor NRK og mediene i den manuelle analysen er likest	50
Tabell 24. Hvor NRK har større dekning enn øvrige riksmedier	52
Tabell 25. Hvor andre riksmedier har mer dekning enn NRK	53
Tabell 26. Hvor NRK og andre riksmedier har lik dekning	54
Tabell 27. Hvor NRK har mer dekning enn metropole medier	56
Tabell 28. Hvor metropole medier har mer dekning enn NRK	56
Tabell 29. Hvor NRK og metropole medier er likest	58
Tabell 30. Hvor NRK har mer dekning enn lokalmedier	59
Tabell 31. Hvor lokalmedier har mer dekning enn NRK	60
Tabell 32. Hvor NRK og lokalmedier har like mye dekning	61
Tabell 33. Hvor NHST har mer dekning enn NRK	63
Tabell 34. Hvor NRK og NHST er likest	64
Tabell 35. Hvor Mentor Medier har mer dekning enn NRK	65
Tabell 36. Hvor NRK og Mentor Medier er likest	66
Tabell 37. Hvor MTG har mer dekning enn NRK	67
Tabell 38. Hvor NRK og MTG er likest	68
Tabell 39. Hvor Polaris-avisene har mer dekning enn NRK	69
Tabell 40. Hvor NRK og Polaris er likest	70
Tabell 41. Hvor NRK har mer dekning enn Schibsteds regionaviser	71
Tabell 42. Hvor Schibsted-avisene har mer dekning enn NRK	72
Tabell 43. Hvor NRK og Schibsted regionaviser er likest	73
Tabell 44. Hvor NRK har mer dekning enn Amedia	74
Tabell 45. Hvor Amedia har mer dekning enn NRK	76
Tabell 46. Hvor NRK og Amedia er likest	77
Tabell 47. Hvor NRK har mer dekning enn TV 2	79
Tabell 48. Hvor TV 2 har mer dekning enn NRK	79
Tabell 49. Hvor NRK og TV 2 er likest	80
Tabell 50. Hvor NRK har mer dekning en pressestøtte-avisene	81

Tabell 51. Hvor pressestøtte-avisene har mer dekning enn NRK	81
Tabell 52. Hvor NRK og pressestøtte-avisene er likest	82
Tabell 53. Hvor NRK har mer dekning enn de andre allmennkringkasterne	84
Tabell 54. Hvor TV 2 og P4 har mer dekning enn NRK	84
Tabell 55. Hvor NRK og TV 2/P4 er likest	85
Tabell 56. Hvor NRK har mer dekning enn populærmediene	86
Tabell 57. Hvor populærmediene har mer dekning enn NRK	87
Tabell 58. Hvor NRK og populærmediene er likest	88
Tabell 59. Hvor NRK har mer dekning enn nisjeavisene	89
Tabell 60. Hvor nisjeavisene har mer dekning enn NRK	90
Tabell 61. Hvor NRK og nisjeavisene er likest	91
Tabell 62. Hvor NRK har mer dekning enn de rene nettmедиene	93
Tabell 63. Hvor de rene nettmедиene har mer dekning enn NRK	93
Tabell 64. Hvor NRK og de rene nettmедиene er likest	94
Tabell 65. Hvor NRK har mer dekning enn kommersielle radiomedier	95
Tabell 66. Hvor kommersielle radiomedier har mer dekning enn NRK	96
Tabell 67. Hvor NRK og kommersielle radiomedier er likest	96

FIGURER

Figur 1. Innholdsprofiler	22
Figur 2. Korrespondanseanalyse	24
Figur 3. Korrespondanseanalyse	25
Figur 4. Toppsaker	28
Figur 5. Innholdsprofiler på Facebook	34
Figur 6. NRK sammenlignet med alle andre medier i analysen	47
Figur 7. NRK sammenlignet med mediene i den manuelle analysen	51
Figur 8. NRK sammenlignet med medier med nasjonal distribusjon	55
Figur 9. NRK sammenlignet med aviser med metropol distribusjon	59
Figur 10. NRK sammenlignet med lokalmedier	62
Figur 11. NRK sammenlignet med NHST-avisene	65
Figur 12. NRK sammenlignet med Mentor Medier	67
Figur 13. NRK sammenlignet med MTG	68
Figur 14. NRK sammenlignet med Polaris	71
Figur 15. NRK sammenlignet med Schibsted-avisene	74
Figur 16. NRK sammenlignet med Amedia	78
Figur 17. NRK sammenlignet med TV 2	80
Figur 18. NRK sammenlignet med aviser med pressestøtte	83
Figur 19. NRK sammenlignet med de andre allmennkringkasterne	86
Figur 20. NRK sammenlignet med populærmediene	89
Figur 21. NRK sammenlignet med nisjeavisene	92
Figur 22. NRK sammenlignet med rene nettmedier	95
Figur 23. NRK sammenlignet med kommersielle radiomedier	97

1. SAMMENDRAG

I denne rapporten undersøker vi hvordan NRK bidrar til mediemangfoldet i Norge. Vårt fokus er på innholdsmangfold – i hvilken grad NRKs innhold på internett bidrar til et mangfoldig tilbud av innhold innenfor nyheter og aktualiteter i det norske nyhetslandskapet. Nyheter og aktualiteter er her bredt definert – som alt man kan finne i en tradisjonell papiravis. Analysen omfatter derfor alt fra rene nyhetsartikler til musikkanmeldelser, bursdagshilsner, kjendisstoff, reisereportasjer og undersøkende journalistikk. Definisjonen er bred først og fremst fordi formålet er å sammenligne NRK med andre aktører i markedet.

NRK sammenlignes her med 160 andre aktører i det norske nyhetslandskapet. Dette omfatter først og fremst aviser fra hele landet, men også de andre allmennkringkasterne, rene nettmedier og kommersiell radio er med i analysen. Datagrunnlaget for analysen tilhører prosjektet *Diversity in the Norwegian News Media Landscape: A Hybrid Model for Evaluating Media Policy*, finansiert av Norges Forskningsråd. Prosjektet, som har sin base ved Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen, ledes av Helle Sjøvaag og gjennomføres i samarbeid med Truls André Pedersen. Se prosjektets hjemmeside for mer informasjon: <https://mangfold.w.uib.no>.

Det er gjennomført i overkant av 60 analyser for denne rapporten. Konklusjonene som trekkes er basert på et hybrid metoddesign, hvor både tradisjonelle, manuelle innholdsanalysemetoder og data-assisterte metoder er benyttet. Analysen undersøker i hovedsak to ting: likheten mellom NRK og andre mediers hjemmesider på internett (nrk.no forsiden sammenlignet med 9 øvrige medier), og likheten mellom nrk.no-plattformen som helhet og 160 andre mediers nettsider.

På bakgrunn av analysene trekkes følgende konklusjoner:

- NRK ligger på 'midten' av markedet. Nrk.no utgjør det mest allmenne nyhetsmediet i Norge, med den mest generelle innholdsprofilen, i tråd med NRKs vedtekter. Nrk.no ligner derfor mest på Aftenposten, som er den avisen som på nett har den mest allmenne nyhetsprofilen.
- I den grad NRK ligner på andre medier på nett, gjelder dette på journalistiske kjerneoppgaver i pressens samfunnsoppdrag. Alle nyhetsmediene i Norge har et solid grunnfjell av nyheter som handler om politikk, næringsliv og sentrale samfunnsinstitusjoner, i tråd med journalistikkens samfunnsoppdrag. NRK ligner også på andre medier når det gjelder typiske beredskapssaker – vær, ulykker, trafikk- og kriminalsaker som alle nyhetsmedier har et ansvar å opplyse publikum om.
- NRKs største bidrag til mangfoldet i det norske nyhets- og aktualitetslandskapet ligger i kringkasterens distriktdekning. Nrk.no-plattformen utgjør primært en infrastruktur for kanalens distriktskontorer. Her fyller nrk.no et hull i markedet, ettersom det er lite regionaljournalistikk i Norge. NRK holder seg stort sett unna lokale tema som utgjør typiske dekningsområder for lokalavisene.
- Den hardeste konkurransen i det norske nyhetsmarkedet foreligger mellom de kommersielle populærmediene (Nettavisen, Dagbladet, VG, og til dels TV 2). Disse mediene er likere hverandre enn andre medier. NRK unngår konkurransen i sportsdekning som disse mediene inngår i, særlig fotballdekningen.

Analysen viser alt i alt at de ulike aktørene i det norske nyhetslandskapet bidrar til mangfoldet på hvert sitt vis. Bidraget som nisjeavisene utgjør til innholdsmangfoldet er synlig i analysen. Dette gjelder særlig Morgenbladet, Dagens Næringsliv, Vårt Land og Dagsavisen. I tillegg er TV 2 klart forskjellig fra NRK, lokalavisene er tydelig tettere på lokalmiljøene enn andre medier, og profilen til kommersiell radio er klart forskjellig fra andre medier.

Generelt sett viser denne analysen at differensieringen i norsk nyhetsjournalistikk går langs to akser:

- **Geografi:** Lokale, regionale og nasjonale nyheter er forskjellige. NRK tilbyr en regiondekning som andre medier ikke tilbyr. Samtidig unngår NRK å konkurrere med lokalavisene. Opprettholdelsen av en differensiert geografisk mediestruktur er dermed en fordel for norsk mediemangfold.
- **Profil:** Kommersielle 'populær'-medier er 'likere' enn andre medier. NRK tilbyr et alternativ til livsstilstoffet og sportsstoffet, særlig fotballdekningen, som populærmediene fronter. Opprettholdelsen av allmennkringkasting, nisjemedier og lokalmedier er dermed med på å bidra til motvekt mot homogeniseringen i det populære segmentet.

Det er med andre ord den regulerte strukturen i den norske journalistikken som gjør det norske nyhets- og aktualitetslandskapet mangfoldig – med allmennkringkasting, pressestøttede nisjeaviser og lokalaviser, kommersielle aviser, og medier over hele landet som på hvert sitt vis bidrar til innholdsmangfoldet.

I den grad nrk.no ligner på andre medier er det på typiske journalistiske kjerneoppgaver, særlig på dekningen av sentrale samfunnsinstitusjoner, den politiske dagsorden og beredskapssaker. Ettersom NRK er en journalistisk institusjon, er det naturlig at nyhetene og aktualitetene som publiseres på nrk.no følger norske journalistiske praksiser og idealer. Denne analysen viser nemlig først og fremst at det norske journalistiske landskapet er forholdsvis homogent. Når vi snakker om forskjeller i denne analysen er det med andre ord relativt små forskjeller det er snakk om. Det er fordi den norske journalistiske kulturen er høyst profesjonalisert. Journalistikken i Norge ligger nær samfunnsoppdraget om den foregår i hovedstaden, i byene eller i distriktene, eller om jobben som journalistene gjør er på radio, tv, avis eller nett.

2. OPPDRAG

I forbindelse med Medietilsynets oppdrag om å vurdere NRKs bidrag til mediemangfoldet i Norge, leverer dette notatet analyser i forhold til følgende punkt i oppdraget:

Hvordan bidrar nrk.no til innholdsmangfoldet i Norge sammenlignet med tilbudet til andre aktører?

Spørsmålet bevares gjennom følgende delspørsmål:

1. Hvordan bidrar nrk.nos forside til innholdsmangfoldet i Norge sammenlignet med andre aktører?
2. I hvilken grad bidrar nrk.no (nettstedet under ett) til mangfoldet av nyheter i det norske medielandskapet sammenlignet med andre aktører?
3. I hvilken grad bidrar NRKs publiseringer på Facebook til innholdsmangfoldet på sosiale medier, sammenlignet med tilbudet til andre aktører?
4. I hvilken grad lenker nrk.nos nyhets- og aktualitetstilbud eksternt?

Her presenteres først bakgrunnen for oppdraget – spørsmålet om mediemangfold, deretter følger en kort gjennomgang av tidligere forskning på nyhetsinnholdet på nrk.no. Metoder og datakilder blir så presentert, etterfulgt av resultater fra de ulike innholdsanalysene. Til slutt konkluderes det på bakgrunn av analysen om NRKs bidrag til mediemangfoldet, likheten mellom NRK og andre medier, og mediemangfoldet i det norske journalistiske landskapet sett under ett.

3. MEDIEMANGFOLD

Målsetningen i denne analysen å finne ut i hvilken grad nrk.no bidrar til mangfoldet i norske nyheter og aktualiteter på nettet. Innholdsmangfold handler om i hvilken grad ulike tema dekkes i mediene. For at mediemangfold skal forekomme må det foreligge ulike sendere (eiere eller kanaler) i markedet, som har ulike sakprioriteringer eller dagsorden-orienteringer, med tilstrekkelig forskjellig tilbud til at det tilfredsstillende et mangfold av preferanser i befolkningen. Særlig er det interessant å finne ut hvem som dekker marginale tema – det vil si tema som sjelden kommer på agendaen i norske redaksjoner. Tanken her er at det er viktig å bevare kanaler for slike smale innholdstyper – ikke minst for å sikre at marginale interesser har tilgang på kilder for informasjon og debatt (Baker 2007). Mer differensierte nyhetsmedier vil slik sett ha mer å tilføre det overordnede mangfoldsmålet enn medier som utgjør rene substitutter (Gentzkow & Shapiro, 2008, s. 135).

Det er også viktig i en demokrati-kontekst at folk har tilgang til så mange tematikker og debatter som mulig, for å kunne gjøre seg opp en mening om hva som er de beste løsningene for samfunnet. Medienes innhold bør derfor i størst grad gjenspeile de mange ulike meningene som finnes i samfunnet (McQuail 1992). Dette er også målsetningen i mediereguleringen – å sikre en infrastruktur for informasjon og debatt hvor ulike tema kan komme til orde (NOU 2017:7). I tillegg handler mangfold i nyheter og aktualiteter om at informasjonen som borgerne har tilgang til kvalitetsmessig er med på å opplyse den offentlige debatten.

I Norge er staten gitt ansvaret for å legge til rette for en "åpen og opplyst offentlig samtale" – det såkalte infrastrukturkravet som er nedfelt i grunnlovens §100, Ytringsfrihetsparagrafen. Fordi demokratiet fordrer en infrastruktur som legger til rette for meningsutveksling blant informerte borgere, er staten gitt ansvaret for at rammeforholdene for ytringsfrihet og debatt er ivaretatt. Dette gjør staten gjennom ordninger som regulerer mediene – inkludert lover som beskytter ytring og redaksjonell frihet, begrensninger på eierskapskonsentrasjon, og støtteordninger til lokale og marginale medier. Slik sett er både pressestøtteavvisene og allmennkringkastingen å regne blant infrastrukturen som er med på å opprettholde norsk offentlighet.

NRK har en spesiell rolle i denne infrastrukturen. Allmennkringkasting skal ideelt sett være med på å sikre at mediemarkeder ikke utsettes for markedssvikt. Det er en velkjent sak at det som selger aviser ikke nødvendigvis er det som tjener borgernes informasjonsbehov best. Fordi staten ikke kan regulere innhold og ytringer i privateide medier, er rene kommersielle nyhetsmarkeder særlig utsatt for kommersialisering, eierskapskonsentrasjon og homogenisering av innhold. Staten, som eier, kan imidlertid ilegge allmennkringkastingen mangfoldskrav – og særlig da til forekomsten av nyheter og aktualiteter, kvalitet i journalistikken, og representasjon av minoriteter. Både NRK og TV 2 som allmennkringkastere er underlagt slike krav. Disse avtalepunktene (i TV 2s tilfelle) eller vedtektene (i NRKs tilfelle) beskriver slik sett hva som forventes av kanalen. §13 i NRKs vedtekter slår fast at NRK skal *bidra til å fremme den offentlige samtalen og medvirke til at hele befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne være aktivt med i demokratiske prosesser*. Dette oppdraget omfatter hele befolkningen over hele landet, og inkluderer ansvar for mangfoldig behandling av språk, kultur og identiteter på tvers av alder og geografi.

NRK er også pålagt å tilgjengeliggjøre sine tjenester på alle viktige medieplattformer, inkludert internett. Nyhetstilbudet på internett skal omfatte (§49) regionale, nasjonale og internasjonale nyheter, fakta og bakgrunn for nyheter og debatt, kunst og kultur, samt sport og underholdning. Fordi NRK også er pålagt å tilgjengeliggjøre sine radio- og fjernsynsprogrammer på internett, er det audiovisuelle innholdet som faller inn under nyhets- og aktualitetsbegrepet også inkludert i denne analysen.

Vårt oppdrag er å analysere hvordan NRK bidrar til innholdsmangfoldet på internett. I tillegg skal vi vurdere hvor like eller ulike NRKs nyheter på nett er fra de andre aktørene i norsk medielandskap. Slik sett vil det være mulig å konkludere hvorvidt NRKs innhold er mangfoldig eller ikke, i hvilken grad det er mangfold i forhold til øvrige aktører, og hvor likt eller ulikt NRKs innhold er disse andre aktørenes innhold. Dette gjør vi ut ifra to grunnleggende forutsetninger: NRKs oppdrag, og konteksten – det norske nyhets- og aktualitetsmarkedet.

Den relevante konteksten her altså er det journalistiske landskapet i Norge. Dette er et landskap som er relativt homogent. Det vi si de fleste aviser i Norge er allmennmedier som henvender seg til en generell publikumsgruppe, samt at den journalistiske profesjonskulturen forholder seg til de samme nyhetsverdiene. Denne homogeniteten gjenspeiles i innholdsanalyser som viser at norske aviser i hovedtrekk fokuserer over halvparten av innholdet sitt på kultur, politikk og sport. Samtidig som norske redaksjoner fokuserer like mye på noen felles kategorier, fokuserer de også like lite på andre kategorier (Sjøvaag & Kvalheim 2019). Når vi vurderer hvor like eller ulike NRK er fra andre aktører, er det altså snakk om at dette gjøres innenfor en kontekst hvor differensieringen mellom alle aktørene sett under ett er relativt liten.

4. TIDLIGERE FORSKNING

Gitt studiens begrensninger er det ikke anledning til å gjøre en grundig gjennomgang av litteratur på feltet, selv i den norske konteksten. Det er imidlertid gjennomført flere analyser av NRKs nyheter på nettet som er av relevans for denne analysen. En kortfattet gjennomgang av resultatene fra disse analysene gis her.

En analyse av NRKs forsider og innsider fra 2009 (Sjøvaag, Moe & Stavelin 2012) fant at innsiden (alt som ble publisert 'bak' forsiden, altså på andre portaler enn forsiden nrk.no) prioriterte lokal og regional-innhold, mens forsiden viste tegn til at nrk.no konkurrerte direkte med kommersielle nyhetstilbydere. Studien fra 2009 var basert på en data-assistert analyse av 74.430 artikler publisert på nrk.no i 2009, 2162 nyhetsartikler publisert på nettsiden i et utvalg av dager, samt 1192 saker (topp 10) fra forsiden. Analysen så på innholdsprofilen samt kringkasterens bruk av multimedia-elementer i nettjournalistikken. Analysen viste at NRK brukte lite multimedia-elementer i dekningen. 64 prosent av sakene inneholdt ingen multimedia-elementer. Video var bare brukt i 12 prosent av sakene, 27 prosent av sakene var åpnet for bruker-kommentarer. 52 prosent av sakene inneholdt ingen hyperlenker, 48% inneholdt minst en lenke. Kun 12% av sakene lenket eksternt, altså ut av NRK.

Når det gjelder geografisk fokus hadde NRK i 2009 god spredning av regionalt fokus. 80% av sakene var publisert på NRKs regionale nettsider. Dette ble estimert basert på URL-strukturen. Hele 95% av innholdet var nasjonalt (norsk) i karakter, et tegn på nettsidens regionale fokus. Forsiden nrk.no hadde størst andel kultur og underholdningssaker (23%), etterfulgt av krim (19%) og politikk (18%). Innsiden hadde flest saker som omhandlet sosiale spørsmål (24%), etterfulgt av kultur og underholdning (20%). Her var det mindre fokus på krim (13%). Forsiden hadde dessuten en nasjonal agenda. Politikk og krim var oftest førsteoppslagene. Selv om forsiden hadde mest kultur og underholdning, var dette sjelden hovedoppslag. Nettstedet som helhet hadde bare 2% utenriksnyheter, mens forsiden hadde 23% utenriks, mest som politikk (35%), krim (19%) og underholdning (18%). Forsiden prioriterte altså hendelsenyheter i de mykere nyhetskategoriene, mens innsiden hadde et mer generelt nyhetsfokus. Forsiden fremsto som en konkurrent til de andre aktørene i markedet, og profilen lignet en kommersiell nyhetsnettsides prioriteringer.

I en komparativ oppfølgingsstudie fra 2013 ble denne analysen gjentatt og sammenlignet med funn fra 2009 (Sjøvaag, Stavelin & Moe 2015). Denne gangen ble nærmere 150.000 nyhetsartikler automatisk analysert. Data fra 2013 omfattet 64.898 artikler fra innsiden, 3411 artikler fra et utvalg av dager (12 dager), og 1112 forsidesaker (topp 20). Innholdsprofilen var relativt stabil, men det var en økning i bruken av audiovisuelt innhold, streaming, lekning og deling på sosiale medier. Forsiden ble mer dynamisk, men fremsto fremdeles som en konkurrent i markedet, og det var en økning i bruken av selv-promotrende innhold på forsiden. Men i 2013 fremsto nrk.no mindre som en nettavis og mer som en portal til kringkastingens mangfold av innhold – særlig audiovisuelt tilbud. På dette tidspunktet var også NRK Ytring etablert.

Kultur fortsatte å utgjøre den største innholdskategorien på forsiden (25%), etterfulgt av politikk (17%) og sport (14%). Krim var altså ikke like prominent på nrk.nos forsider i 2013 (12%) som i 2009 (19%). Her hadde særlig mord-dekningen gått ned. Utenriksdekningen hadde økt, fra 23% i 2009 til 34% i 2013. Det samme hadde dekningen av vitenskap og forskning. Dette var så lite i 2009 at det ikke ble kodet for dette. I 2013 var dekningen av vitenskap og forskning på 4%. Også selv-promoterende innhold på forsiden hadde økt. Dette handlet om at NRKs audiovisuelle innhold ble promotert på forsiden i større grad, med lenker til serier og episoder. I 2013 utgjorde dette 5% av forsider-innholdet – en tredjedel av kultur-stoffet som ellers dominerte forsiden. En forklaring på denne økningen kan ligge i teknologiske nyvinninger som gjorde streaming mer tilgjengelig. Med en ny forsider-design og mer streaminginnhold var NRK i 2013 bedre i stand til å vise frem NRKs unike audiovisuelle innhold enn

de var i 2013. Nettsiden hadde dermed beveget seg mer i retning av en allmennkringkaster-portal enn en ren nyhetsnettside. NRK økte også sin popularitet som nettside fra 2009 til 2013 – fra sjette til andre plass på listen over flest unike brukere i uken (TNS Gallup 2014).

Det ble mer utenriks på innsiden, med en økning fra 5% i 2009 til 16% i 2013 (i 2013 talte vi både utenriks og 'norsk utenriks' som utenriks, og slo derfor sammen de to kategoriene på henholdsvis 2 og 3 prosent fra 2009). Det var mest politikk og sport blant utenrikssakene, og det var for det meste egenprodusert materiale (ikke nyhetsbyrå-saker). Mens kultur hadde samme fokus på forsiden, var det et markant dropp i kultur-fokuset på innsiden, fra 20% i 2009 til 8% i 2013. Det var også en økning i ulykker, fra 10 til 17% på innsiden. Dette kan muligens forklares med å henvise til NRKs rullerende nyhetsstrøm (NRK Beta), som hadde oppstart i 2013, som besto av mer umiddelbare nyhetsoppdateringer. Innsiden var uansett mer preget av endringer enn forsiden.

Selv om forsiden viste mer eller mindre stabile saks-prioriteringer, ble forsiden mindre orientert mot 'brudd'. Slik sett beveget nettsiden seg noe vekk fra hendelses-orienteringen til konkurrentene i markedet. Layouten ble mer dynamisk, og publiseringshastigheten gikk opp, med hurtigere utskiftninger av saker på siden. Flere saker ble flyttet oppover på siden i 2013 enn i 2009, og flere av disse var selv-promoteringsaker. Dette viser at NRK hadde større fokus på så vise frem sin audiovisuelle identitet i 2013 enn i 2009.

Også på denne tiden ble det debattert hva NRKs rolle skulle være på nettet, særlig i forhold til de kommersielle aktørene. Forsiden i 2013 hadde mer sport og ulykker blant topp-fem saker enn de hadde i 2009, selv om dette innholdet ikke hadde økt i omfang i perioden. Dette kan vitne om en mykere nyhetsprofil som ligner på rivalene i det populære markedssegmentet. Samtidig var det en reduksjon i antallet krim saker på forsiden, som skulle tilsi det motsatte. Også kuriosa-saker gikk ned (fra 7% til 2%), noe som også motsier en slik populærprofil-satsing fra NRKs side. Vi fant altså ingen sterke indikatorer i 2013 på at NRK beveget seg i regning av konkurrentene.

Selv om det ikke var noe særlig økning i bruken av multimedie-elementer fra 2009 til 2013, var det en merkbar økning av video i tekstsaker, fra 12% til 26%, antakelig fordi teknologien lettere tillot dette. Samtidig var det en nedgang i kommentarfelt, fra 27% til 11%. Antakelig var dette forbundet både med kostnad, en mer fiendtlig tone i nettdebattene generelt, og at NRK ville ha debatten over på Ytring-plattformene. Et nytt interaktivt element som ble introdusert i 2013 som ikke fantes i 2009, var knapper for deling på sosiale medier.

Når det gjelder lenking så var det en markant økning i artikler som inneholdt lenker. I 2009 hadde 52% av artiklene ingen lenker, i 2013 var kun 28% uten lenker. 7% av artiklene i 2009 hadde både interne og eksterne lenker, mens dette i 2013 hadde steget til 21% av artiklene. 43% hadde nå interne lenker, mot 36% i 2009. Lenkepraksisen med å lenke til "relaterte saker" på nrk.no hadde i 2013 blitt automatisert, det vil si en CMS satte inn lenker automatisk der de i 2009 ble satt inn manuelt. NRKs innhold var altså mer sammenkoblet i 2013 enn det var i 2009, fasilisert av et nytt content management system. Fra 2009 til 2013 hadde også NRK omfavnet sosiale medier på samme måte som de kommersielle aktørene. I 2013 fant vi at NRK hadde beveget seg mer i retning av sin allmennkringkastingsprofil på nettet – med mer selvpromotering og et mer synlig audiovisuelt innhold. Samtidig bemerket vi at det var lite tegn til at allmennkringkasterens oppdrag om å utfordre etablerte konvensjoner og eksperimenter med nye formater var synlig på nett.

En delstudie i 2013 undersøkte i hvilken grad NRK lignet på de andre nettavisene (Sjøvaag 2015a). Studien var av begrenset omfang (3,5 dager med innholdsanalyser sammenlignet med 10/12-dagers-utvalget i 2009 og 2013-studien), og sammenlignet NRK med de nasjonale populæravisene (VG og Dagbladet), Schibsteds regionaviser (Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen), samt TV 2. Hovedfokuset her var å finne ut hvor NRK befant seg på skalaen

mellom harde og myke nyheter, sidenes innholdsprofiler, henvendelsesform og andelen livsstils- og tabloidstoff. NRK befant seg stort sett på midten av alle disse indikatorene. Schibstedavisene hadde mest av de harde nyhetsformatene (politikk, økonomi, utenriks og 'viktig' krim), mens TV 2 og Dagbladet befant seg på den myke siden av skalaen.

Analysen som er gjort her er gjort på bakgrunn av et samme metodedesignet som disse studiene hviler på (med noen justeringer). Det burde altså være grunnlag for si noe om utviklingen av NRKs netttutgave basert på disse tidligere erfaringene.

5. DATAKILDER

Analysen er gjort med hybride metoder og er basert på fire sett med datakilder: en data-assistert big data analyse av norske nettmedier, en manuelt utført kvantitativ innholdsanalyse av et utvalg norske nyhetsnettsteder og deres hovedsider på Facebook, samt en analyse av NRKs hyperlenker.

- a. Nyhetssaker fra 160 norske nyhetsmedier på nettet (n= 818,063 dokumenter), samlet inn i perioden oktober til og med desember i 2015 og 2016, og oktober 2017, inkludert hele nrk.no, (n=48,719) gjenstand for data-assistert analyse (se vedlegg 3 for liste over alle inkluderte medier).
- b. 1 uke med forside-dumper fra 10 nyhetsmedier, 4-10 desember 2017, topp 20 saker hver hele time (n=3860). NRKs nettinhold har blitt sammenlignet med tilbudet til følgende aktører: VG, Dagbladet, TV 2, Aftenposten, Nettavisen, Dagsavisen, Bergens Tidende og Bergensavisen.
- c. Facebook-postene på hovedsiden til 8 nyhetsmedier i samme periode (n=1128). NRKs Facebook-innhold har blitt sammenlignet med tilbudet til følgende aktører: Dagbladet, Aftenposten, Nettavisen, Dagsavisen, Bergens Tidende og Bergensavisen. TV 2 og VG har ikke levert data til denne analysen.
- d. NRKs hyperlenker (n=24,918,624), oktober-desember 2015 og 2016, samt oktober 2017.

6. METODER

Analysen er basert på en kombinasjon av data-assisterte og manuelle analysemetoder, anvendt på fire ulike sett med data. Den data-assisterte metoden analyserer 818,063 dokumenter fra 160 norske nyhetsnettsteder. Metoden brukes for å finne hvordan NRKs nettsted sett under ett bidrar til mangfoldet av nyheter og aktualiteter i det norske medielandskapet sammenlignet med ulike konstellasjoner av øvrige aktører. Data-assistert metode anvendes også for å analysere nrk.nos hyperlenkepraksis. Den manuelle kvantitative innholdsanalysen tar for seg forsiden nrk.no og sammenligner den med et utvalg norske medier. I tillegg benyttes manuell innholdsanalyse til å sammenligne NRKs innhold på Facebook med disse aktørene. Kodeboken for den manuelle analysen er basert på tidligere studier av nyhetsinnholdet på nrk.no (Elgesem et al 2010; Sjøvaag, Moe og Stavelin 2012; Sjøvaag, Stavelin og Moe 2016), og tidligere studier av Schibsteds regionaviser (Sjøvaag 2014; Sjøvaag 2015b; Sjøvaag 2015c). Se Vedlegg 1 for kodebok.

Mediene som er inkludert i den manuelle kvantitative analysen er valgt ut for å undersøke mangfoldet i det nasjonale nyhetsmarkedet (NRK, VG, Dagbladet, TV 2, Aftenposten, Nettavisen og Dagsavisen), og for å undersøke mangfoldet i et lokalt nyhetsmarked (Bergen/Hordaland) (NRK Hordaland, Bergens Tidende og Bergensavisen). Mediene som er inkludert i Facebook-analysen er ment å speile analysene av nettsidene. TV 2 og VG leverte ikke data her, og er derfor ikke med i Facebook-analysen.

5.1 Manuell kvantitativ innholdsanalyse

Et mangfold av innhold i mediene handler om hvor stor spredning det er i saksomfanget som omtales i nyhetene, hvor god balanse det er mellom de ulike nyhetskategoriene, og hvor forskjellige de ulike innholdsprofilene er fra hverandre. Når man undersøker innholdsmangfold i nyhetsmedier handler dette rent praktisk om å dele innholdet inn i ulike tematiske kategoriseringer, og deretter plassere hver kode-enhet i den kategorien den passer best. Når man undersøker mangfold forsøker man altså å si noe om med hvilken frekvens ulike tema forekommer, og hvordan disse forekomstene er distribuert i materialet. Det er mange måter å operasjonalisere en slik kategorisering på.

Fremgangsmåten vi har brukt her har blitt brukt mange ganger tidligere på norske nyhetsmedier, og er dermed optimalisert for å studere det norske nyhetslandskapet.

Den manuelle innholdsanalysen ble utført på i alt 3860 saker publisert i perioden 4-10 desember 2017. Dette er et tilgjengelighetsutvalg. Ulempene det kan medføre å analysere nyheter i desember måned, med en forventet økt tilstedeværelse av sesong-orienterte nyheter i kategoriene forbrukerstoff, mat og vær, oppveies gjennom utvalgets størrelse, som er av stort omfang i innholdsanalyse-sammenheng (Neuendorf 2002).

Forsidene på hver av de ti sidene ble lastet ned hver hele time fra 09:00 til 24:00 mandag 4. desember til og med søndag 10. desember. Sidene ble lastet ned som PDF med HTML-kode intakt, via applikasjonen Web2PDF. En uunngåelig svakhet med denne metoden er at hver sak kodes slik den ser ut på kodingstidspunktet, ikke slik den så ut på innsamlingstidspunktet (Karlsson & Sjøvaag 2016). For hver time ble nye saker blant topp 20 saker kodet for innhold, plassering, kilder, geografi og sjanger. Kodingen og analysen ble gjennomført i statistikkprogrammet SPSS. Analysen av forsiden omfatter alt i alt 3860 saker¹.

¹ NRK (n=531); VG (n=529); Dagbladet (n=586); Aftenposten (n=417); Nettavisen (n=436); Dagsavisen (n=207); TV 2 (n=435); Bergens Tidende (n=390); Bergensavisen (n=239); NRK Hordaland (n=90).

Facebook-sakene ble tilgjengeliggjort av redaksjonene som analysen omfatter, som url'er i en excel-fil. Redaksjonene ble bedt om å levere data fra det de selv anså som redaksjonens hovednyhetsside. Selv om flere aktører har et mangfold av Facebook-sider som kunne bidratt til et utvidet bilde av redaksjonene Facebook-profil, var det ikke tid til å analysere innhold utover hovednyhets-feeden². Alle Facebook-poster ble kodet for innhold, geografi og sjanger, samt data om likes, shares og kommentarer (hvor data for dette var tilgjengelig). Analysen av Facebook-sidene omfatter i alt 1126 saker³.

Kodingen ble gjennomført av en vitenskapelig assistent med mastergrad i medievitenskap og 10 års erfaring som journalist. En kontrollkoding ble gjennomført på 150 saker fra nrk.no 4. januar med en Krippendorffs Alpha koeffisient på .84 (prosentvis enighet 87%). Dette anses som god enighet, særlig gitt kontrollkodings store spredning i variabler (skala fra 1-10, innholdsverdier), noe som gir et kvalifisert grunnlag for å trekke slutninger fra analysen.

Kodeboken består av 12 overordnede kategorier. Syv av disse er rene administrative verdier (medium, dato, tidspunkt, url, plassering på siden, sakens overskrift, hvilket land saken er fra, og hvorvidt saken krevde digital betalingsløsning / var bak betalingsmuren). En variabel registrerer geografi – hvorvidt saken har internasjonalt (hendelser utenfor Norges grenser), nasjonalt (saker som angår Norge på nasjonalt nivå), regionalt (saker fra regionen utenfor bykjernen hvor avisen utkommer) eller lokalt omfang (saker som omhandler stedet/byen/kommunen der avisen utkommer).

Innholdsvariabelen omfatter 52 gjensidig utelukkende innholdsverdier, brutt ned på 10 overordnede tema: Politikk, krim, økonomi, sosiale spørsmål, kultur, livsstil, sport, ulykker, vær og annet. Verdiene i 'annet'-kategorien ble rekodet i etterkant⁴. En slik rekoding må noen ganger til for å ta høyde for innhold som har større utslag enn forventet, slik det hadde her – særlig for saker som handlet om infrastruktur, vær og trafikk.

En kilde-kategori registrerte navnene på alle kildene som forekom i hver sak. Her var det kun personnavn som ble registrert. Organisasjoner ble ikke notert (som for eksempel i tilfellet "kilder i Pentagon sier"). Enkeltkilder fra Twitter ble registrert (for eksempel @realDonaldTrump), mens rene billedumper av tweets ikke ble det. En siste kategori registrerte hva slags medieform saken utgjorde – hvorvidt det handlet om en tekstsak, lyd og bilde, eller annet.

5.2 Kildeanalyse

Analyser av hvilke stemmer som opptrer i mediene handler om i hvilken grad et bredest mulig antall identiteter og representasjoner slipper til i mediene (Benson 2009). Her er kvantitativt mangfold antatt å forutsette kvalitativt mangfold – jo flere stemmer som er representert, jo mer mangfoldig er innholdet. Fordi staten ikke kan regulere redaksjonelt innhold utover krav til allmenkringkasteren (se NRKs vedtekter), tilrettelegges muligheten for deltakelse heller gjennom at offentligheten har tilgang til et pluralistisk medietilbud (St.mld 32 (1992-1993); St.mld 6 (2007-2008)). Medienes dagsordenfunksjon (McCombs 2005), og journalistikkens kritiske og konkurransedrevne natur, kan imidlertid bidra til å ekskludere marginale stemmer fra debatten (marginale her i betydningen syn, identiteter eller tilhørigheter som har forholdsmessig lav oppslutning i befolkningen). Mediene har

² Aftenposten har for eksempel i tillegg til hovedsiden også egne Facebook-sider for Aftenposten debatt og Aftenposten meninger. NRK har i tillegg til hovedsiden også NRK Brennpunkt og NRK Urix, mens Dagbladet har Dagbladet kultur og Dagbladet meninger. Hovedside-utvalget som er gjort i denne analysen gir derfor kun et begrenset grunnlag for å sammenligne mangfoldet blant disse redaksjonenes tilstedeværelse på Facebook.

³ NRK (n=88); VG (n=); Dagbladet (n=150); Dagsavisen (n=77); Aftenposten (n=284); Nettavisen (n=192); Bergens Tidende (n=255); Bergensavisen (n=44); NRK Hordaland (n=34).

⁴ Vitenskap, forskning og teknologi ble flyttet til Livsstil; Portretter/ildsjeler ble flyttet til Kultur; Trafikk ble flyttet til livsstil; Infrastruktur/nærmiljø ble flyttet til sosiale spørsmål; og Vær ble rekodet til en egen værkategori.

generelt sett en tendens til å favorisere erfarne, etablerte stemmer (Berkowitz 1987; Sigal 1973; Soloski 1989; Sjøvaag, kommer i 2018; Strömbäck & Nord 2006), og særlig de som kan holdes ansvarlige.

Her har vi først og fremst vært interessert i å finne ut hvor mange kilder mediene bruker i gjennomsnitt per sak, hvilke medier som har flest kilder, hvilke medier som størst spredning i kildene, og i hvilken grad kildebruken overlapper mellom mediene. Slik sett er dette heller snakk om et kvantitativt mål heller enn et kvalitativt mål. For å kompensere for dette er det gjort noen begrensede saksutvalg som ser nærmere på forskjellen mellom mediene.

5.3 Automatisk innholdsanalyse

Datagrunnlaget for den automatiske innholdsanalysen er hentet fra NFR-prosjektet *Diversity in the Norwegian News Media Landscape*, ledet av Helle Sjøvaag ved Universitetet i Bergen. Dette prosjektet har samlet data fra rundt 180 norske nyhetsnettsteder siden 2015⁵. Samtlige nettstedet som er inkludert i dette datagrunnlaget ble automatisk innhøstet av spesialskravne scrapere. Data som er inkludert i denne analysen omfatter oktober, november og desember 2015 og 2016, samt oktober måned 2017. Datasettet inneholder 160 aviser fra hele landet, resten representerer kringkasting, lokalradio og rene nettmedier. (Se vedlegg 3 for en oversikt over mediene som er inkludert i analysen.) Dette datasettet ble brukt til å svare på spørsmålet om i hvilken grad NRK bidrar til mangfoldet i det norske nyhetslandskapet på nettet, og om NRKs lenkepraksis på nettet. Det er i hovedsak Latent Dirichlet allocation (forkortet LDA) som er benyttet for å analysere materialet.

Latent Dirichlet allocation (Blei et al 2003) er en metode som gir en modell over tematiske strukturer i større tekst-korpora. Analysen utføres automatisk uten menneskelig input. Resultatet gir et visst antall tema, representert ved en fordeling av sannsynligheten for at ulike ord vil forekomme. Vi satt en terskel for hva det ville si at et dokument faktisk handler om et tema basert på Elgesem, Feinerer og Steskal (2016). Heretter blir temaene gjenstand for menneskelig tolkning, basert på ordsammensetningen i hvert tema. Slike ordsammensetninger fremstår gjerne som tema fordi mange tema omtales ved bruk av karakteristiske vokabular. En viktig forutsetning for, og begrensning ved, en LDA-analyse er at modellen trenger menneskelig input på hvor mange tema algoritmen skal kjøre analysen på. LDA-algoritmen finner ikke selv hvor mange tema som er tilstede i et korpus, men må bes om å analysere tema etter et gitt antall tema. Ettersom algoritmen antar at hvert tema er tilstede i hvert dokument i korpuset, vil også analysen gi en distribusjon over forekomsten av hvert tema i hvert dokument. Vi brukte MALLETT-verktøyet (McCallum 2002) for å kjøre analysen. Her ble LDA-algoritmen kjørt på tekster i korpuset som har en distinkt brødt tekst. Slik kan vi være sikre på at analysen kun omfatter nyhetsartikler, og ikke portalsider, abonnementsider bildeserier eller 'tekst-tomme' bildegallerier eller rene videoer.

Etter å ha kjørt analysen på en rekke gitte antall tema (5, 10, 20, 100, 200, 300), innsiserte vi manuelt hvert tema basert på topp 30 ord i hvert tema, og navnga hvert tema så langt det lot seg gjøre. Etter å ha undersøkt hver av de antall-baserte analysene, konkluderte vi at den analysen som ga 200 tema var den som ga best resultat.

Vi var i stand til å sette en tematisk merkelapp på 176 av de 200 temaene. De resterende 24 temaene var inkohærente, og inneholdt enten mark-up-språk eller funksjon-ord. Dette er et forventet resultat av en LDA. I noen tilfeller vil tema kun bestå av en rekke helt vanlige ord ofte grupperes sammen (for eksempel tema 50, hvor de første ordene er kart, velkommen, klokka, torsdag, tirsdag, onsdag,

⁵ Tilgang til å samle inn data 'bak muren' er gitt gjennom individuelle avtaler mellom prosjektleder og redaktør/konsern. Følgelig omfatter denne dataen både artikler som ligger gratis ute på nett, og artikler forbeholdt abonnenter.

mandag, søndag, lørdag). De resterende temaene ga klare kategoriseringer. Se vedlegg 2 for en liste over alle tema.

Tabell 1. Eksempel på ord i økonomi-tema

Nr.	Tema	Nyhetstema	Topp 30 ord
12	Dagligvare	Næringsliv	Coop rema kroner mat butikken prisene varer kiwi prisen kundene butikker pris nå butikkene priser produkter forbrukerrådet varene produktet kunder kjøpt butikk norge markedet kjøpe prosent selger kjøper extra solgt
170	Bedrift	Næringsliv	Selskapet gr norske kroner millioner nå norge prosent konkurs selskap skog største uber eier milliarder innovasjon ansatte selskaper nder direktør styret selskapene selskapets ndere aksjene styreleder avtalen group avtale administrerende
46	Jordbruk	Primærnæring	År norsk bønder mat landbruket norge landbruk havet nå norske arter forskere bonde prosent økologisk skog naturen forskerne dyr større vann ntb jorda tonn bøndene klima mars dag utslipp mener
71	Fiskeri	Primærnæring	Fisk tonn laks fisken år fiske torsk Norges sjømat fisket kilo marine fiskeridirektoratet fiskere norge sild norsk lakselus fiskerne anlegg nord næringen kyten harvest laksen oppdrett mattilsynet fisker havet fiskeriminister
65	Børsen	Markeder	Prosent dollar oslo børs fat falt steg indeksen ntb poeng usa oljeprisen onsdag opec hovedindeksen fatet mandag børsen oppgang tirsdag fredag torsdag børsene faller amerikansk statoil dag aksjen endte nordsjøolje
95	Boligmarked	Markeder	Boliger solgt kroner millioner oslo eiendom salg bolig selge eiendommen nå leiligheter markedet kjøper selger salget kjøpe boligen boligprisene boligmarkedet prisene kvadratmeter dreyer prisen boligene eiendomsmekler kjøpt pris år leie

LDA-analysen er brukt til å sammenligne nrk.nos innholdprofil med øvrige nyhetsmedier i Norge. Disse analysene er gjort i åtte ulike varianter:

1. NRKs temaprofil sammenlignes med alle øvrige medier i analysen.
2. NRKs tematiske nettinnhold er sammenlignet med mediene som er utvalgt for den manuelle innholdsanalysen: VG, Dagbladet, TV 2, Aftenposten, Nettavisen, Dagsavisen, Bergens Tidende og Bergensavisen.

NRKs temaprofil sammenlignes for øvrig med strukturelle variabler i norsk medielandskap langs seks ulike akser:

3. Distribusjon: nrk.no versus medier med nasjonal, metropol (by eller region-orientert) og lokal distribusjon.

4. Eierskap: nrk.no sammenlignet med medier i ulike konsern, inkludert Amedia, Schibsted, Polaris, Mentor Medier, MTG, Egmont og NHST.
5. Statlige støtteordninger: nrk.no sammenlignet med aviser med pressestøtte.
6. Marked: nrk.no sammenlignet med medier som er ledende i sitt marked.
7. Profil: nrk.no sammenlignet med medier som regnes som allmenkringkasting, populærmedier og nisjemedier.
8. Plattform: nrk.no sammenlignet med ulike publiseringsplattformer, inkludert avis, radio, tv og rene nettmedier.

Se vedlegg 3 for en oversikt over disse kategoriseringene.

7. FUNN: INNHOLDSANALYSE

Her presenteres funnene fra den manuelle innholdsanalysen, som sammenligner NRKs innhold på internett med 9 utvalgte konkurrenter (inkludert NRK Hordaland som en egen aktør). Her har vi operert med 52 detaljerte tema, fordelt på 10 innholdskategorier: politikk, krim, økonomi, sosiale spørsmål, kultur, livsstil, ulykker, sport, vær og annet. Vedlegg 1 beskriver disse i detalj. Politikk omfatter både politiske prosesser i inn- og utland, offentlig forvaltning, krig, terror og politisk vold, samt demonstrasjoner. Krim omfatter alle kriminelle handlinger, inkludert saker fra rettssystemet, samt saker som handler om politiet (som ikke handler om forvaltning). Økonomi handler om næring og industri, markeder og ulike økonomiske sektorer som finans, energi, turisme og bankvesen. Personlig økonomi er også inkludert i økonomi-kategorien. Sosiale spørsmål gjenspeiler primært den statlige, skattefinansierte velferdssektoren, med arbeid, helse og utdanning og sosialsektoren, i tillegg til minoritetsspørsmål og innvandring, miljø og klima. Her har vi også plassert saker om infrastruktur og nærmiljø. Kultursaker omfatter alt fra kunst-, kultur- og mediesektoren, og inkluderer også populærkultur, kongehus og saker med historisk tilsnitt, som markeringer. Livsstilsaker handler om tema som er relevante for folks hverdagsliv – hobby og fritid, forbrukerstoff, teknologi og vitenskap⁶, familieliv og religion. Her inkluderer vi også trafikksaker – typiske oppdateringer som hjelper folk å orientere seg i hverdagen. Ulykker omfatter alt av menneske- og naturlig forårsakede ulykker, inkludert branner, mens vær er en egen kategori. Sport er en stor og singulær kategori, som omfatter både sportsresultater og mer strukturelle vinklinger. Denne kategorien kunne vi delt opp i mer nyanserte tema, men erfaring har vist at forsøk på å skille resultater fra portretter og sportsøkonomi/politikk gir relativt små utslag. Se heller LDA-analysen for mer detaljerte kategoriseringer.

Det var store saker i flere av innholdskategoriene denne uken (4-10. desember 2017). Disse gjør derfor noen utslag i analysen. Dette var uken der stormen Aina herjet på Vestlandet – tydelig gjenspeilet i dekningen i Bergens-mediene. Samtidig gjorde dødsulykken på Osterøy (en rasulykke) også utslag her. I sportsverden foregikk Håndball-VM i denne perioden. I tillegg ble Russland utestengt fra OL. Politisk var dette en begivenhetsrik uke – Carl I. Hagens Nobel-drøm var på agendaen, Venstre gikk inn i regjeringsforhandlinger, og den amerikanske presidenten Donald Trump anerkjente Jerusalem som Israels hovedstad. I tillegg fikk varslinger mot TV 2s Davy Wathne og hans avgang mye oppmerksomhet. Dette var også uken for Nobels fredsprisseremonien.

6.1 Innholdsprofil

Totalt for de ti kodede nettsidene utgjorde sport den største innholdskategorien. Dette er ikke overraskende – sport har en tendens til å havne øverst i de fleste analyser av norske nettnyheter. På andre og tredje plass finner vi politikk og kultur. Dette reflekterer nyhetsmedienes redaksjonelle organisering. De fleste redaksjonene har dedikerte sport-, kultur- og politikk-avdelinger som produserer jevnt og trutt. Dette ser vi igjen i innholdet. Her presenteres en sammenligning av fordelingen på tvers av de store innholdskategoriene i analysen – og alle mediene sammenlignes med totalt innhold (hvor mye hver kategori utgjorde i analysen totalt).

⁶ Vitenskap og forsknings-saker i denne analysen består for det meste av forbruker-orienterte saker (av typen "så mye kaffe er sunt for deg"), og er derfor flyttet til livsstils-kategorien.

Tabell 2. Innholdsprofiler

	Total	NRK	TV 2	VG	Dagbl.	Aft.	Dags.	Nett.	Hord.	BT	BA
Politikk	17,7	26,2	13,8	19,3	17,1	19,9	30,4	15,4	14,4	11,3	5,0
Krim	7,8	8,1	10,1	7,9	8,5	5,5	4,8	7,1	3,3	7,2	10,9
Økonomi	4,8	3,4	2,3	6,0	4,4	5,5	3,9	7,1	5,6	4,6	5,4
Sos.sp.	9,6	9,6	5,5	4,5	7,0	14,4	19,3	10,8	17,8	12,8	7,5
Kultur	15,2	11,5	16,8	16,8	20,3	12,2	20,8	13,1	16,7	11,0	15,1
Livsstil	9,9	7,9	6,4	8,5	12,8	12,5	3,4	17,0	4,4	10,0	6,7
Sport	24,9	24,1	36,3	29,7	24,6	25,2	15,0	21,1	7,8	21,3	23,0
Ulykker	5,5	5,5	6,0	4,5	3,4	2,6	1,4	3,9	12,2	10,0	13,0
Vær	3,7	3,4	2,5	2,6	1,7	1,2	1,0	2,1	14,4	8,7	11,7
Annet	1,0	0,4	0,2	0,0	0,2	1,0	0,0	2,5	3,3	3,1	1,7

N=3860.

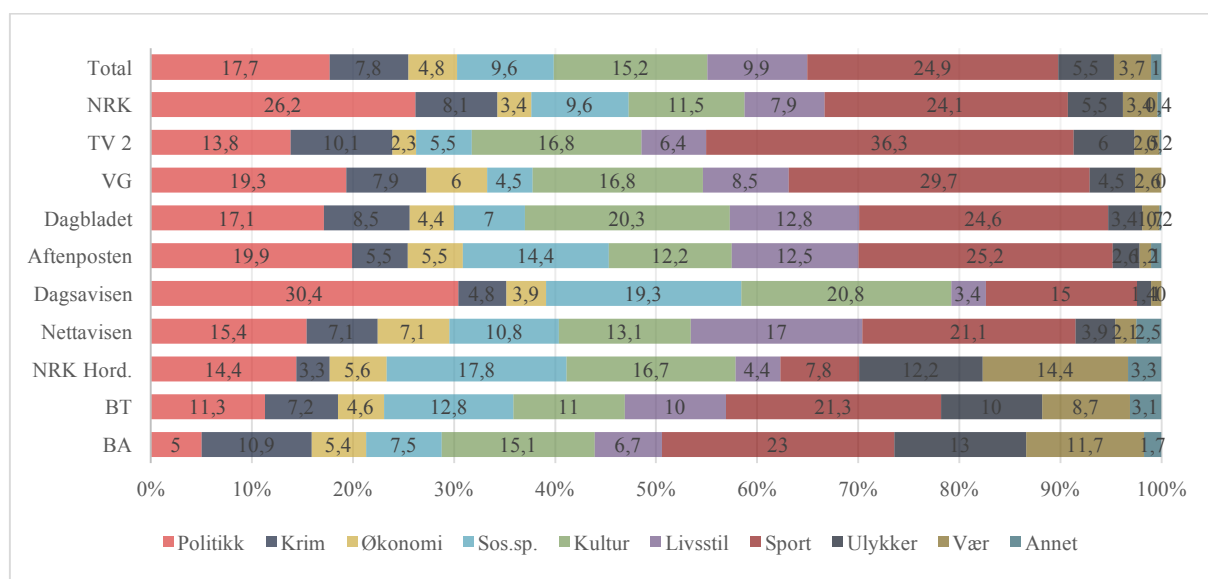
Totalt ser vi at sport, politikk og kultur over halvparten av innholdet, 57,8%. Det er i tillegg mer livsstilstoff i disse mediene enn det er dekning av krim, sosiale spørsmål og økonomi. Gitt dette gjennomsnittet, er det umiddelbart ganske store forskjeller mellom mediene i analysen. Det er større forskjeller på disse mediene enn det for eksempel er mellom Schibsteds regionaviser (Sjøvaag 2015b). Disse forskjellene reflekterer tydelig mediernes ulike profiler.

Dagsavisen skiller seg klart ut fra resten av mediene, med den klareste 'kvalitets'-profilen. Avisen har mest politikk av alle mediene som analyseres her, inkludert mest utenrikspolitikk (49,2% av politikkstoffet); har langt mer dekning av de ulike sosiale sektorene; og har desidert mest dekning av kunst- og kultursektoren. Mykere innhold som sport og livsstil er nedprioritert. Dagsavisens nettinhold reflekterer tydelig avisens nisjeprofiling, noe som gjenspeiler grunnlaget for at avisen mottar pressestøtte. Aftenpostens kvalitets-profil er imidlertid vanskelig å se i resultatene av denne analysen. Avisen har et tydelig fokus på sosiale sektorer, og ligger i øvre sjiktet når det gjelder politikk, men her er det også mye sport og livsstil. Aftenpostens nettprofil gjenspeiler heller avisens allmenntidningsidentitet – en avis som forsøker å dekke hele nyhetsbildet, være bredt orientert og nyhetsledende på de fleste felt. Slik sett er Aftenposten den mest generelt orienterte avisen i denne analysen.

Det populære segmentet her – TV 2, VG, Dagbladet og Nettavisen – er de mediene som ligner hverandre mest i denne analysen. Disse mediene er også de som inngår i den tettteste konkurransen som kommersielle riksmidier. Her viser analysen noen forutsigbare profil-orienteringer som gjerne tilskrives disse mediene: VG har det tydeligste politikk- og økonomi-fokuset, Dagbladet har mest kultur, Nettavisen har mest forbruker- og livsstilstoff. Alle er opptatt av sport. TV 2 er allikevel feltets suverene vinner på sports-dekning. Over en tredjedel av TV 2's nettsaker handler om sport – for det meste saker som støtter opp under kanalens kostbare sportsrettigheter – engelsk fotball og håndball-VM. TV 2s nettside fungerer med andre ord mer som en plattform for forvaltning av eksklusivt TV-innhold, heller enn som en 'nettavis' som konkurrerer om å være bredt nyhetsledende.

NRK har mye politikk, her er de kun slått av Dagsavisen. Særlig er det mye utenrikspolitiske saker (42,4% av politikkstoffet), og nrk.no har også mest krig og terror-stoff (15,1% av politikkstoffet).

Sports-dekningen til NRK er omtrent like omfattende som de øvrige mediene i analysen. Håndball-VM får mye oppmerksomhet, på samme måte som i de andre mediene – det samme får Russlands utestenging av OL. NRK viser imidlertid samme hang til rettighetsforvaltning som TV 2, og ski-sport får mye oppmerksomhet. Også årets Cup-finale (søndag 3. desember) fikk noe etterspill som gjenspeiles i sportsdekningen til NRK. For øvrig er det langt mindre kulturstoff på NRKs forside her enn det tidligere analyser har vist. At NRK har lite dekning av økonomisaker er også kjent fra tidligere analyser (Sjøvaag et al 2012; Sjøvaag et al 2016). NRK. Dagsrevyen har gjerne også vært kritisert for overdrevet fokus på kriminalstoff – særlig drap. Her utgjør imidlertid kriminaldekningen til NRK ikke noe spesielt større utslag enn de øvrige mediene, verken på voldelig kriminalitet eller mord og mistenkelige dødsfall. NRKs nettside har på samme måte som Aftenposten en generell, allmenn og vidt-dekkende orientering. Politikk-fokuset her er imidlertid dominerende, og utgjør den største kategorien av kanalens nettinhold.



Figur 1. Innholdsprofiler

Hvor mye ligner NRK på de andre?

Hvis vi antar at gjennomsnittet (totalen) her er 'midten', handler grad av forskjellighet om hvor ulike mediene er dette utgangspunktet, og om hvordan balansen mellom de ulike nyhetskategoriene er i mediens dagsorden. Dagsavisen er den mest 'forskjellige' av disse mediene, med et uttalt fokus på de antatt mest ressurskrevende nyhetsområdene, som politikk, sosiale spørsmål og kultur. Dagsavisen er derfor den som ligger nærmest en nisjemedie-profil, med tydelig utslag i retning 'kvalitetsjournalistikken'. Aftenposten er den avisen som har den jevneste fordelingen av tema, og som derfor ligger nærmest en allmennmedieprofil. Bergensavisen har den mykeste⁷ profilen, med mest krim og ulykker, og minst politikk, og ligger derfor nærmest en populær-profil. TV 2 er også uttalt forskjellig fra de andre mediene her, med sitt brede sports-fokus, noe som gjør at kanalen får nærmest et nisjepreg på nettet.

Hvis vi sammenligner NRK med den andre allmennkringkasteren, er de to klart forskjellige i innholdsprofil. NRK prioriterer politikk og sosiale spørsmål mer enn TV 2 gjør; TV 2 prioriterer sport og kultur mer enn NRK gjør. Dersom vi sammenligner NRK med de populære mediene (VG, Dagbladet og Nettavisen), har NRK klart størst politisk fokus, mens de populære mediene prioriterer økonomi

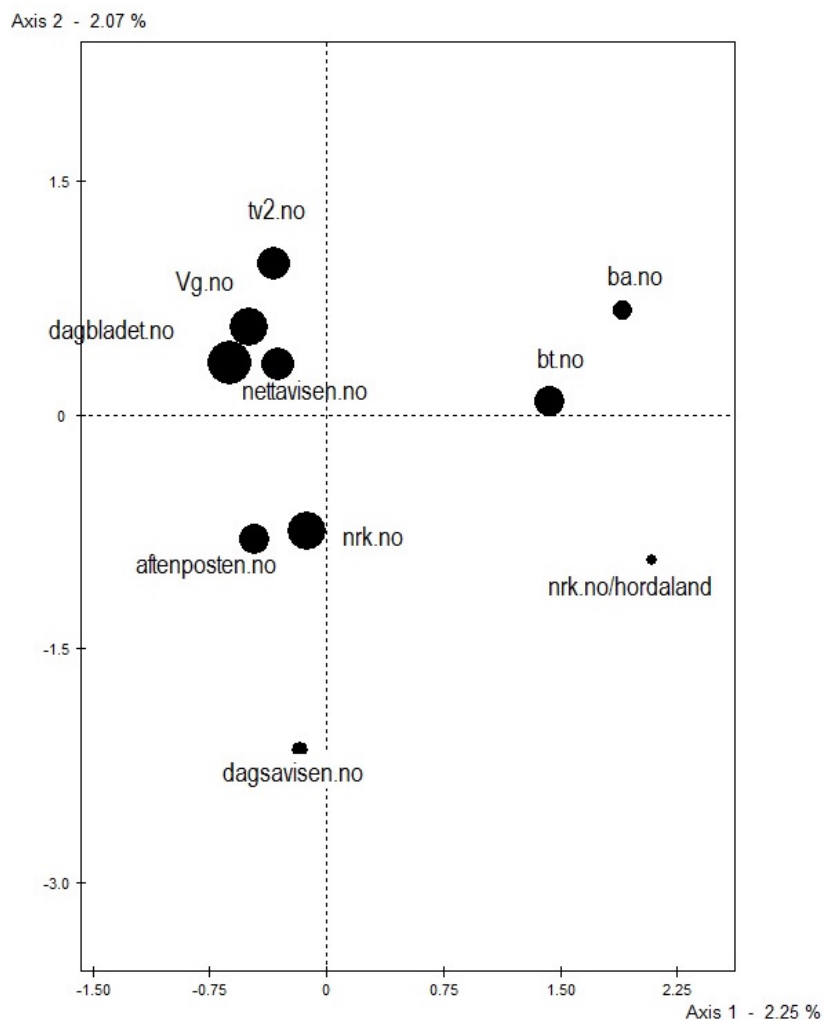
⁷ Merk at markører som "myke", "harde" og "generelle" nyheter er relativt konstruerte konsepter som skisserer en tematisk dikotomi som setter innholdstyper opp mot hverandre basert på hva de er tenkt å tilføre en demokratisk offentlighet. Det er ikke dermed sagt at mykere innhold som portretter, helsesaker, livsstiljournalistikk eller underholdning ikke bidrar til opplysning, identitet eller politisk handling.

mer. VG og Dagbladet har mer kultur enn NRK, mens Dagbladet og Nettavisen har mer livsstil. Likest er de på mengden sport og ulykker. I den grad NRK ligner de andre mediene er det altså primært på hendelsesnyheter. Differensieringen mellom NRK og de øvrige mediene i denne analysen ligger primært langs de ressurskrevende innholdstypene – politikk og sosiale spørsmål, økonomi og lokalnyheter.

NRK Hordaland, Bergens Tidende og Bergensavisen er regionale medier som opererer i samme marked. BA er den minste, mest 'populære' avisen her, og har også den mykeste profilen – med mest krim og sport, og minst politikk. BT og BA har begge mer ulykker og vær enn det som er vanlig for disse avisene (og for så vidt for alle nettaviser), og det samme gjelder NRK Hordaland. Alle Bergensmediene er opptatt både av uværet og dødsulykken som rammet regionen i perioden (ingen av riksmediene er særlig opptatt av stormen på Vestlandet). NRK Hordaland holder seg unna konkurransen i sports-dekningen mellom BT og BA, og har heller fokus på sosial-sektoren. Her er det særlig helsesektoren som får oppmerksomhet, noe også Bergens Tidende er opptatt av. På kulturfeltet er det populærkulturen som får mest dekning, og NRK Hordaland leder an her. BT er det eneste Bergensmediet som dekker internasjonal politikk (43,2% av politikk-stoffet). Igjen ligger NRK nærmest konkurrentene på de typiske 'beredskapssakene' – ulykker og vær – informasjon som redaksjoner nærmest er pålagt å opplyse folk om.

En enkel korrespondanseanalyse⁸ (Figur 2) viser også at bergensmediene er det mest 'forskjellige' i dette utvalget. Dette er grunnet de to store vær- og ulykkesakene denne uken. Hordalandsmediene er med andre ord distinkt forskjellig fra hovedstatsmediene. I tillegg skiller Dagsavisen seg ut som forskjellig fra de øvrige riksmediene, med sitt sterke fokus på politikk og kultur. Videre kan vi se at de mediene som er likest hverandre i dette utvalget er de kommersielle populærmediene – VG, Dagbladet og Nettavisen. NRK havner 'på midten' av dette utvalget, og ligner mest på det mediet som har den tydeligste allmenntidningsprofilen, nemlig Aftenposten.

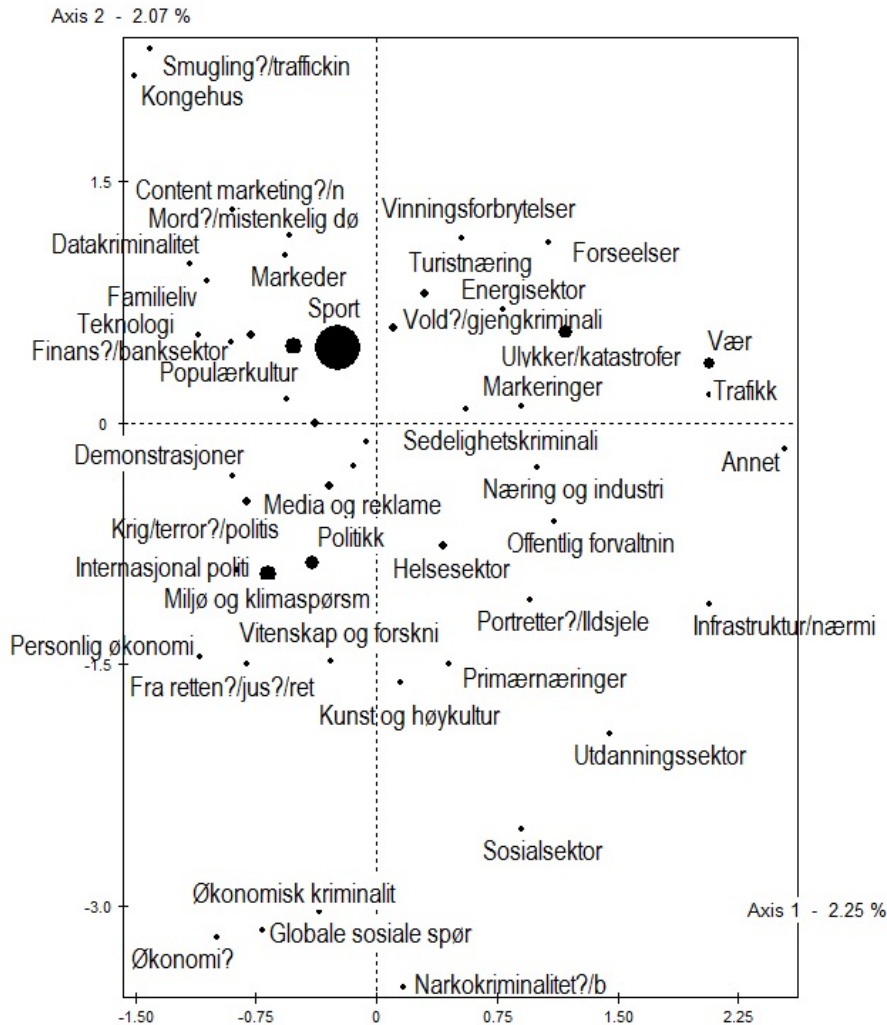
⁸ Takk til Lennard Rosenlund ved Universitetet i Stavanger for hjelp med korrespondanseanalysen.



Figur 2. Korrespondanseanalyse⁹

En korrespondanseanalyse av innholdskategoriene reflekterer innholdet i disse mediene (Figur 3). Over streken finner vi flest av de myke nyhetskategoriene. Under streken finner vi flest av de harde nyhetstemaene. Til høyre for akse ligger de temaene som er nærmest lokaljournalistikken. Til venstre for akse ligger riks- og utenrikstemaene.

⁹ Størrelsen på markøren indikerer egenskapenes frekvens. nrk.no/Hordaland, bt.no og ba.no gir signifikante bidrag til første akse. nrk.no, tv2.no, aftenposten.no og dagsavisen.no gir signifikante bidrag til andre akse.



Figur 3. Korrespondanseanalyse¹⁰

Hovedkontrastene i denne analysen går altså langs lokal/riks-dimensjonen, populær/allmenntidnings-dimensjonen, og harde/myke nyheter-dimensjonen. NRKs forside befinner seg relativt nær midten av disse kontrastene, med større riks- enn lokalfokus, og større fokus på harde nyheter enn myke nyheter.

6.2 Geografisk profil

Mediene i den manuelle innholdsanalysen er valgt ut dels fordi de er sammenlignbare som riks og region-medier, og dels fordi de har ulik profil som har noen forventede utslag. Av kodingen av geografisk orientering ser vi at NRK har den klareste nasjonal-profilen. Men også TV 2, VG, Dagbladet og Nettavisen er tydelige riksmedier. Det er få saker på nrk.no som spesifikt handler om Oslo eller hovedstadsregionen i denne perioden. Når NRK ikke slår ut mest på 'utenriks'-dekningen, men derimot blir slått av TV 2, VG, Dagbladet og Aftenposten, skyldes dette primært at disse mediene har

¹⁰ Størrelsen på markøren indikerer egenskapenes frekvens. Internasjonal politikk, Offentlig forvaltning, Utdanningssektor, Populærkultur, Forbrukersaker, Familieliv, Sport, Ulykker/katastrofer, Trafikk, Infrastruktur/nærmiljø gir signifikante bidrag til første akse. Politikk, Internasjonal politi, Mord/mistenkelig dødsfall, Vold/gjengkriminalitet, Narkokriminalitet, Primærnæringer, Arbeidsliv, Helsesektor, Utdanningssektor, Sosialsektor, Globale sosiale spørsmål, Kunst og høykultur, Populærkultur, Kongehus, Sport, Ulykker/katastrofer gir signifikante bidrag til andre akse.

store mengder sports- og underholdningssaker med opphav i utlandet, særlig i USA. Aftenposten har relativt lite lokalstoff fra Oslo-området, på tross av at avisen også går for å være en regionavis. Oslo-dekningen er det imidlertid Dagsavisen som tar seg av. Dagsavisen har med andre ord også en 'lokalavis'-orientering – og her er det også bredt nedslag på tema.

Bergensavisen har imidlertid den klareste lokalprofilen¹¹ blant mediene her – sterkere enn konkurrentene i Bergensområdet. Dette reflekterer BAs identitet som nr. 2-avis, men også Bergens Tidende har et betydelig fokus på Bergen som dekningsområde. NRK Hordaland ser ut til å overlate Bergens-dekningen til de to kommersielle konkurrentene, og har heller større fokus på regionen. I den grad Bergens Tidende, som regionavis, har et begrenset fokus på regionen (selv om dette er høyere enn Aftenpostens region-fokus), er det NRK Hordaland som har størst fokus på Hordalands-regionen av bergensmediene.

Tabell 3. Geografisk profil

	Utenriks	Nasjonal	Regional	Lokal
NRK	27.5	70.1	1.1	1.3
TV2	40.7	58.2	0.7	0.5
VG	33.6	66.2	0.0	0.2
Dagbladet	38.6	60.2	0.2	1.0
Aftenposten	30.5	62.1	2.2	5.3
Dagsavisen	23.2	59.9	1.4	15.5
Nettavisen	27.8	68.8	1.1	2.3
Bergens Tidende	10.3	33.6	18.5	37.7
Bergensavisen	7.9	11.7	20.1	60.3
NRK Hordaland	1.1	45.6	36.7	16.7

N=3860

Utenriks

27,7 prosent av sakene i utvalget er utenrikssaker (1070 saker). 31,4% av utenrikssakene er sportssaker, og det er TV 2 som har flest av disse sakene (24,7%). Sosiale spørsmål er det mest mangfoldige stoffområdet i utenriksdekningen. Her er spørsmål om innvandring, helse, infrastruktur, miljø og minoritetsspørsmål relativt likt prioritert. Det er også her vi har best geografisk spredning, hvor land som vanligvis ikke havner på agendaen også er til stede, og alle verdensdeler er representert. Også økonomi-sakene har god geografisk spredning. Blant utenlandsk krim er det mye mordsaker (43,5%), de fleste fra USA, og det er Dagbladet som leder an i krimdekningen fra utlandet (25,5%). I kulturkategorien er det mest populærkultur som primært får oppmerksomhet (47,9%). Også her er Dagbladet ledende (29,7%).

¹¹ Lokal betyr her dekning innenfor by/kommune-området der avisen utkommer. I dette tilfellet betyr derfor 'lokal' Bergen kommune, mens regional begynner ved kommunegrensen. Askøy, Os og Sotra-saker er altså for regionale å regne i denne sammenheng. Helt praktisk betyr det at journalistene må sette seg i bilen for å dekke saker utenfor bykjernen, noe som også krever flere ressurser, mindre umiddelbare deadliner, og større kildenett.

USA er det landet som det hyppigst rapporteres fra. 25,6% av sakene er fra USA, etterfulgt av 16,6% fra Storbritannia, og 12,4% fra Russland, 8% Israel og 5% Sverige. Storbritannia havner høyt på grunn av norske medias grundige dekning av engelsk Premier League, mens Russland får mer oppmerksomhet enn vanlig på grunn av landets utestengelse fra OL. Israel er godt representert på grunn av Trumps anerkjennelse av Jerusalem som landets hovedstad.

6.3 Toppsaker

Av 619 toppsaker som ble registrert denne uken, var hele 6,5% av disse værsaker. Ekstremværet Aina ble toppsak i alle mediene. 12,6% av sakene var krim saker, av disse var mesteparten (45%) voldssaker og/eller mord og mistenkelige dødsfall. Væpnede politiaksjoner på Torp og ved Stavanger Universitetssykehus fikk flere oppslag, det samme fikk Metkel Betvews forvaringsdom, en skolekyting i USA, et masseslagsmål på Oslo S, og PSTs pågripelse av en norsk kvinne mistenkt for IS-deltakelse. 7,6% av toppsakene var kultursaker, mesteparten fra den populærkulturelle sfæren og mediasfæren. Her fikk Davy Wathnes fratredelse fra stillingen i TV 2 bred oppmerksomhet. Det samme fikk vinneren av årets Fårmen-serie. Politikk utgjorde imidlertid flesteparten av hovedoppslagene (29,1%). Alle avisene hadde flere hovedoppslag både om Hagens Nobel-drøm og Venstres regjeringsforhandlinger. 44,4% av politikk-førsteoppslagene var utenrikspolitikk. Her var det en del Trump- og Brexit-saker. 12,4% av førstesakene var sosiale spørsmål – høyere enn for analysen for øvrig, og mesteparten av dette var saker fra arbeidslivs- og helsesektoren. 15,3% var sport, mindre enn nettinnholdet for øvrig, og 7,8% var ulykker, mer enn nettinnholdet for øvrig. Russlands utestengelse fra OL og dødsulykken på Osterøy var her på de fleste agendaene.

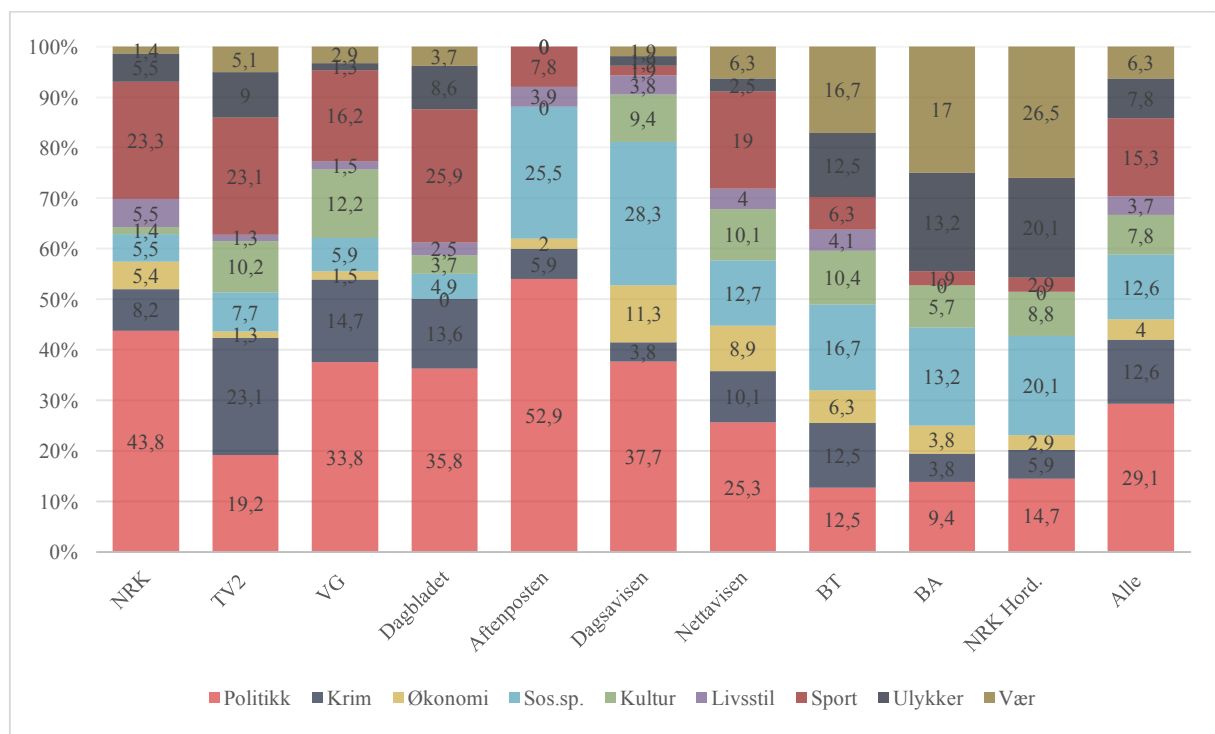
Tabell 4. Toppsaker

Toppsaker	Politikk	Krim	Økonomi	Sos.sp.	Kultur	Livsstil	Sport	Ulykker	Vær
NRK (n=73)	43,8	8,2	5,4	5,5	1,4	5,5	23,3	5,5	1,4
TV2 (n=78)	19,2	23,1	1,3	7,7	10,2	1,3	23,1	9	5,1
VG (n=68)	33,8	14,7	1,5	5,9	12,2	1,5	16,2	1,3	2,9
Dagbladet (n=81)	35,8	13,6	0	4,9	3,7	2,5	25,9	8,6	3,7
Aftenp. (n=51)	52,9	5,9	2	25,5	0	3,9	7,8	0	0
Dagsav. (n=53)	37,7	3,8	11,3	28,3	9,4	3,8	1,9	1,9	1,9
Nettavisen (n=79)	25,3	10,1	8,9	12,7	10,1	4	19	2,5	6,3
BT (n=48)	12,5	12,5	6,3	16,7	10,4	4,1	6,3	12,5	16,7
BA (n=53)	9,4	3,8	3,8	13,2	5,7	0	1,9	13,2	17
NRK Hord. (n=34)	14,7	5,9	2,9	20,1	8,8	0	2,9	20,1	26,5
Alle (n=619)	29,1	12,6	4,0	12,6	7,8	3,7	15,3	7,8	6,3

NRK skiller seg fra gjennomsnittet ('Alle') ved å ha mer politikk og sport som hovedoppslag enn toppsakene til sammen, og ved å ha mindre krim, sosiale spørsmål, kultur og vær enn gjennomsnittet.

Sammenligner man nrk.nos hovedoppslag med øvrige medier i analysen ser vi at NRKs toppsak-profil ligner relativt lite på de andre mediene.

Dersom man antar at hovedoppslag angir et bilde på mediens dagsordenfunksjon, er det tydelig at disse mediene er orientert mot typiske anliggender innen politikk, samt 'hendelses'- og beredskapsorienterte saker innenfor krim og ulykkes-kategoriene¹². Nettmedier er kjent for å prioritere umiddelbarhet og hendelser, brudd, kriser, kjendiser og negative nyheter (Harcup & O'Neill 2017). Blant de ledende norske mediene ser vi at rene 'oppdateringssaker' som handler om vær, ulykker og sport er høyt på agendaen. Samtidig prioriteres også viktige saker innenfor politikk, helse og arbeidsliv. Det er ikke overraskende at agendaen til de ulike mediene overlapper. Alle de allmenne riksmidlene forsøker å utgjøre lesernes hovedkilde, og en ambisjon som hovedkilde betyr at leserne må oppdateres om de mest relevante hendelsene. Særlig vil beredskapssaker være til stede i alle medier, og disse vil i tillegg være 'gratis' tilgjengelige – foran betalingsmuren. Ulykker, trafikk og værsaker, gjerne også krim, som kan ha en betydning for liv og helse, er noe alle medier vil rapportere om. At Venstres inngang i regjeringen får bred oppmerksomhet inngår også i en slik definisjon av allment viktige saker. Differensieringen i slike saker oppstår gjerne heller i bruken av kilder.



Figur 4. Toppsaker

Kildebruk i hovedoppslagene

Sammenligningen av mengden saker i ulike tematiske kategorier gir et innblikk i saksprioriteringer og dagsorden. Rene prosenter sier imidlertid lite om hva som dekkes og hvordan det dekkes. Selv om det ikke er anledning til å foreta kvalitative analyser i denne sammenhengen, er det mulig å gjøre noen dypdykk i stoffet, for eksempel ved å se på kildebruken.

¹² Merk her at gitt oppdragets begrensning ble forsiden innsamlet hver hele time. Det er derfor sannsynlig at ikke alle 'førsteoppslag' er med i analysen, ettersom nettpubliseringen gjerne har en høyere takt enn dette, og nettets umiddelbarhet også betyr av mange saker som ligger på topp blir flyttet lenger ned på siden etter en periode kortere enn en time.

NRK, TV 2, VG, Dagbladet, Aftenposten og Nettavisen hadde alle hovedoppslag om Brexit-forhandlingene denne uken – en sak om brudd i forhandlingene mandag 4. desember, og en sak om gjennombrudd i forhandlingene fredag 8. desember. NRK, TV 2, Dagbladet, Nettavisen og Aftenposten har alle saken om gjennombruddet fredagen. Alle har Jean-Claude Juncker, EU-kommisjonens leder, som førstekilde. TV 2, Dagbladet og Aftenposten siterer også Theresa May. NRK har to kilder de andre mediene ikke har, en irsk politiker, Arlene Foster, og EU-president Donald Tusk. Flere av disse kildene, som i mye av utenriksstoffet, er såkalte andrehåndskilder, sitert fra andre, utenlandske medier.

Onsdag 6 desember kom nyheten om at Donald Trump anerkjenner Jerusalem som Israels hovedstad. NRK, TV 2, VG, Dagbladet, Aftenposten, Dagsavisen og Nettavisen har flere hovedoppslag om denne nyheten (16 til sammen). Dagbladet hadde også en ryktesak om dette tirsdagen. Åtte av disse har Donald Trump som førstekilde. Deretter siteres både amerikanske, israelske og palestinske politikere i alle mediene. Utover kildene som er tilgjengelige via utenlandske medier, handler det videre om å skaffe norske kilder som kan kaste videre lys over saken. NRK, Aftenposten og Dagbladet trekker inn de samme to forskere, PRIO-forsker Marte Heian-Engdal, og historiker ved UiO Hilde Henriksen Waage, i sakene. Også Dagsavisen snakker med Heian-Engdal. I tillegg snakker Dagsavisen med antropolog ved UiO, Dag Henrik Tuastad, samt en annen PRIO-forsker, Are Hovednak. Aftenposten snakker i tillegg med Ine Eriksen Søreide. Det er altså ikke snakk om at mediene nødvendigvis differensierer særlig på kildebruken i denne saken – det er snarere snakk om å bruke de ekspertkildene som er tilgjengelige.

Tilgjengelighet og posisjon gjenspeiler også kildebruken i de politiske sakene som foregikk på hjemmebane denne uken. Lørdag 9. desember er det 15 førsteoppslag om at Venstre går inn i regjeringsforhandlinger. Alle utenom Bergensavisen har en hovedsak om dette. Hovedrolle innehaverne kommer til orde i alle mediene. NRK og VG snakker begge med Trine Skei Grande, Erna Solberg og Knut Arild Hareide og Kari Elisabeth Kaski. Dagbladet og Aftenposten snakker i tillegg med Anders Todal Jensen. Dagsavisen snakker med Venstres generalsekretær Marit H. Meyer og Erik Hørlück Berg fra Buskerud Venstre. Bergens Tidende snakker med nestleder i Bergen Venstre, Astrid K. Hårstad og Erling Moe i Trondheim Venstre. Dagen etter kommer flere Venstre-kilder på banen: Abid Raja i Dagbladet; Ivar Bergundhaugen og Jon Gunnes i Aftenposten; Hans Antonsen, Leif Gøran Wasskog og Torunn Sandvand i Nettavisen; og Ingeborg Winjum og Petter Toldnæs kommer til orde i NRK Hordaland. Her kommer altså umiddelbart flere av Venstres representanter til orde, og det er ganske god spredning i kildebruken, gitt at indre strid i partiet var det mest interessante spørsmålet på dette tidspunktet. Partirepresentanter fra hele landet er til stede, og mediene oppsøker et mangfold av kilder.

Carl I. Hagens Nobel-drøm er på agendaen hele uken. Her kommer representanter fra flere interesser til orde, ikke bare hovedpersonen og stortingspresidenten, Olemic Thommesen, men også de andre partilederne og partirepresentanter. NRK har fire ulike kilder til sammen, og det det mest ensidige kildeomfanget i denne saken, med Hagen og Thommesen som hovedkildene, mens både VG, Dagbladet og Aftenposten går bredere ut. Aftenposten snakker med syv kilder i løpet av uken; Dagbladet har åtte kilder; Dagsavisen snakker med 11 kilder; Nettavisen har fire kilder, i tillegg har redaktøren Gunnar Stavrum en kronikk; TV 2 snakker med fem kilder, og VG har syv ulike kilder. Men det er mye de samme som går igjen: Carl. I. Hagen, Olemic Thommesen, Jonas Gahr Støre og Hans Andreas Limi.

Kildebruken i disse politiske sakene er altså relativt homogen når den er hovedstats-fokusert, og enda likere når det handler om utenrikspolitikk. Kildemangfoldet i disse sakene oppstår jo nærmere den lokale dagsorden man kommer. Merk at kildeomfanget i sakene ikke nødvendigvis gjenspeiler kildearbeidet i redaksjonene. Journalister kan gjerne snakke med flere enn de som kommer på trykk. Allikevel viser alle studier av medienes kildebruk det samme, også i norsk politisk journalistikk

(Sjøvaag, kommer i 2018), at journalister har en tendens til å søke sentralt plasserte kilder i maktposisjon.

6.4 Sjangerformer og formater

Nettet gir mange muligheter for å presentere journalistisk stoff på ulike måter, ikke minst interaktivt. NRK har som del av sitt oppdrag å være eksperimentelle med medieformater. Vi har derfor også sett på forekomsten av sjanger utover den tradisjonelle avisartikkelen, for å få et bilde av mangfoldet av innholdsformater blant mediene. Alt i alt er 77,8% av alle kodede enheter tradisjonelle avisartikler.

Tabell 5. Sjangerformer

	Total	NRK	TV 2	VG	Dagbl.	Aften.	Dags.	Nett.	BT	BA	Hord.
Avisartikkel	77,8	77,6	82,1	81,7	84,1	75,5	82,6	77,8	54,6	80,0	87,8
Meninger	6,7	2,4	1,6	2,3	9,0	10,8	11,6	10,8	11,8	4,2	1,1
Liveoppdat.	7,1	11,9	4,1	13,0	0,3	1,9	0,0	1,6	24,4	3,8	4,4
Egenpromo.	1,4	2,3	9,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2
Anmeld.	2,4	0,8	1,8	1,7	4,1	3,8	5,3	0,9	2,8	2,5	0,0
Sponset	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,2	0,0	5,4	0,0
Annet	3,6	5,0	1,0	1,3	2,5	8,0	0,5	2,7	6,4	4,1	4,5

N=3860

Den klassiske avisartikkelen er fremdeles det foretrukne formatet i publisering av journalistiske saker i norske nettredaksjoner. På tross av at nettet også sies å være et godt format for meninger og kronikker, er det heller ikke alle som fronter dette. Dagbladet, Aftenposten, Dagsavisen og Bergens Tidende har imidlertid en del av dette. Meninger og ytringer er gjerne stoff som er med på å differensiere nyhetsmedier fra hverandre i kampen om publikum. Dette er også stoff som ofte havner 'bak muren', som er forbehold abonnentene. Meninger i dette utvalget handler primært om politikk, sosiale spørsmål, kultur og sport. Selv om NRKs Ytring-plattform har blitt mye kritisert for å kannibalisere avisenes kronikk-marked, ser det ikke ut til at NRK har lagt et stort trykk på dette i den perioden som er undersøkt.

Av andre formater ser vi at både NRK, VG og Bergens Tidende har mye liveoppdateringer. Dette er først og fremst sportssaker (41,5%). Anmeldelser er det relativt lite av, i tråd med nedgangen i anmelderiet i mediene for øvrig. Dagsavisen leder an her, med flest anmeldelser. Dagsavisens anmeldelser er fra kultursektoren, mens øvrige anmeldelser primært er hentet fra hobby og fritidssegmentet, samt forbrukersegmentet. Nettavisen og Bergensavisen er de eneste som har sponset innhold på nettsiden i denne perioden. 'Annet' omfatter flere formater som brukes lite, som brukergenerert innhold, kåringer, oppskrifter, 'spør en ekspert', humor/satire og fotoreportasjer.

Tabell 6. Lyd og bilde/video

	Total	NRK	TV 2	VG	Dagbl.	Aften.	Dags.	Nett.	BT	BA	Hord.	n=
Video	6,5	6,6	12,0	15,5	5,8	2,6	0,5	3,9	3,1	0,0	7,8	251

Videobruken på norske nyhetsnettsteder er lav i forhold til det en skulle anta. Igjen ser vi at det tradisjonelle avisformatet fremdeles foretrekkes på nett. NRK ligger på gjennomsnittlig (total) bruk av video i innholdet, mens TV 2 og VG leder an her.

Brukerbetaling

Spørsmålet om digital brukerbetaling har vært på agendaen i den norske mediebransjen siden 2012. De fleste norske nettaviser har i dag innført en form for brukerbetaling (Høst 2016), men det er forskjell på hvor stor del av innholdet er forbeholdt betalende abonnenter, og hvor mye som er fritt tilgjengelig for alle lesere. Det er derfor av interesse å finne ut hvor mye disse konkurrentene forbeholder abonnenter, og hvor mye som er fritt tilgjengelig, samt hva slags stoff det er snakk om. Tidligere analyser (Sjøvaag 2015c) av Schibstedavisenes betalingsløsninger på nett viste at betalingsmurene i 2013/2014 var høyere i markeder uten konkurranse, og at innhold som forbeholdes kundene gjerne handlet om de mest ressurskrevende journalistiske sjangrene, særlig innen politikk, samfunn og økonomi.

I denne analysen ser vi at Bergensavisen har den høyeste andelen av innloggingskrevende innhold, med 42,3% av sakene bak muren, mens den lokale konkurrenten Bergens Tidende har en betalingsandel på 32,6%. Dagsavisen har 7,7% brukerbetalt innhold, VG har 7,2%, Dagbladet 6%, og TV 2 krever innlogging i 1,1% av sine saker. I flest tilfeller er det økonomisaker (17,9%), sosiale spørsmål (15,4%), livsstilstoff (15,2%) og kultur (14%) som krever brukerbetaling. Politikk er blant det mest åpne stoffet i perioden (kun 4,5% av politikkstoffet krever brukerbetaling). Det kan altså se ut til at murene både har blitt høyere siden digital brukerbetaling ble introdusert (Bergens Tidende la 18% av sine saker bak muren i 2013 (Sjøvaag 2015c), mens de nå ligger på 32,6%), og at politikk har blitt mer åpent. Samtidig var politikk-dekningen denne uken preget av saker av relativt høy allmenn interesse, blant annet regjeringsforhandlinger, viktig utenriksstoff og hyppig oppdaterte Nobel-komiteeforhandlinger.

6.5 Stemmer som kommer til orde

Det ble kodet 5593 kilder til sammen. Blant disse var det 3103 unike navn. 44,5% av kildene ble altså brukt mer enn en gang. De hyppigst refererte kildene i perioden reflekterer dagsorden i den uken det er snakk om, som omfattet håndball-VM, Carl I. Hagens Nobel-drøm og en rasulykke i Bergen.

Tabell 7. Kilder

	#saker	#kilder	Pr sak	Enkilde	% enkilde	0 kilder	% 0-kilder	Pr.sak m/kilde
NRK	531	918	1.72	118	22.22	187	35.21	2.66
TV 2	435	532	1.22	172	39.54	129	29.65	1.73
VG	529	771	1.45	130	24.57	190	35.91	2.20

Dagbladet	586	889	1.51	219	37.37	135	23.03	1.97
Dagsavisen	417	644	1.54	168	40.28	88	21.10	1.95
Aftenposten	207	306	1.57	97	46.85	32	15.45	1.74
Nettavisen	436	437	1.00	178	40.82	154	35.32	1.54
BT	390	563	1.44	140	35.89	105	26.92	1.97
BA	239	339	1.14	93	38.91	53	22.17	1.82
NRK Hord	90	194	2.15	18	20.0	16	17.77	2.62
Sum/snitt	3860	5593	1.44	1333	34.53	1089	28.21	2.01

N=5593. # = antall.

NRK har flest kilder i perioden, og de har flest kilder per sak i gjennomsnitt. NRK Hordaland scorer enda høyere enn moderkanalen, med 2,15 kilder per sak (men her er det relativt få saker som er kodet, 90 saker). Nettavisen har det dårligste gjennomsnittet kilder per sak, etterfulgt av Bergensavisen og TV 2. NRK har også færrest enkildesaker, mens her er det Aftenposten som har flest av disse. Rundt en tredjedel av sakene i utvalget er enkildesaker, så her gjør både NRK, NRK Hordaland og VG en god jobb. Men NRK har også et høyt antall saker uten kilder i det hele tatt, 35% - det samme har VG og Nettavisen. Her er en mulig forklaring at NRK og VG har hyppig oppdaterte rullende nyhetsfeeder som består av korte nyhetsmeldinger hvor det ikke er naturlig å forvente kilder. Gitt at nettmediene også tilbyr disse korte nyhetsmeldingene, har vi også sett på hvor mange kilder som forekommer i saker som har kilder. Også her er NRK (og NRK Hordaland) ledende, sammen med VG, med over gjennomsnittet kilder per sak.

6.6 Facebook-profiler

NRK har også blitt kritisert for sin tilstedeværelse på sosiale medier. For det første blir kringkasteren kritisert for å bidra til inntjeningsgrunnlaget til disse privateide, amerikanske tjenestene. For det andre er det ansett som problematisk at NRK overlater en slik debattfunksjon til private teknologiselskaper uten public service-idealer. Det kan derfor være interessant å se på hva disse mediene poster på sine Facebook-sider, hvordan NRKs nyheter på Facebook ser ut sammenlignet med de andre, og hvordan det står til med likes, delinger og kommentarer hos de ulike mediene. Her har vi tatt for oss hovednyhetssiden til mediene som er inkludert i analysen for den samme uken som innholdsanalysen.

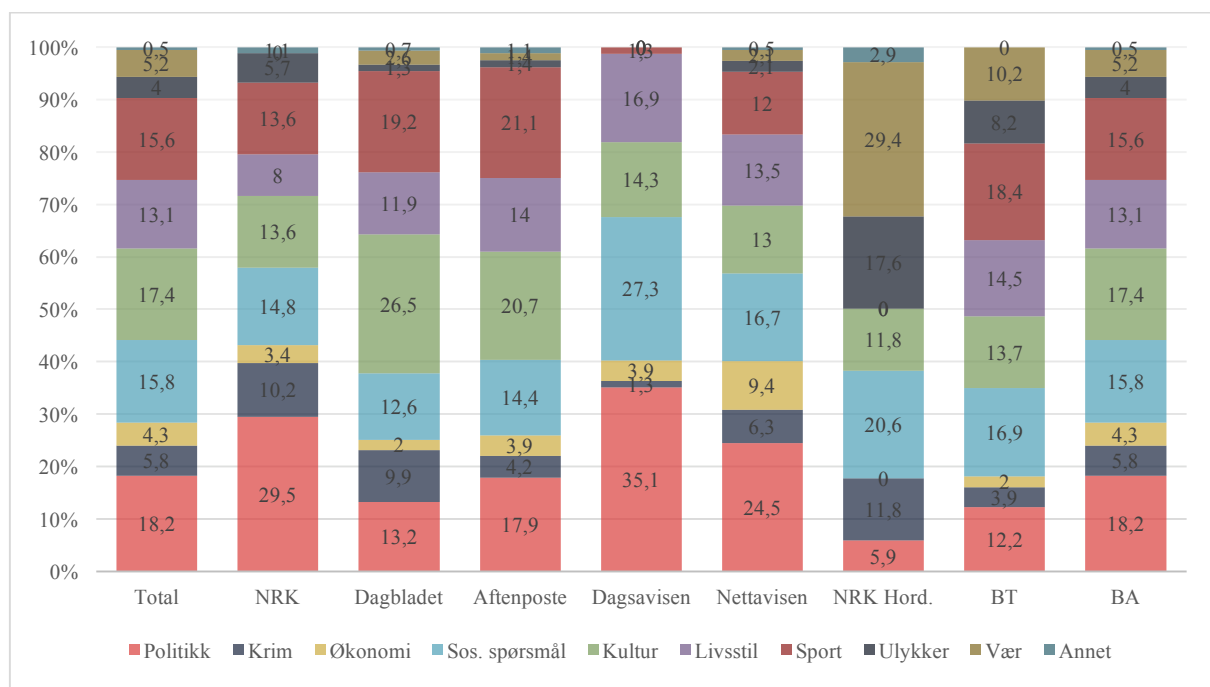
Først og fremst kan man observere at medienes innholdsprofiler på Facebook er relativt like nettprofilene deres. Innen politikkområdet er det mye internasjonal politikk (34,7%), helsesektoren utgjør 19,7% av sosialektor-sakene, og innen kultursektoren er det mye populærkultur (32,7%). Samtidig er det også forskjeller. Facebook ser ut til å fordre en litt annen dagsorden enn nettet. Ingen av sakene med flest likes, delinger eller kommentarer svarer til hovedoppslagene på avisenes nettsider. Facebook er altså ikke først og fremst en plattform for toppsaker som setter eller følger dagsorden. For øvrig er det mindre sport på Facebook enn på nett, det er flere livsstilsaker på Facebook, og det er mer sosiale spørsmål. Ellers er den tematiske fordelingen ikke så ulik slik den også ser ut for medienes hjemmesider.

Tabell 8. Profiler på Facebook

	Total	NRK	Dagbl.	Aft.	Dags.	Nett.	Hord.	BT	BA
Politikk	18,2	29,5	13,2	17,9	35,1	24,5	5,9	12,2	18,2
Krim	5,8	10,2	9,9	4,2	1,3	6,3	11,8	3,9	5,8
Økonomi	4,3	3,4	2,0	3,9	3,9	9,4	0,0	2,0	4,3
Sos. spørsmål	15,8	14,8	12,6	14,4	27,3	16,7	20,6	16,9	15,8
Kultur	17,4	13,6	26,5	20,7	14,3	13,0	11,8	13,7	17,4
Livsstil	13,1	8,0	11,9	14,0	16,9	13,5	0,0	14,5	13,1
Sport	15,6	13,6	19,2	21,1	1,3	12,0	0,0	18,4	15,6
Ulykker	4,0	5,7	1,3	1,4	0,0	2,1	17,6	8,2	4,0
Vær	5,2	0,0	2,6	1,4	0,0	2,1	29,4	10,2	5,2
Annet	0,5	1,1	0,7	1,1	0,0	0,5	2,9	0,0	0,5

N=1126

Medienes profiler blir også forsterket på Facebook. NRK og Dagsavisen har mer politikk på Facebook enn de har på nett, mens Dagbladet og NRK Hordaland har mindre. Nettavisen og Bergensavisen har en økning i sitt politikk-fokus på Facebook i forhold til nettet, hvor de har en mer populær-orientert profil. Aftenposten har mer kultur og livsstil på Facebook. Også Bergens Tidende har større fokus på livsstil. Facebook er ikke stedet for hendelsenyheter og hyppige oppdateringer, noe som gjenspeiler nedgangen i mengden sport og vær. Facebook er heller en plattform for oppdatering og for avslapning, noe som reflekteres i større fokus henimot politikk, livsstil og sosiale spørsmål.



Figur 5. Innholdsprofiler på Facebook

Disse mediernes profiler på Facebook har, samlet sett, et økt fokus på sosiale spørsmål, kultur og livsstil i forhold til nettutgavene, og det er mindre sport. I forhold til gjennomsnittet har NRK mer politikk, også mer enn de har på hjemmesiden, og det er mer krim enn i det øvrige utvalget. NRK har mindre fokus på livsstil enn de andre mediene, og væresakene er fraværende fra nrk.nos Facebookside, mens disse sakene dominerer hos NRK Hordaland. Interessant nok ligner NRK mest på Nettavisen på Facebook, mens Aftenposten ligger nærmest NRK på nett. Også NRK Hordaland er ulike de lokale konkurrentene i Hordalands-distriktet, selv om de deler et fokus på kultur og sosiale spørsmål.

Geografi på Facebook

NRK, Dagbladet, Aftenposten og Nettavisen har omtrent samme geografiske profil på Facebook som på nett. Både Dagsavisen og Bergens Tidende har mindre lokalstoff på Facebook. Bergensavisen har mer lokalstoff på Facebook, mens NRK Hordaland har en markant økning i regionalstoff på Facebook. Også Bergens Tidende har et tydelig region-fokus her. Dette kan ha sammenheng med været i Hordalands-regionen i denne perioden.

Tabell 9. Geografi på Facebook

	Utenriks Facebook	Utenriks på nett	Nasjonal Facebook	Nasjonal på nett	Regional Facebook	Regional på nett	Lokal Facebook	Lokal på nett
NRK	23,9	27,5	73,9	70,1	0,0	1,1	2,3	1,3
Dagbladet	37,1	38,6	60,9	60,2	0,0	0,2	2,0	1,0
Aftenposten	27,7	30,5	64,9	62,1	1,1	2,2	6,3	5,3
Dagsavisen	18,2	23,2	74,0	59,9	0,0	1,4	7,8	15,5

Nettavisen	24,0	27.8	71,4	68.8	1,0	1.1	3,6	2.3
BT	12,9	10.3	32,2	33.6	27,8	18.5	27,1	37.7
BA	0,0	7.9	0,0	11.7	11,4	20.1	88,6	60.3
NRK Hord.	0,0	1.1	8,8	45.6	73,5	36.7	17,6	16.7

N=1126

På tross av at Facebook legger til rette for publisering av videomateriale, har mediene vi har undersøkt her alle et sted mellom 97-100% tekstsaker på Facebook. Dagsavisen skiller seg ut med 10% lyd/bilde/videosaker (men det er bare 8 saker det er snakk om). Det er altså mindre video på Facebook enn det er på nett.

Tabell 10. Medieform på Facebook

	Total	NRK	Dagbl.	Aften.	Dags.	Nett.	BT	BA	Hord.	n=
Video	2,5	1,1	1,3	1,4	10,4	2,6	2,7	0,0	2,9	28

Likt, delt og kommentert på Facebook

Vi har deledata data for 857 av Facebook-sakene (76,1%, BT leverte ikke data på dette, og det manglet en del data fra Dagsavisen). For å sammenligne dette har vi sett på gjennomsnittet for avisene og saksområdene, samt 'lik-og-del'-vinnerne.

Tabell 11. Likes per avis

	n=	Gjennomsnitt	Minimum	Maksimum	Sum	Standardavvik
Alle saker	857	317,76	1	24094	270514	961,4761995
NRK	88	733	5	24094	64504	2604,576273
NRK Hord.	34	164,17	7	2164	5582	386,076415
Nettavisen	192	349,82	3	4997	67267	531,6471457
Dagsavisen	63	72,20	1	699	4477	110,2260177
Dagbladet	151	534,37	13	4319	80690	697,2665642
Bergensavisen	44	79,75	4	781	3509	128,1363963
Aftenposten	285	158,07	1	2112	44585	316,9063568

En sak i dette utvalget blir gjennomsnittlig likt 317,76 ganger. Alle sakene blir likt minst en gang. Dagbladet oppnådde flest likes i perioden, etterfulgt av Nettavisen. Facebook-postene til Nettavisen (som publiserer mest politikk på Facebook) og Dagbladet (mest kultur) får også mer likes enn en gjennomsnittlig post. NRK har flest likes per post, men her er det også størst standardavvik. Det er

fordi NRK har den saken som har mest likes i hele utvalget, saken, "Mattilsynet kom på uanmeldt besøk til flere grisebønder i Rogaland. Dette var forholdene de avdekket"¹³ (3493 delinger og 7127 kommentarer).

Tabell 12. Likes per tema

	n=	Gjennomsnitt	Minimum	Maksimum	Sum	Standardavvik
Alle saker	857	317,76	1	24094	270514	961,4761995
Politikk	170	377,43	1	4979	64164	574,9093975
Krim	55	251,92	1	1485	13856	315,0581284
Økonomi	43	772,72	11	24094	33227	3662,36279
Sos. Sp.	132	312,17	1	4219	40895	515,2820061
Kultur	162	336,08	1	4997	54109	647,7191615
Livsstil	107	158	1	3032	16767	395,5959169
Sport	126	253	5	2011	31748	341,1705652
Ulykker	24	524,5	13	2832	12588	801,2262884
Vær	34	84,36	6	551	2784	120,9756737

Saker som handler om politikk, kultur og sosiale spørsmål får mange likes, men her er det store standardavvik. Politikksaken som ble mest likt (4979) var NRKs spørreundersøkelse søndag 10 desember, "Kulturministeren vil nekte tv-kanaler å sende reklame for pengespill. En god idé?"¹⁴ (53 delinger, 495 kommentarer). TV-programmet *Farmen* får mye oppmerksomhet denne uken, både på nettutgavene og i Facebook-postene til disse mediene. Nettavisens *Farmen*-sak mandag 4. desember, "Eunike er irritert - men noen andre som er glade for at Halvor er videre i *Farmen*?!"¹⁵ fikk mest likes (4997) og kommentarer (3179) av kultursakene. Økonomi og ulykker får flere likes enn gjennomsnittet, men også her må man ta høyde for høyt standardavvik. Sport, krim og vær – typiske nettsaker – får færre likes på Facebook enn gjennomsnittssaken. (Her kan det være verdt å minne om at TV 2, som har mye sport på sin nettside, ikke er med i utvalget.)

Tabell 13. Delinger per avis

	n=	Gjennomsnitt	Minimum	Maksimum	Sum	Standardavvik
Alle saker	857	20,45	0	3493	14686	133,4147275
NRK	88	65,21	1	3493	5413	2604,576273

¹³ <https://www.facebook.com/nrknyheter/videos/10154944752277021/>

¹⁴ <https://www.facebook.com/nrknyheter/posts/10155396291531715>

¹⁵ <https://www.facebook.com/nettavisen.no/posts/10156019904316940>

NRK Hord.	34	10,76	1	65	323	15,12632629
Nettavisen	192	14,22	0	122	2732	21,65990296
Dagsavisen	63	10,29	1	108	494	18,37083527
Dagbladet	151	26,73	1	433	3930	697,2665642
Bergensavisen	44	5,13	1	23	118	6,837758457
Aftenposten	285	8,59	1	141	1676	16,55123175

En sak i dette utvalget blir i gjennomsnitt delt 20,45 ganger. Det er med andre ord færre delinger enn det er likes. NRK har flest antall delinger her, men standardavviket er svært høyt. Også Dagbladet og Nettavisen får mange delinger, men gitt standardavvikene her er det mer sannsynlig å anta at NRK Hordaland og Dagsavisens delingstall ligger nærmere normalen.

Tabell 14. Delinger per tema

	n=	Gjennomsnitt	Minimum	Maksimum	Sum	Standardavvik
Alle saker	857	20,45	0	3493	14686	133,4147275
Politikk	170	16,86	0	180	2547	28,05629472
Krim	55	18,80	1	122	884	26,05482372
Økonomi	43	108,40	0	3493	4011	572,237007
Sos. Sp.	132	20,83	0	268	2521	31,47812656
Kultur	162	11,41	0	115	1496	17,69352519
Livsstil	107	25,89	0	433	2227	61,40263054
Sport	126	4,16	0	30	379	4,888225618
Ulykker	24	9,04	1	30	190	7,88337612
Vær	34	14,35	1	96	402	19,68495249

Politikk, sosiale spørsmål og livsstils-saker deles mer konsekvent enn andre type saker. Også økonomi gjør et utslag i dette utvalget. Dette er journalistiske kjerneområder som også får en viss publikumsdistribusjon på Facebook. 'Øyeblikks'-saker fra sport- og ulykketekategoriene får lite kommentarer. Mest delt denne uken er NRKs sak fra Nobelpris-utdelingen, "Setsuko Thurlow (85) overlevde atombomben i Hiroshima i august 1945. Talen hennes under fredsprisutdelingen rørte flere til tårer¹⁶" (med 2017 likes, og 94 kommentarer).

¹⁶ <https://www.facebook.com/nrknheter/videos/10155395787651715/>

Tabell 15. Kommentarer per avis

	n=	Gjennomsnitt	Minimum	Maksimum	Sum	Standardavvik
Alle	857	90,45	0	7127	68568	311,6675146
NRK	88	174,60	1	7127	15365	760,1103147
NRK Hord.	34	51,73	1	1034	1552	186,9495476
Nettavisen	192	80,84	0	3179	15523	242,9453283
Dagsavisen	63	15,38	1	99	646	22,69624701
Dagbladet	151	141,03	1	1637	21296	218,0675864
Bergensavisen	44	17,11	1	69	445	17,44322659
Aftenposten	285	60,00	1	570	13741	97,2669278

Antall kommentarer per post er høyere enn antall delinger. I gjennomsnitt får en Facebookpost fra disse mediene 90,45 kommentarer (med et relativt høyt standardavvik). NRK og Dagbladets poster genererte flest kommentarer, og NRK-saken om Mattilsynet og grisebøndene var kommentar-vinneren blant disse denne uken. Nettavisens *Farmen*-sak om Eunike som var irritert for at Halvor var videre i *Farmen* fikk også mange kommentarer (3179). Men generelt sett er politiske og sosiale spørsmål de temaene som genererer mest kommentarer på Facebook. Igjen ser vi at umiddelbarhets-temaene som er typiske for nettsidene – sport og vær – får lite kommentarer.

Tabell 16. Kommentarer per tema

	n=	Gjennomsnitt	Minimum	Maksimum	Sum	Standardavvik
Alle	857	90,45	0	7127	68568	311,6675146
Politikk	170	115,56	1	872	18722	127,1345879
Krim	55	116,68	1	1637	5601	256,267825
Økonomi	43	217,14	1	7127	9120	1096,097213
Sos. Sp.	132	84,10	1	651	9588	112,5287274
Kultur	162	97,33	0	3179	13529	288,9042866
Livsstil	107	48,46	1	740	4362	115,4348106
Sport	126	31,63	0	690	3543	72,09665629
Ulykker	24	169,66	1	1194	3563	331,1217802
Vær	34	19,8	1	128	295	30,97176133

Sakene som ble mest likt, delt og kommentert

Den *politiske saken* som genererte mest oppmerksomhet på Facebook denne uken var NRKs sak om kulturministeren utspill om pengespillreklame på TV (4979 likes, 53 delinger, 495 kommentarer). Flest delinger fikk Fredspris-talen til Setsuko Thurlow fra NRK (180 delinger, 2017 likes og 94 kommentarer). Flest kommentarer (872) fikk NRK-saken "Flere kritiserer statsminister Erna Solberg for at hun ikke klappa under fredsprisvinnerens tale i dag. – Det er vanskelig for oss, sier Solberg"¹⁷ (2307 likes, 110 delinger). Fredsprisen fikk med andre ord god oppmerksomhet blant NRKs lesere på Facebook. Blant sakene som handlet om *sosiale spørsmål* finner vi at den mest populære er en dyresak: Dagbladets "- Vi sto der og gråt. Tårene trillet, mens vi filmet"¹⁸, som er en video av en utsultet isbjørn (med 4219 likes, 268 delinger og 651 kommentarer). *Krimssaken* som fikk mest likes (1485), delinger (118) og kommentarer (1637) var Dagbladets "Politiet oppfordrer til andre sjekkemetoder. Halvnaken kvinne på mannejakt ble stoppet av politiet"¹⁹. Mens *kultursaken* (en kuriosasak) med mest delinger (115) var Nettavisens "Han røykte opptil 60 sigaretter om dagen, og fortsatt drikker han vin hver dag. 🍷👊"²⁰. Dagbladets sak "- Økologisk, vegansk, glutenfritt, sukkerfritt, e-stoffer. Skyt meg! Man kan da for søren ikke stille krav når barnet er gjest i barnebursdag"²¹ var *livsstilsaken* med mest likes (3032). Mest delinger (433) hadde Dagbladets sak, "Forbrukerrådet advarer: Ikke bestill fra disse falske nettbutikkene"²². Mest kommentarer (740) fikk Dagbladets, "Dette er gladnyheter for mange der ute! Nå kan du spille med god samvittighet. Dataspill gir deg bedre hukommelse"²³. Dagbladet får god trafikk på sine livsstilsaker på Facebook, mens NRK er vinneren i det politiske sakssegmentet.

Facebook er en tydelig arena for forbruker- og livsstilsaker og hjerteknusende dyrevernsaker som lett får høy fart på sosiale medier. Samtidig bruker disse avisene tydelig Facebook som en kanal for å spre politiske nyheter. Facebook er ikke arenaen for saker som krever umiddelbar publisering, som ulykker, væroppdateringer og sportsresultater. Dagbladet og Nettavisen har særlig skjært dette, og oppnår med sine blandinger av politikk, populærkultur, familieliv, kuriosa og sport som de mest likes-genererende sakene, også best delingstall på Facebook. NRK har også gode tall, men her er det også høye standardavvik, trukket opp av kanalens klikkvinner denne uken.

NRK Hordalands mest likte (2164) delte (24) og kommenterte sak var (1034) sak denne uken var fra dødsulykken på Osterøy, "38-åringen omtales som en aktiv og sentral person i lokalmiljøet"²⁴, noe som gjenspeiler NRK Hordalands regionprofil. Dagsavisens mest likte (699), delte (108) og kommenterte (99) sak var, " «Jeg synes det er en ærlig og redelig oppførsel», sier statsminister Erna Solberg «Det er noe som heter normal høflighet», svarer Dagsavisen på lederplass"²⁵, hvor avisens leder lørdag 9. desember kommenterer Solberg mangelfulle applaus under talen til fredsprisvinneren. BA-saken med flest likes (781) og delinger (23) er bilder fra Bergens julemarked²⁶, postet søndag 10. desember. Mest kommentarer fikk Bergensavisen imidlertid på saken "Davy har takket for seg i TV 2"²⁷. Begge vitner om en klar, lokal Bergensorientering. Aftenposten vinner likes på de mest prinsipielle sakene. Aftenpostens mest likte (2112) sak denne uken var "Se hva som skjedde da det australske parlamentet diskuterte ekteskapslov for likekjønnede"²⁸. Mest delt (141) var "#utentaushetsplikt: 3200 norske leger bryter tausheten i nytt opprop. Vil stoppe trakassering og

¹⁷ <https://www.facebook.com/nrknyheter/posts/10155395915196715>

¹⁸ <https://www.facebook.com/dagbladet/posts/10156005105653118>

¹⁹ <https://www.facebook.com/dagbladet/posts/10155998941778118>

²⁰ <https://www.facebook.com/nettavisen.no/posts/10156031135461940>

²¹ <https://www.facebook.com/dagbladet/posts/10156001753808118>

²² <https://www.facebook.com/dagbladet/posts/10155998896478118>

²³ <https://www.facebook.com/dagbladet/posts/10156005363478118>

²⁴ <https://www.facebook.com/nrkhordaland/posts/10155389802564582>

²⁵ <https://www.facebook.com/Dagsavisen/posts/1718538721510994>

²⁶ <https://www.ba.no/bergen-julemarked/nyheter/okonomi-og-naringsliv/knallstart-for-byens-nye-julemarked/s/5-8-704815>

²⁷ <https://www.ba.no/kultur/pulsen/tv-2/davy-har-takket-for-seg-i-tv-2/s/5-8-702712>

²⁸ <https://www.facebook.com/aftenposten/videos/10155735770485516/>

maktmisbruk²⁹ Mest kommentarer (570) fikk den #metoo-relevante saken, "TV2-ansatte sier Davy Wathne (67) kom med seksualiserte kommentarer og oppførte seg særlig krenkende overfor kvinner. «Garderobeprat», mener TV2-profilen³⁰».

Blant de mediene vi har målt her er det NRK, Dagbladet og Nettavisen som er størst på Facebook, mens Aftenposten, Dagsavisen, Bergensavisen og NRK Hordaland har noe mindre gjennomslag. Det kan være på sin plass å minne om her at det vi har målt i denne begrensede analysen er mediernes hovednyhetsider på Facebook, og at de ulike debatt- kultur- og sportssidene til redaksjonene er utelatt. Det er heller ikke å forvente at en nisjeavis som Dagsavisen eller lokal- og region-orienterte medier som BA og NRK Hordaland vil kunne hamle opp med klikkraten til Dagbladet og Nettavisen. I stedet reflekterer også Facebook-profilen til de mindre mediene deres oppdrag, fokus og intenderte publikum.

Alt i alt er mediene mer ulike hverandre på Facebook enn de er på sine nettsider. Dagbladet og Nettavisen, som ligner hverandre på hjemmesiden, har ganske ulike profiler på Facebook. Bergensmediene har også mer ulik tematisk profil på Facebook enn det de har på nettet. Hovedstatsmediene øker sitt fokus på utenriks på Facebook, mens lokalmediene øker sitt regionale fokus. NRK Hordaland er overveiende et regionalmedium på Facebook, mens også Bergens Tidende får større fokus på regionen her enn de har på hjemmesiden. Bergensavisen øker andelen lokalstoff i forhold til nettsiden. Hjemmesidene presenterer disse mediernes dagsorden, mens Facebook, som brukerne besøker med mer blandede hensikter enn de gjør en nettavis, representerer en mer rekreasjonsorientert plattform. I motsetning til nettsidene, inneholder Facebook-profilene imidlertid lite sport.

Ligner NRK på andre medier på Facebook?

På nettet ligner NRKs hjemmeside nrk.no tematisk mest på Aftenpostens hjemmeside. På Facebook er imidlertid NRK likest Nettavisen. NRK ligner her bare Aftenposten i andelen oppmerksomhet som vies økonomi og sosiale spørsmål. NRK ligner mest Nettavisens profil når det gjelder politikk, kultur og sport. Merk at vi her snakker om mengde, ikke om vinkling. NRK skiller seg imidlertid fra øvrige aktører som er målt her med at kanalen har relativt lite livstilstoff i forhold til de andre. NRK er klikkvinneren på Facebook denne uken. Det gjør at det er store standardavvik i materialet som gjør at mer konkrete konklusjoner er vanskelige å trekke, men generelt ser det ut til at NRK får en del oppmerksomhet for sakene de legger ut på Facebook. Dagbladet og Nettavisen er imidlertid de mediene her som har optimalisert sin Facebook-strategi mest gjennomgående.

²⁹ <https://www.facebook.com/aftenposten/posts/10155745722405516>

³⁰ <https://www.facebook.com/aftenposten/posts/10155748618115516>

8. LENKEPRAKSIS

Det er foretatt en analyse av nrk.nos bruk av hyperlenker, herunder utviklingen av den eksterne lenkepraksisen (lenking utenfor nrk.nos domene) fra 2015 til 2017. Hyperlenker tjener ulike formål (Ryfe, Mensing & Kelley 2016), men i en journalistisk kontekst, handler hyperlenking om å henvise til relevante kilder, gjerne som en refleksjon av profesjonell åpenhet og transparens. Selv om nyhetsorganisasjoner gjerne var sparsomme med eksterne lenkepraksiser tidlig på 2000-tallet, primært for å holde 'kundene' innenfor eget domene, er det også tegn som tyder på at det foreligger en økende aksept for verdien av ekstern lenking (Weber 2012). Tidligere analyser av NRKs lenkepraksis har vist at ekstern lenking har vært økende på NRKs domene, fra 12% av lenkene i 2009 (Sjøvaag et al 2012), til 21% i 2013 (Sjøvaag et al 2016).

Analysen av NRKs lenkepraksis er i denne studien foretatt på en litt annen måte enn i foregående studier. Dette er fordi datasettet denne gangen inneholder alle lenker på hver innsamlede nettside, ikke bare lenkene i artikkelens brødtekst. Dermed får vi et stort antall automatisk genererte lenker, som ligger i nettsidens CMS (content management system), og som lenker til andre portaler på nrk.no. Her har vi talt unike lenker kun én gang. Når alle automatisk genererte hyperlenker i nrk.no-dataen kun registreres en gang, vil dette utgjøre kun en liten del av det totale lenkesettet, noe som gir en god indikasjon på hvor mye NRK lenker internt til andre artikler i nrk.no-universet, og hvor mye NRK lenker ut til andre nettsider. Her har vi data for tre år, men i analysen ser vi primært på data fra oktober 2017.

Tabell 17. Hyperlenker

	2015		2016		2017	
	<i>Antall</i>	<i>Prosent</i>	<i>Antall</i>	<i>Prosent</i>	<i>Antall</i>	<i>Prosent</i>
Interne	9792484	88.71	10608867	89.03	1787643	91.02
Eksterne	1241687	11.25	1303224	10.94	175235	8.92
"Andre"	4218	0.04	4224	0.04	1048	0.05
Sum	11038389		11916315		1963926	

NRKs interne lenker går primært til eget hoveddomene (www.nrk.no). For øvrig lenkes det internt til p3.no, www.yr.no, tv.nrk.no, radio.nrk.no, nrksuper.no, nrkbutikken.no, nrk.no, trafikk.nrk.no, tv.nrksuper.no, skam.p3.no, nrkbeta.no, resultater.nrk.no, snutt.nrk.no, www.nrksuper.no, podcast.nrk.no, blogg.nrk.no, m.nrk.no, preview.nrk.no, fido.nrk.no, feed.nrk.no, fil.nrk.no. I oktober 2017 lenket NRK til interne kilder med domenet www.nrk.no 1,552,237 ganger; til ressurser på www.yr.no 65,328 ganger; til sider på p3.no 51,816 ganger; til tv.nrk.no-domenet 38,111 ganger; til radio.nrk.no 33,108 ganger; til kilder på nrksuper.no 21,591 ganger; og til nrkbutikken.no 19,284 ganger. Gitt denne høye lenkefrekvensen er det naturlig å tro at disse er automatisk genererte.

NRKs eksterne lenker går primært til sosiale medier. Samme måned lenket NRK til twitter.com 35,467 ganger; til www.facebook.com 23,012 ganger; til plus.google.com 20,037 ganger; til instragram.com 2,579 ganger og til www.instagram.com 2,034 ganger; og til www.youtube.com 1,009 ganger. I tillegg lenket NRK til ressurser på radio.no 19,312 ganger; til presse.no 18,956 ganger; til om.yr.no 6,197

ganger; til sporsmalogsvar.ut.no 5,105 ganger; til www.turistforeningen.no 3,790 ganger og til tur.app.dnt.no 2,729 ganger.

NRK lenker også til andre medier. I oktober 2017 var de mest lenkede mediene på nrk.no til Sveriges Radio, YLE, VG, SVT, BBC, Aftenbladet, iFinnmark, Dagens Næringsliv, The Times, Aftenposten, Washington Post, Varden, Fædrelandsvennen, Bergens Tidende, Romsdals Budstikke, Klassekampen, Aftenbladet, TV 2, og Dagbladet. Uten at det har vært tid til å gå nærmere analytisk til verks med denne dataen, ser det som om NRK, når det lenkes aktivt heller en automatisk, i stor grad lenker til andre medier.

Se Vedlegg 4 for en total oversikt over interne og eksterne lenker.

9. FUNN: LDA-ANALYSE

Her sammenlignes innholdet på nrk.no med resten av medielandskapet for øvrig ved hjelp av data-assistert metode. Resultatene her er mer detaljerte enn i den manuelle analysen. Her handler det med andre ord om mer konkrete sammenligninger mellom NRK og andre medieaktører i Norge.

En LDA-analyse gir en modell over de tematiske strukturene i et korpus. I denne analysen omfatter dette 160 aviser (se vedlegg 3), og utvalget er hentet fra 2015, 2016 og 2017. Dokumentene som analyseres inkluderer nyheter og aktualiteter i bred forstand. For at vi skal kunne sammenligne både fjernsyn, radio og aviser med NRK, er det nødvendig å anvende en bred definisjon av hva nyheter er. Rene 'prateflater' på radio og fjernsyn er ikke inkludert, men ellers er alt man kan finnes i en klassisk papiravis, inkludert kultursider, anmeldelser, forbrukerstoff, kommentarer og underholdningsnyheter, inkludert i datagrunnlaget.

LDA'en ble bedt om å fremstille 200 tema. Da vil hvert tema, gitt lik fordeling, i gjennomsnitt utgjøre 0.5% av innholdet. Vi ser derfor etter utslag over og under dette. De ulike analysene viser svært ulik spredning utover gjennomsnittet. Fordi ulikhetene noen ganger er små, rapporterer vi to tall: absolutt oppmerksomhet til et tema i prosentpoeng (PP), samt den relative oppmerksomheten i prosent (P). Absolutt oppmerksomhet refererer her til forskjellen i prosentvis oppmerksomhet mellom NRKs mengde av et visst tema, og hvor mye oppmerksomhet temaet får i de mediene vi sammenligner med. Relativ oppmerksomhet handler om hvor mye dekning NRK gir til et tema relativt til hvor mye dekning andre medier gir det samme temaet. Dersom vi sammenligner NRK med alle andre medier i analysen, finner vi for eksempel for tema 60 (veiforhold), at dette utgjør 2.78% av NRKs innhold, mens det kun utgjør 0.81% av andre mediers innhold. Prosentpoengdifferansen her er på 1.97, mens den prosentvise differansen er 344% – noe som betyr at NRK dekker veiforhold 3,44 ganger mer enn andre medier. Dersom oppmerksomheten er 100% for de mediene som sammenlignes, betyr dette at dekningen er lik. 200% betyr at NRK har dobbelt så mye dekning, 400% at NRK har 4 ganger så mye dekning. I andre retningen betyr 50% at mediene det sammenlignes med har dobbelt så mye dekning, mens 25% betyr at disse har fire ganger så mye dekning. Her rapporterer vi tema hvor enten NRK har minst dobbelt så mye dekning som andre, eller de andre har dobbelt så mye dekning som NRK. I tillegg sammenligner vi tema hvor NRK og de andre har like mye dekning, 10% over og under 100% - altså 90-110%.

Det ble videre satt en terskel for tema som kan sammenlignes. Tema som sammenlignes her har over 100 dokumenter for hver av medie-konstellasjonene som sammenlignes. Dette betyr at det er relativt mange tema hvor forskjellen ikke kan analyseres, estimert til 20-30% av hver komparasjon, i gjennomsnitt. For eksempel vil 9 dokumenter fra de kommersielle radiomedienes dekning av et tema, mot NRKs 352, ikke være godt nok grunnlag til at det er forsvarlig å trekke slutninger. Formålet med denne analysen er å sammenligne NRK med de andre mediene, ikke å finne ut hva NRK har mye eller lite av alene.

LDA-analysen ble kjørt på åtte variabler. Disse variablene inneholder til sammen 21 verdier. Det vil si at NRKs innhold ble sammenlignet med 21 ulike konstellasjoner av øvrige medier i analysen.

8.1 NRK sammenlignet med hele medielandskapet

Resultatene fra denne analysen presenteres i vedlegg 2 i sin helhet. Dette er den eneste analysen som sammenligner NRK med hele medielandskapet under ett (160 medier) (NRK n=48,719; Andre n=818,063). Her ser vi nærmere på tre ting: 1. Innhold som NRK har minst dobbelt så mye av enn andre medier (en prosentpoengdifferanse på over 200%); 2. Innhold som NRK har samme mengde av

som de øvrige mediene (en prosentpoengdifferanse på mellom 90% og 110%); og 3. Innhold NRK har mindre enn andre medier av (en prosentpoengdifferanse på mindre enn 50%).

Tabell 18. Hvor NRK har mest dekning

Nr.	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
38	Agder	Geografi	437	1288	0.63	0.12	0.51	537
145	Nynorsk	Nynorsk	2677	9920	3.85	0.90	2.95	427
60	Veiforhold	Trafikk	1933	8889	2.78	0.81	1.97	344
93	Grenland	Geografi	330	1945	0.47	0.18	0.30	269
92	Brann	Ulykker	1986	12146	2.86	1.10	1.75	259
28	Bergen, Hordaland	Geografi	308	1899	0.44	0.17	0.27	257
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	19722	4.22	1.79	2.43	236
107	Skipsfart	Næring	778	5413	1.12	0.49	0.63	228
154	Nynorsk fotball, Sogn	Sport	514	3767	0.74	0.34	0.40	216
159	Nord-Norge	Geografi	265	2033	0.38	0.18	0.20	206

NRK n=46,996. Andre n=725,361.

I forhold til alle andre medier i analysen, har NRK betraktelig mer innhold som gjelder geografi, språk, ulykker og trafikk. Dette gjenspeiler NRKs distriktskontor-struktur. "Geografi"-temaene er ikke tematiske i den forstand at de handler om en spesiell sak. Det er heller snakk om samlinger av stedsnavn som utgjør en distinkt region. NRK har altså flere saker som omtaler steder i Agder, Grenlandsområdet, Bergen og Hordaland, samt Nord-Norge, enn andre medier. NRKs saker på nettet er også fire ganger så ofte på nynorsk som sakene i det øvrige korpuset. Den høye andelen ulykker og trafikk gjenspeiler to ting: dekningen til NRKs distriktskontorer, og nettjournalistikkens karakteristiske umiddelbarhets-fokus. Vi ser altså av dette at innholdet på nrk.no, sett i sammenligning med nettnyheteene i landet for øvrig, i størst grad gjenspeiler at nettstedet utgjør en portal for NRKs regionkontorer.

Tabell 19. Hvor andre medier har større dekning enn NRK

Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.	
199	Julekonserter	Populærkultur	101	9079	0.15	0.82	-0.68	18
65	Børsen	Markeder	115	6553	0.17	0.59	-0.43	28
187	Kamppreferat fotball	Fotball	284	14974	0.41	1.36	-0.95	30
196	Børsen	Markeder	135	6992	0.19	0.63	-0.44	31

146	Jul	Livsstil	124	6115	0.18	0.56	-0.38	32
118	Premier League	Fotball	228	11178	0.33	1.01	-0.69	32
96	Grasrotidrett	Sport	183	8466	0.26	0.77	-0.51	34
126	Kunstutstillinger	Kultur	116	5321	0.17	0.48	-0.32	35
11	Trening	Livsstil	108	4766	0.16	0.43	-0.28	36
157	Trenerbytte	Fotball	348	14963	0.50	1.36	-0.86	37
17	Champions League	Fotball	152	6394	0.22	0.58	-0.36	38
39	Europa League	Fotball	126	5393	0.18	0.48	-0.30	38
53	Fotballandslaget	Fotball	166	19464	0.24	0.63	-0.39	38
0	Fotball	Fotball	330	6902	0.47	1.19	-0.72	40
141	Håndballandslaget	Sport	134	5179	0.19	0.47	-0.28	41
69	Næringsliv	Økonomi	323	12460	0.46	1.13	-0.67	41
98	Historie	Kultur	287	10860	0.41	0.99	-0.57	42
152	Konsertanmeldelser	Kultur	285	10763	0.41	0.98	-0.57	42
121	Økonomi	Økonomi	177	6075	0.25	0.55	-0.30	46
105	Farmen	Medier	105	3485	0.15	0.32	-0.17	48
95	Boligmarkedet	Markeder	150	4876	0.22	0.44	-0.23	49
97	Amerikansk ishockey	Sport	131	4233	0.19	0.38	-0.20	49
177	Julehandel	Livsstil	100	3216	0.14	0.29	-0.15	49
4	Langrenn	Sport	212	6757	0.30	0.61	-0.31	50
189	Næringsliv	Økonomi	186	5924	0.27	0.54	-0.27	50

NRK n=46,996. Andre n=725,361.

Tema som NRK har mindre av enn de andre mediene handler mest om sport, økonomi, livsstil og populærkultur. Tema som de øvrige mediene scorer høyere på enn NRK reflekterer slik sett tilstedeværelsen av lokale medier i det norske medielandskapet. Jul, grasrotidrett, fotball, konserter og næringsliv er typiske lokalavistemaer som viser hvor sentrale disse avisene er i det norske journalistiske feltet. For øvrig gjenspeiler også denne oversikten de kommersielle mediernes fokus på sportsjournalistikk. Det store omfanget av tippetips i korpuset skyldes antakelig at dette stoffet er relativt syndikert i større konsern. Merk at her er forskjellene mellom NRK og hele korpuset som helhet ganske små. Disse blir synligere når analysen brytes opp på mindre konstellasjoner av medier NRK sammenlignes med.

Tabell 20. Hvor NRK og andre medier er likest

	Tema	Nyhetsstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
22	Luffart	Næringsliv	375	5414	0.54	0.49	0.05	110
15	Nobels fredspris	Int. politikk	229	3307	0.33	0.30	0.03	110
112	Politiske valg	Politikk	365	5363	0.52	0.49	0.04	108
179	Brexit	Int. politikk	455	6822	0.65	0.62	0.03	106
110	Oljenæring	Energinæring	329	5037	0.47	0.46	0.02	103
103	FN	Int. politikk	380	5832	0.55	0.53	0.02	103
62	Olje og energi	Energinæring	299	4589	0.43	0.42	0.01	103
41	Håndball, boksing	Sport	194	3089	0.28	0.28	0.00	99
25	Telenor/Vimpelcom	Økokrim	224	3577	0.32	0.32	0.00	99
181	Skole	Utdanning	223	3576	0.32	0.32	0.00	99
54	Trafikk	Trafikk	449	7253	0.65	0.66	-0.01	98
5	TV-aksjonen	Medier	163	2650	0.23	0.24	-0.01	97
80	Organisert arbeidsliv	Arbeidsliv	225	3720	0.32	0.34	-0.01	96
55	Skihopp	Sport	202	3354	0.29	0.30	-0.01	95
68	Ansettelse	Næringsliv	323	5428	0.46	0.49	-0.03	94
124	Grunnskole	Utdanning	281	4721	0.40	0.43	-0.02	94
165	Alpin	Alpin	273	4607	0.39	0.42	-0.03	94
13	US-Cuba/Rusland	Int. politikk	104	1803	0.15	0.16	-0.01	91
36	Kåringer, priser	Populærkultur	347	6078	0.50	0.55	-0.05	90

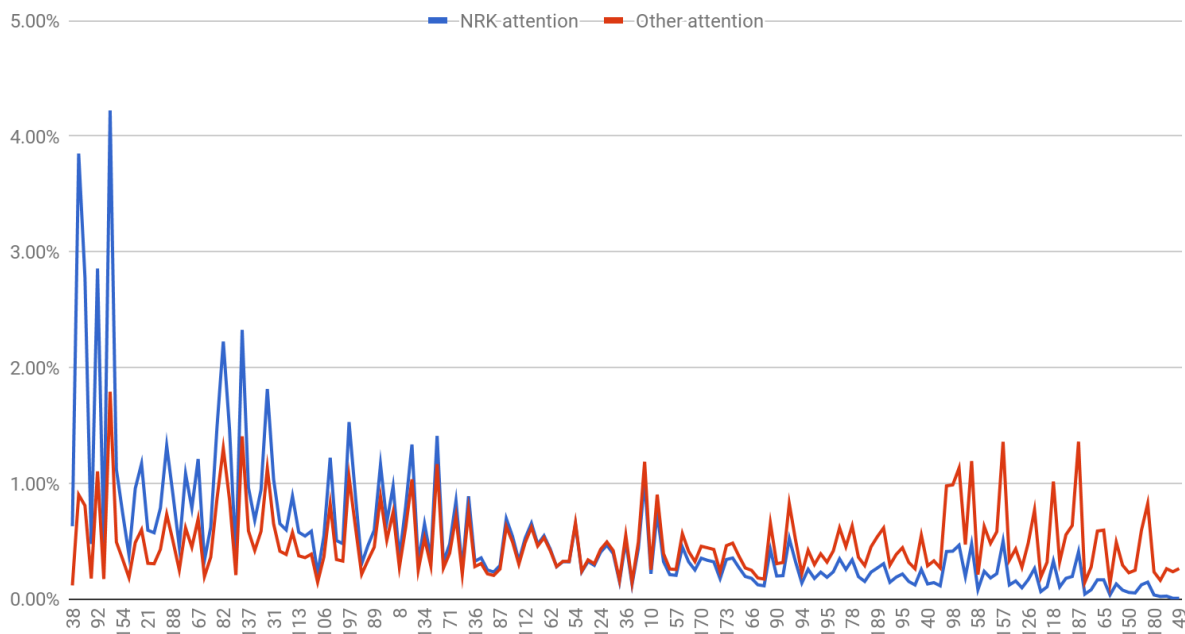
NRK n=46,996. Andre n=725,361.

Mesteparten av temaene i analysen har relativt lik mengde dekning i medielandskapet. Dette gjenspeiler hvor like norske redaksjoner er når det gjelder hvilke nyhetsverdier som regjeres. Internasjonal politikk, energi og næringsliv, utdanning og arbeidsliv er like godt dekket i alle norske medier. Her ser vi også at analysen gir noen utslag på spesifikke saker i perioden. Både Brexit-prosessen, USAs forhold til Cuba og Russland, Nobels fredspris, og Telenor/Vimpelcom-skandalen får lik oppmerksomhet. Her vil vi imidlertid se i mer detaljerte analyser at det er enkelte medier som gjør en større innsats enn andre her. For eksempel er det Dagens Næringslivs dekning av Telenor/Vimpelcom som får 'øvrige' medier opp på likt nivå med NRK her.

Uansett viser denne oversikten at norske nyhetsredaksjoner stort sett har fokus på samfunnsviktige tema som er godt forankret i de etablerte nyhetsverdiene. Norske redaksjoner har ulike prioriteringer når det gjelder hvilken profil de ønsker å fremme (hva de har mest av, som vi vil se under), men felles for norske nettnyheter er at de alle har en kjerne av viktig, ressurskrevende journalistikk som omfatter

så vel politikk som andre samfunnssektorer som arbeid, næring og utdanning. Som Figur 6 viser, følger NRK det øvrige nyhetsbildet i Norge (toppene og bunnene følger hverandre).

Topic, NRK attention and Other attention (alle)



Figur 6. NRK sammenlignet med alle andre medier i analysen

8.2 NRK sammenlignet med mediene i den manuelle innholdsanalysen.

Den manuelle kvantitative innholdsanalysen omfatter VG, Dagbladet, TV 2, Aftenposten, Nettavisen, Dagsavisen, Bergens Tidende og Bergensavisen. Disse ble trukket ut for å se nærmere på hvordan forholdet mellom disse ser ut fordelt over de siste tre årene.

Tabell 21. Hvor NRK har mest dekning

Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
145 Nynorsk	Nynorsk	2677	129	3.84	0.12	3.72	3188
7 Nynorsk kommunepol.	Lokalpolitikk	1110	217	2.32	0.20	2.12	1145
140 Nynorsk	Nynorsk	980	316	1.40	0.29	1.11	476
61 Helse	Helsesektor	351	117	0.50	0.10	0.39	460
74 Kommunepolitikk	Lokalpolitikk	713	260	1.02	0.24	0.78	421

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

83	Forsvaret Nord-Norge	Politikk	431	169	0.61	0.15	0.46	391
82	Forseelser	Krim	1547	631	2.22	0.59	1.63	376
103	FN	Politikk	380	158	0.54	0.14	0.39	369
77	Palestina, Afghanistan	Politikk	555	238	0.79	0.22	0.57	358
107	Skipsfart	Næringsliv	778	335	1.11	0.31	0.80	356
60	Veiforhold	Trafikk	1933	900	2.77	0.84	1.93	330
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	1418	4.22	1.32	2.89	318
54	Trafikk	Trafikk	449	222	0.64	0.20	0.43	310
184	Vann, avløp, strøm	Infrastruktur	664	345	0.95	0.32	0.63	295
71	Fiskerinæring	Økonomi	330	182	0.47	0.17	0.30	279
176	Tyveri	Krim	753	417	1.08	0.39	0.69	277
92	Branner	Ulykker	1986	1107	2.85	1.03	1.81	275
115	Kommunebudsjett	Lokalpolitikk	298	168	0.42	0.25	0.27	272
188	Forsinkelser	Trafikk	625	407	00.89	0.38	0.51	236
89	Flyktninger	Sos. Spørsmål	413	270	0.59	0.25	0.34	235
137	Naturkatastrofer	Ulykker	669	438	0.96	0.40	0.55	234
131	Terror Tyrkia	Terror	460	322	0.66	0.30	0.36	220
5	TV-aksjonen	Kultur	163	117	0.23	0.20	0.12	214
179	Brexit	Politikk	455	328	0.65	0.30	0.34	213
149	Irak-krigen	Politikk	470	296	0.58	0.27	0.30	211
178	Russisk helikopterstyrt	Ulykker	398	293	0.57	0.27	0.29	209
46	Jordbruk	Primærnæring	378	280	0.54	0.26	0.28	207
166	Russland	Politikk	618	462	0.88	0.43	0.45	205
167	Egypt Air flystyrt	Ulykker	452	341	0.64	0.31	0.33	204
112	Politiske valg	Politikk	365	280	0.52	0.26	0.26	200

NRK n=46,996. Andre n=68,869.

Vi ser av antall tema som havner over og under 'dobbeltså mye'-grensen i denne analysen at forskjellene er større mellom NRK og dette utvalget av nasjonale og regionale medier enn det de er

mellom NRK og medielandskapet som helhet. Mediene i den manuelle analysen er Oslo- og Bergen-baserte medier. På grunn av dette tydeliggjøres NRKs regionfokus i enda større grad. Vi ser også at NRKs utenriksdekning blir tydeligere når det kun sammenlignes med medier fra landets to største byer. NRK scorer i tillegg høyere på nynorsk språk enn de øvrige mediene. I tillegg har NRK mer lokalpolitikk og trafikk, noe som gjenspeiler region-fokuset på nrk.no-plattformen. Politikk-temaene slår også ut her i NRKs favør, slik det gjorde i den manuelle innholdsanalysen.

Tabell 22. Hvor mediene i den manuelle analysen har større dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
118	Premier League	Fotball	228	2669	0.32	2.49	-2.16	13
196	Børsen	Markeder	135	1522	0.19	1.42	-1.23	13
65	Børsen	Økonomi	115	737	0.16	0.92	-0.75	18
187	Kampreferat fotball	Fotball	284	2294	0.40	2.14	-1.73	19
53	Fotballandslaget	Fotball	166	1259	0.23	1.17	-0.93	20
98	Historie	Kultur	287	2176	0.41	2.03	-1.62	20
17	Champions League	Fotball	152	1087	0.21	1.01	-0.79	21
105	Farmen	Medier	105	740	0.15	0.69	-0.54	22
195	Personlig økonomi	Økonomi	130	905	0.18	0.84	-0.65	22
11	Trening	Livsstil	108	736	0.15	0.68	-0.53	23
39	Europa League	Fotball	126	849	0.18	0.79	-0.61	23
121	Økonomi	Økonomi	177	1076	0.25	1.00	-0.75	25
141	Håndballandslaget	Sport	134	808	0.19	0.75	-0.56	25
102	Film og kino	Populærkultur	223	1139	0.32	1.06	-0.74	30
97	Amerikansk ishockey	Sport	131	655	0.18	0.61	-0.42	30
157	Fotball, trenerbytte	Fotball	348	1692	0.50	1.58	-1.08	32
1	Medier	Medier	162	740	0.23	0.69	-0.45	34
95	Boligmarked	Markeder	150	677	0.21	0.63	-0.41	34
4	Langrenn	Sport	212	951	0.30	0.88	-0.58	34
52	Fotball-Vm	Fotball	134	593	0.19	0.55	-0.36	35
173	Psykisk helse	Helsesektor	237	1020	0.34	0.95	-0.61	36
138	Statsbudsjettet	Politikk	161	677	0.23	0.63	-0.40	37

42	Rosenborg	Fotball	161	647	0.23	0.60	-0.37	38
152	Konsertanmeldelser	Populærkultur	285	1098	0.40	1.02	-0.61	40
185	Fotball, kvinner	Fotball	163	609	0.23	0.56	-0.33	41
90	Turistnæring	Næringer	138	509	0.19	0.47	-0.27	42
190	Dansk fotball	Fotball	123	441	0.17	0.41	-0.23	43
66	Kongehus, J. Bieber	Populærkultur	124	418	0.17	0.39	-0.21	46
136	Seksuelle overgrep	Krim	226	696	0.32	0.65	-0.32	50

NRK n=46,996. Andre n=68,869.

Ser man på hva de andre mediene har mer av i forhold til NRK, så gjenspeiler dette langt på vei de andre mediens populære og kommersielle karakter. Sport, fritid og økonomi har større utslag i de andre mediene, særlig børsen og fotball.

Tabell 23. Hvor NRK og mediene i den manuelle analysen er likest

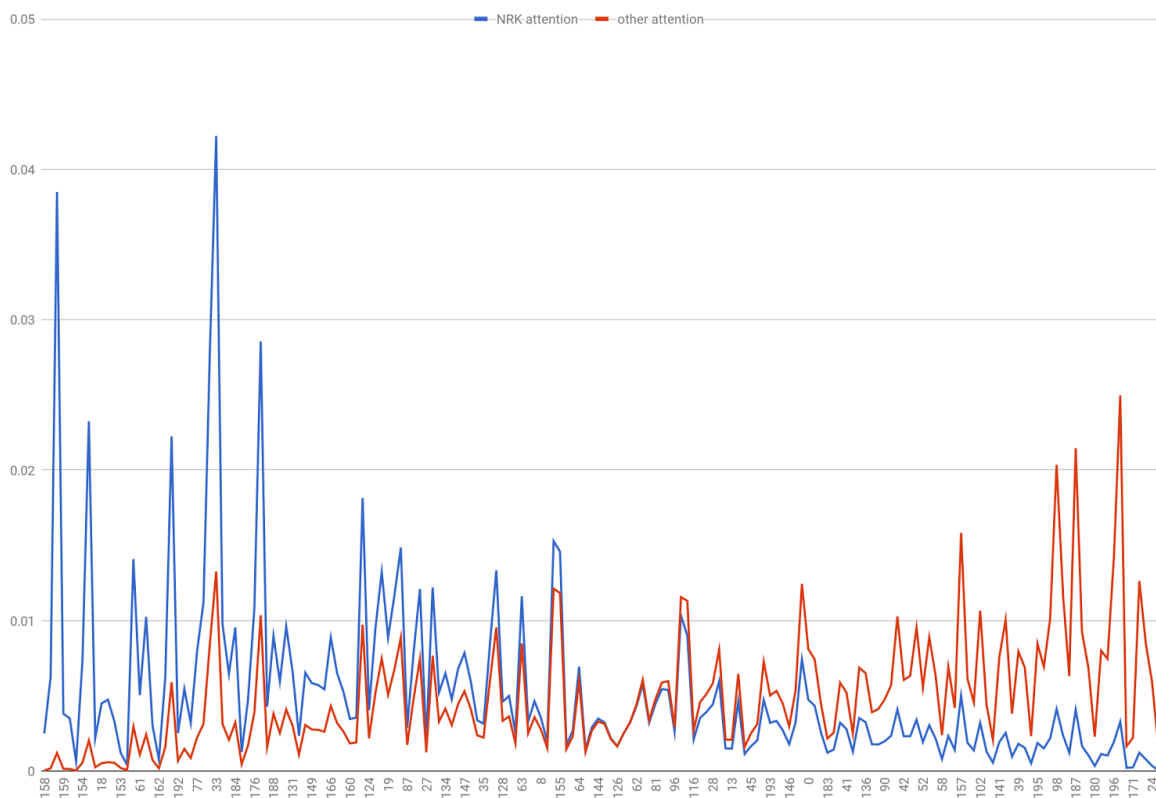
	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
55	Skihopp	Sport	202	287	.029	0.26	0.02	108
144	Barnehagesektor	Utdanning	243	352	0.34	0.32	0.02	106
80	Organisert arbeidsliv	Arbeid	225	335	0.32	0.31	0.01	103
10	Golf	Sport	151	226	0.21	0.21	0.00	102
126	Kunstutstillinger	Kultur	116	175	0.16	0.16	0.00	101
132	Svensk fotball	Fotball	174	124	0.25	0.25	0.00	100
174	Trafikk	Trafikk	223	346	0.32	0.32	0.00	99
62	Olje og energi	Næringer	299	471	0.42	0.44	0.01	98
113	Trafikk, Oslo	Trafikk	401	649	0.57	0.60	0.03	95
181	Skole	Utdanning	223	361	0.32	0.33	0.01	95
81	Statistikk	Statistikk	312	512	0.44	0.47	0.03	94
106	Pasientbehandling	Helsesektor	379	629	0.54	0.58	0.04	93
22	Luffart	Næringer	375	639	0.53	0.59	0.05	90

NRK n=46,996. Andre n=68,869.

Igjen ser vi at sammenligningen av hvor dekningen er mest lik handler om etablerte nyhetsverdier og et fokus på viktige samfunnssektorer. Skole, barnehage og helsesektor havner sjelden på topp i slike innholdsanalyser, men redaksjonene har allikevel et vedvarende fokus på det norske

velferdssystemet. Forskjellene blir mer synlige når utvalget er mindre, men toppene og bunnene følger hverandre fremdeles.

Topic, NRK attention and other attention (manuell)



Figur 7. NRK sammenlignet med mediene i den manuelle analysen

NRKs temaprofil sammenlignes for øvrig med strukturelle variabler i norsk medielandskap langs seks ulike akser: Distribusjon, eierskap, statlige støtteordninger, marked, profil og plattform.

8.3 NRK sammenlignet med medier med ulik distribusjon

Her har vi delt mediene inn i medier med nasjonal, metropol (by eller region-orientert), og lokal distribusjon.

8.3.1 NRK sammenlignet med medier med nasjonal distribusjon

Analysen sammenligner NRK med Aftenposten, Dagen, Dagbladet, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Din Side, Fiskeribladet, Klassekampen, Minerva, Morgenbladet, Nationen, Nettavisen, Ny Tid, p4, P5, TV 2, VG, Vårt Land, og XMag.

Tabell 24. Hvor NRK har større dekning enn øvrige riksmedier

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
82	Forseelser	Krim	1547	276	2.22	0.20	2.03	1136
60	Veiforhold	Trafikk	1933	401	2.78	0.28	5.20	977
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	715	4.22	0.51	3.71	832
7	Nynorsk kommunepol.	Lokalpolitikk	1617	425	2.33	0.31	2.02	771
54	Trafikk	Trafikk	449	146	0.65	0.10	0.54	623
18	Kommunereform	Politikk	313	109	0.45	0.08	0.37	582
93	Grenland	Geografi	330	124	0.47	0.09	0.39	539
176	Tyveri	Krim	753	283	1.08	0.20	0.88	539
74	Kommunepolitikk	Lokalpolitikk	713	268	1.03	0.19	0.84	539
115	Kommunebudsjett	Lokalpolitikk	298	126	0.43	0.09	0.34	479
107	Skipsfart	Næringer	778	340	1.12	0.24	0.88	464
140	Nynorsk	Nynorsk	980	441	1.41	0.31	1.10	450
92	Branner	Ulykker	1986	913	2.86	0.65	2.21	441
28	Bergen, Hordaland	Geografi	308	160	0.44	0.11	0.33	390
184	Vann, avløp, strøm	Infrastruktur	664	387	0.95	0.27	0.68	348
61	Helse	Helsesektor	351	211	0.50	0.15	0.36	337
125	Jakt	Livsstil	223	142	0.32	0.10	0.22	318
192	Oppland	Geografi	176	116	.025	0.08	0.17	308
5	TV-aksjonen	Medier	163	108	0.23	0.08	0.16	306
160	Reguleringsplaner	Politikk	241	171	0.35	0.12	0.23	286
23	Søk, savnede personer	Ulykker	813	599	1.17	0.42	0.74	275
142	Obosligaen	Fotball	246	184	0.35	0.13	0.22	271
83	Forsvaret, Nord-Norge	Politikk	431	329	0.62	0.12	0.39	266
124	Grunnskole	Utdanning	281	217	0.40	0.15	0.25	262
188	Forsinkelser	Trafikk	625	487	0.90	0.25	0.55	260

2	Vær	Vær	849	675	1.22	0.48	0.74	255
96	Grasrotidrett	Sport	183	166	0.26	0.12	0.15	223
104	Byggesaker	Infrastruktur	364	332	0.52	0.24	0.29	222
133	Ulykker	Ulykker	1033	1039	1.49	0.74	0.75	202

NRK n=46,996. Andre n=90,771.

NRK har, i forhold til de øvrige mediene i Norge som har nasjonal distribusjon, betraktelig mer lokaljournalistikk. Dette gjenspeiler igjen NRKs nettsted som en plattform for distriktskontorene. Både kriminaltemaer som tyveri og forseelser er typiske lokaljournalistiske tema, det samme er trafikk og infrastruktur (vann, avløp og byggesaker), og ikke minst kommunepolitikken.

Tabell 25. Hvor andre riksmedier har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
196	Børsen	Markeder	135	3424	0.19	2.43	-2.23	8
65	Børsen	Markeder	115	2153	0.17	1.53	-0.36	11
121	Økonomi	Økonomi	177	2655	0.25	1.88	-1.63	14
98	Historie	Kultur	287	4139	0.41	2.94	-2.52	14
9	Kristendom	Religion	177	2139	0.25	1.52	-1.26	17
118	Premier League	Fotball	228	2451	0.33	1.74	-1.41	19
195	Personlig økonomi	Økonomi	130	1161	0.19	0.82	-0.64	23
105	Farmen, på TV	Medier	105	761	0.15	0.54	-0.39	28
170	Næringsliv	Økonomi	245	1738	0.35	1.23	-0.88	29
1	Medier	Medier	162	1079	0.23	0.77	-0.53	30
95	Boligmarked	Markeder	150	997	0.22	0.71	-0.49	30
138	Statsbudsjettet	Politikk	161	1056	0.23	0.75	-0.52	31
187	Kamppreferat, fotball	Fotball	284	1789	0.41	1.27	-0.86	32
53	Fotballandslaget	Fotball	166	999	0.24	0.71	-0.47	34
102	Film og kino	Populærkultur	233	1306	0.32	0.93	-0.61	35
25	Telenor/vimpelcom	Økokrim	224	1274	0.32	0.90	-0.58	36
97	Amerikansk ishockey	Sport	131	682	0.19	0.48	-0.30	39
11	Trening	Livsstil	108	322	0.16	0.39	-0.24	40

85	Litteratur	Kultur	178	904	0.26	0.64	-0.39	40
173	Psykisk helse	Helsesektor	237	1138	0.34	0.81	-0.47	42
141	Håndballandslaget	Sport	134	612	0.19	0.43	-0.24	44
66	Kongehus, J. Bieber	Populærkultur	124	528	0.18	0.37	-0.20	48
39	Europa League	Fotball	126	531	0.18	0.38	-0.20	48
136	Seksuelle overgrep	Krim	226	946	0.32	0.67	-0.35	48

NRK n=46,996. Andre n=90,771.

Her blir de øvrige riksmedienes kommersielle karakter tydeligere, særlig gjennom fokuset på fotball, populærkultur og fritid. Økonomi og personlig økonomi gjør et utslag ettersom nrk.no selv har relativt lite av dette. Allerede her, i sammenligningen av de andre riksmediene, ser vi at nisjeavisene slår ut – både Dagens Næringsliv, Vårt Land og Morgenbladets profiler er tydelige å spore i det riksdekkende journalistiske landskapet. DNs fokus på økonomi, Vårt Lands fokus på kristendom og Morgenbladets fokus på litteratur setter tydelige spor i det norske journalistiske mangfoldet på riksdekkende nivå.

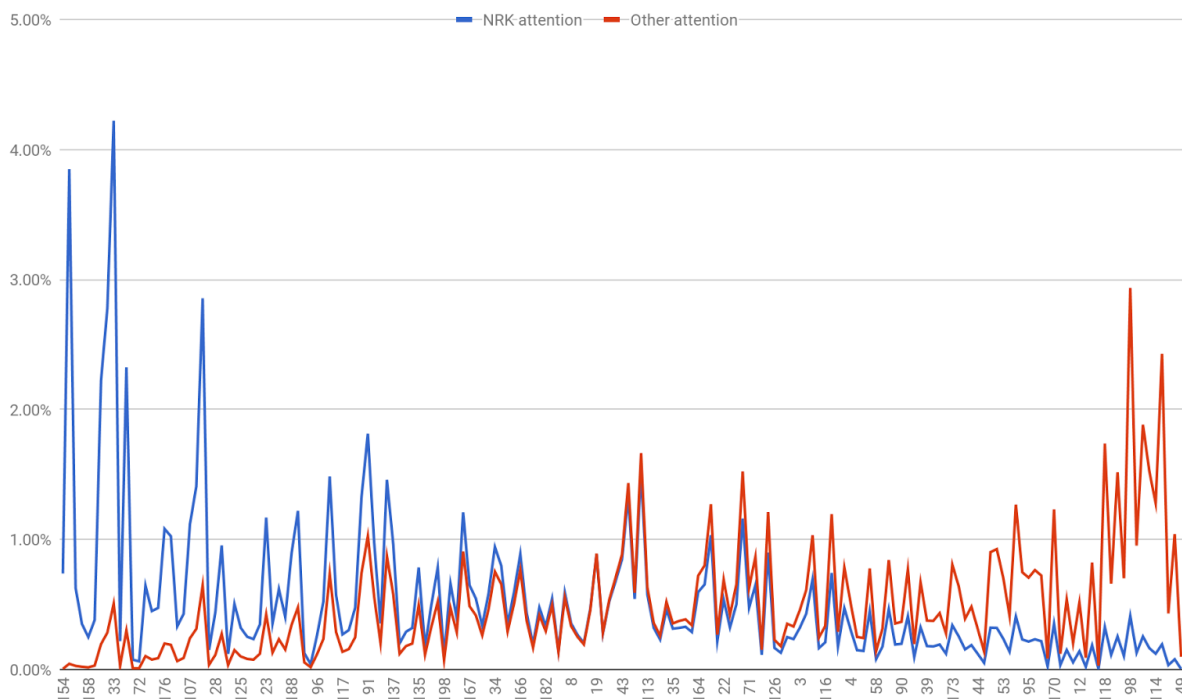
Tabell 26. Hvor NRK og andre riksmedier har lik dekning

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
106	Pasientbehandling	Helsesektor	379	700	0.55	0.50	0.05	110
199	Julekonserter	Populærkultur	101	191	0.15	0.14	0.01	107
21	Krekar	Politikk	413	782	0.59	0.55	0.04	107
189	Næringsliv	Økonomi	186	355	0.27	0.25	0.02	106
57	Skiskyting	Sport	142	273	0.20	0.19	0.01	105
68	Ansettelses	Arbeidsliv	323	638	0.46	0.45	0.01	103
19	Arbeidsmarkedet	Sos.Spørsmål	617	1258	0.89	0.89	-0.01	99
41	Håndball, boksing	Sport	194	400	0.28	0.28	0.00	98
112	Politiske valg	Politikk	365	759	0.52	0.54	-0.01	97
175	Politibevæpning	Politikk	473	999	0.68	0.71	-0.03	96
43	Stortingsvalget	Politikk	589	1247	0.85	0.88	-0.04	96
148	Amerikansk valg	Int.Politikk	928	2023	1.33	1.44	-0.10	93
46	Jordbruk	Næringer	378	833	0.54	0.59	-0.05	92
197	Syriske flyktninger	Sos.Spørsmål	1063	2347	0.53	0.66	-0.14	92
113	Trafikk, Oslo	Trafikk	401	890	0.58	0.63	-0.05	91

181	Skole	Utdanning	223	504	0.32	0.36	-0.04	90
-----	-------	-----------	-----	-----	------	------	-------	----

NRK n=46,996. Andre n=90,771.

Den riksdekkende karakteren til mediene som sammenlignes her gjenspeiles i de temaene som alle er like opptatt av. Politiske valg, utenriks og nasjonal sikkerhet (Krekar og politibevæpning) er på agendaen over hele linjen. Igjen er de tunge sosial-sektorene (skole og helse) tilstede. I tillegg ser vi hva en nettutgave er – særlig gjennom innsikten at NRK er like opptatt av trafikken i Oslo som øvrige riksdekkende nettaviser er.



Figur 8. NRK sammenlignet med medier med nasjonal distribusjon

8.3.2 NRK sammenlignet med medier med metropol distribusjon

For å skille mellom medier som har en klart lokal forankring og orientering, og medier som forholder seg til publikum i en større by eller region, har vi definert en del av mediene som vanligvis gjerne kalles for lokalmedier i andre analyser (for eksempel Høst 2016), for metropole medier. Avisene i denne kategorien publiseres i større byer, forholder seg til større politiske strukturer og har større opplag enn de fleste lokalaviser. Markedene som disse avisene befinner seg i forholder seg også i større grad til nasjonale konkurrenter. Det er derfor naturlig at de mellomstore avisene i Norge sammenlignes for seg, heller enn å grupperes sammen med lokale fådagersaviser med små opplag.

Mediene som er inkludert er: Adresseavisen, Agderposten, Avis Nordland, Bergen Tidende, Bergensavisen, Budstikka, Drammens Tidende, Fredrikstad Blad, Fædrelandsvennen, Glomdalen, Gudbrandstølen Dagningen, Haugesunds Avis, Hamar Arbeiderblad, Harstad Tidende, iTromsø, Moss Avis, Avis Nordlys, Oppland Arbeiderblad, Østlandsposten, Radio102, Radionova, Radorakel, Radiorevolt, Romerikes Blad, Romsdals Budstikke, Rogalandsavis, Sandefjordblad, Sarpsborg Arbeiderblad, SRiRadio, Stavanger Aftenblad, Sunnmørsposten, Telemark Avis, Tønsberg Blad, og Varden.

Tabell 27. Hvor NRK har mer dekning enn metropole medier

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
145	Nynorsk	Nynorsk	2677	759	3.85	0.16	3.69	2466
7	Nynorsk kommunepol.	Lokalpolitikk	1617	1477	2.33	0.30	2.02	765
154	Nynorsk fotball, Sogn	Fotball	514	514	0.74	0.11	0.63	699
38	Agder	Geografi	437	575	0.63	0.12	0.51	531
140	Nynorsk	Nynorsk	980	1391	1.41	0.29	1.12	492
159	Nord-Norge	Geografi	265	544	0.38	0.11	0.27	341
60	Veiforhold	Trafikk	1933	4052	2.78	0.83	1.95	333
83	Forsvaret, Nord-Norge	Politikk	431	1039	0.62	0.21	0.41	290
93	Grenland	Geografi	330	802	0.47	0.16	0.31	288
107	Skipsfart	Næringer	778	2053	1.12	0.42	0.70	265
71	Fiskerinæring	Næringer	330	936	0.47	0.19	0.28	246
28	Bergen, Hordaland	Geografi	308	914	.044	0.19	0.25	236
184	Vann, avløp, strøm	Infrastruktur	664	2054	0.95	0.42	0.53	226
92	Branner	Ulykker	1986	6205	0.95	0.42	0.53	226
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	10224	4.22	2.10	2.12	201

NRK n=46,996. Andre n=326,019.

Når NRKs nettnyheter sammenlignes med nettnyheterne fra norske byer, ser vi at NRKs distriktkarakter kommer tydeligere frem. Selv om man må anta at mediene i det større byene over hele Norge bidrar til at lokal/regionale anliggender blir gjenstand for journalistisk behandling, scorer NRK allikevel høyt på noen av de mest sentrale regionale tematikkene, deriblant skipsfart og fiskerinæring, forsvarsstrukturen i Nord-Norge, og kommunepolitikk på det nynorske språket (merk at enkeltvis sammenligning (for eksempel mellom NRK og Avisa Nordlys, NRK og Sunnmørsposten, etc.) antakelig hadde gitt et annet resultat – her er metro-avisene gruppert sammen, og grupperingen trekker ned utslaget som enkeltaviser kan ha hatt). Her ser vi også utslag på de geografiske temaene – tema som inneholder en rekke stedsnavn heller enn tematiske ord.

Tabell 28. Hvor metropole medier har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
199	Julekonserter	Kultur	101	2617	0.15	0.76	-0.62	19

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

187	Kamppreferat fotball	Fotball	284	8717	0.41	1.79	-1.38	23
39	Europa League	Fotball	126	3664	0.18	0.75	-0.57	24
157	Trenerbytte, fotball	Fotball	348	9704	0.50	2.00	-0.50	25
118	Premier League	Fotball	228	5959	0.33	1.23	-0.90	27
53	Fotballandslaget	Fotball	166	4159	0.24	0.86	-0.62	28
11	Trening	Livsstil	108	2632	0.16	0.54	-0.31	29
45	Alkoholhandel	Næringer	115	2777	0.17	0.57	-0.41	29
126	Kunstutstillinger	Kultur	116	2794	0.17	0.57	-0.41	29
17	Champions League	Fotball	152	3482	0.22	0.72	-0.50	31
42	Rosenborg	Fotball	161	3679	0.23	0.76	-0.53	31
141	Håndballandslaget	Sport	134	3009	0.19	0.62	-0.43	31
161	Fotball, Nord-Norge	Fotball	105	2313	0.15	0.48	-0.32	32
146	Jul	Livsstil	124	2637	0.18	0.54	-0.36	33
0	Fotball	Fotball	330	6404	0.47	1.32	-0.84	36
152	Konsertanmeldelser	Populærkultur	285	5166	0.41	1.06	-0.65	39
185	Fotball, kvinner	Fotball	163	2842	0.23	0.58	-0.35	40
65	Børsen	Markeder	115	1972	0.17	0.41	-0.24	41
117	NM fotball, herre	Fotball	188	3223	0.27	0.66	-0.39	41
4	Langrenn	Sport	212	3504	0.30	0.72	-0.42	42
96	Grasrotidrett	Sport	183	2881	0.26	0.59	-0.33	44
97	Amerikansk ishockey	Sport	131	2056	0.19	0.42	-0.23	45
69	Næringsliv	Økonomi	323	4813	0.46	0.99	-0.53	47
52	Fotball-VM	Fotball	134	1944	0.19	0.40	-0.21	48
190	Dansk fotball	Fotball	123	1781	0.18	0.37	-0.91	48
98	Historie	Kultur	287	4096	0.41	0.84	-0.43	49
182	Ishockey	Sport	232	3233	0.33	0.67	-0.33	50

NRK n=46,996. Andre n=326,019.

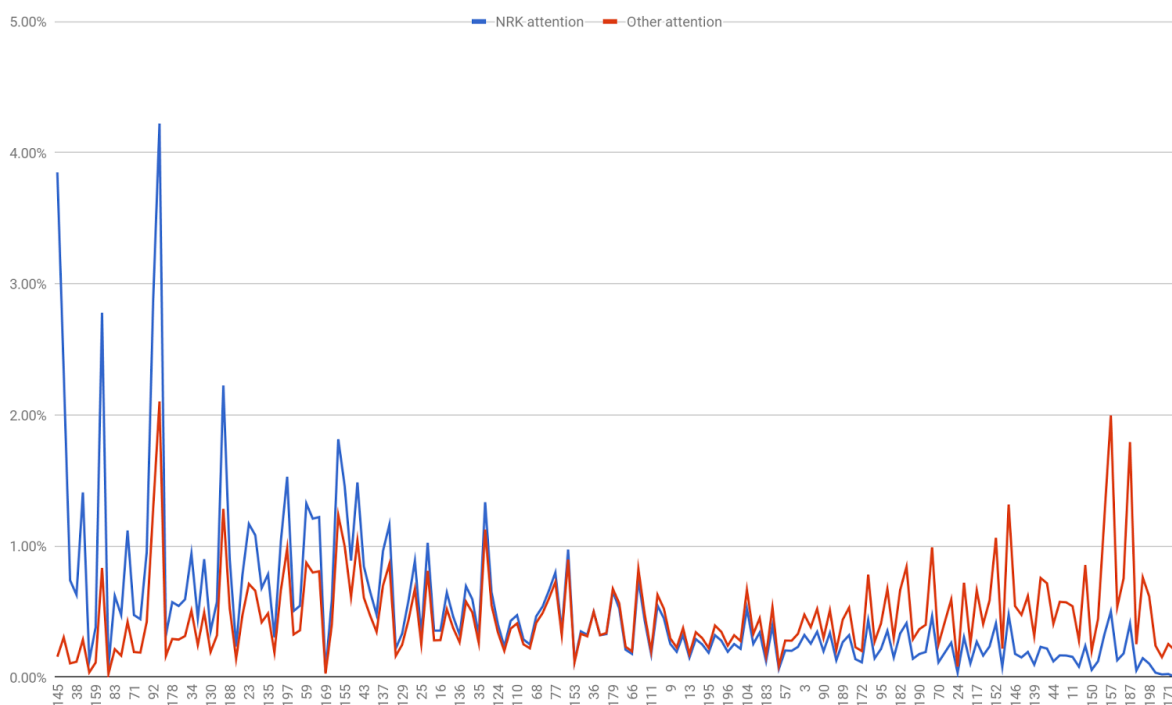
Her er det primært sporten som gir utslag. Igjen er dette et utfall av at avisene er gruppert sammen, heller enn sammenlignet hver for seg. Flere av disse by-avisene er dessuten konsern-eide medier, hvor mye av sportsstoffet ofte er syndikert.

Tabell 29. Hvor NRK og metropole medier er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
22	Luffart	Næringer	375	2379	0.54	0.49	0.05	110
131	Terror Tyrkia	Krig og terror	460	2922	0.66	0.60	0.06	110
77	Palestina, Afghanistan	Krig og terror	555	3528	0.80	0.73	0.07	110
170	Næringsliv	Økonomi	245	1567	0.35	0.32	0.03	109
29	Syria-konflikten	Krig og terror	677	4363	0.97	0.90	0.08	108
144	Barnehagesektor	Utdanning	243	1611	0.35	0.33	0.02	105
80	Organisert arbeidsliv	Arbeidsliv	225	1516	0.32	0.31	0.01	104
36	Kåringer, priser	Kultur	347	2425	0.50	0.50	0.00	100
181	Skole	Utdanning	233	1562	0.32	0.32	0.00	100
15	Nobels fredspris	Politikk	229	1640	0.33	0.34	-0.01	98
179	Brexit	Int.Politikk	455	3277	0.65	0.67	-0.02	97
112	Politiske valg	Politikk	365	2743	0.52	0.56	-0.04	93
116	Svindel	Økokrim	146	1130	0.21	0.23	-0.02	90
66	Kongehus, J. Bieber	Populærkultur	124	961	0.18	0.20	-0.02	90
115	Kommunebudsjett	Lokalpolitikk	298	2320	0.43	0.48	-0.05	90

NRK n=46,996. Andre n=326,019.

Her ser vi igjen hva som utgjør 'grunnfjellet' i den norske journalistikken. NRK er like opptatt av politikk, utenriks og sosiale spørsmål som aviser som kommer ut i de norske byene.



Figur 9. NRK sammenlignet med aviser med metropol distribusjon

8.3.3 NRK sammenlignet med medier med lokal distribusjon

De fleste mediene som inngår i LDA-analysen er lokale medier. Dette er fordi det norske medielandskapet består av flest lokalmedier. En fotnote³¹ viser en oversikt over hvilke dette gjelder.

Tabell 30. Hvor NRK har mer dekning enn lokalmedier

Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
38 Agder	Geografi	437	843	0.63	0.16	0.46	384

³¹ Ås Avis, Akershus Amtstidende, Altaposten, Åndalsnes Avis, Andøyposten, Arbeidets Rett, Aura Avis, Arendals Tidende, Åsane Tidende, Askøyværingen, Aust-Agder Blad, Avis Hemnes, Avisen Agder, Bladet Vesterålen, Bømlo-Nytt, Brønnøysund Avis, Bygdanytt, Bygdebladet Randaberg, Bygdeposten, Dalane Tidende, Demokraten, Dølen, Driva, Eidsvoll-Ullensaker Blad, Eikerbladet, Enebakk Avis, Fanaposten, Firda, Firdaposten, Fjell-Ljom, Fjordenes Tidende, Fjordingen, Fosnafolket, Framtid i Nord, Fremover, Gjengangeren, Gjesdalbuen, Grannar, Grimstad Adressetidende, Groruddalen, Hadeland, Halden Arbeiderblad, Hålogalands Avis, Hardanger Folkeblad, Harstad Tidende, Helgelands Blad, Helgelendingen, Hitra-Frøya, Hordaland Avis, iFinnmark, Indre Akershus Avis, Innherred Folkeblad, Jarlsberg Avis, Jærbladet, Kanalen, Kragerø Blad, Kyst og Fjord, Laagendalsposten, Lierposten, Lindesnes, Lofotposten, Lillesandsposten, Lokalavisa Nordsalten, Lyngdals Avis, Kvinnheringen, Malvikbladet, Midsiden, Mørenytt, Namdalsavisa, Nea Radio, Norddalen, Avis Nordhordland, Avis Nordre, Nordstrands Blad, Nye Troms, Opdalingen, Østlandets Blad, Østlendingen, Øyene, Porsgrunns Dagblad, Radio Folgefonn, Radio Haugaland, Radio Motor, Radio Salten, Radio Telemark P5, Rakkestad Avis, Rana Blad, Ringerikes Blad, Ringsaker Blad, Røyken og Hurum Avis, Sagat, Saltenposten, Sande Avis, Sandnesposten, Sikh-Radioen, Smaalenenes Avis, Sogn Avis, Solabladet, Avis Sørtrøndelag, Stjørdalens Blad, Strandbuen, Suldalsposten, Avisan Sunnhordland, Sunnmøringen, Sør-Varanger Avis, Svalbardposten, Svelviksposten, Telen, Tidens Krav, Troms Folkeblad, Trønderavisa, Trønderbladet, Tvedestrandsposten, Tysnes, Tysvær Bygdeblad, Vaksdalsposten, Avis Valdres, Vennesla Tidende, Vestby Avis, Vestnesavisa, Vestnytt, Vikebladet Vestposten.

60	Veiforhold	Trafikk	1933	4699	2.78	0.91	1.87	305
92	Branner	Ulykker	1986	5603	2.86	1.09	1.77	263
28	Bergen, Hordaland	Geografi	308	879	0.44	0.17	0.27	260
21	Krekar	Int. Politikk	413	1305	0.59	0.25	0.34	235
93	Grenland	Geografi	330	1055	0.47	0.20	0.27	232
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	9522	4.22	1.85	2.83	229
145	Nynorsk	Nynorsk	2677	9099	3.85	1.76	2.08	218
1	Medier	Medier	162	555	0.23	0.11	0.13	216
164	På TV	Medier	415	1450	0.60	0.28	0.32	212
23	Søk, savnede personer	Ulykker	813	2939	1.17	0.57	0.60	205
31	Paris-terror	Krig og terror	719	2628	1.03	0.51	0.51	203
147	Seksuelle overgrep	Krim	546	2003	0.79	0.39	0.40	202
59	Drap	Krim	921	3412	1.32	0.55	0.55	200

NRK n=46,996. Andre n=337,737.

Det er interessant å merke seg at nrk.no ikke gjør særlig utslag på internasjonale nyheter i sammenligningen med lokalmedier – som generelt sett har lite utenriksstoff. I stedet viser oversikten at nrk.no har mer trafikk og ulykker enn det lokalavisene har. Dette gjenspeiler forskjeller i ressurser og nett-satsing, hvor NRK har en hyppigere publiseringsfrekvens enn lokalavisene. Her gir også drap utslag – et signal om forskjellene mellom lokale nyhetsfokus og en nasjonal/internasjonalt nyhetsagenda.

Tabell 31. Hvor lokalmedier har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
199	Julekonserter	Kultur	101	5278	0.15	1.02	-0.88	14
96	Grasrotidrett	Sport	183	5636	0.26	1.09	-0.83	24
45	Alkoholhandel	Næringsliv	115	3385	0.17	0.66	-0.49	25
146	Jul	Hverdagsliv	124	3139	0.18	0.61	-0.43	29
0	Fotball	Fotball	330	6821	0.47	1.32	-0.85	36
69	Næringsliv	Økonomi	323	6671	0.46	1.29	-0.83	36
187	Kampreferat fotball	Fotball	284	5852	0.41	1.13	-0.73	36
126	Kunstutstillinger	Kultur	116	2265	0.17	0.44	-0.27	38

189	Næringsliv	Økonomi	186	3489	0.27	0.68	-0.41	40
78	Frivillighet	Livsstil	235	4229	0.34	0.82	-0.48	41
11	Trening	Livsstil	108	1900	0.16	0.37	-0.21	42
160	Reguleringsplaner	Politikk	241	4145	0.35	0.80	-0.46	43
188	Premier League	Fotball	228	3825	0.33	0.74	-0.41	44
17	Champions League	Fotball	152	2537	0.22	0.49	-0.27	44
155	Voldskriminalitet	Krim	298	4867	0.43	0.94	-0.52	45
152	Konsertanmeldelser	Populærkultur	285	4650	0.41	0.90	-0.49	45
177	Julehandel	Livsstil	100	1593	0.14	0.31	-0.17	47
141	Håndballandslaget	Sport	134	2071	0.19	0.40	-0.21	48
157	Fotball, trenerbytte	Fotball	348	5362	0.50	1.04	-0.54	48
104	Byggesaker	Forvaltning	364	5591	0.52	1.08	-0.56	48
65	Børsen	Markeder	115	1739	0.17	0.34	-0.17	49
97	Amerikansk ishockey	Sport	131	1955	0.19	0.38	-0.19	50
4	Langrenn	Sport	212	3128	0.30	0.61	-0.30	50

NRK n=46,996. Andre n=337,737.

Tabellen som viser hva lokalmediene har mer av enn nrk.no gir et godt bilde av hva norsk lokaljournalistikk handler om. Lokalmediene dekker lokalt næringsliv, lokale kulturarrangementer, lokal infrastruktur og er tettere på folks hverdagsliv enn det medier med metropole eller nasjonale arenaer har. Her spiller lokalavisene en viktig rolle, særlig når det gjelder å være tett på lokalsamfunnet, og når det gjelder å gi folk informasjon om hva som skjer i nærmiljøet.

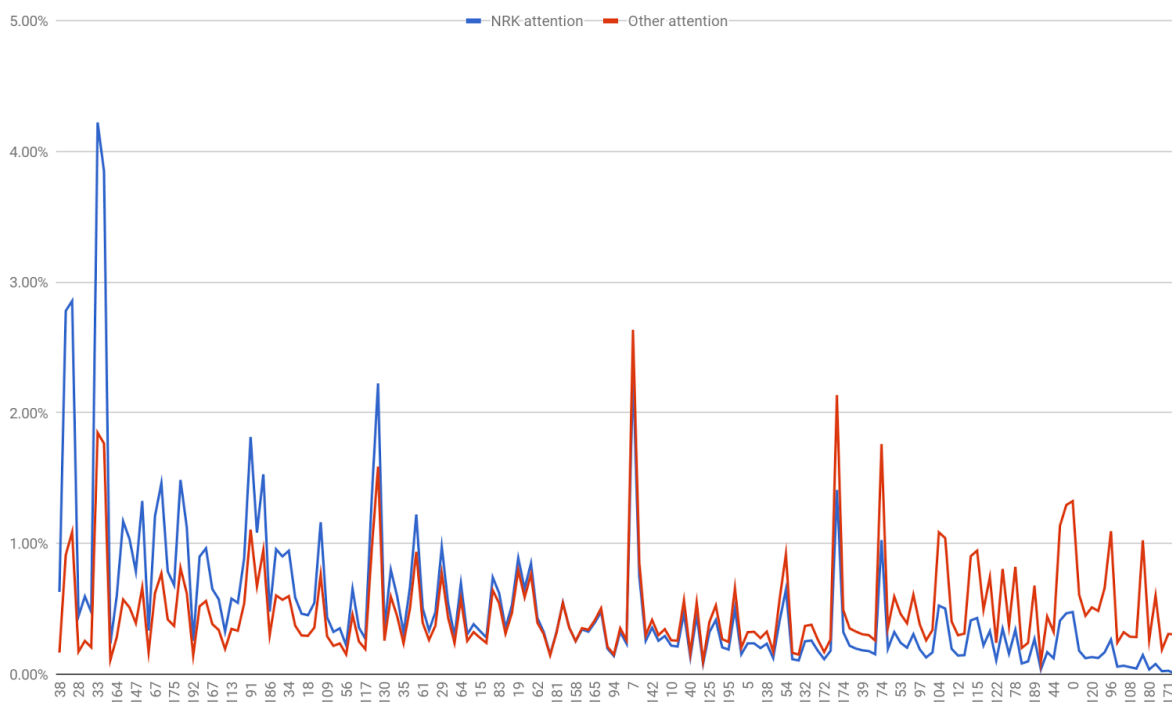
Tabell 32. Hvor NRK og lokalmedier har like mye dekning

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
62	Olje og energi	Nøringer	299	2025	0.43	0.39	0.04	109
102	Film og kino	Populærkultur	223	1572	0.32	0.30	0.02	105
13	USA Cuba/Rusland	Int.Politikk	104	735	0.15	0.14	0.01	105
181	Skole	Utdanning	223	1626	0.32	0.32	0.01	102
103	FN	Int.Politikk	380	2801	0.55	0.54	0.00	101
16	Husdyrhold	Livsstil	247	1828	0.36	0.35	0.00	100

158	Ringerike	Geografi	174	1301	0.25	0.25	0.00	99
173	Psykisk helse	Helsesektor	237	1807	0.34	0.35	-0.01	97
80	Organisert arbeidsliv	Arbeidsliv	225	1744	0.32	0.34	-0.01	96
165	Alpin	Sport	273	2117	0.39	0.41	-0.02	96
71	Fiskerinæring	Næringer	330	2594	0.47	0.50	-0.03	94
196	Børsen	Markeder	135	1076	0.19	0.21	-0.01	93
3	FIFA-skandalen	Økokrim	224	1807	0.32	0.35	-0.03	92

NRK n=46,996. Andre n=337,737.

Også sammenligningen mellom lokale medier og NRK viser at mediene har likt fokus på saker med høy vesentlighetsgrad innen næringsliv, helse og skole. Av Figur 10 ser vi dessuten at det er større likheter mellom NRK og lokalmediene enn det er mellom NRK og riksmidene (Figur 8). Faktisk ser vi av figurene 8, 9 og 10, at NRK ligner mer på lokalavisene enn de gjør på mediene med metropol eller nasjonal distribusjon. Dette gjenspeiler NRKs regionale plattform.



Figur 10. NRK sammenlignet med lokalmedier

Oppsummering distribusjon

NRKs oppdrag er å være 'noe for alle'. Samtidig skal rikskringkasteren ha en bred forankring i hele landet. Sammenlignet med riksdekkende nyhetsmedier ser vi tydelig at det lokal/regionale fokuset på nrk.no-plattformen kommer til syne. Samtidig tydeliggjør denne sammenligningen ulikhetene mellom NRK og riksmidene – hvor nisjeavisene og riksavisenes kommersielle grunnlag blir tydelige. Byavisenes kommersielle grunnlag kommer også til syne i sammenligningen med NRK, særlig syndikeringen av sportsinnhold konsernene. NRKs dekning av viktige næringspolitiske sektorer i

regionene viser seg også i denne analysen. Vi så av den manuelle innholdsanalysen at NRK Hordaland hadde et bredere regionalfokus enn regionavisen Bergens Tidende. På lokalt plan ser vi at lokalavisene er 'nærmere' folks hverdagsliv enn det NRK er. Her blir heller NRKs digitale ressurser synlige. NRK har mer hendelsesnyheter på nett enn det lokalavisene har. Heller enn å dekke julekonserter i små grender handler NRKs distriktsdekning om oppdateringer som fådagersavisene sjelden bryr seg med.

Som konkurrenter til riks-, metro- og lokalmedier viser denne sammenligningen at NRK verken legger seg inntil nisjemediene, forstyrrer de kommersielle medienes sports-, forbruker- og økonomi-fokus, eller konkurrerer med lokalavisene om å dekke de lokale kulturbegivenhetene. Det norske medielandskapet er en blanding av ulike medieprofiler som dekker ulike lesergrupper og tematikker. Nisjeavisene har et synlig gjennomslag på riksplan, lokalmediene er nær på grasrota, og NRK er nær distriktene. De kommersielle populærmediene fremhever forbruker- og underholdningsperspektivet.

Nå er det viktig å huske på at vi her analyserer nettutgavene til disse mediene. Selv om riksmediene og Amedia-avisene ser ut til å prioritere generelle sportsnyheter på sine nettsider er det ikke dermed sagt at ikke papirutgaven er tettere på lokalt næringsliv og politikk. NRKs oppdrag er å tilgjengeliggjøre alt innhold på nettet. Da blir også dette mer mangfoldig enn det nettinholdet til en kommersiell avis gjør, gitt at denne både ønsker å tiltrekke seg lesere på nett, og samtidig ønsker å tilføre papir-abonnten verdi ved å forbeholde bakgrunnsstoffet til papirutgaven.

8.4 NRK sammenlignet med medier under ulike konserneierskap

NRK ble sammenlignet med 7 ulike eierskapsvariabler, inkludert Amedia, Schibsted, Polaris, Mentor Medier, MTG, Egmont og NHST. Denne analysen tjener først og fremst til å illustrere hva andre medier bidrar med til mediemangfoldet, som NRK ikke selv dekker i stor grad. Vi ser av denne analysen at både Dagens Næringsliv, Morgenbladet, Dagsavisen og Vårt Land bidrar til å utfylle mangfoldsrommet i det norske journalistiske landskapet.

8.4.1 NRK sammenlignet med NHST

Sammenligningen omfatter Dagens Næringsliv og Morgenbladet.

Tabell 33. Hvor NHST har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
196	Børsen	Markeder	135	1872	0.19	8.13	-7.94	2
65	Børsen	Markeder	115	1054	0.17	4.58	-4.41	4
121	Økonomi	Økonomi	177	1430	0.25	6.21	-5.96	4
170	Næringsliv	Økonomi	245	952	0.35	4.13	-3.78	9
98	Historie	Kultur	287	778	0.41	3.38	-2.97	12
95	Boligmarkedet	Markeder	150	379	0.22	1.65	-1.43	13
25	Telenor/Vimpelcom	Økokrim	224	486	0.32	2.11	-1.79	15

85	Litteratur	Kultur	178	364	0.26	1.58	-1.32	16
138	Statsbudsjettet	Politikk	161	271	0.23	1.18	-0.95	20
110	Oljenæring	Næring	329	539	0.47	2.34	-1.87	20
1	Medier	Medier	162	259	0.23	1.12	-0.89	21
87	Universitetssektoren	Utdanning	201	255	0.29	1.11	-0.82	26
195	Personlig økonomi	Økonomi	130	163	0.19	0.71	-0.52	26
126	Kunstutstillinger	Kultur	116	132	0.17	0.57	-0.41	29
80	Organisert arbeidsliv	Arbeidsliv	225	203	0.32	0.88	-0.56	37
134	Internasjonal politikk	Int.Politikk	452	401	0.65	1.74	-1.09	37
62	Olje og energi	Næring	299	262	0.43	1.14	-0.71	38
69	Næringsliv	Næring	323	278	0.46	1.21	-0.74	38
189	Næringsliv	Næring	186	156	0.27	0.68	-0.41	39
68	Ansettelse	Næring	323	266	0.46	1.16	-0.69	40
45	Alkoholhandel	Næring	115	88	0.17	0.38	-0.22	43
179	Brexit	Int.Politikk	255	345	0.65	1.50	-0.84	44
64	Politikk	Politikk	483	351	0.69	1.52	-0.83	46
35	Sør-øst Asia	Int.Politikk	219	159	0.31	0.69	-0.38	46
22	Luffart	Næring	375	272	0.54	1.18	-0.64	46
148	Amerikansk valg	Int.Politikk	928	630	1.33	2.74	-1.40	49

NRK n=46,996. Andre n=14,775.

Det er relativt mange tema hvor NHST-avisene scorer dobbelt så høyt som NRK. Når Morgenbladet og Dagens Næringsliv fremviser denne graden av forskjellighet fra det vi kan omtale som 'midten' av norsk medielandskap, sier det noe om i hvilken grad disse to avisene bidrar til innholdsmangfoldet i norsk journalistikk. Profilene til begge avisene viser seg tydelig her – både DNS fokus på økonomi og næring, og Morgenbladets litteratur og historie-fokus, er synlig her.

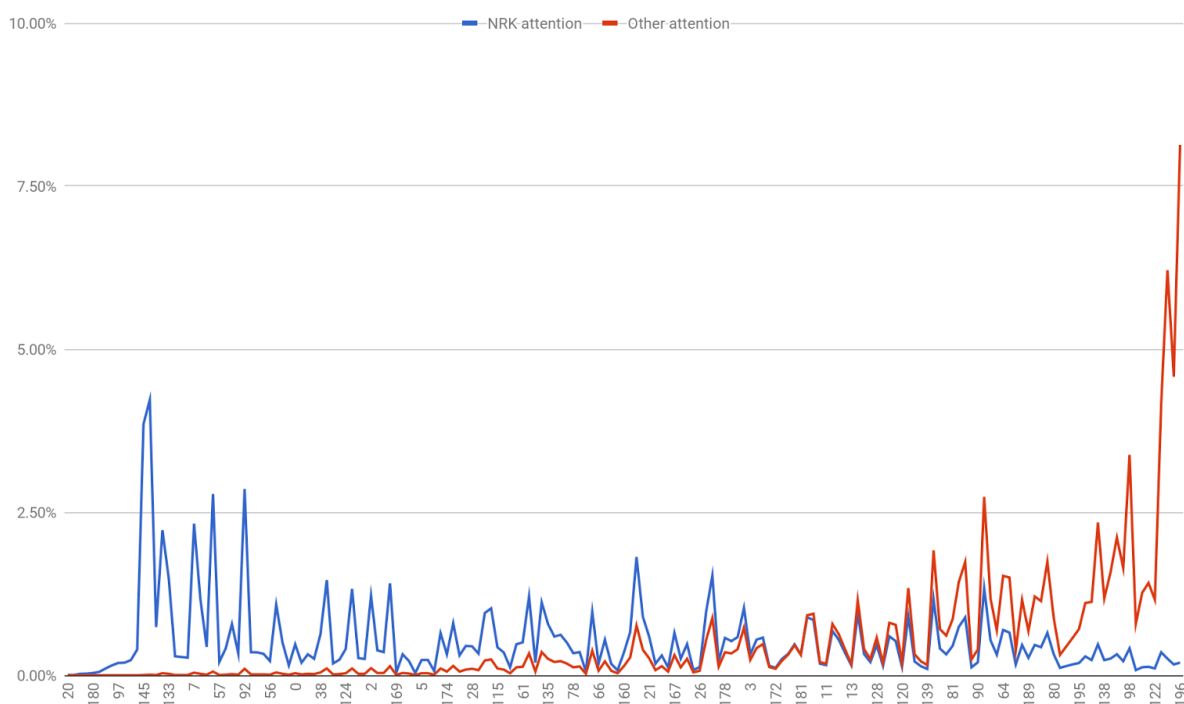
Tabell 34. Hvor NRK og NHST er likest

Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.	
71	Fiskerinæring	Næring	330	106	0.47	0.46	0.01	103
166	Russland	Int.Politikk	618	212	0.89	0.92	-0.03	97
43	Stortingsvalget	Politikk	589	217	0.85	0.94	-0.10	90

NRK n=46,996. Andre n=14,775.

Det er relativt få tema hvor NRK overlapper med NHST-avisene. Dels er dette fordi få av dem faktisk kan sammenlignes. Men det faktum at de ikke kan sammenlignes (det må være over 100 dokumenter på et tema for at de forsvarlig kan sammenlignes), sier også noe om graden av forskjellighet. Så langt har alle analysene av hvor NRK er likest andre medier fremvist det norske journalistiske 'grunnfjellet' – vesentlige tema som alle er opptatt av. Så også her, med sentrale næringer og politiske prosesser som fellestema.

Figur 11 illustrerer også at det er større forskjell mellom NRK og disse to avisene enn det er mellom NRK og andre konstellasjoner vi har sammenlignet til nå. Nisjeavisene spiller altså en klar rolle i å utvide det norske mangfoldsrommet.



Figur 11. NRK sammenlignet med NHST-avisene

8.4.2 NRK sammenlignet med Mentor Medier

Avisene i Mentor Medier omfatter Dagsavisen, Rogalands Avis og Vårt Land.

Tabell 35. Hvor Mentor Medier har mer dekning enn NRK

Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.	
9	Kristendom	Livsstil	177	520	0.25	5.51	-5.26	5
98	Historie	Kultur	287	783	0.41	8.30	-7.89	5

152	Konsertanmeldelser	Kultur	285	230	0.41	2.44	-2.03	17
102	Scene, teater	Kultur	233	176	0.32	1.87	-1.54	17
85	Litteratur	Kultur	178	132	0.26	1.40	-1.14	18
69	Næringsliv	Økonomi	323	162	0.46	1.72	-1.25	27
182	Ishockey	Sport	232	106	0.33	1.12	-0.79	30
113	Trafikk, Oslo	Trafikk	401	165	0.58	1.75	-1.17	33
63	Regjeringen	Politikk	808	261	1.16	2.77	-1.60	42
64	Politikk	Politikk	483	141	0.69	1.49	-0.80	46
43	Stortingsvalget	Politikk	589	170	0.85	1.80	-0.95	47

NRK n=46,996. Andre n=5,486.

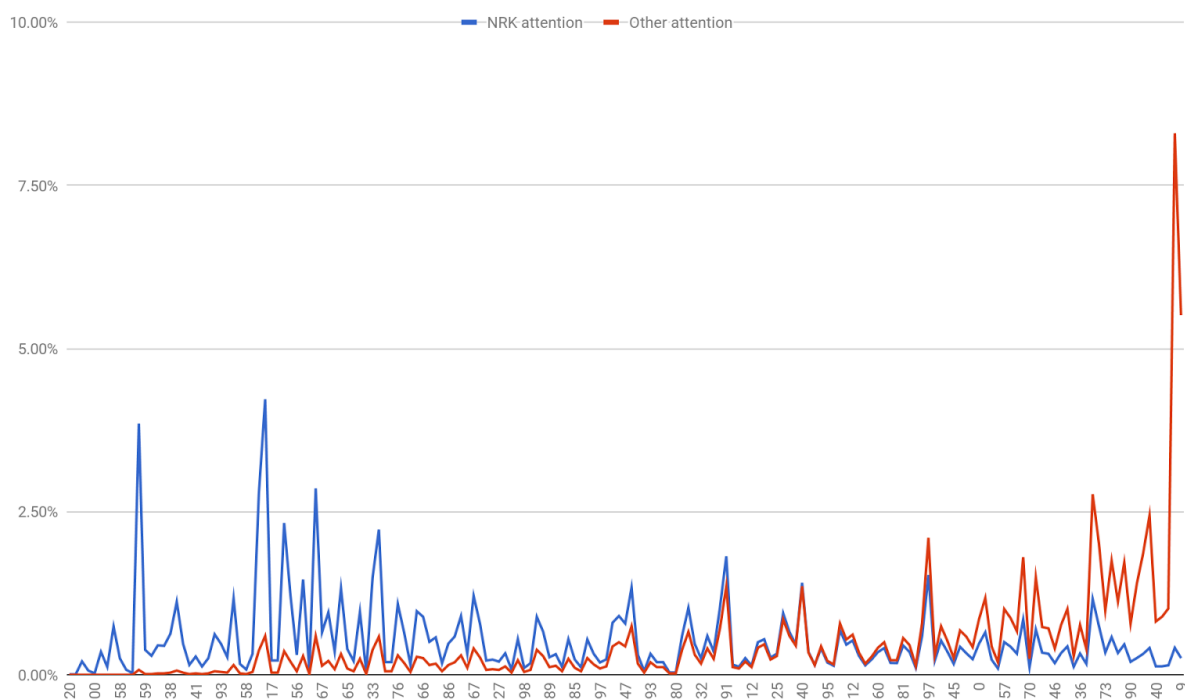
Kulturprofilen til Dagsavisen, og Vårt Lands kristne fundament, er tydelig når vi sammenligner Mentor Medier-avisene med NRK. Også den politiske journalistikken i disse avisene gjør et utslag her. Igjen ser vi hvilket utslag nisjeavisene gir i en nasjonal kontekst.

Tabell 36. Hvor NRK og Mentor Medier er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
140	Nynorsk	Nynorsk	980	128	1.41	1.36	0.05	104

NRK n=46,996. Andre n=5,486.

Det eneste sammenlignbare temaet hvor NRK og Mentor Medier-avisene har lik dekning, er ett av nynorsk-temaene. Her skal vi merke oss at det er tre distinkte nynorsk-temaer i analysen, samt ett fotballtema som er på nynorsk, og ett kommunepolitikk-tema som er på nynorsk. Igjen viser Figur 12 at nisjeavisene er mer ulike NRK enn andre medier. Som i Figur 11 ser vi at det er mange tema NRK representerer som nisjeavisene har relativt lite av. Dette er heller ikke forventet, ettersom nisjeavisene gjerne har klare profiler. Til gjengjeld har nisjeavisene innhold som ingen andre har, og som bidrar til å øke mangfoldet i norsk medielandskap.



Figur 12. NRK sammenlignet med Mentor Medier

8.4.3 NRK sammenlignet med MTG

MTG-mediene som er inkludert i analysen er nyhets- og aktualitetsnettsidene til P4, P5 (Østfold), og Radio Telemark P5³².

Tabell 37. Hvor MTG har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
81	Skole	Utdanning	312	203	0.45	1.93	-1.49	23
25	Telenor/Vimpelcom	Økokrim	224	121	0.32	1.15	-0.83	28
197	Syriske flyktninger	Politikk	1063	414	1.53	3.94	-2.42	39
21	Krekar	Politikk	413	138	0.59	1.31	-0.72	45
31	Paris-terror	Krig og terror	719	240	1.03	2.29	-1.25	45
147	Seksuelle overgrep	Krim	546	177	0.79	1.69	-0.90	47
64	Politikk	Politikk	483	153	0.69	1.46	-0.76	48

NRK n=46,996. Andre n=6,921.

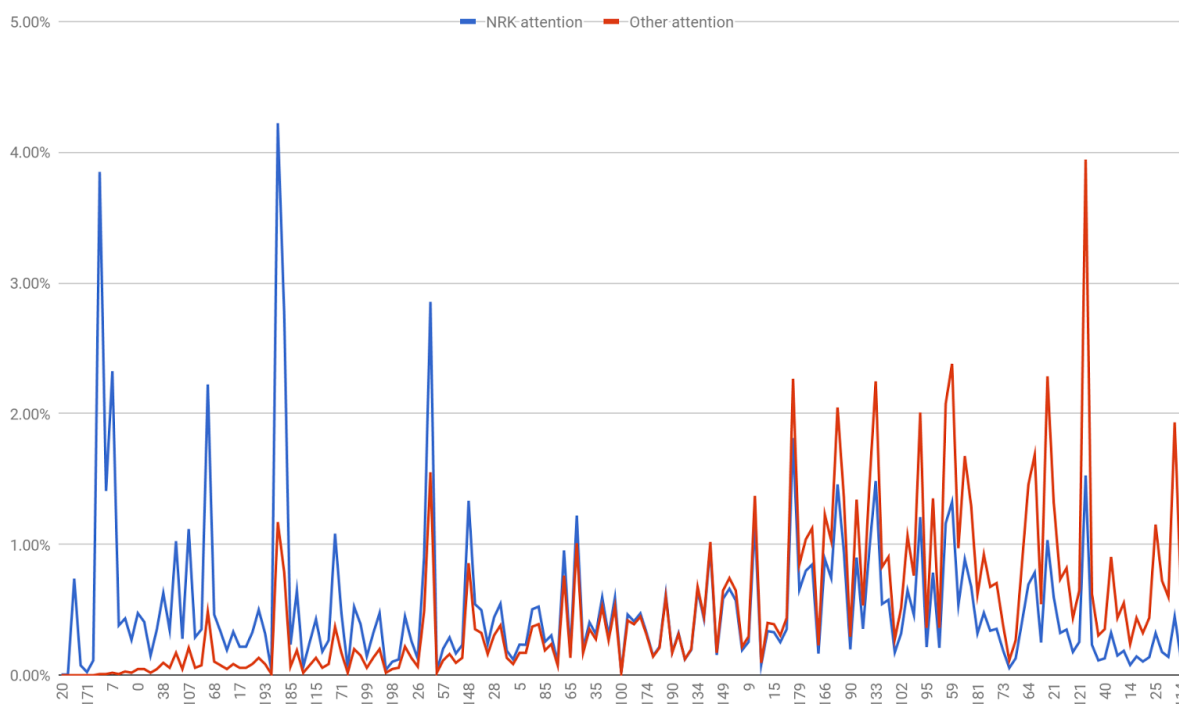
³² Da radiomediene ble valgt ut for analyse, ble utvalget avgrenset til radiokanaler som har nettsider som inneholder nyheter og aktualiteter. Det er over 400 radiokanaler i Norge. Kun rundt 20 av disse har nyheter og aktualiteter. Noen av disse er inkludert i denne analysen.

Det interessante å merke seg her er at innhold som ligger på MTGs nettsider (både rene nyhetssaker og klipp fra programmer) ser ut til å reflektere nyhetsverdier som ligger i skandale/krise/konflikt-landskapet. De fleste av disse temaene har politiske tilsnitt, men det handler om krim, terror, flyktninger og seksuelle overgrep. Utenriks, særlig plutselige hendelser som ofte oppdateres, er også til stede. Radio-kanalene hadde mer om terroren i Paris enn NRK, mens de hadde like mye fokus på Syria-konflikten. Figur 13 viser at radiokanalene er likere NRK enn nisjeavisene. Dette henviser til kanalenes generelle nyhetsfokus, samt at det gjenspeiler P4s status som allmennkringkaster. Dette er den eneste sammenligningen hvor dette krise-fokuset kommer til syne. På denne måten bidrar MTG-kanalene til mangfoldet i det norske medielandskapet.

Tabell 38. Hvor NRK og MTG er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
29	Syria-konflikten	Int.Politikk	677	107	0.97	1.02	-0.05	96

NRK n=46,996. Andre n=6,921.



Figur 13. NRK sammenlignet med MTG

8.4.4 NRK sammenlignet med Polaris-avisene

Analysen omfatter Adresseavisa, Åndalsnes Avis, Andøyposten, Brønnøysund Avis, Driva, Fosnafolket, Fjordenes Tidende, Fjordingen, Framtid i Nord, Harstad Tidende, Hitra-Frøya, Innherred, iTromsø, Møre-nytt, Romsdals Budstikke, Sunnmørsposten, Sunnmøringen, Avisa Sør- Trøndelag, Trønderbladet, Troms Folkeblad, og Vikebladet Vestposten.

Tabell 39. Hvor Polaris-avisene har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
187	Kamppreferat fotball	Fotball	284	7878	0.41	2.19	-1.78	19
188	Premier League	Fotball	228	5995	0.33	1.67	-1.34	20
17	Champions League	Fotball	152	3593	0.22	1.00	-0.78	22
39	Europa League	Fotball	126	2949	0.18	0.82	-0.64	22
53	Fotballandslaget	Fotball	166	3743	0.24	1.04	-0.80	23
65	Børsen	Markeder	115	2444	0.17	0.68	-0.51	24
141	Håndballandslaget	Sport	134	2695	0.19	0.75	-0.56	26
157	Fotball, trenerbytte	Fotball	348	6311	0.50	1.75	-1.25	29
42	Rosenborg	Fotball	161	2768	0.23	0.77	-0.54	30
97	Amerikansk ishockey	Sport	131	2212	0.19	0.61	-0.43	31
11	Trening	Livsstil	108	1752	0.16	0.49	-0.33	32
4	Langrenn	Sport	212	3325	0.30	0.92	-0.62	33
185	Fotball, kvinner	Fotball	163	2480	0.23	0.69	-0.45	34
161	Fotball, Nord-Norge	Fotball	105	823	0.15	0.43	-0.28	35
190	Dansk fotball	Fotball	123	1756	0.18	0.49	-0.31	36
52	Fotball-VM	Fotball	134	1667	0.19	0.46	-0.27	42
199	Julekonserter	Populærkultur	101	1254	0.15	0.35	-0.20	42
193	Sykling, rally, tennis	Sport	223	2595	0.32	0.72	-0.40	44
3	FIFA-skandalen	Økokrim	224	2405	0.32	0.67	-0.35	48
10	Golf	Sport	151	1132	0.22	0.44	-0.22	49
177	Julehandel	Livsstil	188	1966	0.27	0.55	-0.28	50

NRK n=46,996. Andre n=239,975.

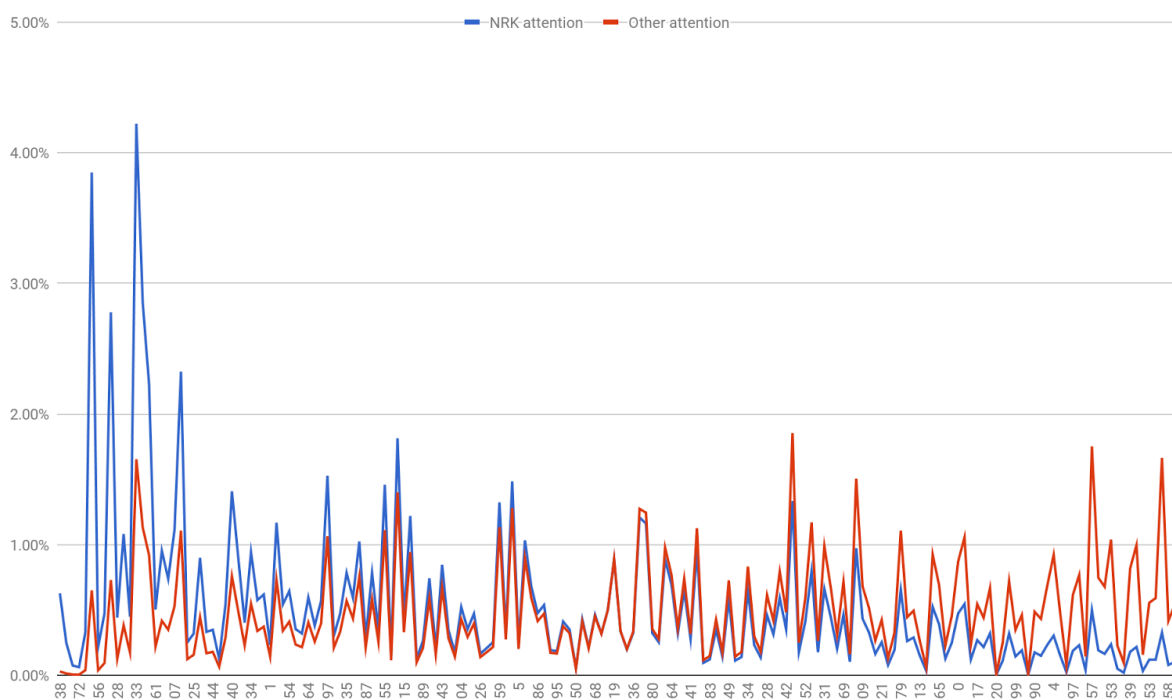
Polarisavisenes differensiering fra NRK slår nesten utelukkende ut på sport. Ettersom flere av Polaris-avisene også er inkludert i metro- og lokalavis-sammenligningene, er det sannsynlig at sporten slår ut her fordi dette stoffet antakelig er syndikert, og at de samme sakene ofte forekommer i alle avisene i konsernet. Igjen må det understrekes at det er nettet vi ser på her, og at en analyse av papirutgavene til disse avisene muligens hadde gitt andre resultater.

Tabell 40. Hvor NRK og Polaris er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
98	Historie	Kultur	287	1355	0.41	0.38	0.04	110
170	Næringsliv	Økonomi	245	1163	0.35	0.32	0.03	109
62	Olje og energi	Næringer	299	1485	0.43	0.41	0.02	104
95	Boligmarked	Markeder	150	749	0.22	0.21	0.01	104
68	Ansettelse	Økonomi	323	1626	0.46	0.45	0.01	103
102	Film og kino	Populærkultur	233	1150	0.32	0.32	0.00	100
36	Kåringer, priser	Kultur	347	1798	0.50	0.50	0.00	100
19	Arbeidsmarkedet	Sos.spørsmål	617	3204	0.89	0.89	0.00	100
78	Frivillighet	Livsstil	235	1227	0.34	0.34	0.00	99
90	Turistnæring	Næringer	138	729	0.20	0.20	0.00	98
136	Seksuelle overgrep	Krim	226	1213	0.32	0.34	-0.01	96
67	Terror Tyskland	Krig og terror	841	4589	1.21	1.27	-0.07	95
63	Regjeringen	Politikk	808	4484	1.16	1.25	-0.08	93
80	Organisert arbeidsliv	Arbeidsliv	225	1278	0.32	0.36	-0.03	91
9	Kristendom	Livsstil	177	1009	0.25	0.28	-0.03	91
166	Russland	Int.Politikk	618	3525	0.89	0.98	-0.09	91
64	Politikk	Politikk	483	2774	0.69	0.77	-0.08	90

NRK n=46,996. Andre n=239,975.

Likhetsanalysen viser imidlertid det samme som foregående analyser, at nyhetsmediene i Norge har det samme fokuset på kjerneområdene i nyhetsjournalistikken. Dette er de rene nyhetene som alle journalistiske redaksjoner skal dekke. Dette er ikke tema som slår ut når vi er ute etter å finne ut hva det er mest og minst av. Det er altså når vi undersøker hvor like mediene er at flere av kjerneområdene i medienes samfunnsoppdrag dukker opp.



Figur 14. NRK sammenlignet med Polaris

8.4.5 NRK sammenlignet med Schibsteds regionaviser

Her har vi sett på Schibsteds tidligere 'bredformat'-aviser, altså regionavisene, som omfatter Aftenposten (inkludert nettsiden til Aftenposten Innsikt), Bergens Tidende, Fædrelandsvennen, og Stavanger Aftenblad.

Tabell 41. Hvor NRK har mer dekning enn Schibsteds regionaviser

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
145	Nynorsk	Nynorsk	2677	492	3.85	0.49	3.36	783
83	Forsvaret, Nord-Norge	Politikk	431	144	0.62	0.14	0.48	431
60	Veiforhold	Trafikk	1933	696	2.78	0.70	2.08	400
154	Nynorsk fotball	Fotball	514	200	0.74	0.20	0.54	370
61	Helse	Helsesektor	351	144	0.50	0.14	0.36	351
7	Nynorsk kommunepol.	Lokalpolitikk	1617	679	2.33	0.68	1.65	343
92	Branner	Ulykker	1986	968	2.86	0.97	1.89	295
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	1433	4.22	1.43	2.79	295

125	Jakt	Livsstil	223	110	0.32	0.11	0.21	292
156	Ulv	Politikk	211	105	0.30	0.10	0.20	289
184	Vann, avløp, strøm	Infrastruktur	664	333	0.95	0.33	0.62	287
107	Skipsfart	Næringer	778	396	1.12	0.40	0.72	283
176	Tyveri	Krim	853	432	1.08	0.43	0.65	251
82	Forseelser	Krim	1547	891	2.22	0.89	1.33	250
71	Fiskerinæring	Næringer	330	199	0.47	0.20	0.28	239
188	Forsinkelser	Trafikk	625	394	0.90	0.39	0.50	228
137	Naturkatastrofer	Ulykker	669	460	0.96	0.46	0.50	209
67	Terror Tyskland	Krig og terror	841	579	1.21	0.58	0.63	209

NRK n=46,996. Andre n=49,393.

Igjen ser vi utslag av NRKs region-dekning. Region-næringene dukker samtidig opp her – skipsfart og fiskerinæring. I tillegg er jakt og ulv tema som skiller seg ut. Det samme er forsvaret. Også helse-sektoren utenfor de store byene får oppmerksomhet. NRK dekker altså distriktshensyn som regionavisene har relativt lite av. Men ulykker, krim og trafikk er det også mye av.

Tabell 42. Hvor Schibsted-avisene har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
118	Premier League	Fotball	228	1965	0.00	1.96	-1.64	17
187	Kamppreferat fotball	Fotball	284	2402	0.41	2.40	-1.99	17
157	Fotball, trenerbytte	Fotball	348	2591	0.50	2.59	-2.09	19
141	Håndballandslaget	Sport	134	983	0.19	0.98	-0.79	20
177	NM herrefotball	Fotball	188	1022	0.27	1.02	-0.75	26
185	Fotball, kvinner	Fotball	163	848	0.23	0.85	-0.61	28
161	Fotball, Nord-Norge	Fotball	105	517	0.15	0.52	-0.37	29
196	Børsen	Markeder	135	593	0.19	0.59	-0.40	33
190	Dansk fotball	Fotball	123	501	0.18	0.50	-0.32	35
173	Psykisk helse	Helsesektor	237	921	0.34	0.92	-0.58	37
121	Økonomi	Økonomi	177	681	0.25	0.68	-0.43	37
142	Obosligen	Fotball	246	835	0.35	0.83	-0.48	42

105	Farmen	Medier	105	341	0.15	0.34	-0.19	44
109	Eliteserien, fotball	Fotball	302	968	0.43	0.97	-0.53	45
146	Jul	Livsstil	124	387	0.18	0.39	-0.21	46
152	Konsertanmeldelser	Populærkultur	285	859	0.41	0.86	-0.45	48
182	Ishockey	Sport	232	684	0.33	0.68	-0.35	49
102	Film og kino	Populærkultur	223	639	0.32	0.64	-0.32	50

NRK n=46,996. Andre n=49,393.

Schibsteds regionaviser har et betydelig bredere fokus på fotball enn det det NRK har. Schibsted-avisene befinner seg alle i byer med store fotballag, og lokallagene utgjør godt lesestoff. Psykisk helse får et gjennomslag her, og det samme får kulturfelt som film, kino og konserter, men utover dette kultursegmentet er Schibstedavisene mest differensiert med tanke på dekning av norsk, engelsk og dansk fotball. Schibstedavisene er også flinkere enn NRK til å dekke kvinnefotball.

Generelt sett er påfallende i hvor stor grad fotball slår ut når NRK sammenlignes med kommersielle, konserneide aktører. Mange av disse har livestrømmer som antakelig gjør et utslag her. Samtidig er det sannsynlig at fotballsaker, særlig fra Premier League, utgjør klikkvinnere, og at denne mindre kostnadskrevenne formen for journalistikk derfor prioriteres på nett. Det er ikke dermed sagt at Schibstedavisene prioriterer sitt sports-søkende publikum i større grad enn en gjør andre publikum med interesser, men de prioriterer dem høyere enn det NRK gjør.

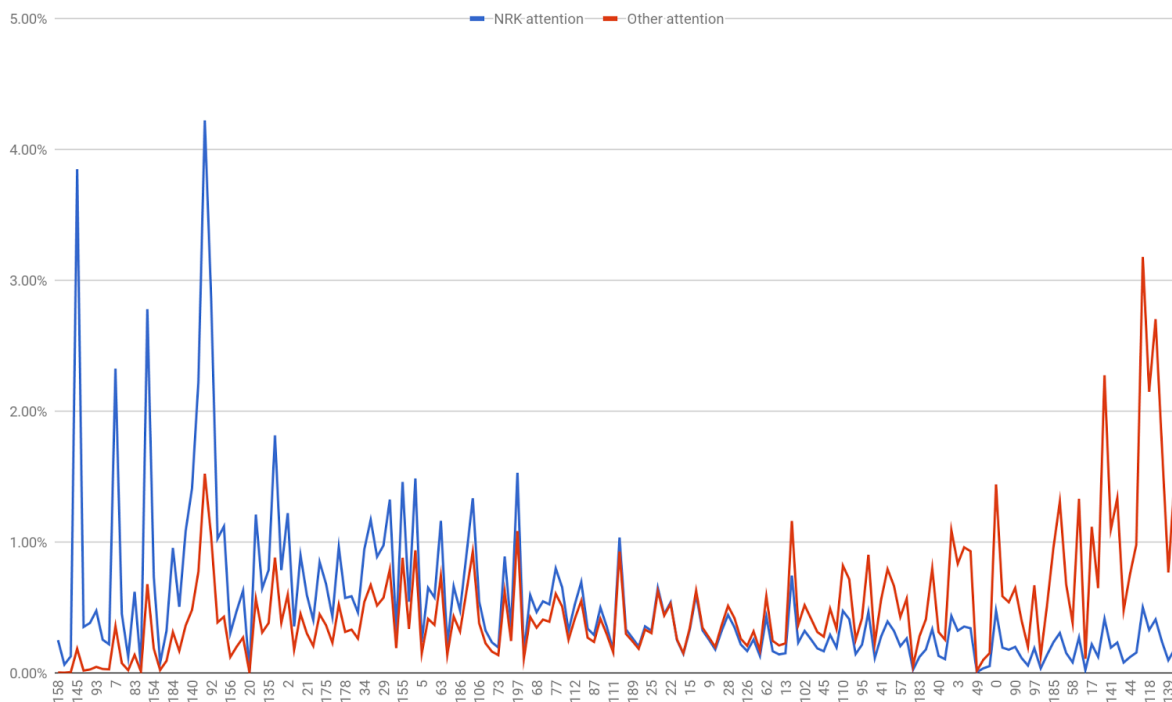
Tabell 43. Hvor NRK og Schibsted regionaviser er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
15	Nobels fredspris	Politikk	229	299	0.33	0.30	0.03	110
81	Statistikk	Statistikk	312	408	0.45	0.41	0.04	110
22	Luffart	Næringer	275	362	0.54	0.51	0.03	106
134	Internasjonal politikk	Int.politikk	452	616	0.65	0.62	0.03	106
132	Svensk fotball	Fotball	174	242	0.25	0.34	0.01	103
163	Sosial medier	Medier	262	873	0.90	0.87	0.03	103
78	Frivillighet	Livsstil	235	333	0.34	0.33	0.01	102
164	På TV	Medier	415	604	0.60	0.60	-0.01	99
9	Kristendom	Livsstil	177	260	0.25	0.26	-0.01	98
189	Næringsliv	Økonomi	186	284	0.27	0.28	-0.02	94
1	Medier	Medier	162	250	0.23	0.25	-0.02	93
144	Barnehagesektor	Utdanning	243	380	0.35	0.38	-0.03	92

10 Golf Sport 151 240 0.22 0.24 -0.02 91

NRK n=46,996. Andre n=49,393.

Igjen er vi tilbake til det journalistiske grunnfjellet. Det er tydelig at NRK ikke forsøker å konkurrere mot Schibsteds regionaviser på norsk og engelsk fotball. Konkurransen – der aktørene er likest – står snarere om de viktige samfunnstemaene som en hver redaksjon har i oppdrag å dekke.



Figur 15. NRK sammenlignet med Schibsted-avisene

8.4.6 NRK sammenlignet med Amedia

Amedia-mediene som er med i denne analysen omfatter Amedia-konsernets aviser³³, samt Radio102.

Tabell 44. Hvor NRK har mer dekning enn Amedia

Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
29 Syria-konflikten	Krig og terror	677	117	0.97	0.03	0.94	3128
131 Terror Tyrkia	Krig og terror	945	289	0.66	0.03	0.63	2022

³³ Ås Avis, Akershus Amtstidende, Arbeidets Rett, Aura Avis, Aust-Agder Blad, Avisa Nordland, Bergensavisen, Budstikka, Bygdeposten, Drammens Tidende, Enebakk Avis, Firda, Firdaposten, Fjell-Ljom, Fredrikstad Blad, Fremover, Gjengangeren, Glomdalen, Hadeland, Halden Arbeiderblad, Hardanger Folkeblad, Haugesunds Avis, Helgelendingen, iFinnmark, Indre Akershus Avis, Jarlsberg Avis, Kvinnheringen, Laagendalsposten, Lierposten, Lofotposten, Malvikbladet, Moss Avis, Namdalsavisa, Nordhordland, Nordlys, Nordstrands Blad, Opdalingen, Oppland Arbeiderblad, Østlandets Blad, Østlandsposten, Østlendingen, Øyene, Porsgrunns Dagblad, Radio102, Rakkestad Avis, Rana Blad, Ringerikes Blad, Romerikes Blad, Røyken og Hurum Avis, Sande Avis, Sandefjord Blad, Sarpsborg Arbeiderblad, Smaalenenes Avis, Sogn Avis, Stjørdalens Blad, Svelviksposten, Telemark Avis, Tidens Krav, Tønsberg Blad, Tvedestrandposten, og Vestby Avis.

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

179	Brexit	Politikk	455	141	0.65	0.04	0.62	1744
137	Naturkatastrofer	Ulykker	669	216	0.96	0.06	0.90	1674
166	Russland	Int.Politikk	618	203	0.89	0.05	0.83	1646
167	Egypt Air flystyrt	Ulykker	452	151	0.65	0.04	0.61	1618
67	Terror Tyskland	Krig og terror	841	331	1.21	0.09	1.12	1374
38	Agder	Geografi	437	179	0.63	0.05	0.58	1320
134	Internasjonal politikk	Int.politikk	452	190	0.65	0.05	0.60	1286
148	Amerikansk valg	Politikk	928	476	1.33	0.13	1.21	1054
89	Flyktninger	Sos.Spørsmål	413	237	0.59	0.06	0.53	942
15	Nobels fredspris	Politikk	229	169	0.33	0.04	0.28	733
21	Krekar	Politikk	413	354	0.59	0.09	0.50	631
3	FIFA-skandalen	Økokrim	224	206	0.32	0.05	0.27	588
31	Paris-terror	Krig og terror	719	514	1.03	0.18	0.85	574
178	Russisk heli.styrt	Ulykker	398	423	0.57	0.11	0.46	509
35	Sør-øst Asia	Geografi	219	248	0.31	0.07	0.25	477
28	Bergen, Hordaland	Geografi	308	373	0.44	0.10	0.34	446
145	Nynorsk	Nynorsk	2677	3315	3.85	0.88	2.97	437
10	Golf	Sport	151	191	0.22	0.05	0.17	427
175	Politibevæpning	Politikk	473	603	0.68	0.16	0.52	424
59	Drap	Krim	921	1240	1.32	0.33	0.99	402
63	Regjeringen	Politikk	808	1268	1.16	0.34	0.82	344
25	Telenor/Vimpelcom	Økokrim	224	359	0.32	0.10	0.23	337
13	USA Cuba/Russland	Int.Politikk	104	174	0.15	0.05	0.10	323
147	Seksuelle overgrep	Krim	546	1034	0.79	0.28	0.51	285
133	Ulykker	Ulykker	1033	1968	1.49	0.52	0.96	284
60	Veiforhold	Trafikk	1933	3928	2.78	1.04	1.73	266
135	Narkotikakriminalitet	Krim	546	1175	0.79	0.31	0.47	251
117	NM fotball, herrer	Fotball	188	422	0.27	0.11	0.16	241
165	Alpin	Dport	273	628	0.39	0.17	0.23	235

92	Brann	Ulykker	1986	4777	2.86	1.27	1.59	225
155	Voldskriminalitet	Krim	1015	2453	1.46	0.65	0.81	224
186	Grensekontroll	Politikk	332	811	0.48	0.22	0.26	221
23	Søk, savnede personer	Ulykker	813	1994	1.17	0.53	0.64	220
136	Seksuelle overgrep	Krim	226	571	0.32	0.15	0.17	214
132	Svensk fotball	Fotball	174	446	0.25	0.12	0.13	211
164	På TV	Medier	415	1073	0.60	0.29	0.31	209
154	Nynorsk fotball	Nynorsk	514	1333	0.74	0.35	0.38	208
107	Skipsfart	Næringer	778	2041	1.12	0.54	0.58	206
64	Politikk	Politikk	483	1291	0.69	0.34	0.35	202

NRK n=46,996. Andre n=245,309.

Mengden tema som slår ut i forskjellighet mellom NRK og Amedias aviser er ganske betydelig. NRK og Amedia-mediene er med andre ord ganske ulike. Utenriks og krim slår ut i NRKs favør, lokalsaker slår ut i Amedias favør. Denne sammenligningen gjenspeiler i størst grad Amedia-avisenes lokale karakter. Dermed kommer NRKs riks-plattform sterkere til uttrykk. Samtidig er det påfallende at det Amedia har mer av enn NRK ikke inneholder syndikert stoff fra engelsk fotball av noe slag. Amedia ligner med andre ord lite på Schibsteds regionaviser når de sammenlignes med NRK. I stedet har Amedia-avisene en solid blanding av det lokalsamfunn er opptatt av – lokale kulturarrangementer, grasrotidrett, lokalt næringsliv, infrastruktur og rekreasjon og fritid.

Tabell 45. Hvor Amedia har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
199	Julekonserter	Livsstil	101	6551	0.15	1.50	-1.36	10
45	Alkoholhandel	Økonomi	115	4018	0.17	1.07	-0.90	15
126	Kunstutstillinger	Kultur	116	3721	0.17	0.99	-0.28	17
146	Jul	Livsstil	124	3457	0.18	0.92	-0.74	19
96	Grasrotsidrett	Sport	183	4754	0.26	1.26	-1.00	21
189	Næringsliv	Økonomi	186	3797	0.27	1.0.	-0.74	36
0	Fotball	Fotball	330	6736	0.47	1.79	-1.32	26
152	Konsertanmeldelser	Populærkultur	285	5313	0.41	1.41	-1.00	29
69	Næringsliv	Økonomi	323	5855	0.46	1.56	-1.09	30
95	Boligmarked	Markeder	150	2596	0.22	0.69	-0.47	31

177	Julehandel	Livsstil	100	1692	0.14	0.45	-0.31	32
78	Frivillighet	Livsstil	235	3914	0.34	1.04	-0.70	32
160	Reguleringsplaner	Politikk	241	3994	0.35	1.06	-0.72	33
104	Byggesaker	Politikk	364	5290	0.52	1.41	-0.88	37
105	Farmen	Medier	105	1513	0.15	0.40	-0.25	38
115	Kommunebudsjett	Lokalpolitikk	298	4209	0.43	1.12	-0.69	38
195	Personlig økonomi	Økonomi	130	1762	0.19	0.47	-0.28	40
27	Skiføre, fritid	Livsstil	140	1810	0.20	0.48	-0.28	42
11	Trening	Livsstil	108	1384	0.16	0.37	-0.21	42
174	Trafikk	Trafikk	223	2833	0.32	0.75	-0.43	43
98	Historie	Kultur	287	3601	0.41	0.96	-0.55	43
73	Brannsikkerhet	Livsstil	135	1663	0.19	0.44	-0.25	44
111	Trafikksikkerhet	Trafikk	122	1502	0.18	0.40	-0.22	44
157	Fotball, trenerbytte	Fotball	348	4216	0.50	1.12	-0.62	45
182	Ishockey	Sport	232	2546	0.33	.068	-0.34	49

NRK n=46,996. Andre n=245,309.

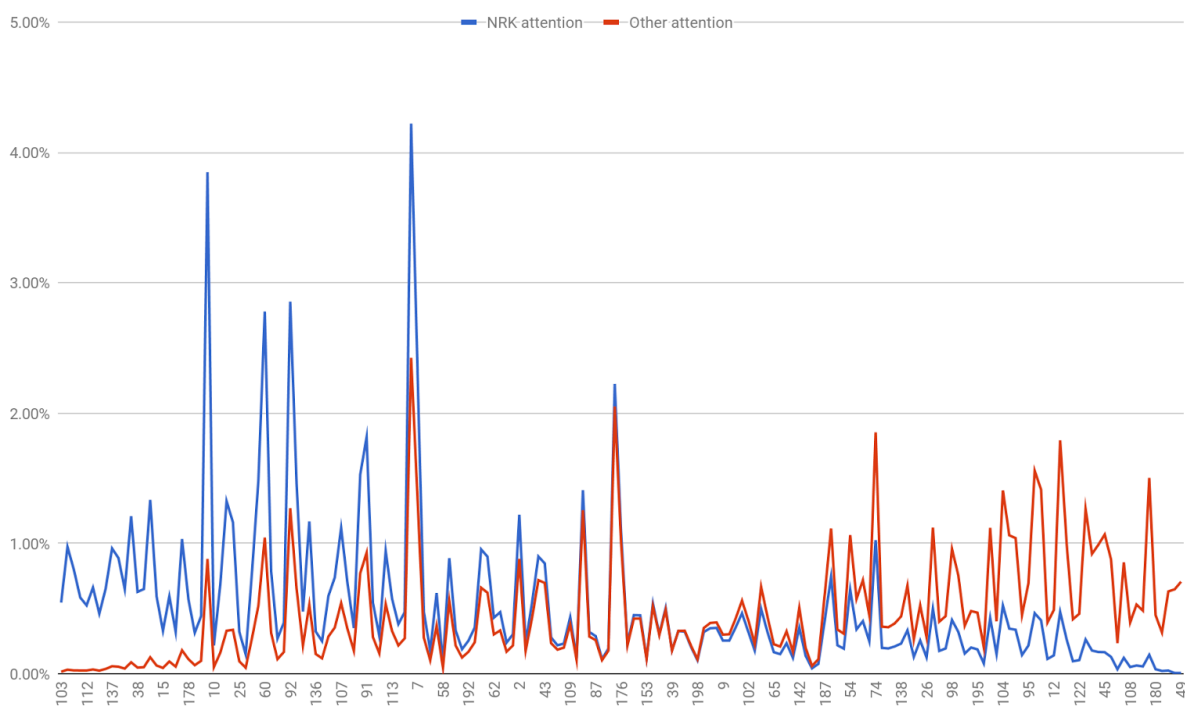
Isteden dukker sportstemaene opp i analysen av hvor NRK og Amedia er mest like. Vi vet fra før at NRK har mindre av dette enn andre medier. Men igjen handler likhetene om generelle nyhetstema. Kommunereformen burde være av høy relevans blant Amedia-avisenes leserne. Her ser det ut til at NRK gjør en like god jobb i distriktene som det Amedia-avisene gjør. Skole, helse og arbeidsliv får også lik oppmerksomhet.

Tabell 46. Hvor NRK og Amedia er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
141	Håndballandslaget	Sport	134	665	0.19	0.18	0.02	109
82	Forseelser	Krim	753	3774	1.08	1.00	0.08	108
176	Tyveri	Krim	753	3774	1.08	1.00	0.08	108
1	Medier	Medier	162	819	0.23	0.22	0.02	107
18	Kommunereform	Politikk	313	1591	0.45	0.42	0.03	106
81	Statistikk	Statistikk	312	1595	0.45	0.42	0.02	106
22	Luffart	Næringer	375	1947	0.54	0.52	0.02	104

4	Langrenn	Sport	212	1114	0.30	0.30	0.01	103
61	Helse	Helsesektor	351	1846	0.50	0.49	0.01	103
39	Europa League	Fotball	126	671	0.18	0.18	0.00	102
118	Premier League	Fotball	228	817	0.33	0.33	0.00	100
80	Organisert arbeidsliv	Arbeidsliv	225	1241	0.32	0.33	-0.01	98
57	Skiskyting	Sport	142	805	0.20	0.21	-0.01	95
181	Skole	Utdanning	223	1322	0.32	0.35	-0.03	91
144	Barnehagesektor	Utdanning	243	1465	0.35	0.39	-0.04	90

NRK n=46,996. Andre n=245,309.



Figur 16. NRK sammenlignet med Amedia

8.4.7 Forskjellen på NRK og TV 2 (Egmont)

NRK har mange ganger flere dokumenter som handler om spesifikke geografiske områder (38, 140, 158, 153, 129, 93, 130, 26, 28, 169), kommunepolitikk (18, 74, 115), økonomi (65, 71, 110, 69, 62, 107, 189), trafikk (5460, 188), og sosiale sektorer (80, 87, 19, 67) enn TV 2 har på sine nettsider. NRK har også mer nynorsk (145, 162). I disse temaene har TV 2 nesten ingen dokumenter. Sammenligner vi tema med over 100 dokumenter, finner vi at NRKs dekning kun gir utslag over TV 2 på ulykker.

Tabell 47. Hvor NRK har mer dekning enn TV 2

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	158	4.22	1.06	3.16	398
92	Branner	Ulykker	1986	200	2.86	1.34	1.51	213

NRK n=46,996. Andre n=9,543.

TV 2s nettside er, sammenlignet med nrk.no, primært en plattform for sportsdekning – særlig innenfor de grenene hvor kanalen eier rettigheter. TV 2 har også større utslag på populærkulturelle tema som film og kino. I tillegg har kanalen bredere dekning av sin egen reality-serie, *Farmen*. Tema 66, kongehus og Justin Bieber, dukker opp flere steder i denne analysen. Av en eller annen grunn dekkes kongefamilien og Justin Bieber med samme type ord, uttrykk og formuleringer, som gjør at LDA-algoritmen setter disse dokumentene sammen til ett tema. Det er for så vidt interessant at TV 2 har mer en dobbelt så mye fokus på pasientbehandling enn NRK. Dette er et relativt smalt tema, men det gjenspeiler noe av TV 2s journalistiske identitet, nemlig den kasus-baserte journalistikken som tar den lille manns parti. TV 2s nettside fremstår imidlertid mindre som en nettavis enn en eksponeringskanal for kanalens største differensiering i mediefeltet, nemlig sportsrettigheter.

Tabell 48. Hvor TV 2 har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
118	Premier League	Fotball	228	780	0.33	5.24	-4.91	6
105	Farmen	Kultur	105	290	0.15	1.95	-1.80	8
187	Kamppreferat fotball	Fotball	284	438	0.41	2.94	-2.53	14
17	Champions League	Fotball	152	224	0.22	1.50	-1.29	15
141	Håndballandslaget	Sport	134	191	0.19	1.28	-1.09	15
97	Amerikansk ishockey	Sport	131	145	0.19	0.97	-0.79	19
53	Fotballandslaget	Fotball	166	158	0.24	1.06	-0.82	22
66	Kongehus, J. Bieber	Populærkultur	124	118	0.18	0.79	-0.61	22
39	Europa League	Fotball	126	105	0.18	0.71	-0.52	26
102	Film og kino	Populærkultur	233	182	0.32	1.22	-0.90	26
4	Langrenn	Sport	212	164	0.30	1.10	-0.80	28
157	Fotball, trenerbytte	Fotball	348	236	0.50	1.59	-1.08	32
182	Ishockey	Sport	232	123	0.33	0.83	-0.49	40
193	Sykling, rally, tennis	Sport	223	118	0.32	0.79	-0.47	40
31	Paris-terror	Krig og terror	719	351	1.03	2.36	-1.32	44

106 Pasientbehandling Helsesektor 379 197 0.55 1.20 -0.66 45

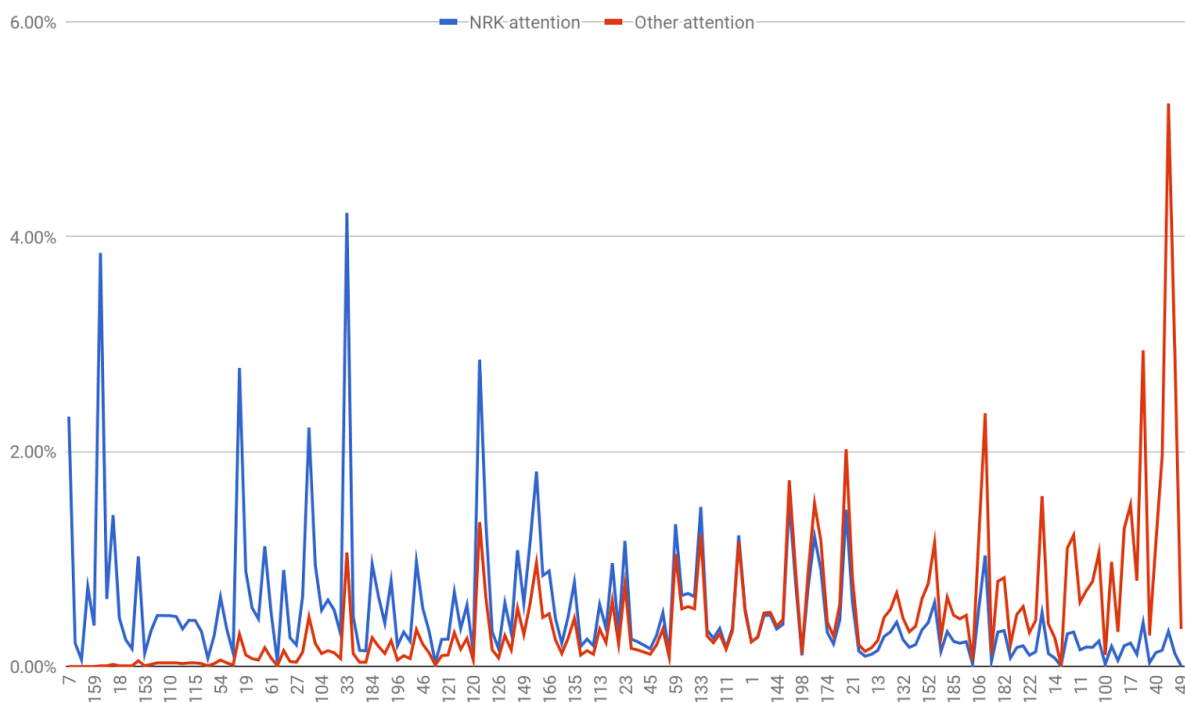
NRK n=46,996. Andre n=9,543.

NRK og TV 2s nettnyheter viser kun likhetstegn når det gjelder oppmerksomheten som vies til været. NRKs og TV 2s nettsider er med andre ord blant de mest forskjellige i denne analysen.

Tabell 49. Hvor NRK og TV 2 er likest

Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
2 Vær	Vær	849	173	1.22	1.16	0.06	105

NRK n=46,996. Andre n=9,543.



Figur 17. NRK sammenlignet med TV 2

8.5 NRK sammenlignet med aviser med pressestøtte

Norske mediestøtteordninger skal sikre at det finnes redaksjonelle ressurser over hele landet. I tillegg er intensjonen å bevare konkurranse i lokale avismarkeder, og å bevare meningsbærende aviser. Pressestøtten skal slik sett være med på å forhindre markedssvikt (St.mld. 32 (1992-1993)). I 2016

mottok 151 aviser, eller 66% av alle norske aviser, pressestøtte. Avisene som er inkludert i denne analysen er notert i følgende fotnote³⁴.

Tabell 50. Hvor NRK har mer dekning enn pressestøtte-avisene

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
38	Agder	Geografi	437	403	0.62	0.14	0.48	425
145	Nynorsk	Nynorsk	2677	3285	3.84	1.20	2.64	319
60	Veiforhold	Trafikk	1933	2417	2.77	0.88	1.89	313
92	Branner	Ulykker	1986	2946	2.85	1.07	1.77	264
33	Trafikkulykker	Ulykker	2036	4562	4.22	1.67	2.55	252
18	Kommunereform	Politikk	313	548	0.45	0.20	0.24	224
181	Skole	Utdanning	625	1173	0.89	0.42	0.46	209
164	På TV	Medier	415	804	0.59	0.29	0.30	202

NRK n=46,996. Andre n=173,836.

NRK har mer hendelsenyheter i form av trafikk og ulykker enn det avisene med pressestøtte har. I tillegg har NRK bredere dekning av kommunereformen. Ettersom de fleste pressestøtteavisene er lokalaviser, ser vi også at tema disse har mer av enn NRK sammenfaller med det lokalavisene har mer av.

Tabell 51. Hvor pressestøtte-avisene har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
199	Julekonserter	Populærkultur	101	2256	0.14	0.82	-0.68	18
45	Alkoholhandel	Næringer	115	1401	0.16	0.51	0.34	32
96	Grasrotidrett	Sport	183	2194	0.26	0.80	0.55	33
146	Jul	Livsstil	124	1457	0.17	0.53	0.35	33
152	Konsertanmeldelser	Populærkultur	285	2834	0.40	1.03	0.62	39

³⁴ Altaposten, Andøyposten, Arendals Tidende, As Avis, Åsane Tidende, Åndalsnes Avis, Askøyværingen, Aura Avis, Aust-Agder Blad, Avisa Hemnes, Bergensavisen, Brønnøysund Avis, Bygdanytt, Bygdebladet Randaberg, Bømloytt, Dagsavisen, Demokraten, Driva, Dølen, Eikerbladet, Enebakk Avis, Fanaposten, Firdaposten, Fiskeribladet, Fjell-Ljom, Fjordenes Tidende, Fjordingen, Framtid i Nord, Gjesdalbuen, Grannar, Groruddalen, Hardanger Folkeblad, Hålogalands Avis, Innherred Folkeblad, iTromsø, Jarsberg Avis, Kanalen, Klassekampen, Kragerø Blad, Kvinnheringen, Kyst og Fjord, Lierposten, Lindesnes Avis, Lofotposten, Lokalavisa Nordsalten, Malvikbladet, Morgenbladet, Mørenytt, Nationen, Norddalen, Avisa Nordhordland, Avisa Nordre, Nye Troms, Opdalingen, Porsgrunns Dagblad, Rakkestad Avis, Rogalands Avis, Røyken og Hurum Avis, Saltenposten, Sande Avis, Sandnesposten, Solabladet, Strandbuen, Suldalsposten, Sunnmøringen, Svalbardposten, Svelviksposten, Sør-Varanger Avis, Telen, Trønderbladet, Tvedestrandsposten, Tysnes, Tysvær Bygdeblad, Vaksdalsposten, Vennesla Tidende, Vestby Avis, Vestnesavisa, Vikebladet Vestposten, Vårt Land, Øyene.

187	Kampreferat fotball	Fotball	284	2796	0.40	1.02	0.61	40
126	Kunstutstillinger	Kultur	116	1136	0.16	0.41	0.24	40
69	Næringsliv	Økonomi	323	3052	0.46	1.11	0.65	42
98	Historie	Kultur	287	2704	0.41	0.99	0.57	42
0	Fotball	Fotball	330	2760	0.47	1.01	0.53	47
118	Premier League	Fotball	228	1832	0.32	0.67	0.34	49
87	Universitetssektor	Utdanning	235	1869	0.33	0.68	0.34	49

NRK n=46,996. Andre n=173,836.

Det som igjen er interessant å merke seg når man ser på hvor NRK og pressestøtte-avisene har likt fokus, er at til forskjell for sammenligningen med lokalavisene, dukker det opp flere politikk-, økonomi- og utenrikstema her. Virkningen av nisjeavisene er såpass merkbar i medielandskapet som helhet, selv når de inngår i en slik stor mengde aviser, at de gjør et utslag. Lokalavisene er en mer homogen gruppe aviser enn det pressestøtteavisene er, nettopp fordi Dagsavisen, Klassekampen, Morgenbladet og Nationen er inkludert i utvalget. De riksdekkende avisene som får pressestøtte i Norge har en merkbar effekt på innholdsmangfoldet, og det i en 'kvalitetsmessig' retning. De bidrar til å gjøre innholdet mer nyansert, har bredere dekning, og de gir konflikter, økonomi og politikk bred oppmerksomhet som er med på å trekke opp fokuset på større, mer ressurskrevende tema.

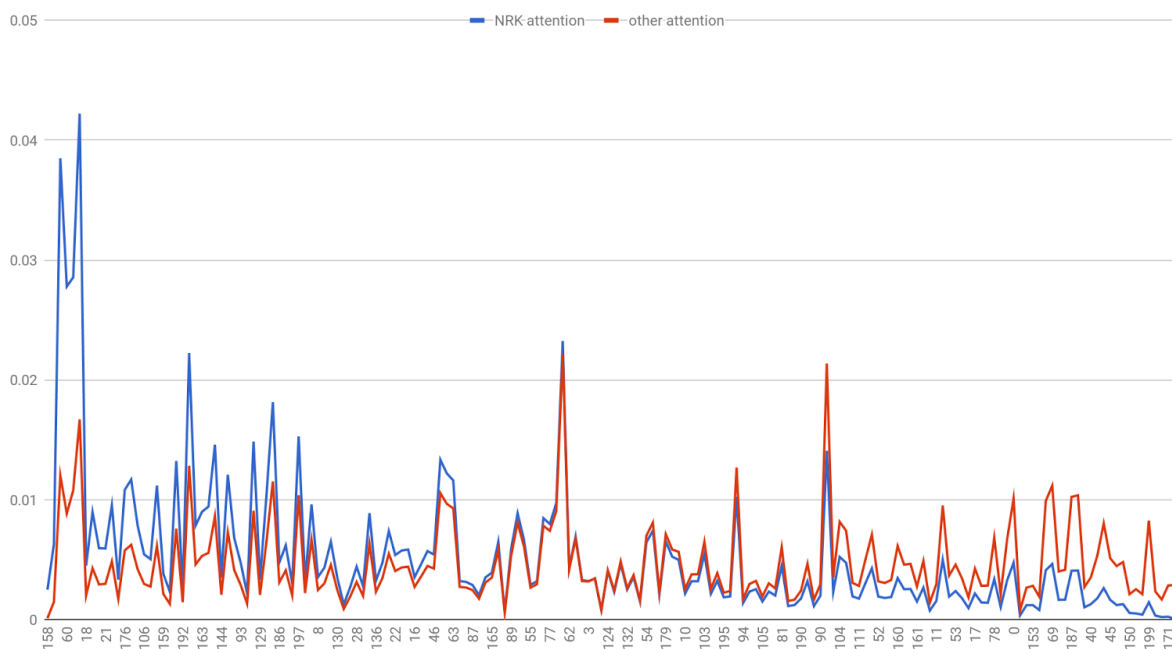
Tabell 52. Hvor NRK og pressestøtte-avisene er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
131	Terror Tyrkia	Krig og terror	460	1655	0.66	0.60	0.05	109
55	Skihopp	Sport	202	729	0.29	0.26	0.23	108
181	Skole	Utdanning	223	807	0.32	0.29	0.25	108
43	Stortingsvalget	Politikk	589	2138	0.84	0.78	0.63	108
77	Palestina, Afghanistan	Krig og terror	555	2024	0.79	0.74	0.56	107
29	Syria-konflikten	Krig og terror	677	1897	0.97	0.90	0.68	107
7	Nynorsk kommunepol.	Nynorsk	1617	6059	2.32	2.21	0.10	105
62	Olje og energi	Næringer	299	1138	0.41	0.41	0.01	103
64	Politikk	Politikk	483	1843	0.69	0.67	0.01	103
15	Nobels fredspris	Politikk	229	879	0.32	0.32	0.00	102
3	FIFA-skandalen	Økokrim	224	870	0.32	0.31	0.00	101

173	Psykisk helse	Helsesektor	237	943	0.34	0.34	-0.00	99
124	Grunnskole	Utdanning	281	1129	0.40	0.41	-0.00	98
42	Rosenborg	Fotball	161	661	0.23	0.24	-0.01	96
68	Ansettelse	Økonomi	323	1328	0.46	0.48	-0.02	95
132	Svensk fotball	Fotball	174	716	0.25	0.26	-0.01	95
142	Obosligaen	Fotball	246	1016	0.35	0.37	-0.01	95
13	USA Cuba/Rusland	Int.politikk	104	441	0.14	0.16	-0.01	93
54	Trafikk	Trafikk	449	1914	0.64	0.70	-0.05	92
116	Svindel	Krim	146	625	0.20	0.22	-0.01	92
179	Brexit	Int.politikk	455	1949	0.65	0.71	-0.05	92

NRK n=46,996. Andre n=173,836.

Topic, NRK attention and other attention (PS)



Figur 18. NRK sammenlignet med aviser med pressestøtte

8.6 NRK sammenlignet med medier med ulik profil

Her sammenlignes NRK med ulike grupper medier som er satt sammen fordi de har mer eller mindre lik profil. NRK sammenlignes derfor med andre allmennkringkastere, med det vi regner som populærmedier, og med nisjemediene.

8.6.1 NRK sammenlignet med de andre allmennkringkasterne (TV 2 og P4)

Det er tre kringkasterne med allmennkringkastingsoppdrag i Norge. NRK, TV 2 og P4. Disse har allmennkringkastingsstatus fordi de skal tilføre medielandskapet kvalitet og bredde. Samtidig har disse i oppdrag å være ulike, både hverandre og de øvrige mediene.

Tabell 53. Hvor NRK har mer dekning enn de andre allmennkringkasterne

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
60	Veiforhold	Trafikk	1933	128	2.78	0.51	2.27	243
82	Forseelser	Krim	1547	118	2.22	0.47	1.75	472
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	280	4.22	1.23	3.10	377
176	Tyveri	Krim	753	120	1.08	0.48	0.60	226

NRK n=46,996. Andre n=16,267.

Når NRK sammenlignes med de andre kringkastingsmediene, slår NRK ut på typiske hendelsesnyheter – trafikk, ulykker og krim. Den typen kriminalitet som slår ut her er typisk småkriminelle handlinger – hendelser som knapt når opp på en nasjonal nyhetsagenda som P4 og TV 2 forvalter. Her ser vi altså tydelige spor av NRKs regionale oppdrag.

Tabell 54. Hvor TV 2 og P4 har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	Ppdiff.	%diff.
118	Premier League	Fotball	228	879	0.33	3.15	-2.83	10
105	Farmen	Kultur	105	330	0.15	1.32	-1.17	11
141	Håndballandslag	Sport	134	214	0.19	0.86	-0.66	23
17	Champions League	Fotball	152	230	0.22	0.92	-0.70	24
66	Kongehus, J. Bieber	Kultur	124	160	0.18	0.64	-0.46	28
97	Amerikansk ishockey	Sport	131	158	0.19	0.63	-0.44	30
53	Fotballandslaget	Fotball	166	175	0.24	0.70	-0.46	34
102	Film og kino	Populærkultur	223	222	0.32	0.89	-0.57	36
11	Trening	Livsstil	108	105	0.16	0.42	-0.26	37
146	Jul	Livsstil	124	117	0.18	0.47	-0.29	38
4	Langrenn	Sport	212	189	0.30	0.76	-0,45	40

39	Europa League	Fotball	126	111	0.18	0.44	-0.26	41
136	Seksuelle overgrep	Krim	226	187	0.32	0.75	-0.42	43
31	Paris-terror	Krig og terror	719	591	1-03	2.36	-1.33	44
81	Statistikk	Statistikk	312	238	0.45	0.95	-0.50	47

NRK n=46,996. Andre n=16,267.

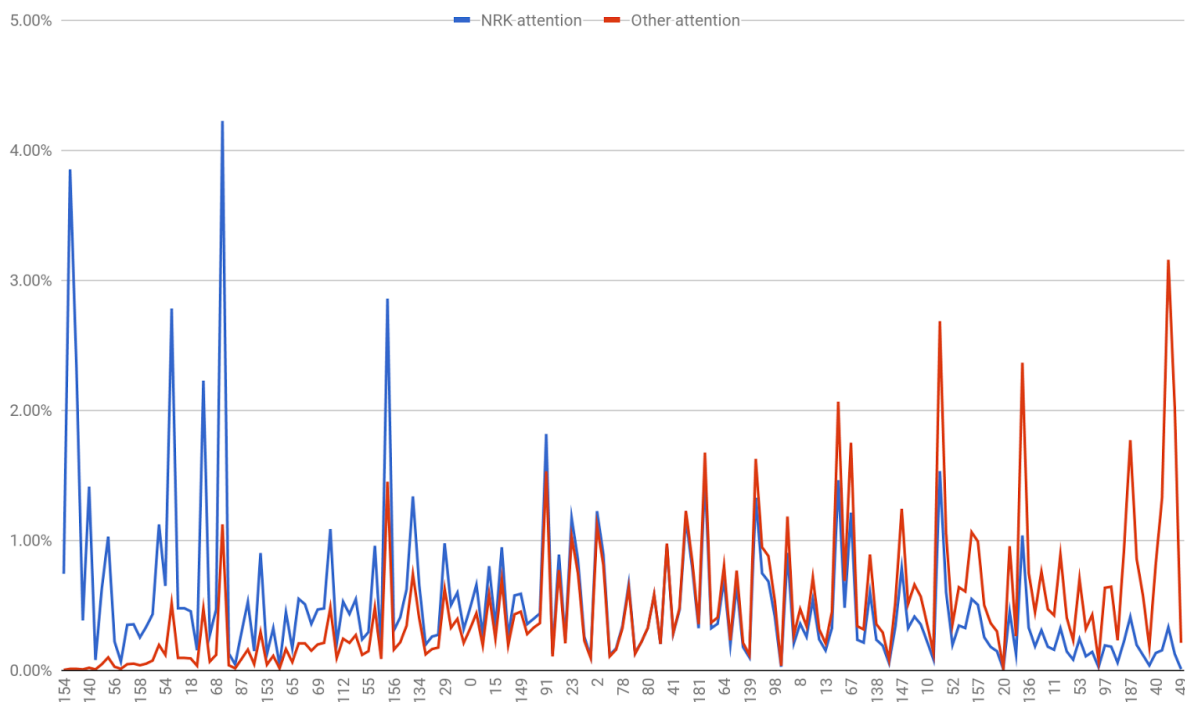
Ikke overraskende er vi tilbake i sportens verden når vi ser på hva TV 2 og P4 har mer av enn NRK. Vi så også av sammenligningen med MTG at radio hadde et større krise-fokus enn NRK, her representert ved seksuelle overgrep og terrorangrepet i Paris. I tillegg er det mer livsstil og populærkultur på de kommersielle allmennkringkasterplattformene.

Tabell 55. Hvor NRK og TV 2/P4 er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	Ppdiff.	%diff.
2	Vær	Vær	849	277	1.22	1.11	0.11	110
166	Russland	Int.politikk	618	202	0.89	0.81	0.08	110
131	Terror Tyrkia	Krig og terror	460	158	0.66	0.63	0.03	105
113	Trafikk, Oslo	Trafikk	401	145	0.58	0.58	0.00	99
137	Naturkatastrofer	Ulykker	669	243	0.96	0.97	-0.01	99
128	Katalansk uavh.	Int.Politikk	321	119	0.46	0.48	-0.01	97
63	Regjeringen	Politikk	808	306	1.16	1.22	-0.06	95
135	Narkotikakriminalitet	Krim	546	209	0.79	0.84	-0.05	94

NRK n=46,996. Andre n=16,267.

Gitt at sammenligningen mellom NRK og TV 2 viste at de to kanalene kun var like på vær, er det interessant å se hvor de to kommersielle allmennkringkasterne til sammen er like NRK. Dramatiske hendelser i utlandet dukker nå opp, det samme gjør politikk på nasjonalt og internasjonalt nivå.



Figur 19. NRK sammenlignet med de andre allmennkringkasterne

8.6.2 NRK sammenlignet med populærmedier

Populærmediene i Norge er en blanding av det seriøse og det underholdende. De har et tabloid tilsnitt, innslag av kommersielle nyhetsverdier, en aktiv annonsestrategi og høye lesertall. Populærmediene som er inkludert her omfatter Dagbladet, Din Side, Nettavisen og VG.

Tabell 56. Hvor NRK har mer dekning enn populærmediene

Tema	Nyhetsstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	Ppdiff.	%diff.	
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	217	4.22	0.46	3.76	910
60	Veiforhold	Trafikk	1933	146	2.78	0.31	2.47	891
92	Branner	Ulykker	1580	249	2.86	0.53	2.32	537
184	Vann, avløp, strøm	Infrastruktur	664	120	0.95	0.23	0.70	372
188	Forsinkelser	Trafikk	625	115	0.90	0.25	0.65	366
77	Palestina, Afghanistan	Int.Politikk	555	122	0.80	0.26	0.54	306
23	Søk, savnede personer	Ulykker	813	183	1.71	0.39	0.78	299
137	Naturkatastrofer	Ulykker	669	155	0.96	0.33	0.63	290

2	Vær	Vær	849	197	1.22	0.42	0.80	290
29	Syria-konflikten	Krig og terror	677	159	0.97	0.34	0.63	286
133	Ulykker	Ulykker	1033	259	1.49	0.55	0.93	268
89	Flyktninger	Sos. Spørsmål	413	107	0.59	0.23	0.37	260
131	Terror Tyrkia	Krig og terror	460	126	0.66	0.27	0.39	246
59	Drap	Krim	921	286	1.32	0.61	0.71	217
46	Jordbruk	Næringer	378	121	0.54	0.26	0.28	210

NRK n=46,996. Andre n=30,351.

NRK har mer nyheter som handler om krig og konflikter enn populærmediene, og det er mer ulykker på NRKs nettsider. Ikke overraskende har disse hovedstadsmediene lite fokus på jordbruk.

Tabell 57. Hvor populærmediene har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	Ppdiff.	%diff.
196	Børsen	Markeder	135	1371	0.19	2.93	-2.74	7
65	Børsen	Markeder	115	960	0.17	2.05	-1.89	8
195	Personlig økonomi	Økonomi	130	814	0.19	1.73	1.55	11
118	Premier League	Fotball	228	1312	0.33	2.80	-2.48	12
121	Økonomi	Økonomi	177	945	0.25	2.02	-1.77	13
1	Medier	Medier	162	640	0.23	1.37	-1.14	17
105	Farmen	Kultur	105	399	0.15	0.85	-0.70	18
17	Champions League	Fotball	152	561	0.22	1.20	-0.98	18
95	Boligmarked	Markeder	150	470	0.22	1.00	-0.79	21
187	Kampreferat fotball	Fotball	284	887	0.41	1.90	-1.49	22
53	Fotballandslaget	Fotball	166	492	0.24	1.05	-0.81	23
138	Statsbudsjettet	Politikk	161	476	0.23	1.02	-0.79	23
11	Trening	Livsstil	108	269	0.16	0.57	-0.42	27
102	Film og kino	Populærkultur	223	553	0.32	1.18	-0.86	27
39	Europa League	Fotball	126	309	0.18	0.66	-0.48	27
97	Amerikansk	Sport	131	319	0.19	0.68	-0.49	28

ishockey								
170	Næringsliv	Økonomi	245	557	0.35	1.19	-0.84	30
98	Historie	Kultur	287	648	0.41	1.39	-0.97	30
52	Fotball-VM	Fotball	134	272	0.19	0.58	-0.39	33
141	Håndballandslaget	Sport	134	268	0.19	0.57	-0.38	34
25	Telenor/Vimpelcom	Økokrim	224	439	0.32	0.94	-0.62	34
116	Svindel	Krim	146	267	0.21	0.57	-0.36	37
66	Kongehus, J. Bieber	Populærkultur	124	216	0.18	0.46	-0.28	39
136	Seksuelle overgrep	Krim	226	383	0.32	0.82	-0.49	40
173	Psykisk helse	Helsesektor	237	381	0.34	0.81	-0.47	42
4	Langrenn	Sport	212	334	0.30	0.71	-0.41	43
190	Dansk fotball	Fotball	123	192	0.18	0.41	-0.23	43
177	Julehandel	Livsstil	100	137	0.14	0.29	-0.15	49
185	Fotball, kvinner	Fotball	163	218	0.23	0.47	-0.23	50

NRK n=46,996. Andre n=30,351.

Mengden tema som populærmediene har mer av enn NRK tilsier at det er relativt stor forskjell mellom NRK og disse mediene. Populærmediene har betraktelig mer fokus på økonomi, sport, livsstil og underholdning enn det NRK har.

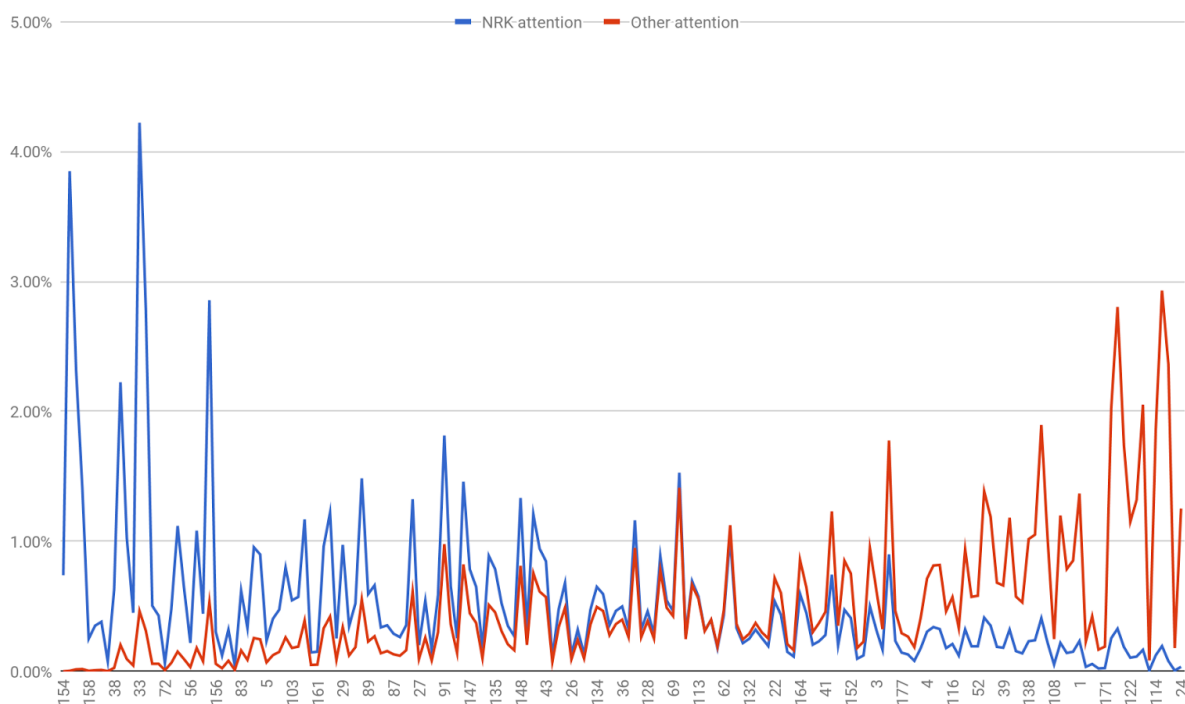
Likhetene mellom disse er også av en litt annen art enn de øvrige likhetene vi har sett på. Det er fremdeles snakk om journalistiske kjerneområder, men sosialsektorene er fraværende her.

Tabell 58. Hvor NRK og populærmediene er likest

Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	Ppdiff.	%diff.
182	Ishockey	232	171	0.33	0.37	-0.03	91
31	Paris-Terror	719	526	1.03	1.12	-0.09	92
62	Olje og energi	299	218	0.43	0.47	-0.04	92
165	Alpin	237	186	0.39	0.40	0.00	99
35	Sør-Øst Asia	219	145	0.31	0.31	0.00	10
113	Trafikk, Oslo	401	261	0.58	0.56	0.02	103
64	Politikk	483	311	0.69	0.66	0.03	104

189	Næringsliv	Økonomi	186	116	0.27	0.25	0.02	108
197	Syriske flyktninger	Sos. Spørsmål	1063	661	1.53	1.41	0.12	108
69	Næringsliv	Økonomi	323	199	0.46	0.43	0.04	109

NRK n=46,996. Andre n=30,351.



Figur 20. NRK sammenlignet med populærmediene

8.6.3 NRK sammenlignet med nisjeavisene

Vi regner nisjavisere som aviser som en uttalt plattform eller et uttalt fokus, med en gitt profil som skiller dem fra allmenn-avisene. Flere av disse mottar pressestøtte nettopp av denne grunn. Her har vi inkludert Aftenposten Innsikt, Dagens Næringsliv, Dagen, Fiskeribladet, Hegnar Online, Klassekampen, Minerva, Morgenbladet, Nationen, Ny Tid, Sagat, Vårt Land og Xmag.

Tabell 59. Hvor NRK har mer dekning enn nisjeavisene

Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.	
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	162	4.22	0.25	3.97	1657
60	Veiforhold	Trafikk	1933	107	2.78	0.17	2.61	1652
92	Branner	Ulykker	1986	242	2.86	0.38	2.48	750
23	Søk, savnede personer	Ulykker	813	113	1.17	.018	0.99	658

184	Vann, avløp, strøm	Infrastruktur	664	139	0.95	0.22	0.74	437
155	Voldskriminalitet	Krim	1015	230	1.46	0.36	1.10	404
2	Vær	Vær	849	193	1.22	0.30	0.93	402
74	Kommunepolitikk	Lokalpolitikk	713	171	1.03	0.27	0.76	381
7	Nynorsk kommunepol.	Lokalpolitikk	1617	406	2.33	0.64	1.69	364
133	Ulykker	Ulykker	1033	288	1.49	0.45	1.03	328
147	Seksuelle overgrep	Krim	546	159	0.79	0.25	0.54	314
59	Drap	Krim	921	298	1.32	0.47	0.86	283
107	Skipsfart	Næringer	778	256	1.12	0.40	0.72	287
188	Forsinkelser	Trafikk	625	212	0.90	0.33	0.57	270
83	Forsvaret, Nord-Norge	Politikk	431	148	0.62	0.23	0.39	266
61	Helse	Helsesektor	351	123	0.50	0.19	0.31	261
157	Fotball, trenerbytte	Fotball	348	133	0.50	0.21	0.29	239
140	Nynorsk	Nynorsk	980	377	1.41	0.59	0.82	238
106	Pasientbehandling	Helsesektor	379	146	0.55	0.23	0.32	237
165	Alpin	Sport	273	109	0.39	0.17	0.22	229
178	Russisk helikopterst.	Ulykker	398	180	0.57	0.28	0.29	202

NRK n=46,996. Andre n=41,349.

Nisjemedienes verdi i medielandskapet blir tydelig når NRK i sammenligning med disse fremstår som en tabloid nettavis. Ulykker, drap, seksuelle overgrep, vold, brann og savnede personer er ikke det som vanligvis dukker opp når NRK sammenlignes med andre aviser i denne analysen. Nisjeavisene er særlig gode på økonomi og næringsliv, og her er det nok primært Dagens Næringsliv som gjør utslag.

Tabell 60. Hvor nisjeavisene har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetsstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
196	Børsen	Markeder	135	3461	0.19	5.44	-5.25	4
65	Børsen	Markeder	115	2253	0.17	3.54	-3.38	5
121	Økonomi	Økonomi	177	2101	0.25	3.30	-3.05	8
9	Kristendom	Livsstil	177	1977	0.25	3.11	-2.85	8

98	Historie	Kultur	287	2435	0.41	3.83	-3.42	11
170	Næringsliv	Økonomi	245	1317	0.35	2.07	-1.72	17
95	Boligmarked	Markeder	150	562	0.22	0.88	-0,67	24
25	Telenor/Vimpelcom	Krim	224	799	0.32	1.26	-0.93	26
138	Statsbudsjettet	Politikk	161	519	0.23	0.82	-0.58	28
69	Næringsliv	Økonomi	323	861	0.46	1.35	-0.89	34
110	Oljenæring	Næringer	329	840	0.47	1.32	-0.85	36
71	Fiskerinæring	Næringer	330	838	0.47	1.32	-0.84	36
1	Medier	Kultur	162	377	0.23	0.59	-0.36	39
195	Personlig økonomi	Økonomi	130	275	0.19	0.43	-0.25	43
62	Olje og energi	Næringer	299	591	0.43	0.93	-0.50	46
134	Internasjonal politikk	Int.Politikk	452	881	0.65	1.39	-0.74	47
81	Statistikk	Statistikk	312	602	0.45	0.95	-0.50	47
87	Universitetssektor	Utdanning	210	383	0.29	0.60	-0.31	48
64	Politikk	Politikk	483	916	0.69	1.44	-0.75	48
179	Brexit	Int.Politikk	455	842	0.65	1.32	-0.67	49

NRK n=46,996. Andre n=41,349.

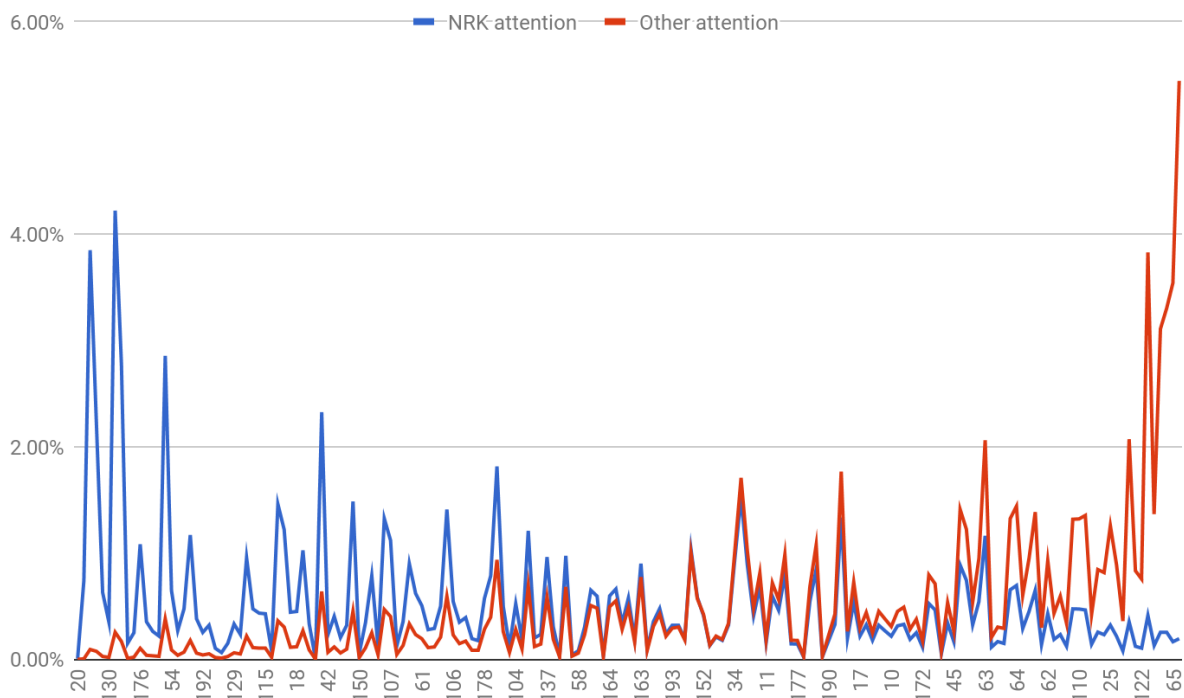
Det faktum at sport, og særlig fotball, dukker opp blant det som NRK og nisjemediene er likest på, sier nok mest om hvor lite fokus begge har på disse tematikkene. Begge er også like lite opptatt av kongehuset og Justin Bieber. Men både flyktningeproblematikken, krigen i Irak, statsbudsjettet og terrorangrepet i Paris får relativt mye dekning av alle.

Tabell 61. Hvor NRK og nisjeavisene er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
53	Fotballandslaget	Fotball	166	138	0.24	0.22	0.02	110
193	Sykling, rally, tennis	Sport	223	193	0.32	0.29	0.03	110
181	Skole	Utdanning	223	193	0.32	0.30	0.02	106
141	Håndballandslaget	Sport	143	117	0.19	0.18	0.01	105
31	Paris-terror	Krig og terror	719	636	1.03	1.00	0.03	103
149	Irak-krigen	Krig og terror	407	364	0.59	0.57	0.01	102

152	Konsertanmeldelser	Kultur	285	269	0.41	0.42	-0.01	97
116	Svindel	Krim	146	139	0.21	0.22	-0.01	96
66	Kongehus, J. Bieber	Populærkultur	124	119	0.18	0.19	-0.01	95
3	FIFA-skandalen	Økokrim	224	216	0.32	0.34	-0.02	95
34	Statsbudsjettet	Politikk	656	647	0.94	1.02	-0.07	93
197	Syriske flyktninger	Sos. Spørsmål	1063	1086	1.53	1.71	-0.18	90

NRK n=46,996. Andre n=41,349.



Figur 21. NRK sammenlignet med nisjeavisene

8.7 NRK sammenlignet med andre plattformer

8.7.1 NRK sammenlignet med rene nettmedier

Det foreligger relativt få rene nettmedier i Norge. Det er derfor ikke altfor nærliggende å tro at 'plattform' skal ha noen særlig effekt på forskjellen mellom medier i seg selv. Her er også mediene som er inkludert relativt ulike. Rene nettmedier som her sammenlignes med NRK er Din Side, Midtsiden, Minerva, Nettavisen og Xmag.

Tabell 62. Hvor NRK har mer dekning enn de rene nettmediene

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
33	Trafikkulykker	Ulykker	2936	181	4.22	0.58	3.64	723
92	Branner	Ulykker	1986	173	2.86	0.56	2.30	512
145	Nynorsk	Nynorsk	2677	317	3.85	1.02	2.83	376
59	Drap	Krim	921	121	1.32	0.39	0.93	339
2	Vær	Vær	849	136	1.22	0.44	0.78	278
166	Russland	Int.Politikk	618	103	0.89	0.33	0.56	267
23	Søk, savnede personer	Ulykker	813	138	1.17	0.45	0.72	263
135	Narkotikakriminalitet	Krim	546	103	0.79	0.33	0.45	236
147	Seksuelle overgrep	Krim	546	103	0.79	0.33	0.45	236
133	Ulykker	Ulykker	1033	206	1.49	0.66	0.82	223
148	Am. Presidentvalg	Int.Politikk	928	188	1.33	0.61	0.73	220
155	Voldskriminalitet	Krim	1015	225	1.46	0.73	0.73	201

NRK n=46,996. Andre n=20,005.

Igjen får NRK et litt tabloid tilsnitt, men det dukker også opp politiske tema. I denne sammenligningen fremstår egentlig begge som ganske tabloide. Sport, livsstil og forbrukersaker er tilbake som nettmedienes forte, men økonomi er også sterkt tilstede.

Tabell 63. Hvor de rene nettmediene har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
196	Børsen	Markeder	135	1016	0.19	3.28	-3.08	6
65	Børsen	Markeder	115	825	0.17	2.66	-2.50	6
195	Personlig økonomi	Økonomi	130	688	0.19	2.22	-2.03	8
118	Premier League	Fotball	228	927	0.33	2.99	-2.66	11
1	Medier	Medier	162	516	0.23	1.66	-1.43	14
121	Økonomi	Økonomi	177	495	0.25	1.60	-1.34	16
17	Champions League	Fotball	152	369	0.22	1.19	-0.97	18
95	Boligmarked	Økonomi	150	341	0.22	1.10	-0.88	20
187	Kamppreferat fotball	Fotball	284	539	0.41	1.74	-1.33	23

138	Statsbudsjettet	Politikk	161	304	0.23	0.98	-0.75	24
105	Farmen	Medier	105	186	0.15	0.60	-0.45	25
116	Svindel	Krim	146	229	0.21	0.74	-0.53	28
97	Amerikansk ishockey	Sport	131	186	0.19	0.60	-0.41	31
102	Film og kino	Populærkultur	223	313	0.32	1.01	-0.69	32
53	Fotballandslaget	Fotball	166	222	0.24	0.72	-0.48	33
11	Trening	Livsstil	108	134	0.16	0.43	-0.28	36
52	Fotball-VM	Fotball	134	163	0.19	0.53	-0.33	37
98	Historie	Kultur	287	349	0.41	1.13	-0.71	37
170	Næringsliv	Økonomi	245	289	0.35	0.93	-0.58	38
45	Alkoholhandel	Næringer	115	133	0.17	0.43	-0.26	39
39	Europa League	Fotball	126	144	0.18	0.46	-0.28	39
136	Seksuelle overgrep	Krim	226	228	0.32	0.74	-0.41	44
157	Fotball, trenerbytte	Fotball	348	318	0.50	1.03	-0.53	49

NRK n=46,996. Andre n=20,005.

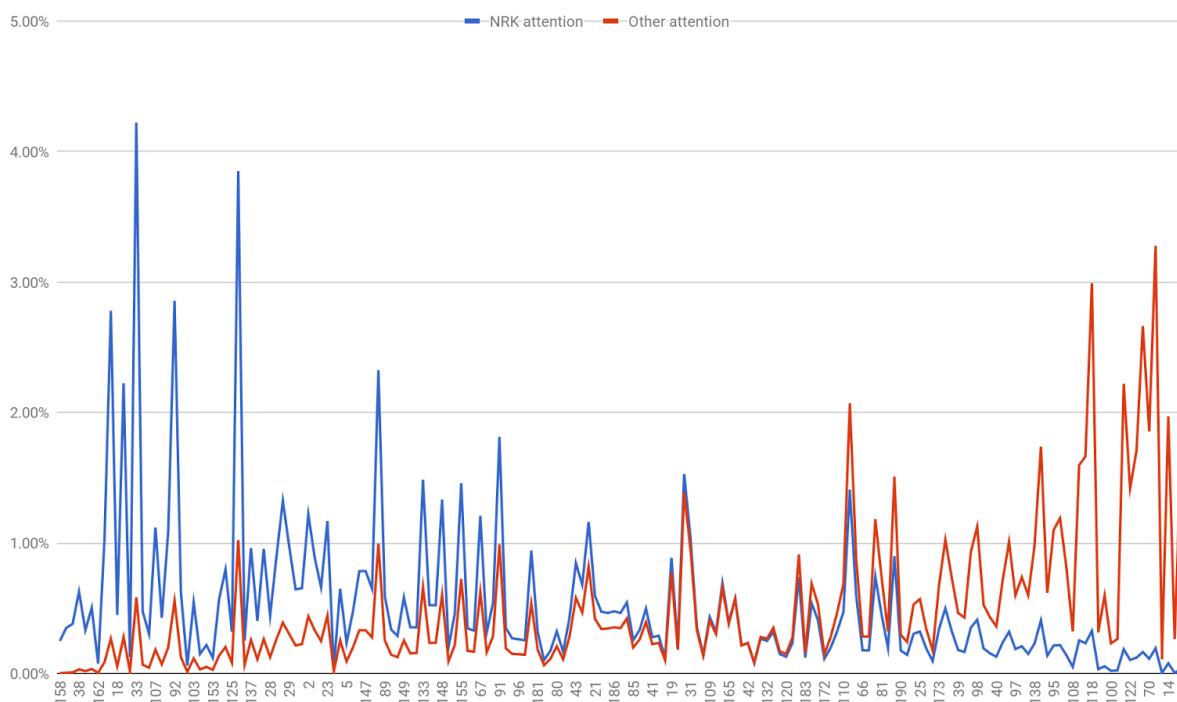
Likheten mellom NRK og de rene nettmediene handler om viktige sosiale spørsmål, politikk og trafikk. Det er mindre felles samfunnsoppdrag-tema i denne sammenligningen enn det er i andre sammenligninger. Dette reflekterer antakelig hvor ulike mediene som er inkludert i denne kategorien er.

Tabell 64. Hvor NRK og de rene nettmediene er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
197	Syriske flyktninger	Sos. Spørsmål	1063	430	1.53	1.39	1.14	110
31	Paris-terror	Krig og terror	719	294	1.03	0.95	0.09	109
8	Sykdom	Helsesektor	247	102	0.36	0.33	0.03	108
109	Eliteserien fotball	Fotball	302	126	0.43	0.41	0.03	107
64	Politikk	Politikk	483	204	0.69	0.66	0.04	106
165	Alpin	Sport	273	118	0.39	0.38	0.01	103
113	Trafikk, Oslo	Trafikk	401	177	0.58	0.57	0.01	101

 174 Trafikk Trafikk 223 109 0.32 0.35 -0.03 91

NRK n=46,996. Andre n=20,005.



Figur 22. NRK sammenlignet med rene nettmedier

8.7.2 NRK sammenlignet med kommersielle radiomedier

Radiomediene i Norge er sjelden gjenstand for medievitenskapelige analyser. Dette er påfallende gitt radioens plass i mediereguleringen, særlig i infrastrukturen, og mengden lokalradiokanaler som finnes i Norge. Det er over 400 radiokanaler i Norge. Da de færreste av disse har innhold i nyhets- og aktualitetssjangeren, eller en nettside med innhold som kan være gjenstand for analyse, ble kun et fåtall av disse tatt med i analysen. Omfanget illustrerer på mange måter den brede definisjonen av nyheter som analysen opererer med. Inkludert er Nea Radio, P4, P5 Østfold, Radio102, Radio Folgefonn, Radio Haugaland, Radio Motor, Radio Nova, Radorakel, Radio Revolt, Radio Salten, SRiB Radio, Radio Telemark P5, Sikhradioen, og Trysilradioen.

Tabell 65. Hvor NRK har mer dekning enn kommersielle radiomedier

Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
145	Nynorsk	2677	175	3.85	0.81	3.04	476
33	Trafikkulykker	2936	259	4.22	1.20	3.03	353
92	Branner	1986	265	2.86	1.12	1.73	254
60	Veiforhold	1933	265	2.78	1.22	1.56	227
176	Tyveri	753	112	1.08	0.52	0.57	209

NRK n=46,996. Andre n=14,232.

Radiokanalene er relativt nisjeorientert, derfor er det også mange tema som ikke kan sammenlignes, fordi de har for få dokumenter. Igjen får NRK et tabloid nettavispreg, og skiller seg ut med trafikk og ulykker. De kommersielle radiokanalene har et bredere fokus på kultur og familieliv. Lokalradioene har også lite hendelsenyheter. Det faktum at det er to større radiokanaler fra Haugesundsområdet i utvalget gjør at det geografiske temaet Jæren og Haugalandet skiller seg ut.

Tabell 66. Hvor kommersielle radiomedier har mer dekning enn NRK

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
152	Konsertanmeldelser	Populærkultur	285	566	0.41	2.62	-2.21	16
129	Jæren, Haugaland	Geografi	231	242	0.33	1.12	-0.79	30
146	Jul	Livsstil	124	128	0.18	0.59	-0.41	30
102	Film og kino	Populærkultur	223	187	0.32	0.86	-0.54	37

NRK n=46,996. Andre n=14,232.

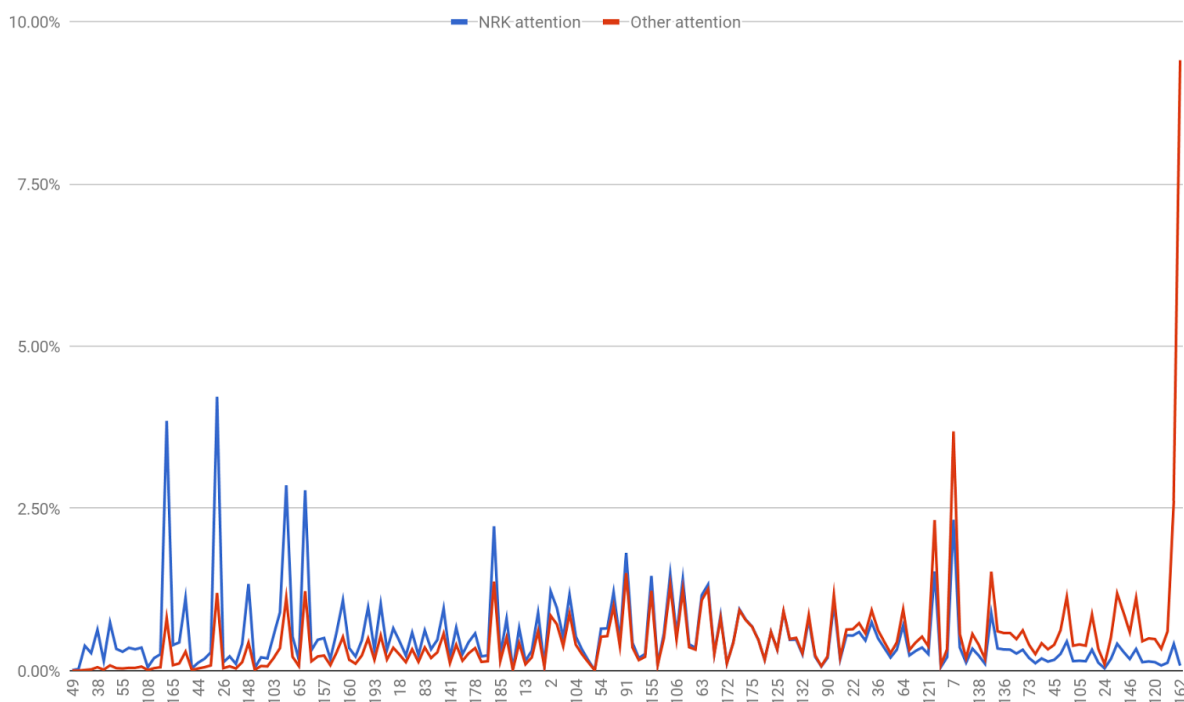
Når det gjelder likheten mellom NRK og de kommersielle radiokanalene, er vi igjen tilbake til det journalistiske grunnfjellet. Også lokalradiokanalene har et redaksjonelt, journalistisk fokus, med politikk, krim, næringsliv og kultur på agendaen. Merk at radiokanalene som er med i denne analysen er kanaler som produserer sitt eget redaksjonelle stoff – ikke syndikerte bulletiner. Lokalradioen utgjør en viktig kilde til informasjon i folks daglige liv, og lokalradioene har også en journalistisk funksjon.

Tabell 67. Hvor NRK og kommersielle radiomedier er likest

	Tema	Nyhetstema	#NRK	#Andre	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
63	Regjeringen	Politikk	808	235	1.16	1.09	0.08	107
59	Drap	Krim	921	271	1.32	1.25	0.07	106
43	Stortingsvalget	Politikk	589	175	0.85	0.81	0.04	105
34	Statsbudsjettet	Politikk	656	201	0.94	0.93	0.01	102
135	Narkotikakriminalitet	Krim	546	168	0.79	0.78	0.01	101
175	Politibevæpning	Politikk	473	146	0.68	0.67	0.01	101
71	Fiskerinæring	Næringer	330	102	0.47	0.47	0.00	101
164	På TV	Medier	415	129	0.60	0.60	0.00	100
163	Sosiale medier	Medier	626	198	0.90	0.92	-0.01	98
110	Oljenæring	Næringer	329	105	0.47	0.49	-0.01	97
186	Grensekontroll	Politikk	332	109	0.48	0.50	-0.03	95

147 Seksuelle overgrep Krim 546 185 0.79 0.85 -0.07 92

NRK n=46,996. Andre n=14,232.



Figur 23. NRK sammenlignet med kommersielle radiomedier

8.8 Oppsummering

I denne analysen har vi sett at forskjellene mellom norske nyhetstilbydere på nett, når de sammenlignes med NRK, primært går langs 2 akser: 1) Den geografiske akse, med lokal, regional og riksnyheter som differensiering; og 2) Profilaksen, med populærprofilen og nisjeprofilen som differensiering. Vi ser også at likhetene primært handler om én ting: det journalistiske samfunnsoppdraget. Norske medier er alle like opptatt av de tunge sektorene innen velferdsstaten, og av politikk på nasjonalt og internasjonal plan. Norske medier som følger redaktørplakaten har med andre ord noen felles nyhetsverdier som gjør at alle mediene ligner hverandre til en viss grad på disse journalistiske kjerneområdene. Det blir derfor vanskelig å beskrive denne likheten som konkurranse. Det er heller snakk om at det journalistiske samfunnsoppdraget – tilsyn med de viktigste institusjonene i samfunnet – utgjør et felles normgrunnlag i journalistikken.

10. KONKLUSJON

NRK er mest lik andre medier når det gjelder kjerneområdene i det journalistiske samfunnsoppdraget. NRK er det mediet i Norge som, gitt sitt oppdrag, har den mest allmenne profilen, og som henvender seg til det bredeste publikummet. Når kanalen publiserer nyheter på internett er det med tanke på at dagsorden skal gi folk de viktigste sakene. Dersom NRK skal gjøre folk i stand til å delta i samfunnsdebatten, må kanalen både følge og sette dagsorden. Nyhetene på nrk.no ligner derfor minst på nyhetene i medier med en klar lokal, populær eller nisje-orientert profil. NRK ligner mest på medier som også søker å nå et bredt publikum – medier som ønsker å være dagsordensettende for den offentlige samtalen på nasjonalt plan.

NRK ligner også på andre medier når det gjelder hendelsesnyheter – men av en spesiell type: beredskapssaker. Trafikk, vær og ulykker er typiske nettsaker som alle medier, også aviser med digitale betalingsløsninger, legger ut fritt tilgjengelig. Heller ikke dette saksområdet er naturlig å beskrive som *konkurransø*. Slik beredskapsinformasjon er en del av det journalistiske samfunnsoppdraget. Pressen har et ansvar for at informasjon med potensiell betydning for liv og helse når ut til befolkningen. NRK er, i tillegg til å være en allmennkringkaster, en journalistisk organisasjon. Dette kommer til uttrykk på NRKs nettsider.

Mediemangfoldet i Norge

Mediemangfold handler om at innholdet i mediene er allsidig nok til å sikre at alle kan delta i samfunnsdebatten. Men mangfold er først og fremst det den amerikanske medieøkonomen C. Edwin Baker (2007) kaller en *prosessverdi*. Det er ikke *i seg selv* viktig at innholdet i mediene er mangfoldig. Det viktigste er at det foreligger en struktur som muliggjør mangfold. Dersom alle redaktørene i landet har kommet til at den samme saken utgjør det viktigste temaet på dagsorden, betyr ikke dette nødvendigvis at det ikke foreligger mediemangfold. Men det skal være muligheter for mangfold. En slik mulighet sikres av de strukturene som legger til rette for at ulike interesser kommer til uttrykk, at ulike stemmer kommer til orde, og at ulike identiteter er representert i mediebildet. Denne strukturen skal sikres av mediereguleringen, og omfatter primært pressestøtten som sikrer at lokalavisene, nummer 2-avisene og nisjeavisene har et produksjonsgrunnlag; allmennkringkasting som sikrer at nyheter og aktualiteter når ut til hele befolkningen; og et lovverk som beskytter uavhengig journalistikk og redaktørvirksomhet. Denne strukturen finansieres av skattebetalerne, og sikres av reguleringen, fordi det er i demokratiets interesse at folk har tilgang på journalistikk over hele landet.

Samtidig er det avgjørende at en demokratifremmende mediestructur legger til rette for privat mediedrift. Staten kan ikke føre tilsyn med seg selv alene. Derfor er en mediestructur som legger til rette for kritisk tilsyn med makten, debatt og deltakelse prinsipielt avhengig av at seriøse, private eiere ønsker å drive og investere i journalistiske virksomheter. En levedyktig kommersiell mediebransje er slik sett å regne som en essensiell del av infrastrukturen som legger til rette for mediemangfold. Konkurransø er en viktig del av det som gjør et medielandskap mangfoldig – at folk har flere tilbydere å velge mellom.

De mediene som opplever størst konkurranse i det norske medielandskapet er de mediene som søker det bredeste, mest allmenne publikummet – de som ønsker å utgjøre hovedkilden til flest lesere, og som setter dagsorden for en generell, offentlig samtale. I denne analysen har vi sett at det er VG, Dagbladet og Nettavisen som inngår i den tettteste konkurransen på riksplan. Disse har relativt like profiler, med forutsigbare differensieringer hvor VG fokuserer på politikk og økonomi, Dagbladet fokuserer på kultur, og Nettavisen fokuserer på livsstil. Også TV 2 befinner seg innenfor denne konkurransesfæren, men med en sterkere differensiering, særlig med fokus på sport. TV 2 er også klart forskjellig fra NRK – noe som også utgjør grunnlaget kanalens allmennkringkasteroppdrag. Aftenposten, som er den avisen som henvender seg til det mest generelle publikummet, og som i størst grad har en profil som tilsier at avisen ønsker å utgjøre folks hovedkilde på nyheter, ligner mest

på NRK – som har som oppdrag å gi hele befolkningen de viktigste nyhetene. Det er altså ikke unaturlig at det foreligger konkurranse i *det mest generelle* segmentet i markedet.

Nisjemediene, særlig Dagens Næringsliv, Morgenbladet, Dagsavisen og Vårt Land, gir med sine klare profiler tydelige bidrag til mediemangfoldet. Differensieringen som disse mediene utviser gir klare utslag i analysen. Disse opererer på riksnivå, og bidrar derfor til å utvide mangfoldsrommet i den norske journalistikken. Lokalmediene og byavisene i Norge har stort sett monopolistiske markedssituasjoner – de er alene om å dekke sitt område, og konkurransen kommer primært ovenfra – altså fra medier på regional- eller rikspan. NRK holder seg stort sett holder seg unna de mest lokale temaene, med en klar distriktsprofil som dekker regionene ut over lokalmediemarkedene. Dette er NRKs sterkeste bidrag til mediemangfoldet. Regionale medier er mer eller mindre fraværende i Norge. Schibsteds regionaviser er langt fra så regionale som de en gang var, med et økende fokus på bykjernen hvor avisene kommer ut (Sjøvaag 2015b). Lokalavisene dekker høyst to til tre kommuner. NRKs distriktskontorer gir derfor et klart bidrag til det norske mediemangfoldet – og det er tydelig at NRK-plattformen brukes primært til dette formålet.

NRK utgjør 'midten' av det norske journalistiske landskapet, noe som er et resultat av allmennkringkasterens politisk vedtatte vedtekter. Differensieringen ut over dette ivaretas primært av den infrastrukturen som §100 skal sikre. Norge har derfor først og fremst et mangfoldig medielandskap fordi infrastrukturen legger til rette for det.

11. REFERANSER

- Baker, C. E. (2007). *Media concentration and democracy: Why ownership matters*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Benson, R. (2009). What makes news more multiperspectival? A field analysis. *Poetics*, 37(5), 402-418.
- Berkowitz, D. A. (2009). Reporters and their sources. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.) *The Handbook of Journalism Studies*. (102-115). London: Routledge.
- Blei, D. M.; Ng, A. Y. & Michael I. (2003) "Latent Diriclet Allocation". *Journal of Machine Learning Research*. 3 (Jan), 993-1022.
- Elgesem, D., H. Moe, H. Sjøvaag, E. Stavelin, M. Agdestein, J. Laberg, L. Lorgen & G. S. Losnegaard (2010) *NRKs nyhetstilbud på Internett i 2009*, Bergen: Institutt for informasjons- og medievitenskap.
- Elgesem, D., Feinerer, I., and Steskal, L. (2016). Bloggers' responses to the Snowden affair: Combining automated and manual methods in the analysis of news blogging. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 2(25), 167-191.
- Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2008). Competition and Truth in the Market for News. *The Journal of Economic Perspectives*, 22(2), 133-154.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism studies*, 18(12), 1470-1488.
- Høst, S. (2016) *Avisåret 2015*. Volda: Høgskolen i Volda.
- Karlsson, M., & Sjøvaag, H. (2016). Content analysis and online news: epistemologies of analysing the ephemeral Web. *Digital Journalism*, 4(1), 177-192.
- McCallum, A. K. (2002) "Mallet: A Machine Learning for Language Toolkit."
- McCombs, M. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism studies*, 6(4), 543-557.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. Newbury Park, CA: Sage.
- Neuendorf, K. (2002) *The Content Analysis Guidebook*, Thousand Oaks: Sage.
- NOU 2017: 7 Det norske mediemangfoldet - En styrket mediepolitikk for borgerne. Oslo: Kulturdepartementet.
- Ryfe, D. M., D. Mensing, & R. Kelley. 2016. "What is the Meaning of a News Link?" *Digital Journalism* 4 (1): 41-54.
- Sigal, L. V. (1973) *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. DC Heath.
- Sjøvaag, H. (2014) Homogenisation or Differentiation? The Effects of Consolidation in the Regional Newspaper Market, *Journalism Studies*, 15 (5): 511-521.
- Sjøvaag, H. (2015a) *Ligner NRK på de andre nettavisene?* Vox Publica.
- Sjøvaag, H. (2015b) The Emergence of Metropolitan News: Shifting Concepts of Localism in Norwegian Regional Newspapers, *Nordicom Review*, 36 (2): 17-32.
- Sjøvaag, H. (2015c) Introducing the Paywall: A Case Study of Content Changes in Three Online Newspapers, *Journalism Practice*, 10 (1): 304-322.
- Sjøvaag, Helle (kommer i 2018) Journalistikkens attraksjon til makten: Politisk kildemangfold i norske nyhetsmedier, *Norsk Medietidsskrift*.
- 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): 90-106.
- Sjøvaag, Helle; Stavelin, Eirik & Moe, Hallvard (2016) Continuity and Change in Public Service News Online: A Longitudinal Analysis of the Norwegian Broadcasting Corporation, *Journalism Studies*, 17 (8): 952-970.
- Sjøvaag, Helle & Kvalheim, Nina (kommer i 2019) Eventless news: Blindspots in Journalism and the 'Long Tail' of News Content, *Journal of Applied Journalism and Media Studies*.

- Soloski, J. (1989). Sources and channels of local news. *Journalism Quarterly*, 66(4), 864-870.
- St.mld 32 (1992-1993). *Media i tida*. Oslo: Kulturdepartementet.
- St.mld 6 (2007-2008). *NRK-plakaten. Noe for alle. Alltid*. Oslo: Kulturdepartementet.
- Strömbäck, J., & Nord, L. W. (2006). Do politicians lead the tango? A study of the relationship between Swedish journalists and their political sources in the context of election campaigns. *European journal of communication*, 21(2), 147-164.
- Weber, M. S. (2012) Newspapers and the Long-Term Implications of Hyperlinking. *Journal of Computer-Mediated Communication* 17(2): 187-201.

VEDLEGG 1.

KODEBOK

Kodebok for nett og Facebook

Koding: Topp 20 saker skal kodes. Kun nye saker skal kodes. Saker som er oppdatert skal kodes som ny sak (for eksempel fra "væpnet mann jages" til "Væpnet mann fanget" har narrativ utvikling og skal registreres som ny sak, mens fra "ManU utlignet" til ManU vant" er samme sak (en livedekning av en fotballkamp) og skal ikke registreres to ganger).

1. PUBLISERINGSSTED

1. NRK
2. TV 2
3. VG
4. Dagbladet
5. Aftenposten
6. Dagsavisen
7. Nettavisen
8. NRK Hordaland
9. Bergens Tidende
10. Bergensavisen

2. DATO

1. Mandag 4 desember
2. Tirsdag 5 desember
3. Onsdag 6 desember
4. Torsdag 7 desember
5. Fredag 8 desember
6. Lørdag 9 desember
7. Søndag 10 desember

3. KLOKKESLETT

Noter publiseringstidspunkt, altså når siden ble dumpet. Plattformene dumpes hver hele time fra klokken 08:00 til 24:00.

4. URL

Copy/paste URL-adressen inn i skjema, slik at saken lett kan letes opp.

5. PLASSERING

Noter plassering på siden, plass 1-20. Plassering følger leseretning fra venstre mot høyre og nedover. (Gjelder ikke Facebook-poster)

6. OVERSKRIFT

Tittel på saken. Nok til å gi informasjon om hva saken handler om. (Hvis tittelen er "Scoring", og det er en sportssak, er det innlysende hva saken handler om. Hvis tittelen er "Gulp!", må det legges in litt mer info om hva saken handler om). Noter tittelen slik den fremstår på forsiden, ikke slik den fremstår over selve artikkelen.

7. GEOGRAFI

Utenriks

Saker som finner sted utenfor Norges grenser. Nordmenns aktiviteter i utlandet, slik som idrettsprestasjoner i utlandet eller kongefamiliens utenlandsreiser defineres som utenriks.

Nasjonal

Saker som befinner seg innenfor Norges grenser og på nasjonalt plan.

Regional

Saker som omhandler steder utenfor bykjernen hvor avisen kommer ut. For eksempel er Bergen og Åsane lokalt for BT, mens Askøy og Os er regionalt.

Lokal

Saker som handler om stedet/byen/kommunen hvor avisen utkommer.

8. STED/LAND (LOCATION)

Dersom utenriks, noter landet som saken hovedsakelig handler om.

9. TEMA

Her skal det kategoriseres spesifikt hvilket saksområde det er snakk om. Kategoriene er gjensidig utelukkende. Registrer det temaet saken er "mest"; det første som slår en er som regel korrekt. Vær 'faire' mot redaksjonen, men tenk på hva et hurtig-browsende publikum oppfatter at det er. Tenk også på journalistens intensjon og den omvendte pyramiden: viktigste først. Hvis det er tvil, tenk på hvilken av hovedkategoriene det hører under. Tema 1-5 skal automatisk kodes som politikk under variabel 10 Kategori. Tema 6-16 skal automatisk kodes under variabel 10 som Krim, etc.

-----POLITIKK-----

1. Politikk

Nyheter om norsk innenrikspolitikk på et nasjonalt, regional og lokalt nivå, som valg, regjering, storting og politiske partier, kommunal politikk, distriktpolitikk og politiske prosesser på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå.

2. Internasjonal politikk

Nyheter om internasjonal politikk, innen enkeltnasjoner, mellom nasjoner, overnasjonalt og globalt, innen EU og FN-systemene, internasjonale møter og konferanser, samt aktiviteter blant ministre og statsledere i andre land.

3. Offentlig forvaltning

Nyheter om forvaltning av statens interesser, ofte etater, direktorater og departementer. Også militæret: marine, luftforsvar og hæren, samt datasikkerhet, datalagring og cyber-infrastruktur. Politisaker dersom politisk vinkling (for eksempel ansvarlighet og bevæpning).

4. Krig/terror/politisk vold

Nyheter om krig, voldelig eller væpnet konflikt, innen nasjoner eller mellom folkegrupper og nasjoner, internasjonale væpnede operasjoner, menneskerettighetsspørsmål, fredsforhandlinger, politisk vold og undertrykkelse, samt terrorisme – kriminelle handlinger begått av private eller politiske kriminelle organisasjoner eller grupper mot det sivile samfunn, samt politiske handlinger motivert av "krigen mot terror".

5. Demonstrasjoner

Saker som omhandler demonstrasjoner av alle slag.

-----KRIM-----

6. Mord/mistenkelig dødsfall

Omhandler dødsfall som ikke er resultat av naturlig årsaker eller selvmord, eller som mistenkes som dette.

7. Vold/gjengkriminalitet

Nyheter om kriminell voldsbruk eller makt, herunder alvorlige voldelige hendelser, gjengkriminalitet, væpnede ran og generell umotivert vold. Også saker om trusler om vold.

8. Smuglig/trafficking

Nyheter som omhandler smugling av varer over landegrenser hvor dette er lovstridig, trafficking, og menneskehandel.

9. Narkokrim/ besittelse

Narkotikasaker med fokus på kriminelle aspekter ved bruk, salg og besittelse av ulovlige narkotiske midler.

10. Sedelighetskriminalitet

Nyheter som omhandler ulovlig seksuell adferd eller trusler, som voldtekt, barnepornografi, insestsaker og seksuell trakassering.

11. Økonomisk kriminalitet

Nyheter om såkalte hvitsnippforbrytelser, svindel, innsidhandel, underslag og skatteunndragelse.

12. Vinningsforbrytelser

Nyheter om kriminelle handlinger for vinning uten voldelig element.

13. Datakriminalitet

Saker som handler om hacking og datakriminalitet, ulovlig overvåkning, nettstalking og identitetstyveri.

14. Forseelser

Nyheter om mindre kriminelle handlinger uten voldelig element, som trafikkforseelser, lommetyveri, fyllearrest etc.

15. Politisaker

Saker som handler om politiet som enhet. Kan også være forvaltning om saken har en politisk vinkling. For eksempel, trafikkpolitiet er på veiene.

16. Fra retten/jus/rettssystemet

Kriminalnyheter fra rettssalen, som omhandler advokater, rettsprosedyrer, domsavsigelser eller jus generelt.

-----ØKONOMI-----

17. Økonomi (generelt)

Nyheter om den generelle økonomiske tilstanden.

18. Næringsliv og industri

Nyheter om næringsliv og industri, foretak og forretningsavtaler. Typisk resultater, oppkjøp, sammenslåinger, ledelse og lignende.

19. Finans/banksektor

Saker som handler om finanssektoren eller banknæring og banksektor.

20. Markeder

Omhandler markeder, som børsmarkedet, valuta, rente, banksektoren, boligmarkedet og BNP-saker.

21. Personlig økonomi

Nyheter som omhandler nordmenns personlige økonomi, som servicesektoren, levekostnader, og konsumprisindeks.

22. Primærnæringer

Omhandler jordbruk, skogbruk og fiskerinæringene. Også matproduksjon.

23. Energisektor

Saker som omhandler oljenæringen, vind og vannkraft, samt alternativ energi.

24. Turistnæring

Nyheter om turistnæringen som ikke kan kategoriseres som reisestoff.

-----SOSIALE SPØRSMÅL-----

25. Arbeidsliv

Nyheter som ulike aspekter ved arbeidslivet, inkludert pensjon, uføre, arbeidsløshet og arbeidsrelaterte sykemeldinger. Omfatter også arbeidstaker og –giverforeninger og lønnsforhandlinger, streik og arbeidssikkerhet.

26. Helsesektor

Nyheter om fysisk og mental helse på individuelt og sosialt nivå, sykehussektoren, epidemier, vaksiner og stoffmisbruk. Omfatter også eldreomsorg og psykisk helsevern.

27. Utdanningssektor

Nyheter om utdanningssektoren som omfatter individer, sosiale grupper eller institusjoner, inkludert barnehager, skolesystemet og universitets- og høyskolesektoren.

28. Sosialektor

Nyheter som handler om generelle levekår, som fattigdom, levekårsundersøkelser, bydelsforhold etc. Også saker som omhandler sosialhjelp, barnevern, og de som "faller utenfor".

29. Minoritetsspørsmål

Nyheter om likestilling og individuelle eller sosiale rettigheter, inkludert kjønns-spørsmål, etnisitet, legning, uføre og religion utover 'statskirken'.

30. Innvandring

Saker som omhandler innvandring knyttet til sosiale forhold, integrering og kultur, også saker om flytninger og asylinstituttet.

31. Miljø og klimaspørsmål

Saker som handler om klimaendringer, miljøtrusler, forurensing, gjenvinning, co2-kvoter, klimaforhandlinger etc.

32. Globale sosiale spørsmål

Nyheter om sosiale spørsmål på et globalt nivå, slik som aktiviteter i FN og WHO, internasjonal arbeiderbevegelse, universitetsrangeringer og global fattigdom.

-----KULTUR-----

33. Kunst og høykultur

Nyheter om kunstverden, som opera, teater, litteratur, symfonien, festspillene, folkemusikken etc. Inkluderer litteratur som ikke er av typen 'kiosk' eller krim, også jazz og samtidsmusikk.

34. Populærkultur

Nyheter om populærkultur, som musikkindustrien, spillindustrien, filmindustrien og anmeldelser av disse, tegneserier, dansebandkultur og kiosklitteratur/krim. Også kjendiser.

35. Media og reklame

Saker som omhandler mediene som kultur- og samfunnsinstitusjoner, også reklame og PR.

36. Kuriosa

Kuriositeter og "andre nyheter", saker av oppsiktsvekkende karakter, for eksempel "elg brøt seg inn i butikk", "ekorn på vannski" og Obamas nye hund.

37. Markeringer

Saker som dekkes fordi det er tidsrelevant i forhold til dato, måned eller sesong, som jubileer eller markeringer, fødselsdager eller dødsfall.

38. Kongehus

Nyheter om den norske eller andre kongefamilier.

-----LIVSSTIL/HVERDAGSLIV-----

39. Hobby og fritid (leisure)

Saker om trening og kropp, mat og vin, mote og trender, fritidsaktiviteter, hobbyer, ferie- og reisesaker.

40. Forbrukersaker

Veiledningsjournalistikk, forbrukerjournalistikk, test av nye produkter, bil og teknikk, lyd og bilde.

41. Familieliv

Nyheter som omhandler livet i familien, samliv, ungdom, barn og oppvekst.

42. Religion

Saker som handler om religion, livssyn, trossamfunn og personlig tro.

-----SPORT-----

43. Sport

Nyheter som dekker sportsresultater i Norge og internasjonalt, sportslige personligheter, aktiviteter i sportssektoren og sportsnyheter.

-----ULYKKER-----

44. Ulykker/katastrofer

Omhandler plutselige hendelser hvor mennesker, eiendom eller naturen har vært utsatt for ulykke. Også branner og katastrofer.

-----ANNET-----

45. Vitenskap og forskning

Nytt fra forskningens verden. Inkluderer både humaniora, samfunnsvitenskapene og naturvitenskapene.

46. Teknologi

Teknologinyheter som ikke regnes som forbrukersaker, inkludert ingeniørbragder.

47. Portretter/ildsjeler

Saker som handler om en enkeltperson som har utmerket seg. Portretter av medie- og kulturpersonligheter, politikere, idrettsutøvere etc, med en 'mykere', mer personlig vinkling. Også typiske ildsjeler i lokalmiljøet. (eks. 'Trine kom inn på prestisjeskole'; 'X snakker ut om kreften', etc)

48. Trafikk

Saker om trafikkflyten, veiarbeid, samferdsel, kødannelser, fly- og togtrafikken.

49. Infrastruktur/nærmiljø

Saker om infrastruktur og bygningsarbeid, byggesaker, nabokrangler om grenser, turstier, fritidsområder, etc.

50. Vær

Saker om været og værmelding.

51. Annet

Saker som ikke kan klassifiseres under noen av de andre temaene.

52. Content marketing

Branded content: Reklame forkledd som redaksjonelt innhold. Noter produktet/"senderen".

10. KATEGORI

Sakene er allerede kodet på et tema. Plasser saken også under den hovedkategorien som temaet hører innunder.

1. Politikk (1-5)
2. Krim (6-16)
3. Økonomi (17-24)
4. Sosiale spørsmål (25-32)
5. Kultur (33-38)
6. Livsstil (39-42)
7. Sport (43)
8. Ulykker (44)
9. Annet (45-52)

11. KILDE 1/2/3/4

Noter navn på intervjuobjekt, kilder som kommer til orde.

12. MEDIEFORM

Noter hvorvidt saken er 'kringkastingsinnhold' eller om det er 'avisinnhold'.

0. NA
1. Lyd/bilde/video
2. Tekst-sak
3. Annet

13. BETALINGSMUR

Noter om saken ligger bak betalingsmur eller ikke. Markert enten ved pluss-tegn, nøkkel, lås eller lignende.

14. NOTATER

VEDLEGG 2. TEMA I LDA-ANALYSEN

Nr.	Tema	Nyhetstema	Kategori	%NRK	%Alle	PPdiff.	%diff.
34	Statsbudsjettet	Politikk	Politikk	0.94	0.58	0.36	161
43	Stortingsvalget	Politikk		0.85	0.71	0.13	119
63	Regjeringen	Politikk		1.16	0.88	0.30	132
64	Politikk	Politikk		0.23	0.16	0.07	111
112	Politiske valg	Politikk		0.52	0.49	0.04	108
138	Statsbudsjettet	Politikk		0.23	0.39	-0.16	59
156	Ulv	Politikk		0.30	0.21	0.09	20
175	Politibevæpning	Politikk		0.68	0.42	0.26	162
83	Forsvaret, Nord-Norge	Politikk		0.62	0.36	0.26	172
7	Nynorsk kommunepol.	Lokalpolitikk		2.33	1.41	0.92	165
18	Kommunereform	Lokalpolitikk		0.45	0.25	0.20	180
74	Kommunepolitikk	Lokalpolitikk		1.03	1.19	-0.16	86
115	Kommunebudsjett	Lokalpolitikk		0.43	0.65	-0.23	65
13	US-Cuba/Russland	Int. politikk		0.15	0.16	-0.01	91
15	Nobels fredspris	Int. politikk		0.33	0.30	0.03	110
21	Krekar	Int. politikk		0.59	0.31	0.29	193
103	FN	Int. politikk		0.55	0.53	0.02	103
128	Katalansk uavhengighet	Int. politikk		0.46	0.33	0.13	138
134	Internasjonal politikk	Int. politikk		0.65	0.53	0.12	124
148	Amerikansk presidentvalg	Int. politikk		1.33	10.3	0.30	129
166	Russland	Int. politikk		0.89	0.57	0.31	155

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

179	Brexit	Int. politikk		0.65	0.62	0.03	106
29	Syria-konflikten	Krig, terror		0.97	0.75	0.22	130
31	Paris-terror	Krig, terror		1.03	0.65	0.38	159
67	Terror Tyskland	Krig, terror		1.21	0.69	0.52	175
77	Palestina, Afghanistan	Krig, terror		0.80	0.62	0.18	129
131	Terror Tyrkia	Krig, terror		0.66	0.51	0.15	130
149	Irak-krigen	Krig, terror		0.59	0.39	0.20	151
104	Byggesaker	Forvaltning		0.52	0.82	-0.30	63
160	Reguleringsplaner	Forvaltning		0.35	0.61	-0.27	56
186	Grensekontroll	Forvaltning		0.48	0.33	0.15	146
<hr/>							
12	Dagligvarehandel	Næringsliv	Økonomi	0.14	0.33	-0.19	43
22	Luffart	Næringsliv		0.54	0.49	0.05	110
45	Alkoholhandel	Næringsliv		0.17	0.59	-0.42	28
68	Ansettelse	Næringsliv		0.46	0.49	-0.03	94
69	Næringsliv	Næringsliv		0.46	1.13	-0.78	41
122	Bedriftsøkonomi	Næringsliv		0.10	0.32	-0.21	33
170	Næringsliv	Næringsliv		0.35	0.46	-0.10	77
189	Næringsliv	Næringsliv		0.27	0.54	-0.27	50
65	Børsen	Markeder		0.17	0.59	-0.43	28
95	Boligmarked	Markeder		0.22	0.44	-0.23	49
121	Økonomi	Markeder		0.25	0.55	-0.30	46
196	Børsen	Markeder		0.19	0.63	-0.44	31
16	Husdyrhold	Primærnæring		0.36	0.27	0.05	116
46	Jordbruk	Primærnæring		0.54	0.36	0.19	152
71	Fiskerinæring	Primærnæring		0.47	0.40	0.08	120
62	Olje og energi	Energinæring		0.43	0.42	0.01	103
110	Oljenæring	Energinæring		0.47	0.46	0.02	103
90	Turistnæring	Turisme		0.20	0.30	-0.11	65
107	Skipsfart	Skipsfart		1.12	0.49	0.63	228

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

195	Personlig økonomi	Personlig øk.		0.19	0.32	-0.13	59
144	Barnehagesektor	Utdanning	Sosiale spør.	0.35	0.0.29	0.06	122
87	Universitetssektor	Utdanning		0.29	0.26	0.03	112
124	Grunnskole	Utdanning		0.40	0.43	-0.02	94
181	Skole	Utdanning		0.32	0.32	0.00	99
8	Sykdom	Helsesektor		0.36	0.27	0.08	130
61	Helse	Helsesektor		0.50	0.34	0.16	148
106	Pasientbehandling	Helsesektor		0.55	0.36	0.18	150
173	Psykisk helse	Helsesektor		0.34	0.46	-0.12	74
19	Arbeidsmarkedet	Arbeidsliv		0.89	0.76	0.131	117
80	Organisert arbeidsliv	Arbeidsliv		0.32	0.34	-0.01	96
197	Syriske flyktninger	Flyktninger		1.53	1.05	0.48	145
89	Flyktninger	Flyktninger		0.59	0.45	0.15	133
81	Statistikk	Statistikk		0.45	0.56	-0.12	79
183	Andre verdenskrig	Historie	Kultur	0.12	0.18	-0.06	67
98	Historie	Historie		0.41	0.99	-0.57	42
85	Litteratur	Kunst		0.26	0.42	-0.16	61
120	Scene, teater	Kunst		0.13	0.49	-0.36	26
126	Kunstutstillinger	Kunst		0.17	0.48	-0.32	35
36	Kåringer, prisutdelinger	Populærkultur		0.50	0.55	-0.05	90
102	Film og kino	Populærkultur		0.32	.043	-0.11	75
105	Framen, tv-program	Populærkultur		0.15	0.32	-0.17	48
152	Konsertanmeldelser	Populærkultur		0.41	0.98	-0.57	42
199	Julekonserter	Populærkultur		0.15	0.82	-0.68	18
1	Medier	Medier		0.23	0.20	0.03	115
5	TV-aksjonen	Medier		0.23	0.24	-0.01	97
163	Sosiale medier	Medier		0.90	0.63	0.27	143
164	På TV	Medier		0.60	0.38	0.21	155

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

66	Kongehus, Justin Bieber	Kongehus		0.18	0.25	-0.07	72
3	FIFA-skandalen	Økokrim	Krim	0.32	0.39	-0.07	82
25	Telenor/Vimpelcom	Økokrim		0.32	0.32	0.00	99
116	Svindel	Økokrim		0.21	0.26	-0.05	81
136	Seksuelle overgrep	Sedelighet		0.32	0.28	0.05	116
147	Seksuelle overgrep	Sedelighet		0.79	0.43	0.36	183
59	Drap	Mord		1.32	0.73	0.53	181
82	Forseelser	Forseelser		2.131	1.30	0.92	171
91	Fra retten	Fra retten		1.81	1.13	0.69	161
135	Narkotikakriminalitet	Narko-krim		0.79	0.45	0.34	176
155	Voldskriminalitet	Vold		1.46	0.85	0.60	171
176	Tyveri	Vinning		1.08	0.61	0.47	176
9	Kristendom	Religion	Hverdagsliv	0.25	0.45	-0.20	56
11	Trening	Hobby og fritid		0.16	0.43	-0.28	36
27	Skiføre, fritid	Hobby og fritid		0.20	0.32	-0.11	64
40	Matoppskrifter	Hobby og fritid		0.13	0.29	-0.16	45
94	Kosthold, mat	Hobby og fritid		0.14	0.22	-0.08	63
125	Jakt	Hobby og fritid		0.32	0.27	0.05	121
146	Jul	Hobby og fritid		0.18	0.56	-0.38	32
70	Mote	Forbruker		0.11	0.27	-0.16	42
73	Brannsikkerhet	Forbruker		0.19	0.27	-0.07	72
114	Auto og motor	Forbruker		0.12	0.59	-0.47	21
139	Hus og hjem	Forbruker		0.10	0.27	-0.18	35
150	Bildekk-bytte	Forbruker		0.06	0.23	-0.17	25
177	Julehandel	Forbruker		0.14	0.29	-0.15	49
14	Mobil	Teknologi		0.08	0.27	-0.20	29
78	Frivillighet	Familieliv		0.34	0.63	-0.29	54
54	Trafikk	Trafikk	Trafikk	0.65	0.66	-0.01	98

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

174	Trafikk	Trafikk		0.32	0.41	-0.09	78
111	Trafikksikkerhet	Trafikk		0.18	0.24	-0.06	74
113	Trafikk, Oslo	Trafikk		0.60	0.38	0.21	155
60	Veiforhold	Trafikk		2.78	0.81	1.97	344
188	Forsinkelser	Trafikk		0.90	0.50	0.40	180
23	Søk, savnede personer	Savnede	Ulykker	1.17	0.60	0.57	196
33	Trafikkulykker	Trafikkulykker		4.22	1.79	2.43	236
92	Brann	Brann		2.86	1.10	1.75	259
133	Ulykker	Ulykker		1.49	0.87	0.62	171
137	Naturkatastrofer	Naturkatastrofer		0.96	0.59	0.37	164
167	Egypt Air flystyrt	Flystyrt		0.65	0.41	0.24	158
178	Russisk helikopterstyrt	Flystyrt		0.57	0.30	0.27	188
184	Vann, avløp, strøm	Infrastruktur	Infrastruktur	0.95	0.49	0.47	196
2	Vær	Vær	Vær	1.22	0.82	0.40	149
140	Nynorsk	Nynorsk	Nynorsk	1.41	1.17	0.24	121
145	Nynorsk	Nynorsk		3.85	0.90	2.95	427
162	Nynorsk	Nynorsk		0.08	0.29	-0.22	26
26	Helgeland	Geografi	Geografi	0.13	0.14	-0.02	89
28	Bergen, Hordaland	Geografi		0.44	0.17	0.27	257
35	Sør-øst Asia	Geografi		0.31	0.25	0.07	126
38	Agder	Geografi		0.63	0.12	0.51	537
56	Vestfold	Geografi		0.22	0.14	0.07	151
72	Østfold	Geografi		0.06	0.19	-0.13	34
93	Grenland	Geografi		0.47	0.18	0.30	269
129	Jæren, Haugaland	Geografi		0.33	0.19	0.14	172
130	Møre	Geografi		0.35	0.21	0.14	170
153	Trøndelag	Geografi		0.12	0.26	-0.14	46
158	Ringerike	Geografi		0.25	0.22	0.03	115
159	Nord-Norge	Geografi		0.38	0.18	0.20	206

169	Nordland	Geografi		0.04	0.14	-0.10	29
192	Oppland	Geografi		0.25	0.21	0.04	118
0	Fotball	Fotball	Sport	0.47	1.19	-0.72	40
17	Champions League	Fotball		0.22	0.58	-0.36	38
20	Premier League	Fotball		0.01	0.24	-0.23	2
39	Europa League	Fotball		0.18	0.48	-0.30	38
42	Rosenborg	Fotball		0.23	0.45	-0.22	51
52	Fotball-VM	Fotball		0.19	0.36	-0.17	54
53	Fotball-landslaget, herrer	Fotball		0.24	0.63	-0.39	38
109	Eliteserien, fotball	Fotball		0.43	0.49	-0.06	88
117	NM fotball, herrer	Fotball		0.27	0.37	-0.10	73
118	Premier League	Fotball		0.33	1.01	-0.69	32
132	Svensk fotball	Fotball		0.25	0.32	-0.07	77
142	Obosligaen, fotball	Fotball		0.35	0.48	-0.13	73
154	Nynorsk fotball, Sogn	Fotball		0.74	0.34	0.40	216
157	Fotball, trenerbytte	Fotball		.050	1.36	-0.86	37
161	Fotball, Nord-Norge	Fotball		0.15	0.29	-0.14	52
172	Fotball, Sør-Amerika	Fotball		0.11	0.17	-0.06	66
180	Premier League	Fotball		0.03	0.23	-0.20	15
185	Fotball, kvinner	Fotball		0.23	0.41	-0.18	56
187	Kamppreferat fotball	Fotball		0.41	1.36	-0.95	30
190	Dansk fotball	Fotball		0.18	0.30	-0.12	59
198	Fotball, Brann	Fotball		0.10	0.32	-0.22	32
165	Alpin	Alpin		0.39	0.42	-0.03	94
4	Langrenn	Ski		0.30	0.61	-0.31	50
55	Skihopp	Ski		0.29	0.30	-0.01	95
57	Skiskyting	Ski		0.20	0.25	-0.05	80
97	Amerikansk ishockey	Ishockey		0.19	0.38	-0.20	49

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

182	Ishockey	Ishockey	0.33	0.44	-0.11	75
141	Kvinnehåndball, landslag	Håndball	0.19	0.47	-0.28	41
58	Sjakk-VM	Sjakk	0.08	0.21	-0.13	38
10	Golf	Golf	0.22	0.25	-0.04	86
44	Doping Norge	Doping	0.12	0.33	-0.21	36
41	Håndball, boksing, MMA	Sport	0.28	0.28	0.00	99
96	Grasrotidrett	Sport	0.26	0.77	-0.51	34
193	Sykling, rally, tennis	Sport	0.32	0.51	-0.19	63
24	Tippetips, Rikstoto	Tips	0.03	0.13	-0.09	27
49	Tippetips fotball	Tips	0.01	0.26	-0.26	2
100	Tippetips, italiensk fotball	Tips	0.02	0.16	-0.14	13
108	Tippetips	Tips	0.05	0.25	-0.20	21
171	Tippetips, odds	Tips	0.02	0.26	-0.24	9

VEDLEGG 3. VARIABLER FOR SAMMENLIGNING I LDA-ANALYSEN

[Medienes analytiske merkelapper]

Alle = ["Haloga", "arendalstidende", "asanetidende", "aasavis", "sonnmoringen", "sandeavis", "svelvikposten", "Nordre", "lierposten", "svalbard", "enebakkavis", "norddalen", "venneslatidende", "gjesdalbuen", "malvikbladet", "eikerbladet", "firda", "bygdebladrandaberg", "bomlonytt", "austagderblad", "bronnoysundsavis", "tvedestrandsposten", "grannar", "driva", "andalsnesavis", "solabladet", "roykenhurum", "oyene", "sandnesposten", "fjordingen", "framtidsnord", "dolen", "jarlsbergavis", "vikebladet", "nordstrandsblad", "krageroblad", "porsgrunnsdagblad", "kvinnheringen", "hitrafroya", "fanaposten", "innherred", "altaposten", "NyeTroms", "askoyveringen", "telen", "bygdanytt", "fjordenestidende", "Saltenposten", "helgelandsblad", "firdaposten", "tronderbladet", "demokraten", "hardangerfolkeblad", "nordhordland", "lofotposten", "vestnytt", "bygdeposten", "ringsakerblad", "sunnhordland", "tromsfolkeblad", "ifinnmark", "stjordalensblad", "itromso", "hadeland", "bladetvesteralen", "eidsvollullensakerblad", "arbeidetsrett", "akershusamtstidende", "haldenarbeiderblad", "rogalandsavis", "AvisenAgder", "helgelendingen", "indreakershus", "valdres", "HordalandAvis", "laagendalsposten", "ostlandetsblad", "sognavis", "ranablad", "harstادتidende", "namdalsavisa", "ringerikesblad", "smaalenenes", "sandefjordblad", "sarpsborg", "ostlandsposten", "Grorud", "jaerbladet", "tidenskrav", "mossavis", "ba", "romsdalsbudstikke", "ostlendingen", "glomdalen", "agderposten", "avisanordland", "varden", "nordlys", "budstikka", "dagsavisen", "gd", "opplandarbeiderblad", "HAvis", "tonsbergblad", "sunnmorsposten", "romerikesblad", "drammenstidende", "fedrelandsvennen", "adressa", "bt", "AP", "dagensnaeringsliv", "aftenposteninnsikt", "andalsnesavis", "andoyposten", "auraavis", "austagderblad", "avisahemnes", "bronnoysundavis", "dagbladet", "dagen", "dagogtid", "dalanetidende", "dinside", "dolen", "driva", "fett", "finansavisen", "fiskeribladet", "fjelljom", "fjordingen", "fosnafolket", "framtidsnord", "fredrikstadblad", "fremover", "gimlekollenradio", "gjengangeren", "gannar", "grenda", "grimstadadresstidende", "hallingdolen", "hamararbeiderblad", "hegnar", "jarlsbergavis", "kanalen", "klassekampen", "kystogfjord", "lokalavisanordsalten", "LP", "lyngdalsavis", "midtsiden", "minervanett", "morenytt", "morgenbladet", "nationen", "Nearadio", "nettavisen", "nrk", "nytid", "opdalingen", "oyene", "p4", "p5ostfold", "radio102", "radiofolgefonn", "radiohaugaland", "radiomotor", "radionova", "radiatorakel", "radiorevolt", "radiosalten", "radiosor", "radiotelemarkp5", "rakkestadavis", "roykenhurum", "sagat", "sandnesposten", "sikradioen", "solabladet", "sortrondelag", "sovesten", "sribradio", "stavangeraftenblad", "strandbuen", "suldalsposten", "SVA", "ta", "tronderavisa", "trysilradioen", "tv2", "tvedestrandsposten", "tysnes", "tysverbygdeblad", "vaartland", "vaksdalsposten", "ventusradio", "vestbyavis", "vestnesavisa", "vg", "voxloradio", "xmag"]

EIERSKAP

Uavhengige = ["altaposten", "arendalstidende", "AvisenAgder", "avisahemnes", "HordalandAvis", "bladetvesteralen", bomlonytt", "dagogtid", "dagbladet", "dagen", "dinside", "eidsvollullensakerblad", "eikerbladet", "fett", "finansavisen", "fiskeribladet", "gimlekollenradio", "grannar", "grenda", "Grorud",

“hallingdolen”, “hamararbeiderblad”, “Haloga”, “kanalen”, “klassekampen”, “kystogfjord”, “lokalavisanordsalten”, “lyngdalsavis”, “midtsiden”, “minervanett”, “nationen”, “nearadio”, “Nordre”, “nytid”, “NyeTroms”, “radiofolgefonn”, “radiohaugaland”, “radiomotor”, “radionova”, “radiatorakel”, “radiorevolt”, “radiosalten”, “radiosor”, “sagat”, “saltenposten”, “sikradioen”, “sribradio”, “suldasposten”, “sunnhordland”, “Svalbard”, “SVA”, “sovesten”, “tronderavisa”, “tysnes”, “tysverbygdeblad”, “vestnesavisa”, “ventusradio”, “voxlradio”, “xmag”]

Amedia = [“aasavis”, “akershusamtstidende”, “arbeidetsrett”, “auraavis”, “austagderblad”, “avisanordland”, “ba”, “budstikka”, “bygdeposten”, “drammenstidende”, “enebakkavis”, “firda”, “firdaposten”, “fjelljom”, “fredrikstadblad”, “fremover”, “gjengangeren”, “glomdalen”, “hadeland”, “haldenarbeiderblad”, “hardangerfolkeblad”, “Havis”, “helgelendingen”, “helgelendingen”, “ifinnmark”, “indreakershus”, “jarlsbergavis”, “kvinnheringen”, “laagendalsposten”, “lierposten”, “lofotposten”, “malvikbladet”, “mossavis”, “namdalsavisa”, “nettavisen”, “nordhordland”, “nordlys”, “nordstrandsblad”, “opdalingen”, “opplandarbeiderblad”, “ostlandetsblad”, “ostlandsposten”, “ostlendigen”, “oyene”, “porsgrunnsdagblad”, “radio102”, “rakkestadavis”, “ranablad”, “ringerikesblad”, “romerikesblad”, “roykenhurum”, “sandeavis”, “sandefjordblad”, “sarpsborg”, “smaalenenes”, “sognavis”, “stjordalensblad”, “svelvikposten”, “ta”, “tidenskrav”, “tonsbergblad”, “tvedestrandsposten”, “vestbyavis”]

Schibsted1 = [“asanetidende”, “aftenposteninnsikt”, “AP”, “askoyveringen”, “bt”, “bygdanytt”, “fanaposten”, “fedrelandsvennen”, “lindesnes”, “stavangeraftenblad”, “vestnytt”, “vg”]

Schibsted2 = [“aftenposteninnsikt”, “AP”, “bt”, “fedrelandsvennen”, “stavangeraftenblad”]

Polaris = [“adresa”, “andalsnesavis”, “andoyposten”, “bronnoysundavis”, “driva”, “fosnafolket”, “fjordenestidende”, “fjordingen”, “framtidinord”, “harstادتidende”, “hitrafroya”, “innhered”, “itromso”, “morenytt”, “romsdalsbudstikke”, “sonnmorsposten”, “sonnmoringen”, “sortrondelag”, “tronderbladet”, “tromsfolkeblad”, “vikebladet”]

Nordsjø = [“bygdebladrandaberg”, “dalanetidende”, “gjesdalbuen”, “jaerbladet”, “lyngdalsavis”, “sandnesposten”, “strandbuen”]

Agderposten = [“agderposten”, “demokraten”, “grimstadadresstidende”, “LP”, “varden”, “venneslatidende”]

Gubrandsdølen = [“dolen”, “gd”, “norddalen”, “valdres”]

Mentor = [“dagsavisen”, “rogalandsavis”, “vaartland”]

NHST = [“dagensnaeringsliv”, “morgenbladet”]

MTG = [“p4”, “p5ostfold”, “radiotelemarkp5”]

Egmont = [“tv2”]

DISTRIBUSJON

Nasjonal = [“aftenposteninnsikt”, “AP”, “dagogtid”, “dagen”, “dagbladet”, “dagensnaeringsliv”, “dagsavisen”, “dinside”, “fett”, “finansavisen”, “fiskeribladet”, “klassekampen”, “minervanett”, “morgenbladet”, “nationen”, “nettavisen”, “nytid”, “nrk”, “p4”, “p5ostfold”, “tv2”, “vg”, “vaartland”, “xmag”]

Metro = [“adresa”, “agderposten”, “avisanordland”, “bt”, “ba”, “budstikka”, “drammenstidende”, “fredrikstadblad”, “fedrelandsvennen”, “gimlekollenradio”, “glomdalen”, “gd”, “Havis”, “hamararbeiderblad”, “harstادتidende”, “itromso”, “mossavis”, “nordlys”, “opplandarbeiderblad”, “ostlandsposten”, “radio102”, “radionova”, “radiatorakel”, “radiorevolt”, “romerikesblad”, “romsdalsbudstikke”, “rogalandsavis”, “sandefjordblad”, “sarpsborg”, “sribradio”, “stavangeraftenblad”, “sunnmorsposten”, “ta”, “tonsbergblad”, “varden”, “ventusradio”, “voxlradio”]

Lokal = [“aasavis”, “akershusamtstidende”, “altaposten”, “andalsnesavis”, “andoyposten”, “arbeidetsrett”, “auraavis”, “arendalstidende”, “asanetidende”, “askoyveringen”, “austagderblad”, “avisahemnes”, “AvisenAgder”, “bladetvestralen”, “bomlonytt”, “bronnoysundsavis”, “bygdanytt”, “bygdebladetrandaberg”, “bygdeposten”, “dalanetidende”, “demokraten”, “dolen”, “driva”, “eidsvollullensakerblad”, “eikerbladet”, “enebakkavis”, “fanaposten”, “ifinnmark”, “firda”, “firdaposten”, “fjelljom”, “fjordenestidende”, “fjordingen”, “fosnafolket”, “framtidinord”, “fremover”, “gjengangeren”, “gjesdalbuen”, “grannar”, “grenda”, “grimstadadresstidende”, “Grorud”, “hadeland”, “haldenarbeiderblad”, “hallingdolen”, “Haloga”, “hardangerfolkeblad”, “harstادتidende”]

“helgelandsblad”, “helgelendingen”, “hitrafroya”, “HordalandAvis”, “ifinnmark”, “indreakershus”, “innherred”, “jarsbergavis”, “jaerbladet”, “kanalen”, “kragerodblad”, “kvinnheringen”, “kystogfjord”, “laagendalsposten”, “lierposten”, “lindesnes”, “lofotposten”, “LP”, “lokalavisanordsalten”, “lyngdalsavis”, “kvinnheringen”, “malvikbladet”, “midtsiden”, “morenytt”, “namdalsavisa”, “nearadio”, “norddalen”, “nordhordaland”, “Nordre”, “nordstrandsblad”, “NyeTroms”, “opdalingen”, “ostlandetsblad”, “ostlendingen”, “oyene”, “porsgrunnsdagblad”, “radiofolgefonn”, “radiohaugaland”, “radiomotor”, “radiosalten”, “radiosor”, “radiotelemarkp5”, “rakkestadavis”, “ranablad”, “ringerikesblad”, “ringsakerblad”, “roykenhurum”, “sagat”, “Saltenposten”, “sandeavis”, “sandnesposten”, “sikradioen”, “smaalenenes”, “sognavis”, “solabladet”, “sortrondelag”, “sovesten”, “stjordalensblad”, “strandbuen”, “suldalsposten”, “sunnhordland”, “sunnmoringen”, “SVA”, “Svalbard”, “svelvikposten”, “telen”, “tidenskrav”, “tromsfolkeblad”, “tronderavis”, “tronderbladet”, “tvedestrandsposten”, “tysnes”, “tysverbygdeblad”, “vaksdalsposten”, “valdres”, “venneslatidende”, “vestbyavis”, “vestnesavisa”, “vestnytt”, “vikebladet”]

MARKEDSPOSISJON

Ledende = [“AP”, “bt”, “drammenstidende”, “driva”, “fredrikstadblad”, “haldenarbeiderblad”, “hamararbeiderblad”, “ifinnmark”, “kvinnheringen”, “kystogfjord”, “LP”, “lofotposten”, “namdalsavisa”, “mossavis”, “namdalsavis”, “Nordhordland”, “nordlys”, “nrk”, “opdalingen”, “opplandarbeiderblad”, “ostlendingen”, “radio102”, “romsdalsbudstikke”, “sarpsborg”, “stavangeraftenblad”, “sunnhordland”, “tronderavisa”, “tronderbladet”, “varden”, “vg”]

Nummer 2 = [“arendalstidende”, “asanetidende”, “avisahemnes”, “auraavis”, “ba”, “bygdnytt”, “dagogtid”, “dagbladet”, “dagsavisen”, “demokraten”, “dinside”, “fanaposten”, “finansavisen”, “fiskeribladet”, “fjelljom”, “gimlekollenradio”, “grenda”, “Grorud”, “Haloga”, “itromso”, “klassekampen”, “midtsiden”, “minervanett”, “morgenbladet”, “nationen”, “nearadio”, “nettavisen”, “nordstrandsblad”, “nytid”, “p4”, “p5ostfold”, “porsgrunnsdagblad”, “sandnesposten”, “radiofolgefonn”, “radiohaugaland”, “radiomotor”, “radiomotor”, “radionova”, “radiator”, “radiorevolt”, “radiosalten”, “radiosor”, “radiotelemarkp5”, “rogalandsavis”, “sikradionen”, “sribradio”, “ta”, “tv2”, “vaartland”, “ventusradio”, “voxloradio”, “xmag”]

Alene = [“aasavis”, “adressa”, “agderposten”, “akershusamtstidende”, “altaposten”, “akershusamtstidende”, “andalsnesavis”, “andoyposten”, “arbeidetsrett”, “askoyveringen”, “auraavis”, “austagderblad”, “avisanordland”, “AvisenAgder”, “bladetvesteralen”, “bomlonytt”, “bronnoysundsavis”, “budstikka”, “bygdebladrandaberg”, “bygdeposten”, “dagen”, “dagensnaeringsliv”, “dalanetidende”, “dolen”, “eidsvollullensakerblad”, “eikerbladet”, “enebakkavis”, “fedrelandsvennen”, “fett”, “firda”, “firdaposten”, “fjordenestidende”, “fjordingen”, “fosnafolket”, “framtidinord”, “fremover”, “gd”, “gjengangeren”, “gjesdalbuen”, “glomdalen”, “grannar”, “gd”, “grimstadadresstidende”, “hadeland”, “haldenarbeiderblad”, “hallingdolen”, “hardangerfolkeblad”, “harstadtidende”, “HAvis”, “helgelandsblad”, “helgelendingen”, “hitrafroya”, “HordalandAvis”, “indreakershus”, “innherred”, “jarlsbergavis”, “jaerbladet”, “kanalen”, “krageroblad”, “laagendalsposten”, “lierposten”, “lindesnes”, “malvikbladet”, “norddalen”, “Nordre”, “NyeTroms”, “rakkestadavis”, “ranablad”, “ringerikesblad”, “ringsakerblad”, “romerikesblad”, “roykenhurum”, “Saltenposten”, “sandeavis”, “sande fjordsblad”, “lokalavisanordsalten”, “lyngdalsavis”, “malvikbladet”, “morenytt”, “nordre”, “norddalen”, “NyeTroms”, “rakkestadavis”, “ranablad”, “ringerikesblad”, “ringsakerblad”, “romerikesblad”, “roykenhurum”, “sagat”, “saltenposten”, “sandeavis”, “sande fjordblad”, “smaalenenes”, “sognavis”, “solabladet”, “stjordalensblad”, “strandbuen”, “suldalsposten”, “sunnmoringen”, “sunnmorsposten”, “svalbardposten”, “svelvikposten”, “sortrondelag”, “SVA”, “sovesten”, “telen”, “tidenskrav”, “tromsfolkeblad”, “tvedestrandsposten”, “tysnes”, “tysverbygdeblad”, “tonsbergblad”, “vaksdalsposten”, “valdres”, “venneslatidende”, “vestbyavis”, “vestnesavisa”, “vestnytt”, “vikebladet”, “ostlandetsblad”, “ostlandsposten”, “oyene”]

STATSSTØTTE

Pressestøtte = [“altaposten”, “andoyposten”, “arendalstidende”, “aasavis”, “asanetidende”, “andalsnesavis”, “askoyveringen”, “auraavis”, “austagderblad”, “avisahemnes”, “ba”,

“bronnoysundsavis”, “bygdanytt”, “bygdebladrandaberg”, “bomlonytt”, “dagsavisen”, “demokraten”, “driva”, “dolen”; “eikenbladet”, “enebakkavis”, “fanaposten”, “firdaposten”, “fiskeribladet”, “fjelljom”, “fjordenestidende”, “fjordingen”, “framtidinord”, “gjesdalbuen”, “grannar”, “grenda”, “Grorud”, “hardangerfolkeblad”, “Haloga”, “innherred”, “itromso”, “jarlsbergavis”, “kanalen”, “klassekampen”, “krageroblad”, “kvinnheringen”, “kystogfjord”, “lierposten”, “lillesandsposten”, “lindesnes”, “lofotposten”, “lokalavisanordsalten”, “malvikbladet”, “morgenbladet”, “morenytt”, “nationen”, “norddalen”, “nordhordland”, “Nordre”, “NyeTroms”, “opdalingen”, “porsgrunndagblad”, “rakkestadavis”, “rogalandsavis”, “roykenhurum”, “saltenposten”, “sandeavis”, “sandnesposten”, “solabladet”, “strandbuen”, “suldalsposten”, “sunnmoringen”, “Svalbard”, “svelvikposten”, “SVA”, “sovesten”, “telen”, “tronderbladet”, “tvedestrandsposten”, “tysnes”, “tysverbygdeblad”, “vaksdalsposten”, “venneslatidende”, “vestbyavis”, “vestnesavisa”, “vikebladet”, “vaartland”, “oyene”]

INNHOLDSPROFIL

Public service = [“nrk”, “p4”, “tv2”]

Populær = [“dagbladet”, “dinside”, “nettavisen”, “vg”]

Nisje = [“aftenposteninnsikt”, “dagensnaeringsliv”, “dagen”, “dagogtid”, “fett”, “finansavisen”, “fiskeribladet”, “hegnar”, “klassekampen”, “minervanett”, “morgenbladet”, “nationen”, “nytid”, “sagat”, “vaartland”, “xmag”]

PLATTFORM

Avis = [“Haloga”, “arendalstidende”, “asanetidende”, “aasavis”, “sonnmoringen”, “sandeavis”, “svelvikposten”, “Nordre”, “lierposten”, “svalbard”, “enebakkavis”, “norddalen”, “venneslatidende”, “gjesdalbuen”, “malvikbladet”, “eikerbladet”, “firda”, “bygdebladrandaberg”, “bomlonytt”, “austagderblad”, “bronnoysundsavis”, “tvedestrandsposten”, “grannar”, “driva”, “andalsnesavis”, “solabladet”, “roykenhurum”, “oyene”, “sandnesposten”, “fjordingen”, “framtidnord”, “dolen”, “jarlsbergavis”, “vikebladet”, “nordstrandsblad”, “krageroblad”, “porsgrunnsdagblad”, “kvinnheringen”, “hitrafroya”, “fanaposten”, “innherred”, “altaposten”, “NyeTroms”, “askoyveringen”, “telen”, “bygdanytt”, “fjordenestidende”, “Saltenposten”, “helgelandsblad”, “firdaposten”, “tronderbladet”, “demokraten”, “hardangerfolkeblad”, “nordhordland”, “lofotposten”, “vestnytt”, “bygdeposten”, “ringsakerblad”, “sunnhordland”, “tromsfolkeblad”, “ifinmark”, “stjordalensblad”, “itromso”, “hadeland”, “bladetvesteralen”, “eidsvollullensakerblad”, “arbeidetsrett”, “akershusamtstidende”, “haldenarbeiderblad”, “rogalandsavis”, “AvisenAgder”, “helgelendingen”, “indreakershus”, “valdres”, “HordalandAvis”, “laagendalsposten”, “ostlandetsblad”, “sognavis”, “ranablad”, “harstadtidende”, “namdalsavisa”, “ringerikesblad”, “smaalenenes”, “sandefjordblad”, “sarpsborg”, “ostlandsposten”, “Grorud”, “jaerbladet”, “tidenskrav”, “mossavis”, “ba”, “romsdalsbudstikke”, “ostlendingen”, “glomdalen”, “agderposten”, “avisanordland”, “varden”, “nordlys”, “budstikka”, “dagsavisen”, “gd”, “opplandarbeiderblad”, “HAvis”, “tonsbergblad”, “sunnmorsposten”, “romerikesblad”, “drammenstidende”, “fedrelandsvennen”, “adressa”, “bt”, “AP”, “dagensnaeringsliv”, “aftenposteninnsikt”, “andalsnesavis”, “andoyposten”, “auraavis”, “austagderblad”, “avisahemnes”, “bronnoysundavis”, “dagbladet”, “dagen”, “dagogtid”, “dalanetidende”, “dolen”, “driva”, “finansavisen”, “fiskeribladet”, “fjelljom”, “fjordingen”, “fosnafolket”, “framtidnord”, “fredrikstadblad”, “fremover”, “gimlekollenradio”, “gjengangeren”, “gannar”, “grenda”, “grimstadadressetidende”, “hallingdolen”, “hamararbeiderblad”, “hegnar”, “jarsbergavis”, “kanalen”, “klassekampen”, “kystogfjord”, “lokalavisanordsalten”, “LP”, “lyngdalsavis”, “morenytt”, “morgenbladet”, “nationen”, “nytid”, “opdalingen”, “oyene”, “rakkestadavis”, “roykenhurum”, “sagat”, “sandnesposten”, “solabladet”, “sortrondelag”, “sovesten”, “stavangeraftenblad”, “strandbuen”, “suldalsposten”, “SVA”, “ta”, “tronderavisa”, “tvedestrandsposten”, “tysnes”, “tysverbygdeblad”, “vaartland”, “vaksdalsposten”, “vestbyavis”, “vestnesavisa”, “vg”]

Nettmedie = [“dinside”, “fett”, “midtsiden”, “minervanett”, “nettavisen”, “xmag”]

Radio = [Nearradio, “p4”, “p5ostfold”, “radio102”, “radiofolgefonn”, “radiohaugaland”, “radiomotor”, “radionova”, “radiatorakel”, “radiorevolt”, “radiosalten”, “radiosor”, “sribradio”, “radiotelemarkp5”, “sikradioen”, “trysilradioen”, “ventusradio”, “voxlradio”]

TV = ["nrk", "tv2"]

VEDLEGG 4. NRKS LENKEPRAKSIS

Interne lenker

2015		2016		2017	
www.nrk.no	8392952	www.nrk.no	9023885	www.nrk.no	1552237
p3.no	354156	p3.no	405038	www.yr.no	65328
www.yr.no	262854	www.yr.no	356485	p3.no	51816
tv.nrk.no	237459	tv.nrk.no	255336	tv.nrk.no	38111
radio.nrk.no	191663	radio.nrk.no	200168	radio.nrk.no	33108
nrksuper.no	142992	nrksuper.no	153433	nrksuper.no	21591
nrkbutikken.no	105188	nrkbutikken.no	115476	nrkbutikken.no	19284
nrk.no	51319	nrk.no	53362	nrk.no	2500
trafikk.nrk.no	17228	trafikk.nrk.no	17311	resultater.nrk.no	1244
tv.nrksuper.no	10960	tv.nrksuper.no	8019	tv.nrksuper.no	785
skam.p3.no	7666	skam.p3.no	7970	trafikk.nrk.no	728
nrkbeta.no	6700	resultater.nrk.no	6083	skam.p3.no	506
resultater.nrk.no	5848	nrkbeta.no	3804	nrkbeta.no	312
snutt.nrk.no	3214	www.nrksuper.no	2043	www.nrksuper.no	33
www.nrksuper.no	1823	podkast.nrk.no	246	podkast.nrk.no	29
podkast.nrk.no	288	preview.nrk.no	69	snutt.nrk.no	11
blogg.nrk.no	58	fido.nrk.no	52	fido.nrk.no	10
m.nrk.no	40	snutt.nrk.no	37	preview.nrk.no	9
preview.nrk.no	39	feed.nrk.no	31	fil.nrk.no	1
fido.nrk.no	36	fil.nrk.no	18		
feed.nrk.no	1	blogg.nrk.no	1		

Eksterne lenker

2015		2016		2017	
twitter.com	247210	twitter.com	307417	twitter.com	35467
www.facebook.com	230584	www.facebook.com	255666	www.facebook.com	23012
plus.google.com	211789	plus.google.com	235844	plus.google.com	20037
yr.no	103767	radio.no	111484	radio.no	19312
radio.no	101570	presse.no	111419	presse.no	18956
presse.no	75196	om.yr.no	29493	om.yr.no	6197
om.yr.no	35741	sporsmalogsvar.ut.no	25990	sporsmalogsvar.ut.no	5105
sporsmalogsvar.ut.no	20301	instagram.com	22294	www.turistforeningen.no	3790
instagram.com	20267	www.turistforeningen.no	19804	tur.app.dnt.no	2729
www.turistforeningen.no	18074	tur.app.dnt.no	14426	instagram.com	2579
www.blomqvist.no	15503	www.instagram.com	11163	www.instagram.com	2034
tur.app.dnt.no	13059	www.dntbutikken.no	9356	t.co	1828
ut.no	6767	t.co	8172	www.dntbutikken.no	1728
creativecommons.org	6040	creativecommons.org	6622	creativecommons.org	1497
tillegg.yr.no	5625	yrkundesenter.zendesk.com	6598	yrkundesenter.zendesk.com	1436
www.dnt.no	4748	ad1.emediate.dk	6354	ad1.emediate.dk	1343
utno.uservice.com	4721	www.dnt.no	5203	tillegg.yr.no	1282
bit.ly	4430	utno.uservice.com	5198	www.dnt.no	1021
m.yr.no	4051	bit.ly	4779	utno.uservice.com	1021
www.met.no	3976	tillegg.yr.no	4265	bit.ly	1011
marinetraffic.com	3920	nb-no.facebook.com	4236	www.youtube.com	1009
metlex.met.no	3744	metlex.met.no	4160	www.flickr.com	976
yle.fi	3638	marinetraffic.com	4008	nb-no.facebook.com	834
www.flickr.com	2571	yle.fi	3282	metlex.met.no	820
www.youtube.com	2384	www.flickr.com	2554	www.vegvesen.no	737
disqus.com	2194	sverigesradio.se	2532	sverigesradio.se	707
www.svt.se	2087	disqus.com	2324	www.blomqvist.no	699
www.jernbaneverket.no	2012	itunes.apple.com	2314	yle.fi	695

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.nve.no	2008	www.youtube.com	2312	www.vg.no	689
met.no	1993	met.no	2281	disqus.com	656
www.geonames.org	1990	play.google.com	2198	itunes.apple.com	500
www.ntnu.no	1985	www.varsom.no	2155	www.snapchat.com	493
www.npolar.no	1983	aptn.ca	2028	met.no	478
www.statkart.no	1981	www.maoritelevision.com	2026	play.google.com	478
www.ecmwf.int	1981	www.bbc.co.uk	2025	www.varsom.no	378
www.avinor.no	1980	www.witbn.org	2024	www.svt.se	373
www.eumetsat.int	1980	titv.ipcf.org.tw	2024	www.nitv.org.au	351
www.kvenskinstittut.no	1980	www.tg4.ie	2024	www.witbn.org	346
www.bbc.co.uk	1968	www.s4c.co.uk	2024	www.tg4.ie	346
www.instagram.com	1938	www.oivi.tv	2024	aptn.ca	346
www.nibio.no	1934	www.piccom.org	2024	www.s4c.co.uk	346
sverigesradio.se	1922	www.nitv.org.au	2024	www.maoritelevision.com	346
www.varsom.no	1888	www.hakkatv.org.tw	2024	www.oivi.tv	346
www.witbn.org	1813	www2.thaipbs.or.th	2024	www.piccom.org	346
www.oddasat.se	1812	vegvesen.no	2013	www2.thaipbs.or.th	341
titv.ipcf.org.tw	1812	www.177.no	2013	www.bbc.co.uk	339
www.tg4.ie	1812	www.svt.se	1918	titv.ipcf.org.tw	335
aptn.ca	1812	www.vg.no	1311	maps.google.com	328
www.s4c.co.uk	1812	maps.google.com	1162	www.aftenbladet.no	326
www.maoritelevision.com	1812	www.tv2.no	979	www.ut.no	296
www.oivi.tv	1812	www.ut.no	922	www.bbc.com	295
www.piccom.org	1812	www.aftenbladet.no	884	www.ifinmark.no	273
www.nitv.org.au	1812	www.aftenposten.no	692	www.dn.no	263
www.hakkatv.org.tw	1812	www.bt.no	662	docs.google.com	249
www2.thaipbs.or.th	1812	www.ifinmark.no	662	www.thetimes.co.uk	241
vegvesen.no	1807	www.bbc.com	562	www.aftenposten.no	192
www.177.no	1806	www.fvn.no	551	www.qxl.no	159
www.vg.no	1118	www.sa.no	498	www.washingtonpost.com	154
maps.google.com	1097	www.dt.no	493	blimed.no	150

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.bt.no	801	www.ba.no	481	goo.gl	143
www.fvn.no	760	www.dn.no	435	www.varden.no	132
www.bbc.com	690	www.qxl.no	394	www.fvn.no	118
www.ba.no	657	www.oddasat.se	391	www.bt.no	110
www.dagbladet.no	649	www.itromso.no	379	www.rb.no	110
www.ifinmark.no	628	www.nordlys.no	378	www.klassekampen.no	106
www.aftenposten.no	625	www.f-b.no	373	www.afionbladet.se	103
www.ut.no	499	get.adobe.com	364	www.tv2.no	100
www.aftenbladet.no	446	www.regjeringen.no	361	www.dagbladet.no	99
itunes.apple.com	437	www.moss-avis.no	360	www.dt.no	99
www.tv2.no	400	www.dagbladet.no	357	www.h-a.no	98
www.rb.no	391	www.an.no	353	www.ba.no	97
get.adobe.com	361	www.dagsavisen.no	352	www.ta.no	88
www.smp.no	348	www.h-a.no	348	www.firda.no	84
www.dn.no	346	www.gd.no	343	www.theguardian.com	77
www.firda.no	338	journalisten.no	341	www.f-b.no	76
www.budstikka.no	330	www.varden.no	338	www.stf.no	76
www.theguardian.com	321	www.budstikka.no	338	www.an.no	73
www.agderposten.no	305	pinterest.com	322	www.nationen.no	71
www.aftenbladet.se	282	www.rb.no	303	www.budstikka.no	69
www.osloby.no	280	edition.cnn.com	300	www.adressa.no	64
www.nordlys.no	278	www.smp.no	300	www.sagat.no	64
www.an.no	262	www.ostlendingen.no	291	www.dagsavisen.no	63
www.nytimes.com	255	www.smaalenene.no	279	www.nytimes.com	62
www.h-a.no	249	www.dn.se	274	booking.dnt.no	62
www.vegvesen.no	227	www.ha-halden.no	273	www.expressen.se	61
www.altaposten.no	226	www.twitter.com	272	no.wikipedia.org	60
www.medietilsynet.no	224	www.ta.no	265	www.op.no	58
www.gd.no	214	www.firda.no	260	www.sa.no	57
www.adressa.no	210	www.rbnnett.no	254	www.gd.no	57
www.regjeringen.no	208	www.theguardian.com	250	www.itromso.no	57

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.expressen.se	207	www.fremover.no	238	www.sarpsborg08.no	57
no.wikipedia.org	200	www.dntoslo.no	238	direkte.vg.no	56
www.itromso.no	197	www.vegvesen.no	226	www.oa.no	55
www.oa.no	196	www.laagendalsposten.no	218	www.dntoslo.no	54
edition.cnn.com	194	no.wikipedia.org	216	www.glomdalen.no	52
i2.wp.com	185	www.altaposten.no	213	www.pd.no	52
www.dn.se	178	www.aftenbladet.se	207	www.regjeringen.no	51
www.stf.no	178	www.glomdalen.no	207	www.reuters.com	51
goo.gl	170	www.agderposten.no	203	www.dr.dk	50
www.twitter.com	170	www.nettavisen.no	195	www.webcams.travel	48
www.dt.no	169	giverstafett.no	190	www.nettavisen.no	48
i0.wp.com	164	www.sognavis.no	180	edition.cnn.com	48
i1.wp.com	162	www.oa.no	178	www.hht.no	48
thebarentsobserver.com	152	www.sb.no	176	www.aldrimer.no	47
www.sa.no	149	www.nytimes.com	166	www.sognavis.no	47
en.wikipedia.org	147	en.wikipedia.org	166	www.fotball.no	46
www.dntoslo.no	145	www.nationen.no	164	www.smp.no	45
www.medier24.com	141	www.klassekampen.no	164	www.altaposten.no	42
www.t-a.no	141	www.nettbutikken.dntoslo.no	164	fiskeribladet.no	41
nrk.us11.list-manage1.com	140	goo.gl	161	www.fhi.no	40
www.sognavis.no	137	direkte.vg.no	150	vtb.no	40
www.nettavisen.no	135	www.h-avis.no	145	giverstafett.no	39
www.varden.no	134	e24.no	143	www.tb.no	39
www.l-a.no	134	www.tk.no	142	www.banenor.no	38
snl.no	133	www.op.no	141	apnews.com	38
open.spotify.com	131	lovdata.no	137	www.nsb.no	38
www.webcams.travel	120	www.adressa.no	136	www.rbnett.no	38
www.ta.no	120	www.ssb.no	132	www.agderposten.no	37
www.rbnett.no	119	www.ringblad.no	130	www.ostlendingen.no	35
www.tk.no	119	snl.no	129	pinterest.com	34
www.handball.no	117	www.ranablad.no	127	www.smaalenene.no	34

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.dagsavisen.no	116	www.hadeland.no	119	snl.no	33
www.ostlendingen.no	116	www.washingtonpost.com	118	www.nordlys.no	33
www.h-avis.no	116	www.folkebladet.no	118	www.indre.no	33
www.klassekampen.no	114	www.webcams.travel	114	www.t-a.no	32
www.fjt.no	111	www.tb.no	114	www.fylkesmannen.no	31
www.sb.no	106	kampanje.com	109	www.nordhordland.no	31
variety.com	106	fiskeribladetfiskaren.no	107	www.uniform.uio.no	31
www.independent.co.uk	104	www.dagen.no	106	sysla.no	30
www.nettbutikken.dntoslo.no	103	www.expressen.se	106	toms.dnt.no	30
artikkel.ut.no	102	www.theverge.com	102	i1.wp.com	29
lovdata.no	101	wimp.no	100	i2.wp.com	29
www.framtidinord.no	100	www.politi.no	100	www.cbsnews.com	29
www.nola.com	100	www.stf.no	100	thebarentsobserver.com	29
www.lofotposten.no	99	www.l-a.no	98	lovdata.no	27
www.berlinale.de	97	www.bygdeposten.no	98	www.ssb.no	27
money.cnn.com	94	pluss.vg.no	97	www.stortinget.no	27
www.f-b.no	94	www.fotball.no	96	www.twitter.com	26
www.politi.no	92	ark	96	adressa.alda.no	26
svalbardposten.no	92	www.politico.com	95	e24.no	26
www.lister24.no	92	booking.dnt.no	94	www.h-avis.no	25
www.smaalenene.no	91	i0.wp.com	93	www.ht.no	25
www.manchestereveningnews.co.uk	91	i2.wp.com	92	www.rha.no	25
www.fylkesmannen.no	90	forskning.no	91	i0.wp.com	24
www.fotball.no	88	www.oblad.no	90	www.oblad.no	24
www.tb.no	88	www.sfj.no	88	www.hallingdolen.no	24
www.nationen.no	87	www.nsb.no	87	polisen.se	23
https:	87	www.nordhordland.no	86	news.sky.com	23
www.nordhordland.no	86	www.firdaposten.no	85	uit.no	23
www.ranablad.no	85	www.vl.no	82	www.lofotposten.no	23
www.dntbutikken.no	85	www.fhi.no	81	drm24.no	23
www.helg.no	83	www.fjt.no	81	www.sikresiden.no	23

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.folkebladet.no	79	i1.wp.com	80	www.blick.ch	23
www.ht.no	78	www.sagat.no	80	https:	22
www.nsb.no	77	www.ostfold-f.kommune.no	75	www.bild.de	21
rogalandsavis.no	77	www.ht.no	74	www.guinnessworldrecords.com	21
www.grammy.com	77	www.730.no	74	www.andalsnes-avis.no	21
www.avisavaldres.no	76	www.porten.no	72	en.wikipedia.org	20
forskning.no	75	sva.no	69	www.p4.no	20
www.tu.no	74	ut.no	68	www.banett.no	20
techcrunch.com	74	www.lofotposten.no	68	www.medier24.no	20
www.hadeland.no	73	www.fylkesmannen.no	68	www.eikernytt.no	20
www.firdaposten.no	73	www.gjengangeren.no	66	www.avisast.no	20
varsom.no	70	live.ht.ramsalt.wod.by	66	www.ranablad.no	19
http:	69	www.tu.no	65	helsenorge.no	18
www.vl.no	68	www.lierposten.no	65	bodonu.no	18
www.avisahordaland.no	68	www.telegraph.co.uk	64	www.vol.no	18
www.fjordingen.no	68	www.reuters.com	64	www.tk.no	18
www.glomdalen.no	68	www.framtidinord.no	63	www.namdalsavis.no	18
avinor.no	67	www.sarpsborg08.no	62	www.brann.no	18
www.p4.no	66	hallingdolen.no	61	www.nettbutikken.dntoslo.no	18
avisenagder.no	65	www.hht.no	61	www.porten.no	17
www.vol.no	65	hnytt.no	60	www.rbk.no	17
www.hollywoodreporter.com	63	www.vol.no	58	sva.no	17
direkte.vg.no	63	www.geo.tv	58	avvir.no	17
www.ssb.no	62	www.mattilsynet.no	57	www.riksantikvaren.no	17
www.tvedestrandsposten.no	62	www.lister24.no	57	forskning.no	16
www.moss-avis.no	61	www.stromstadstidning.se	56	www.laagendalsposten.no	16
www2.turistforeningen.no	58	s3-eu-west-1.amazonaws.com	56	helsedirektoratet.no	16
e24.no	57	gaffa.no	56	www.nbcnews.com	16
ekstrabladet.dk	57	www.miljodirektoratet.no	55	www.nord24.no	15
www.lp.no	57	avisenagder.no	54	www.bygdanytt.no	15
www.dailymail.co.uk	55	www.amta.no	54	www.vikebladet.no	15

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

localhost	54	www.avis-valdres.no	54	www.austagderblad.no	15
www.bergen.kommune.no	54	https:	53	www.l-a.no	15
www.op.no	54	www.dapipelinefacts.com	51	www.highnorthnews.com	15
www.saintceciliaep.com	54	svalbardposten.no	51	www.dolen.no	15
www.dagen.no	51	www.luftkvalitet.info	51	www.rt.com	15
booking.visbook.com	51	www.mynewsdesk.com	51	tidsskriftet.no	14
www.nationalboardofreview.org	50	www.highnorthnews.com	51	www.mynewsdesk.com	14
www.nord24.no	49	www.skiforbundet.no	47	www.rana.kommune.no	14
www.bioforsk.no	49	artikkel.ut.no	47	www.hardanger-folkeblad.no	14
www.scar.org	49	www.rha.no	47	ut.no	13
www.fhi.no	47	www.godset.no	46	kampanje.com	13
sva.no	47	www.oslo.kommune.no	46	www.hurriyetdailynews.com	13
www.huffingtonpost.com	46	www.kartverket.no	46	www.statsbudsjettet.no	13
www.oblad.no	45	www.fjordingen.no	46	www.latimes.com	13
www.lemonde.fr	44	www2.turistforeningen.no	44	www.telegraph.co.uk	13
www.austagderblad.no	44	m.finn.no	42	www.haaretz.com	13
pluss.vg.no	44	deadline.com	41	www.tvedestrandsposten.no	13
www.fremover.no	43	www.bohuslaningen.se	40	petro.no	13
www.aljazeera.com	43	luftkvalitet.info	40	www.defense.gov	13
www.nbcnews.com	43	www.aljazeera.com	39	www.uaeteamemirates.com	13
www.bygdanytt.no	43	www.strilen.no	39	khrono.no	12
www.miljodirektoratet.no	43	www.basse.no	39	jbl.no	12
fiskeribladetfiskaren.no	42	helsedirektoratet.no	38	www.newsweb.no	12
www.hht.no	42	www.bergen.kommune.no	38	www.rudaw.net	12
www.haaretz.com	41	abcnews.go.com	38	www.rollingstone.com	12
www.udi.no	40	blimed.no	38	www.rablad.no	12
www.abcnyheter.no	40	www.wsj.com	37	qualitysafety.bmj.com	12
www.leparisien.fr	40	earthquake.usgs.gov	37	www.hadeland.no	12
www.kv.no	40	khrono.no	37	www.offshoredays.com	12
kampanje.com	39	www.allround2017.no	37	www.allkunne.no	11
www.av-avis.no	39	www.stortinget.no	36	www.fjordingen.no	11

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.liverpooecho.co.uk	39	www.reisetider.no	36	maps.google.no	11
www.dr.dk	38	www.gp.se	36	www.wsj.com	11
www.spiegel.de	38	www.vikebladet.no	36	amerikanskfotball.tnfi.com	11
 troms.dnt.no	38	www.tt.no	36	www.sivilombudsmannen.no	11
www.morenytt.no	38	 troms.dnt.no	36	www.bfk.no	11
urort.p3.no	37	www.ikstart.no	36	handballtv.com	11
www.fanaposten.no	37	www.stavanger.kommune.no	36	www.tvasports.ca	11
www.politiforum.no	37	www.dagensmedisin.no	35	www.norsk-tipping.no	11
www.telegraph.co.uk	36	dalane-tidende.no	35	www.geonames.org	10
www.venneslatidende.no	36	ekstrabladet.dk	35	forsvaret.no	10
 troms.turistforeningen.no	36	news.sky.com	35	www.e-pages.dk	10
www.amta.no	36	thebarentsobserver.com	35	www.vartoslo.no	10
flora.dnt.no	36	www.handball.no	35	nyheder.tv2.dk	10
www.washingtonpost.com	34	kyst.no	35	www.fjt.no	10
www.timeout.com	34	www.jarlsbergavis.no	35	kongsberg.dnt.no	10
www.lavanguardia.com	34	www.hangar.no	33	www.ntbinfo.no	10
www.mynewsdesk.com	32	www.pd.no	32	www.eub.no	10
www.fifa.com	31	www.forbrukerradet.no	31	akersposten.no	10
www.skiforbundet.no	31	www.avisa-hordaland.no	31	www.bohuslaningen.se	10
www.reuters.com	30	www.venneslatidende.no	30	www.espn.com.au	10
www.svd.se	30	www.ringsaker-blad.no	30	frontex.europa.eu	10
barentsobserver.com	30	www.fiskeridir.no	29	www.snowboardforbundet.no	10
unfcc.int	29	adressa.alda.no	29	airwars.org	10
www.ilaks.no	29	www.newsweb.no	29	oslomedia.avinor.no	10
www.oslo.kommune.no	28	www.spiegel.de	29	www.frp.no	9
www.sydsvenskan.se	28	sysla.no	29	www.forbrukerradet.no	9
www.pd.no	28	www.fanaposten.no	29	abcnews.go.com	9
kxweb.no	28	www.udir.no	28	www.moss-avis.no	8
www.dntsor.no	27	www.p4.no	28	www.cbc.ca	8
www.latimes.com	27	urort.p3.no	28	www.nrpa.no	8
www.bygdeposten.no	27	www.t-a.no	28	nab.no	8

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.highnorthnews.com	27	www.banett.no	28	pluss.vg.no	8
www.nett.no	27	www.terrengsykkel.no	28	www.miljodirektoratet.no	8
www.dagensmedisin.no	26	www.thetimes.co.uk	28	www.firdaposten.no	8
www.viking-fk.no	26	www3.nhk.or.jp	28	www.ffk.no	8
www.hegnar.no	26	sykehuset-innlandet.no	28	www.norgeskart.no	8
www.vikebladet.no	26	www.senterpartiet.no	28	s3-eu-west-1.amazonaws.com	8
www.stabak.no	26	fen.no	28	haugesund.dnt.no	8
www.rovdata.no	25	luffart.media	28	www.ha-halden.no	8
adessa.alda.no	25	www.mossdagblad.no	27	www.kartverket.no	8
www.bloomberg.com	25	www.goal.com	27	www.nett.no	8
uit.no	25	www.welt.de	27	www.vl.no	7
www.laagendalsposten.no	25	nkl.no	27	ekstrabladet.dk	7
www.sfenett.no	25	gemini.no	26	www.mirror.co.uk	7
www.strilen.no	24	www.seher.no	26	www.bergen.kommune.no	7
helsedirektoratet.no	24	www.statsbudsjettet.no	26	www.aljazeera.com	7
www.gp.se	24	politiforum.no	26	universitas.no	7
www.insidethegames.biz	24	www.dntso.no	26	www.folkebladet.no	7
www.lefigaro.fr	24	saltenposten.no	26	www.dailymail.co.uk	7
pinterest.com	24	www.bloomberg.com	25	www.sb.no	7
www.demokraten.no	24	www.helg.no	25	www.gjengangeren.no	7
www.sva.no	24	www.gat.no	25	www.oslo.kommune.no	6
sysla.no	24	www.dagsavisenfremtiden.no	25	money.cnn.com	6
www.langrenn.com	23	www.amnesty.no	25	www.google.no	6
www.brann.no	23	www.dr.dk	24	www.krefregisteret.no	6
alta.kommunetv.no	23	www.independent.co.uk	24	www.fremover.no	6
www.wsj.com	22	nyheder.tv2.dk	24	www.ft.com	6
www.nature.com	22	yr.no	24	www.lister24.no	6
news.sky.com	22	www.proccycling.no	24	skisporet.no	6
www.mattilsynet.no	22	www.statoil.com	24	booking.visbook.com	6
kommunal-rapport.no	22	www.vestnytt.no	24	www.basse.no	6
www.mff.se	22	www.geocaching.com	24	www.lierposten.no	6

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

listerfriluft.no	22	www.vestviken24.no	24	www.kystogfjord.no	6
www.dolen.no	22	nab.no	24	www.forbes.com	5
www.fjell-vandring.net	22	www.thefa.com	24	www.independent.co.uk	5
fkjerv.no	22	www.afrik-foot.com	24	nhi.no	5
vtb.no	21	krefeforeningen.no	23	sml.snl.no	5
www.hardanger-folkeblad.no	21	stortinget.no	23	www.nasa.gov	5
www.ha-halden.no	21	www.cbsnews.com	23	ruter.no	5
forde-fotball.no	21	www.abcnyheter.no	23	www.helsetilsynet.no	5
maps.google.no	20	nordnorskdebatt.no	23	www.politi.no	5
www.cbsnews.com	20	ssb.no	23	www.google.com	5
politiken.dk	20	www.irm.no	23	avisenagder.no	5
www.sfi.no	20	avvir.no	23	www.senterpartiet.no	5
www.toppfotball.no	20	www.stabak.no	23	nye-troms.no	5
bigstory.ap.org	20	www.bergenhordalandturlag.no	23	www.proccycling.no	5
www.salangen-nyheter.com	20	www.aenett.no	23	www.venneslatidende.no	5
www.vest24.no	20	www.rafisklaget.no	23	www.tu.no	4
s3-eu-west-1.amazonaws.com	20	www.nbcnews.com	22	file:	4
ruter.no	20	open.spotify.com	22	www.udir.no	4
www.luftkvalitet.info	20	www.politiforum.no	22	svalbardposten.no	4
www.flora.dnt.no	20	www.vik.kommune.no	22	soundcloud.com	4
www.google.no	19	drm24.no	22	urort.p3.no	4
www.statoil.com	19	www.sandefjordfotball.no	22	artikkel.ut.no	4
www.imr.no	19	www.drammen.kommune.no	22	www.hegnar.no	4
soundcloud.com	18	antidoping.no	22	www.avisa-hordaland.no	4
www.imdb.com	18	www.chelseafc.com	22	yr.no	4
avvir.no	18	www.fjuken.no	22	www.stavanger.kommune.no	4
www.nrpa.no	18	helsenorge.no	21	www.dntsor.no	4
www.hodd.no	18	www.imr.no	21	www2.turistforeningen.no	4
live.eqtiming.no	18	www.cnbc.com	21	www.ncbi.nlm.nih.gov	3
stortinget.no	18	kirken.no	21	http:	3
www.dhnet.be	18	www.norsk-tipping.no	21	www.usatoday.com	3

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

web.visbook.no	18	www.virke.no	21	www.insidethegames.biz	3
dalane-tidende.no	18	avinor.no	21	youtu.be	3
www.sagat.no	18	www.skyss.no	21	www.ringblad.no	3
www.thebarentsobserver.com	18	www.indre.no	21	www.lefigaro.fr	3
luftkvalitet.info	18	www.fide.com	21	www.statoil.com	3
www2.dntoslo.no	18	www.vif-fotball.no	21	www.nfk.no	3
chrisfroom.equire.co.uk	18	soundcloud.com	20	kommunal-rapport.no	3
www.european-athletics.org	18	www.skysports.com	20	www.blv.no	3
www.vestnytt.no	17	www.huffingtonpost.com	20	kirken.no	3
saltenposten.no	17	sml.snl.no	20	www.byggdeposten.no	3
ssb.no	17	finansavisen.no	20	www.handball.no	3
www.gjengangeren.no	17	www.medier24.com	20	facebook.com	2
jbl.no	17	hjernekraft.org	20	www.dagen.no	2
www.honefossbk.no	17	booking.visbook.com	20	www.politico.com	2
www.cbc.ca	17	www.skagerakenergi.no	20	www.hooked.no	2
www.kuriren.nu	17	www.rovers.co.uk	20	www.mattilsynet.no	2
kartverket.no	17	ruter.no	19	www.npd.no	2
www.stavanger.kommune.no	17	www.svd.se	19	www.miljostatus.no	2
www.porsgrunn.kommune.no	17	www.jernbaneverket.no	19	www.nature.com	2
samskipnaden.no	17	www.dailymail.co.uk	19	www.nve.no	2
www.startribune.com	17	nativenewsonline.net	19	www.lavanguardia.com	2
www.sunnhordland.no	16	www.eub.no	19	www.matportalen.no	2
play.spotify.com	16	nhi.no	18	www.fredrikstadfk.no	2
www.dw.com	16	www.realclearpolitics.com	18	variety.com	2
docs.google.com	16	www.brann.no	18	www.helg.no	2
www.liberation.fr	16	www.dsb.no	18	www.hrw.org	2
www.ipcc.ch	16	bodonu.no	18	www.imr.no	2
sysselmannen.no	16	www.nord24.no	18	www.dn.se	2
www.frogmarka.no	16	www.olympic.org	18	www.ikstart.no	2
www.tysnesbladet.no	16	flora.dnt.no	18	gemini.no	2
webcams.travel	16	www.kystogfjord.no	18	www.tronderbladet.no	2

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www2.hht.no	16	greendestinations.info	18	www.amnesty.no	2
basto-fosen.no	16	strandbuen.no	17	www.aafk.no	2
vejret.tv2.dk	16	www.bfk.no	17	www.met.no	2
www.byas.no	16	www.morenytt.no	17	phobos.apple.com	2
www.statsbudsjettet.no	15	nbc4i.com	17	www.statkart.no	2
t.co	15	www.sciencemag.org	17	aast.dnt.no	2
www.ulstein.kommune.no	15	www.bygdanytt.no	17	www.wired.com	2
journalisten.no	15	varsom.no	17	www.svd.se	2
espn.go.com	15	www.fifa.com	17	www.gp.se	2
www.ft.com	15	standingrock.org	17	www.politiforum.no	2
www.france24.com	15	radioriks.no	17	web.visbook.no	2
www.godset.no	15	www.metro.us	17	www.flora.dnt.no	2
www.blv.no	15	www.miljostatus.no	16	www.timesofmalta.com	2
www.re.kommune.no	15	www.nve.no	16	flora.dnt.no	2
www.skidor.com	15	www.sueddeutsche.de	16	lillehammer.dnt.no	2
www.uib.no	15	www.allkunne.no	16	www.sciencemag.org	2
www.skyss.no	15	www.aldrimer.no	16	open.spotify.com	2
v	15	m.facebook.com	16	www.framtidinord.no	2
www.nestsotra.no	15	www.fjord1.no	16	www.med.uio.no	2
www.vaalervannverk.no	15	www.tursiden.no	16	www.dagensmedisin.no	1
www.norskfriluftsliv.no	14	kongsberg.dnt.no	16	www.irm.no	1
www.mirror.co.uk	14	www.telen.no	16	krefitforeningen.no	1
khrono.no	14	www.hurtigruten.no	16	www.bufdir.no	1
www.forbes.com	14	www.360world.net	16	www.independent.com.mt	1
www.driva.no	14	www.fotballkanalen.com	16	www.billboard.com	1
www.hvorlite.no	14	forsvaret.no	15	www.telen.no	1
universitas.no	14	uit.no	15	www.npolar.no	1
germanwatch.org	14	money.cnn.com	15	www.bloomberg.com	1
www.fotballdirekt.se	14	www.sydsvenskan.se	15	www.ntnu.no	1
www.gat.no	14	www.havkom.se	15	www.leparisien.fr	1
phobos.apple.com	14	www.hamaroy.kommune.no	15	www.thefa.com	1

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

bodonu.no	14	www.lp.no	15	www.fjord1.no	1
www.med.uio.no	14	eub.no	15	www.france24.com	1
www.ouest-france.fr	14	nsb.no	15	smp.alda.no	1
www.bkk.no	14	f-b.no	15	abc7.com	1
www.colorline.no	14	www.bravohk.no	15	www.dapipelinefacts.com	1
rankings.ft.com	14	maps.google.no	14	nsb.no	1
www.amnesty.no	13	www.espn.com	14	www.fjuken.no	1
www.forbrukerradet.no	13	ec.europa.eu	14	filternyheter.no	1
www.framtiden.no	13	www.hegnar.no	14	www.kongehuset.no	1
forsvaret.no	13	www.usatoday.com	14	www.hollywoodreporter.com	1
www.ikstart.no	13	www.fefo.no	14	www.dsb.no	1
www.wired.com	13	time.com	14	elbil.no	1
english.alarabiya.net	13	nye-troms.no	14	www.luftkvalitet.info	1
www.njff.no	13	www.friidrett.no	14	www.sydsvenskan.se	1
www.rtbef.be	13	www.rogfk.no	14	www.uber.com	1
www.lesoir.be	13	www.nett.no	14	www.fiskeridir.no	1
offshore.no	13	www.minskole.no	14	frifagbevegelse.no	1
www.r-a.no	13	www.nor-way.no	14	www.spiegel.de	1
gbnett.no	13	people.com	14	www.fkh.no	1
www2.stf.no	13	www.independent.com.mt	14	www.kiikk.no	1
vektlofting.klubb.nif.no	13	www.norgeskart.no	14	time.com	1
www.fordeidrettslag.no	13	www.moldefk.no	14	www.sjofartsdir.no	1
fjordingen.alda.no	13	www.skiskyting.no	14	www.sjf.no	1
krefeforeningen.no	12	www.geo365.no	14	www.skysports.com	1
www.toll.no	12	filternyheter.no	14	www.jpost.com	1
www.skysports.com	12	www.toll.no	14	www.toi.no	1
www.stortinget.no	12	m.brann.no	14	www.cnbc.com	1
www.regnskog.no	12	kulturbyggene.no	14	www.welt.de	1
politforum.no	12	www.dynamo-dresden.de	14	www.friidrett.no	1
www.kongehuset.no	12	politiken.dk	13	varsom.no	1
www.pst.no	12	tidal.com	13	www.aibn.no	1

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.billboard.com	12	youtu.be	13	www.fjordabladet.no	1
www.bistandsaktuelt.no	12	www.ipost.com	13	nordnorskdebatt.no	1
www.mossdagblad.no	12	www.google.no	13	www.abcnyheter.no	1
www.visitoslofjord.no	12	www.ncbi.nlm.nih.gov	13		
www.cameco.com	12	www.nfi.no	13		
www.unicef.org	12	www.fredrikstadfk.no	13		
www.oslofjorden.org	12	www.npd.no	13		
www.fjord1.no	12	www.lokmann.no	13		
www.ynetnews.com	12	jbl.no	13		
folkebladet.alda.no	12	www.til.no	13		
gazette.com	12	www.liverpoolecho.co.uk	13		
vannstand.no	12	www.petroarctic.no	13		
merkskjaeret.no	12	setesdolen.no	13		
www.toi.no	12	www.teamlottojumbo.nl	13		
www.museumstavanger.no	12	www.seattletimes.com	13		
ruteinfo.no	12	touch.demokraten.no	13		
tovelise.mittap.no	12	www.utsattmann.no	13		
query.nytimes.com	12	www.fmso.no	13		
fastfood.no	12	www.kirkeligressurssenter.no	13		
abc7.com	12	www.kvanangen.kommune.no	13		
www.lindesnes.kommune.no	12	http:	12		
www.hooked.no	11	www.politico.eu	12		
www.imdi.no	11	file:	12		
www.landsider.no	11	www.aafk.no	12		
www.tronderbladet.no	11	www.bild.de	12		
www.maritime.no	11	docs.google.com	12		
www.artsdatabanken.no	11	www.nature.com	12		
www.nhc.noaa.gov	11	www.hardanger-folkeblad.no	12		
www.fn.no	11	www.klikk.no	12		
live.isuresults.eu	11	www.sysselmannen.no	12		
www.bfmtv.com	11	faktaark.statkart.no	12		

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

tass.ru	11	haugesund.dnt.no	12
www.sueddeutsche.de	11	drammen.dnt.no	12
skisporet.no	11	lillehammer.dnt.no	12
www.francetvinfo.fr	11	helseklage.no	12
www.nasa.gov	11	offshore.no	12
www.sjakkbloggen.no	11	ptwc.weather.gov	12
helsenorge.no	11	universitas.no	12
www.vif-fotball.no	11	www.sogndalfotball.no	12
www.norgeskart.no	10	aast.dnt.no	12
www.rbk.no	10	www.fkh.no	12
www.bild.de	10	www.sandnes.kommune.no	12
sml.snl.no	10	www.avinor.no	12
www.friidrett.no	10	www.nrpa.no	11
www.nb.no	10	www.tronderbladet.no	11
faktaark.statkart.no	10	www.hooked.no	11
www.rodekors.no	10	www.helsetilsynet.no	11
kirken.no	10	www.google.com	11
earth.nullschool.net	10	miljodirektoratet.no	11
www.adn.com	10	www.latimes.com	11
www.kreftregisteret.no	10	apnews.com	11
www.virke.no	10	www.hrw.org	11
knreise.no	10	projects.fivethirtyeight.com	11
www.bergen-turlag.no	10	elbil.no	11
lyd.nrk.no	10	www.nav.no	11
akt.no	10	www.aibn.no	11
www.kartverket.no	10	www.ffk.no	11
www.kotdnt.no	10	www.blv.no	11
triathlon.no	10	ilaks.no	11
www.fjuken.no	10	smp.aida.no	11
www.pressenytt.no	10	www.sandeavis.no	11
www.schaatsupdate.nl	10	www.sjofartsdir.no	11

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.tagesschau.de	9	nabobil.no	11
news.vice.com	9	m.nettavisen.no	11
www.abc.net.au	9	www.krsby.no	11
www.google.com	9	bellona.org	11
www.matportalen.no	9	www.rbkweb.no	11
www.miljostatus.no	9	www.krefregisteret.no	10
facebook.com	9	www.hurriyetdailynews.com	10
www.nav.no	9	www.r-a.no	10
www.nfk.no	9	www.timesofmalta.com	10
www.banett.no	9	www.sikt2016.no	10
www.syslagronn.no	9	norr.se	10
www.udir.no	9	www.marinetraffic.com	10
www.hrw.org	9	www.nsd.se	10
www.jpost.com	9	www.lefigaro.fr	10
hnytt.no	9	www.rovdata.no	10
www.til.no	9	skisporet.no	10
nye-troms.no	9	www.slif.dep.no	10
petro.no	9	www.visitnorway.no	10
ht.alda.no	9	www.airlive.net	10
www.aafk.no	9	www.orientering.no	10
www.nor-way.no	9	www.nfk.no	10
www.kystogford.no	9	vtb.no	10
dincom.no	9	www.fjordabladet.no	10
frifagbevegelse.no	9	www.hbl.fi	10
www.aasentunet.no	9	www.side3.no	10
www.kliikk.no	8	www.gjovik.kommune.no	10
www.ncbi.nlm.nih.gov	8	www.airbnb.no	10
file:	8	www.uber.com	10
nhi.no	8	freskefolk.no	10
deadline.com	8	www.weatherwatch.co.nz	10
nordnorskdebatt.no	8	aktuelt.osloskolen.no	10

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

giverstafett.no	8	www.asanefotball.no	10
www.proccycling.no	8	n247.no	10
www.telen.no	8	www.arendafotball.no	10
www.ringblad.no	8	www.bufdir.no	9
www.aldrimer.no	8	www.imdi.no	9
www.indre.no	8	www.ntbinfo.no	9
www.namdalsavisa.no	7	www.driva.no	9
www.allkunne.no	7	basto-fosen.no	9
hallingdolen.no	7	www.nhc.noaa.gov	8
time.com	7	www.fn.no	8
www.uniforum.uio.no	7	www.udi.no	8
www.ringsaker-blad.no	7	www.toi.no	8
www.fiskeridir.no	6	www.mirror.co.uk	8
www.andalsnes-avis.no	6	www.haaretz.com	8
www.eub.no	6	phobos.apple.com	8
www.norsk-tipping.no	6	syssemlannen.no	8
www.hurriyetdailynews.com	6	kxweb.no	8
www.tt.no	6	www.forbes.com	7
www.thetimes.co.uk	6	www.met.no	7
earthquake.usgs.gov	6	www.ft.com	7
abcnews.go.com	5	www.sunnhordland.no	7
www.sciencemag.org	5	www.ouest-france.fr	7
norr.se	5	www.france24.com	7
www.seher.no	5	www.npolar.no	7
www.730.no	5	www.tagesschau.de	7
www.dsb.no	5	tidsskriftet.no	7
www.jarlsbergavis.no	5	www.porsgrunn.kommune.no	7
www.sivilombudsmannen.no	5	www.rablad.no	7
www.sandefjordfotball.no	5	www.leparisien.fr	7
www.syssemlannen.no	5	www.medietilsynet.no	6
www.newswest.no	5	www.geonames.org	6

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.rbkweb.no	5	www.rt.com	6
www.airlive.net	5	www.kongehuset.no	6
www.rha.no	5	frifagbevegelse.no	6
ec.europa.eu	4	www.namdalsavisa.no	6
www.bufdir.no	4	www.abc.net.au	6
tidsskriftet.no	4	www.colorline.no	6
www.drammen.kommune.no	4	www.hollywoodreporter.com	6
www.sarpsborg08.no	4	www.billboard.com	6
www.rollingstone.com	4	www.rollingstone.com	6
gaffa.no	4	www.avis-st.no	6
www.theverge.com	4	www.uniform.uio.no	6
www.cNBC.com	4	www.bkk.no	6
www.aibn.no	4	www.andalsnes-avis.no	6
www.bergenoghordalandturlag.no	4	www.flora.dnt.no	6
www.frp.no	4	www.austagderblad.no	6
www.vestviken24.no	4	web.visbook.no	6
www.qxl.no	3	play.spotify.com	5
www.moldefk.no	3	www.nasa.gov	5
www.usatoday.com	3	www.insidethegames.biz	5
www.avis-st.no	3	www.framtiden.no	5
www.ffk.no	3	www.nb.no	5
www.npd.no	3	www.e-pages.dk	5
www.politico.eu	3	www.kv.no	5
www.helsetilsynet.no	3	www.langrenn.com	5
www.rt.com	3	www.tysnesbladet.no	5
www.fefo.no	3	www.rtb.be	5
nb-no.facebook.com	3	www.tvedestrandsposten.no	4
www.sandnes.kommune.no	3	www.matportalen.no	4
hjernekraft.org	3	www.uib.no	4
m.nettavisen.no	3	www.rodekors.no	4
www.360world.net	3	www.ntnu.no	4

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.fredrikstadfk.no	3	www.imdb.com	4
smp.alda.no	3	www.cbc.ca	4
tidal.com	2	variety.com	4
youtu.be	2	kommunal-rapport.no	4
www.welt.de	2	akersposten.no	4
www.politico.com	2	earth.nullschool.net	4
www.sogndalfotball.no	2	www.av-avis.no	4
www.terrengsykkel.no	2	www.francetvinfo.fr	4
www.goal.com	2	www.rbk.no	3
www.geocaching.com	2	www.unicef.org	3
strandbuen.no	2	www.wired.com	3
m.finn.no	2	www.sfenett.no	3
aast.dnt.no	2	www.pst.no	3
www.geo365.no	2	ht.alda.no	3
www.sandeavis.no	1	www.frp.no	2
blimed.no	1	facebook.com	2
www.nsd.se	1	unfcc.int	2
www.ntbinfo.no	1	www.bfmtv.com	2
bellona.org	1	www.med.uio.no	2
www.nfi.no	1	www.statkart.no	2
www.aenett.no	1	 troms.turistforeningen.no	2
www.side3.no	1	www.thebarentsobserver.com	2
www.thefa.com	1	germanwatch.org	2
www.fjordabladet.no	1	www.njff.no	2
www.olympic.org	1	gbnett.no	2
www.lokmann.no	1	www.grammy.com	2
www.dagsavisenfremtiden.no	1	akt.no	2
www.senterpartiet.no	1	www.bioforsk.no	1
drm24.no	1	triathlon.no	1
www.petroarctic.no	1	fkjerv.no	1
www.hallingdolen.no	1	www.osloby.no	1

NRKS BIDRAG TIL MEDIEMANGFOLDET

www.realclearpolitics.com	1	www.bistandsaktuelt.no	1	
www.sjofartsdir.no	1	techcrunch.com	1	
www.riksantikvaren.no	1	bigstory.ap.org	1	
		m.yr.no	1	
		english.alarabiya.net	1	
		polisen.se	1	
		www.adn.com	1	
		www.snapchat.com	1	
		www.ecmwf.int	1	
		www.dw.com	1	
		www.nibio.no	1	
		query.nytimes.com	1	
		www.demokraten.no	1	
		www.lemonde.fr	1	
		www.aasentunet.no	1	
		www.timeout.com	1	
		www.museumstavanger.no	1	
		www.manchestereveningnews.co.uk	1	
		fastfood.no	1	

