

Mediemangfoldsregnskapet



Mediemangfold i et innholdsperspektiv

November 2022



Hvilke temaer prioriteres i norske nyhetsmedier? Hvilke perspektiver løftes frem, hvordan vinkles sakene, og hvilke stemmer kommer til orde? Dette er spørsmål som belyses i denne rapporten som omhandler *innholdsmangfold* i de redaktørstyrte mediene. Rapporten er en del av *Mediemangfoldsregnskapet*, som kartlegger status og utvikling for alle de tre aspektene ved mediemangfold: *avsender*, *innhold* og *bruk*.

Medielandskapet er i rask og kontinuerlig endring. Utviklingen gjør at vi som mediebrukere eksponeres for enorme mengder informasjon, vi kan selv produsere og distribuere innhold og få tilgang til saker som er tilpasset egne interesser og preferanser. Samtidig er det blitt enklere å forfalske informasjon, og det kan være vanskelig å skille sant fra usant, eller å vite hvilke kilder vi kan stole på.

I dette bildet er de redaktørstyrte journalistiske mediene avgjørende. Disse mediene har et samfunnsoppdrag som både «lim og lupe», de har en redaktør som skal sørge for at innholdet kvalitetssikres, de bygger sin virksomhet på presseetiske prinsipper og utgjør en viktig del av infrastrukturen for demokrati og ytringsfrihet. Presseetikken er nedfelt i Redaktørplakaten og Vær varsom-plakaten og etablerer normer og plikter for den journalistiske prosessen, som redaktører og journalister plikter å følge. I det viktige samfunnsoppdraget som handler om å formidle informasjon, debatt og samfunnskritikk, har pressen selv definert sitt spesielle ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.

Som statens mediemyndighet skal Medietilsynet bidra til å fremme de mediepolitiske målene om ytringsfrihet, demokrati og en åpen og opplyst offentlig samtale, ved å legge til rette for mediemangfold og kritisk medieforståelse i befolkningen. I dette perspektivet er det viktig med kunnskap om status og utvikling for mediemangfoldet. Medietilsynet har tidligere utarbeidet rapporter om avsendermangfold og bruksmangfold, og denne rapporten presenterer en første, samlet gjennomgang av innholdsmangfoldet i norske redaktørstyrte journalistiske nyhetsmedier.

Prinsippene om redaksjonell uavhengighet, redaktøransvaret og tilslutningen til de omforente presseetiske normene i bransjen bidrar til at de redaktørstyrte mediene har større troverdighet og tillit enn ikke-redigerte medier. Statens ansvar er å legge til rette for et mangfold av uavhengige norske redaktørstyrte journalistiske medier, og gjennom dette fremme et bredt innholdstilbud som er tilgjengelig for hele befolkningen. En felles, åpen og opplyst offentlig samtale forutsetter et innholdsmangfold, der befolkningen har tilgang til en bredde i informasjon og synspunkter fra uavhengige og kritiske kilder. Videre er det ut fra demokratiske hensyn viktig med nyhetsfor-



midling og debatt som dekker ulike samfunnsområder og perspektiver, som har betydning for befolkningens kunnskap og meningsdannelse.

Journalistisk profesjon og redaksjonell praksis skaper felles nyhetsverdier, noe som fører til at mediene setter mange av de samme temaene på dagsordenen. Når flere redaksjoner dekker samme sak med ulike vinklinger og perspektiver, er det også en viktig side ved innholdsmangfoldet. Tematiske blindsoner oppstår dersom det er manglende eller svak dekning av samfunnsviktige temaer eller saksområder. Geografiske blindsoner får vi hvis visse geografiske områder ikke dekkes eller dekkes i liten grad. Derfor er det viktig å kartlegge og gjøre tilgjengelig informasjon om status og utvikling i det norske mediemangfoldet, også i et innholdsperspektiv. Slik innsikt er avgjørende for å kunne vite hvordan de mediepolitiske virkemidlene fungerer, og for å kunne vurdere eventuelle behov for justeringer. Dette er igjen viktig for å realisere statens me-

diepolitiske mål og motvirke markedssvikt i form av manglende og/eller svak bredde i den journalistiske dekningen av ulike samfunnsområder og perspektiver.

Norge er så heldig å ha et mangfold av redaktørstyrte journalistiske medier, både nasjonalt og lokalt, som hver på sin måte bidrar til mediemangfoldet. Rapporten om innholdsmangfold viser at de norske nyhetsmediene i stor grad formidler innhold som bidrar til å oppfylle det grunnleggende informasjonsbehovet i samfunnet. I sum prioriterer de redaktørstyrede mediene temaer som er viktige for den demokratiske samtalen, og samtidig er det tydelige forskjeller mellom bredde- og nisjemediene. Dette bidrar til at de ulike mediene utfyller hverandre – og til sammen skaper det mediemangfoldet som er så viktig for oss alle.

Fredrikstad, 16. november 2022

Mari Velsand
direktør i Medietilsynet



1. Sammendrag og hovedfunn	8
2. Bakgrunn	13
2.1 Formålet med Mediemangfoldsregnskapet	15
2.2 Hva skal rapporten om innholdsmangfold svare på?	18
2.3 Mediene og samfunnsoppdraget	19
2.4 Ulike typer nyhetsinnhold	20
2.5 Det norske medielandskapet	21
Del 1 – Tematisk mangfold i norske nettaviser – Stordataanalyse	23
3. Hva skriver norske nettaviser om?	29
3.1 Innholdsmangfold i norske nettaviser	30
3.2 Næring var største tema i både 2020 og 2021	35
3.3 Innholdsmangfold med utgangspunkt i artikkellengde	37
4. Innholdsmangfold i norske nettaviser	40
4.1 Tematisk bredde i nasjonale nettaviser	41
4.2 Tematiske likheter og forskjeller i nasjonale nettaviser i 2020 og 2021	45
4.3 Nasjonale breddemedier	47
4.4 Nasjonale nisjeaviser	52
5. Innholdsmangfold i lokale og regionale aviser	56
5.1 Lokalavisenes betydning for mediemangfoldet	58
5.2 Hva skriver lokalavisene om?	59
Del 2 – Mangfold i tema, kilder og vinklinger i et utvalg norske nyhetsmedier på radio, tv og nett – Caseanalyser	74
6. Den tematiske og geografiske dekingen i Romerikes Blad og Glåmdalen	80
6.1 Overordnet om dekingen i Romerikes Blad og Glåmdalen	82
6.2 Kommunedekningen i Romerikes Blad	85
6.3 Kommunedekningen i Glåmdalen	90
7. Tematisk innhold i NRK og TV 2	94
7.1 Mest om politikk i debatt- og nyhetssendingene	96
7.2 Lik temafordeling i lineære nyhetssendinger på NRK og TV 2	99
7.3 Tematisk mangfold i et geografisk perspektiv	101



8. Vinklinger i debatt- og nyhetsendingene i NRK og TV 2	105
8.1 Halvparten av sakene formidles i en nøytral tone	107
8.2 Lav andel kritisk vinkling i lokale/regionale saker	109
8.3 Mest kritisk journalistikk om sosiale tema og politikk	111
8.4 Tidligere undersøkelser om kritisk journalistikk i lokale medier	113
9. Stemmer som kommer til orde i debatt og nyheter	114
9.1 Posisjonspolitikere er den største kildegruppen i NRK og TV 2	116
9.2 Flest menn er kilder i NRKs og TV 2s debattprogram og nyheter	120
9.3 Representasjon blant journalister	123
9.4 Tidligere undersøkelser om kildebruk i norske aviser	128
10. Innholdsmangfold i norske nettavisers koronadekning	130
10.1 Smittespredning preget nettavisenes koronadekning	132
10.2 Koronasakenes vinkling	134
10.3 Kildene i koronadekkingen var i hovedsak ledere	138
11. Metode	142
11.1 Stordataanalyse	143
11.2 Manuelle innholdsanalyser	148





Under defineres noen begreper som er brukt i denne rapporten.

Innholdsprofil: hvilke temaer det produseres innhold om i et nyhetsmedium, og hvor mye de ulike temaene blir dekket.

Nyhetstema: et tema som et nyhetsmedium dekker journalistisk, og som forteller noe om det tematiske innholdet på et overordnet nivå.

Undertema: et tema innenfor hvert enkelt nyhetstema som forteller noe om det tematiske innholdet i et nyhetsmedium på et mer detaljert nivå.

Breddemedier: allmenne nyhetsmedier med en bred tematisk dekning.

Nisjemedier: allmenne nyhetsmedier, men som har en mer nisjeorientert profil enn breddemediene.

Lokalaviser: aviser som dekker et avgrenset geografisk område, enten én eller flere kommuner.

Regionaviser: aviser som dekker et større geografisk område enn en lokalavis.

Storbyaviser: aviser som dekker storbykommunene og deres tilgrensende kommuner/omland, i denne sammenhengen betyr det Oslo, Bergen, Stavanger og Trondheim.

Nasjonale aviser: aviser med et nasjonalt dekningsområde og som dekker saker og hendelser med nasjonal nyhetsinteresse.

Aleneaviser: lokalaviser som ikke har konkurrerende aviser på sitt utgiversted, det vil si i den kommunen der avisen utgis.

Nummer én-aviser: lokalavisen som har det største opplaget i kommuner med flere aviser som er i konkurranse med hverandre.

Nummer to-aviser: lokalavisen som har det laveste opplaget i kommuner med flere aviser i konkurranse med hverandre.

Dagsaviser: aviser som utgis fire–seks dager i uka, på papir og/eller nett.

Ledende dagsaviser: dagsaviser som også er nummer én-aviser eller aleneaviser.

Fådagrsaviser: aviser som utgis to–tre dager i uka, på papir og/eller nett.

Ukeaviser: aviser som utgis én gang i uka, på papir og/eller nett.



Dekningsområde: det geografiske området som et nyhetsmedium dekker redaksjonelt. Dekningsområdet kan være nasjonalt, regionalt eller lokalt (én eller flere kommuner).

Geografisk profil: hvilke kommuner som har mest omfattende dekning innenfor dekningsområdet til en avis, og i hvilken grad ulike kommuner er dekket redaksjonelt.

Lokasjon: stedet der en sak eller hendelse finner sted, i denne rapporten definert som kommunen.

Geografisk forankring: det geografiske nivået der en sak eller hendelse finner sted, i denne rapporten definert som lokalt, nasjonalt eller internasjonalt.

Overlokal: en sak som er av interesse for lesere også i andre kommuner enn der saken eller hendelsen finner sted. Betegner et geografisk nivå over det rent lokale.

Hyperlokal: en sak som først og fremst er av interesse for lesere i den kommunen der en sak eller hendelse finner sted.

Lim-funksjon: journalistikk som ikke er kritisk eller negativt innrettet, men som med en positiv eller nøytral vinkling forteller om det som skjer i kommunen/nærmiljøet, og som i stor grad fungerer som sosialt lim i lokalsamfunnet.

Positiv vinkling: når en sak setter søkelys på noe positivt som har skjedd, eller noe som kan bidra til å forbedre en situasjon.

Negativ vinkling: når en sak handler om noe som er negativt for samfunnet, miljøet eller mennesket.

Nøytral vinkling: når en sak verken har tydelige positive eller negative følger for samfunn, miljø eller menneske, og heller ikke belyser mulige positive eller negative konsekvenser av saken.

Kritisk og undersøkende vinkling: når journalisten stiller svært kritiske spørsmål, gjør undersøkelser for å oppklare/ avdekke noe, har avslørt kritikkverdige forhold eller setter kritisk søkelys på noe som skjer eller har skjedd.

Alarmerende vinkling: når en sak omhandler fremtidig risiko, påvirkning – eller fremstiller mulige alvorlige konsekvenser av noe som skjer.



1. Sammendrag og hovedfunn





Analysene av avismarkedet som ligger til grunn for denne rapporten, viser at de norske nettavisene i stor grad formidler innhold som bidrar til å oppfylle det grunnleggende informasjonsbehovet i samfunnet. En stordataanalyse viser at nettavisene i tema og innhold i stor grad bringer konstruktiv informasjon til den offentlige debatten. Næring, politikk, helse, beredskap, offentlig administrasjon, kultur, internasjonale forhold og samferdsel er blant de største nyhetstemaene som dekkes. Sammen med idrett og familie utgjorde disse temaene til sammen 70 prosent av innholdet i norske nettaviser i 2021. Samtidig viser analysene at høyere utdanning, helsepolitikk, forsvarspolitik og dagligvare er saksområder som i liten grad omtales – når alle nettavisene ses under ett.

Analysene viser at det er små forskjeller i nettavisenes tematiske dekning i 2020 og 2021. Analyser for begge årene viser at norske nyhetsmedier i stor grad formidler temaer som er viktige for at de skal oppfylle sin demokratiske rolle.

Landbruk, forsvarspolitik og økonomi er saksområder som i liten grad omtales i de nasjonale nettavisene. Økonomi er likevel et tema som oftere enn andre saksområder omtales i dybdeartikler. Dette tilsier at riksmediene prioriterer grundigere forklaringer når de dekker økonomiske saker. Med tanke på at økonomi er et saksområde som ofte har vesentlig betydning for en stor andel borgere, er det likevel mulig å argumentere for at dekningen av økonomirelaterte problemstillinger burde vært mer omfattende.

Det er få store forskjeller mellom de nasjonale breddemediene, men forskjellene er likevel store nok til at mediene fremstår med ulike innholdsprofiler. Størst er likhetene når det gjelder beredskap, kultur, familie og justis, mens det er størst variasjon når det gjelder idrett og helse. NRK er det nasjonale breddemediet som har størst og jevnest fordelt tematisk bredde, etterfulgt av Aftenposten.

TYDELIGE FORSKJELLER MELLOM BREDDE- OG NISJEMEDIER

Det er tydelige forskjeller mellom breddemediene og nisjemediene. Nisjemediene dekker temaer som er mindre synlige i breddemediene, og det gjelder særlig temaene landbruk og utdanning. Til gjengjeld har breddemediene en større dekning av sentrale temaer som beredskap og justis, mens disse temaene i liten grad er omtalt i nisjemediene. Forskjellene gjør at breddemediene og nisjemediene bidrar til innholdsmangfoldet

på hver sin måte, og at de forskjellige aktørene utfyller hverandre.

Det er større variasjoner i innholdsprofilene til nisjemediene enn i breddemediene. Finansavisen og Dagens Næringsliv skiller seg ut med en vesentlig høyere andel næringsstoff enn de øvrige nisjeavisene, mens Nationen har vesentlig mer innhold om landbruk og klima. Vårt Land og Dagen er nisjeavisene med likest profil. De to kristne avisene har den høyeste dekningen av familie og religion, og bidrar i stor grad til at samfunnsområdet kirke, religion og livssyn dekkes redaksjonelt.

INNHALDSMANGFOLD I LOKALE OG REGIONALE NETTAVISER

Lokal- og regionavisene dekker i stor grad temaer av samfunnsmessig relevans, og analysene viser også her høy stabilitet når det gjelder hvilke temaer som settes på dagsordenen mellom 2020 og 2021. Næring, helse, politikk, beredskap, kultur, offentlig administrasjon og samferdsel er blant de største nyhetstemaene i lokale og regionale nettaviser. Sammen med familie, idrett og geografi utgjorde disse temaene 75 prosent av innholdet i lokale og regionale nettaviser i 2021.

Energi og landbruk er blant de minst omtalte saksområdene. Flere lokalaviser har store og viktige landbrukskommuner i sine dekningsområder. I tillegg er kraftverk og olje- og gassektoren viktige sektorer for inntekter og sysselsetting i flere kommuner. Det er derfor mulig å argumentere for at landbruk og energisektoren er noe underdekket i de lokale og regionale breddemediene.



Mange av de største temaene i lokale og regionale nettaviser er også de største temaene i de nasjonale nettavisene. Ettersom stordataanalysen ikke gir svar på om sakene som dekkes, er lokale/regionale eller nasjonale, er likheten når det gjelder hvilke temaer som ofte settes på dagsordenen, ikke uventet. Likhetene i medienes innholdsprofiler kan knyttes til et felles sett av nyhetsverdier, som ofte deles av medier som ønsker å nå bredt ut i sine dekningsområder. Riksmediene har imidlertid noe mer stoff om næring, idrett, helse, beredskap og media, mens de lokale og regionale nettavisene har noe mer dekning av politikk, offentlig administrasjon, familie, samferdsel og kultur. Videre er NM (idrett), familieforhold, teater, friluftsliv, justis og offentlige byggeprosjekter innhold som i hovedsak publiseres i lokale og regionale nettaviser. Dette er innhold der lokalavisene supplerer innholdstilbudet i nasjonale nettaviser.

FLERE FAKTORER PÅVIRKER AVISENES INNHOLDSPROFILER

Det er flere tematiske forskjeller mellom regionavisene, som fremstår med tydelig ulike innholdsprofiler. Det er naturlig å anta at en av årsakene til dette kan være forskjeller mellom de ulike geografiske områdene, både med hensyn til sentralitet, egenskaper ved den økonomiske virksomheten i regionen (primær-, sekundær og tertiærnæringer) og kulturelle forskjeller. Ulike innholdsprofiler er det også mellom lokalaviser med ulik utgivelsesfrekvens, konkurranseposisjon og konserntilhørighet. Analysen viser ulike tematiske tyngdepunkter mellom aviser som kommer ut daglig og sjeldnere, mellom aviser som er alene i sitt dekningsområde, og aviser som har lokal konkurranse, samt mellom aviser med ulike eiere. Forskjellene viser at det lokale avsendermangfoldet også gir et mangfold i tematiske prioriteringer og innholdsprofiler, og at ulike typer lokalaviser på hver sin måte bidrar til det tematiske innholdsmangfoldet.

En casestudie av den geografiske dekningen i Romerikes Blad viser at det er store forskjeller i hvordan aviser dekker de ulike kommunene i

sitt dekningsområde. Forskjellene handler både om hvor mye de enkelte kommunene dekkes, og hvilke temaer som dekkes i de ulike kommunene. Lillestrøm og Ullensaker er kommunene som dekkes mest. Et generelt trekk er at sakene fra disse to kommunene enten har høy nyhetsverdi etter journalistiske kriterier eller høy underholdningsverdi, og dermed er disse sakene av interesse for lesere i hele regionen. Analysen viser at dekningen av flere av de andre kommunene er knapp, men at det likevel er en bredde i temaene som formidles. Innholdet er også av stor vesentlighet for lokalsamfunnene. Dette tyder på at avisen har en journalistisk beredskap i hele regionen. Analysen viser også en klar forskjell mellom den versjonerte utgaven Mitt Lørenskog og den øvrige dekningen i Romerikes Blad. Mens Mitt Lørenskog tilbyr hyperlokalt stoff som først og fremst er av interesse for innbyggerne i Lørenskog kommune, er mye av stoffet i Romerikes Blad av overlokal interesse.

En lignende casestudie av avisen Glåmdalen viser at det også der er til dels store forskjeller i dekningen av kommunene i avisens dekningsområde. Overordnet er det likevel mindre forskjeller i den tematiske dekningen av kommunene i Glåmdalen enn i Romerikes Blad. En høy andel av sakene som gjelder samfunnsutvikling og politikk/organisasjonsliv, er lokalisert til flere kommuner eller hele regionen. Dette tyder på at sakene om samfunn og politikk i stor grad er av betydning for befolkningen i hele eller store deler av regionen. De mest befolkningstette kommunene dekkes bredt og systematisk, men med størst vekt på saker av overlokal interesse. For de mindre befolkningstette kommunene er det en langt lavere dekningsfrekvens, og det publiseres nærmest ingen saker som ikke er av interesse utenfor den enkelte kommunen. Analysen tyder likevel på at Glåmdalen har en journalistisk beredskap i hele dekningsområdet.



INNHALDSMANGFOLD I NASJONALE DEBATT- OG NYHETSENDINGER PÅ TV

Politikk, sosiale tema, helse og økonomi var de største temaene i NRKs og TV 2s debatt- og nyhetssendinger i 2020. Til sammen utgjorde disse temaene tre firedeler av innholdet. Samtidig var det svært få innslag om teknologi og vitenskap, områder som har stor relevans for blant annet næringslivet og det grønne skiftet. Den lave andelen tyder på at saker om teknologi og vitenskap får uforholdsmessig liten plass i nyhets- og debattsendingene til NRK og TV 2.

Størstedelen av innslagene i debatt- og nyhetssendingene var av nasjonal karakter (63 prosent), etterfulgt av utenrikssaker (23 prosent) og saker med en lokal/regional vinkling (14 prosent). Høyest andel nasjonale saker var det i debattprogrammene (76 prosent), mens nyhetssendingene hadde en jevnere geografisk fordeling av stoffet. Her var 20 prosent lokale saker og 25 prosent utenriksstoff. Andelen utenriksstoff var høyest innen temaene politikk, ulykker, helse og krim og vold. For de lokale sakene var andelen høyest innen vær, ulykker og krim og vold.

Det var størst forskjeller mellom NRK og TV 2 i saker som er lokale. Særlig er ulykker, kultur, sosiale tema, økonomi og politikk temaer der NRK og TV 2 utfyller hverandre. De lokale nyhetene er en viktig del av nyhetstilbudet til de to allmenningkasterne og bidrar til at flere deler av landet reflekteres i nyhetssendingene. Variasjonene i NRKs og TV 2s lokale og regionale dekning er derfor et viktig bidrag til innholdsmangfoldet.

STOR ANDEL NYHETS- OG DEBATTINNSLAG I NØYTRAL TONE

Hvordan nyheter eller debatter er vinklet, er med på å påvirke publikums oppfatning av det som skjer i samfunnet. Nyhetssakenes vinklinger, gjennom for eksempel anslag, kildebruk og valg av spørsmål, har betydning for hvordan en sak belyses. Analysen av nyhets- og debattinnholdet i NRK og TV 2 viser at nesten 50 prosent av innholdet i debatt- og nyhetssendingene i 2020 ble

formidlet i en nøytral tone, mens 34 prosent hadde en negativ vinkling. At en sak er forstått som negativ, innebærer at den i stor grad handler om negative følger for samfunn, mennesker eller miljø. Kritiske/undersøkende vinklinger, det vil si saker som avslører kritikkverdige forhold og/eller der journalisten stiller svært kritiske spørsmål, og positive vinklinger utgjorde rundt en tittel hver, med henholdsvis åtte og elleve prosent. Andelen undersøkende og kritisk vinklinger var lavere i nyhetssendingene (tre prosent), men vesentlig vanligere i debattprogrammene (15 prosent). For saker med en positiv vinkling er mønsteret motsatt.

Kun to prosent av sakene med lokal eller regional forankring hadde en kritisk/undersøkende vinkling. Vanligst er kritiske vinklinger i nasjonale nyheter, med ti prosent, mens fem prosent av utenrikssakene hadde en slik vinkling. Forskjellen mellom lokale/regionale saker og nasjonale saker kan tyde på at de prioriterer ulikt i sin formidling av disse to nyhetstypene. Den undersøkende journalistikken handler i størst grad om sosiale tema, politikk og økonomi. Til sammen utgjorde disse temaene 63 prosent av de undersøkende og kritiske sakene. Temaer som i liten grad dekkes med en kritisk vinkling, er helse, kultur og sport.

REPRESENTASJON I NYHETER OG DEBATT

Hvem som er kilder i nyhetsmediene, har betydning for hvilke interesser, perspektiver og virkelighetsforståelser som blir synlige i de journalistiske produktene. Politikere i posisjonspartier var den klart største kildegruppen i debatt- og nyhetssendingene, etterfulgt av ordinære borgere, ledere i privat og offentlig sektor og politikere i opposisjonspartiene. Totalt var nesten 80 prosent av kildene det som kan beskrives som elitekilder. Funnet samsvarer med flere tidligere undersøkelser, og innebærer at det først og fremst gis plass til stemmer som har nærhet til samfunnsmessig og politisk makt. Når det gjelder kjønn, var det små kjønnsforskjeller blant kildetypen ordinære borgere, men blant forskere/fagpersoner, ledere, posisjonspolitike-



re og rettssystemet var det en høy overvekt av mannlige kilder. Mens kildeutvalget er mer gitt på forhånd når det gjelder posisjonspolitikere og toppledere, har journalistene større redaksjonelt spillerom når det gjelder kildevalg blant eksperter og ordinære borgere. Analysen indikerer at redaksjonene var mer bevisste om kjønnsbalanse i kontakt med ordinære borgere enn når de oppsøkte ekspertkilder.

Analysen avdekker noen forskjeller mellom programformatene. Debattprogrammene hadde en betydelig større andel politikere enn nyhetssendingene, mens ordinære borgere og ledere i privat og offentlig sektor var mer brukt som kilder i nyhetssendingene. Ordinære borgere utgjorde den største gruppen kilder i nyhetene (18 prosent). Dette viser at forskjellige kildegrupper prioriteres ulikt i de to sjangerformatene.

Undersøkelsen av NRK og TV 2 viser flere forskjeller mellom nyhetssendingene og debattprogrammene. Både når det gjelder bruken av kilder, hvilke temaer som dekkes, hvilke vinklinger som brukes, skiller nyhetssendingene og debattprogrammene seg fra hverandre. De ulike prioriteringene som gjøres i de to formatene, understreker sjangermangfoldets betydning for innholdsmangfoldet.

En casestudie av de fem nettavisene NRK, VG, Aftenposten, Sunnmørsposten og Nordlys viser at artikler som er skrevet av bare kvinnelige journalister, har en jevnere kjønnsfordeling i kildebruken enn artikler produsert av mannlige journalister. Kvinnelige og mannlige journalister bruker også til dels ulike typer kilder når det gjelder kildenes rolle. Dette viser at mangfold i den journalistiske arbeidsstokken er viktig for å få frem ulike interesser, perspektiver og virkelighetsforståelser i nyhetene, og at mangfold blant journalistene også påvirker mangfoldet i kildebruken.

INNHOLDSMANGFOLD I NETTAVISENES KORONADEKNING I 2020

Undersøkelsen av nettavisene til NRK, VG, Aftenposten, Sunnmørsposten og Nordlys ble også brukt for å få større kunnskap om mediernes koronadekning. Undersøkelsen viser at smittespred-

ning var det største temaet i pandemidekningen (39 prosent), etterfulgt av myndighetenes tiltak. Nøytrale og negative vinklinger var de mest brukte perspektivene, med henholdsvis 29 og 45 prosent, mens kritiske/undersøkende saker utgjorde ti prosent.

Sammenlignet med nyhetssendingene i NRK og TV 2 hadde nettavisene en langt høyere andel kritiske/undersøkende vinklinger i sin koronadekning. I likhet med i tv-nyhetene var andelen kritiske vinklinger høyest for nasjonale saker (tolv prosent). Selv om andelen kritiske vinklinger var lavere i de lokale/regionale sakene (sju prosent), var det likevel langt mer kritisk journalistikk relatert til lokale koronasaker i nettavisene enn i de lokale nyhetsinnslagene i NRK og TV 2 (to prosent). Flest koronaartikler med kritisk vinkling handler om ansvar for pandemien og dens konsekvenser.

ALARMERENDE UTTRYKK I KORONADEKNINGEN

I den manuelle innholdsanalysen så vi også på om formidlingen av nyhetene hadde et alarmende preg, ved at for eksempel vurdering av risiko og fokusering på konsekvenser har høy alvorlighetsgrad, eller ved at det advares mot noe som ennå ikke er en realitet. 32 prosent av sakene om korona i nettavisene hadde et alarmende uttrykk, mot elleve prosent i nyhetssendingene til NRK og TV 2. Dette viser at nettavisenes koronadekning hadde et betydelig mer alarmende uttrykk enn de mer generelle tv-nyhetene til allmenkringkasterne.

Ledere for private og offentlige virksomheter utgjorde 32 prosent av alle kildene i nettavisenes koronadekning, mot 13 prosent i det generelle utvalget av nyhetssendinger på tv. Dette tyder på at pandemien har forårsaket en hyppigere bruk av ledere som kilder i nyhetene. Også arbeidstakere har en betydelig forhøyet representasjon i det koronarelaterte innholdet, mens andelen vanlige borgere bare var halvparten så stor i nettavisene som i tv-nyhetene. Totalt medfører den høye andelen ledere at kildesammensetningen var smalere i nettavisenes koronaoamtale enn hos allmenkringkasterne.



2. Bakgrunn



Mediemangfoldsregnskapet (MMR) omfatter tre dimensjoner ved mediemangfold: avsender, innhold og bruk. De redaktørstyrte journalistiske mediene er en sentral del av infrastrukturen for ytringsfriheten og den offentlige samtalen. For et velfungerende demokrati er det avgjørende at ulike stemmer og synspunkter er representert i det samlede innholdstilbudet. Statens oppgave er å legge til rette for et mangfold av uavhengige norske redaktørstyrte journalistiske medier, og gjennom dette fremme et bredt innholdstilbud som er tilgjengelig for hele befolkningen. Det er derfor viktig å kartlegge og gjøre tilgjengelig informasjon om status og utvikling i det norske mediemangfoldet – både for beslutningstakere og øvrige borgere.

Uavhengigheten, redaktøransvaret og pressens etiske regelverk skal sikre relevant og kvalitets-sikret journalistikk. Gjensidig stimulerende konkurranse mellom et mangfold av redaktørstyrte journalistiske medier på ulike geografiske nivåer stimulerer til økt kvalitet og differensiering av innholdstilbudet. Tanken bak målsetningen om et bredt mangfold i mediens innhold er at bredde i tilgjengelig informasjon og i kanaler for ytringer gir borgerne en større palett for meningsbygging.¹ Særlig er det viktig med et mangfoldig nyhets- og aktualitetstilbud, der viktige saker blir belyst fra ulike perspektiver. Ensretting av det journalistiske innholdet, både når det gjelder hvilke temaområder som dekkes, hvordan sakene vinkles og hvilke kilder som kommer til orde, er en fare for den åpne og opplyste offentlige samtalen. Et mangfold av tilbydere (avsendermangfold) er et viktig mål for mediemangfold, men ikke tilstrekkelig dersom tilbyderne bare produserer mer av det samme innholdet. Allmenkringkasting og produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier er to sentrale virkemidler for å motvirke markedssvikt i form av for lav produksjon av nyhets- og aktualitetsinnhold som dekker en bredde av samfunnsviktige temaer og stemmer, også de marginale temaene og interessene.

I denne rapporten presenterer Medietilsynet statusen for det norske mediemangfoldet i et innholdsperspektiv, basert på analyser av nyhetsinnholdet i nettaviser, radio og tv. Dataene som ligger til grunn for analysene i rapporten, er hentet fra en stordataanalyse (LDA-analyse) av alle medieoppslag publisert i 252 redaktørstyrte

nettaviser i Norge i 2020 og 2021, en manuell innholdsanalyse av nyhets- og debattprogram på radio og tv i 2020 (NRK og TV 2), en manuell innholdsanalyse av koronadekningen i fem utvalgte nettaviser i 2020 (NRK, VG, Aftenposten, Sunnmørsposten og Nordlys) og en manuell innholdsanalyse av den geografiske og tematiske dekingen i lokalavisene Glåmdalen og Romerikes Blad i 2019 og 2021.

Å undersøke innholdsmangfold i et geografisk perspektiv er en sammensatt oppgave, fordi det er flere måter å definere og forstå geografi på. Nasjonale, regionale og lokale medier antas i stor utstrekning å utfylle hverandre som kilder til nyheter, gjennom ulikt sakstilfang, perspektiv og vinkling på sakene. Samtidig er nyhetsmedier på ulike geografiske nivåer og med ulike geografisk nedslagsfelt ofte ikke reelle alternativer til hverandre, nettopp fordi de dekker ulike områder. I denne rapporten er innholdsprofilene til nasjonale, regionale og lokale nettaviser undersøkt, for å belyse likheter og forskjeller mellom dem. Deretter er det undersøkt om innholdet som formidles i NRKs og TV 2s nyhets- og debattsendinger, er lokalt-/regionalt-, riks- eller utenriksstoff.

I arbeidet med innholdsmangfoldsrapporten har Medietilsynet fått innspill fra Helle Sjøvaag, professor i journalistikk ved Universitetet i Stavanger, og Lisbeth Morlandstø, professor i medievitenskap ved Nord universitet.

Dette er Medietilsynets første rapport om innholdsmangfold i Mediemangfoldsregnskapet.

1. NOU 2017:7 Det norske mediemangfoldet.



2.1 FORMÅLET MED MEDIEMANGFOLDSREGNSKAPET

Formålet med Mediemangfoldsregnskapet er å utvikle et rammeverk for å måle og følge utviklingen i det norske mediemangfoldet over tid. Medietilsynet ønsker å regelmessig presentere faktabasert innsikt om status og utvikling i det norske mediemangfoldet, og på denne måten bidra til et godt beslutningsgrunnlag for fremtidig mediepolitikk og -regulering. Mediemangfoldsregnskapet skal gi åpen og relevant informasjon til befolkningen om de ulike aspektene ved mediemangfoldet, slik at borgerne kan få en god forståelse av den samfunnsmessige betydningen mediemangfold har.

En forutsetning for demokratiet er tilstedeværelsen av uavhengige redaktørstyrte medier som rapporterer om hva som skjer i samfunnet. Mediene forvalter ytringsfriheten gjennom å gi publikum tilgang til informasjon om store og små hendelser, gransking av makteliten i samfunnet og ved å tilrettelegge for politisk debatt og meningsutveksling. De uavhengige redaktørstyrte mediene bidrar til at befolkningen får tilstrekkelig informasjon til å kunne delta aktivt i demokratiske prosesser. Mediene har en viktig rolle i å formidle troverdig innhold som borgerne kan ha tillit til, og som kan være et fundament i en åpen og opplyst demokratisk offentlig samtale.

Mediemangfold er en forutsetning for ytringsfrihet og et velfungerende demokrati. Mediemangfoldsregnskapet er derfor direkte forankret i det ansvaret Medietilsynet har for å bidra til å fremme reell ytringsfrihet gjennom «infrastrukturkravet» i Grunnloven § 100 sjette ledd. Infrastrukturkravet innebærer at staten har et overordnet ansvar for å sikre reell ytringsfrihet, og staten skal derfor legge til rette for de kanaler og institusjoner som utgjør infrastrukturen for en offentlig utveksling av informasjon og meninger.

Det kan utledes av infrastrukturkravet at det er en statlig oppgave å legge til rette for et mangfold av frie og uavhengige medier med kritisk og undersøkende journalistikk og nyhetsformidling fra ulike samfunnsområder – og slik bidra til at mediene får gode rammevilkår for å oppfylle sin demokratiske samfunnsrolle. Formålet med denne rapporten er å legge frem kunnskap om mangfoldet i innholdet som mediene tilbyr. Sammen med avsendermangfold står innholdsmangfold sentralt som definisjon og indikator for mediemangfoldet i den norske mediepolitikken. Med utgangspunkt i forskningslitteraturen beskrev Mediemangfoldsutvalget² hva som definerer de tre dimensjonene avsendermangfold (source diversity), innholdsmangfold (content diversity) og bruksmangfold (exposure diversity). Utvalget viste til at innholdsmangfold ofte omtales som indre mangfold (internal pluralism)³, og skiller mellom mangfold i innholdstyper (temaer og sjangere), demografi (representasjon av kjønn, alder, geografi (sentrum–periferi), etnisitet mv.) og ideer, perspektiver og syn. Det har stor demokratisk verdi at redaktørstyrte uavhengige medier dekker et mangfold av saksområder, stemmer, meninger og analyser med høy journalistisk kvalitet. Den åpne og opplyste offentlige samtalen forutsetter et innholdsmangfold i det samlede medietilbudet, et innholdsmangfold som både bygger, reflekterer og utfordrer borgernes kunnskap og meninger. Et godt mål på innholdsmangfoldet er dermed om borgerne har tilgang til et bredt journalistisk innholdstilbud, med ulike saksområder og vinklinger, presentert av et mangfold av stemmer.

Mediepolitiske virkemidler skal bidra til å oppfylle statens infrastrukturansvar på mediefeltet. Helt siden produksjonstilskuddet ble innført i 1969, har de mediepolitiske virkemidlene vært

2. NOU 2017:7 Det norske mediemangfoldet – En styrket mediepolitikk for borgerne.

3. Valcke, Peggy, mfl. (2015). A Global Perspective on Media Pluralism and Diversity: Introduction, i Valcke, Peggy mfl. (red) Media Pluralism and Diversity, sitert i NOU 2017:7 Det norske mediemangfoldet punkt 3.3.2.

forankret i et ønske om å bevare et mangfold av medier som en forutsetning for ytringsfrihet, informasjonsfrihet og demokrati. Den direkte mediestøtten skal «stimulere til et mangfold av nyhets- og aktualitetsmedier karakterisert av høy kvalitet og uavhengig journalistikk»,⁴ «fremme mediemangfold og en opplyst offentlig samtale»,⁵ «stimulere til et kvalitetsorientert og økonomisk livskraftig miljø for lokale medier»⁶ og «legge til rette for demokratisk debatt, meningsdanning og språkutvikling i det samiske samfunnet».⁷ Videre er den offentlig finansierte allmenkringkasteren NRK et viktig mediepolitisk virkemiddel for å sikre et bredt og mangfoldig norskspråklig medietilbud som ivaretar demokratiske, sosiale og kulturelle behov i det norske samfunnet. Med andre ord er statens oppgave å legge til rette for et mangfold av uavhengige norske redaktørstyrte journalistiske medier og gjennom dette fremme et bredt innholdstilbud. Dette gjenspeiles også i Støre-regjeringens mediepolitiske mål, fremlagt i Hurdalsplattformen.⁸ Her fremgår det at regjeringen skal sikre sterke norske medier, og at det skal legges til rette for at alle grupper i samfunnet har et godt medietilbud.

Det norske mediemarkedet har endret seg mye de siste årene. De tradisjonelle markedene for avis, radio og tv smelter sammen som følge av digitalisering, og aktørene tilbyr i stor grad sitt innhold på nett, i tillegg til de tradisjonelle formidlingsmåtene. Den raske endringstakten i mediemarkedet, der digitaliseringen påvirker

både formidlingsmåter, tilbud, forretningsmodeller og medievaner, krever at vi har innsikt i sentrale utviklingstrekk og hva disse innebærer for mediemangfoldet – både når det gjelder avsendermangfold, bruksmangfold og innholdsmangfold.

I denne rapporten belyser Medietilsynet innholdsmangfoldet i norske nyhetsmedier. Kjernen i Mediemangfoldsregnskapet er redaktørstyrte journalistiske medier underlagt norsk jurisdiksjon.⁹ Avgrensningen er valgt fordi disse mediene har en særlig viktig rolle som garantister for en åpen og opplyst offentlig samtale, og de regulatoriske virkemidlene og tiltakene for å oppfylle infrastrukturkravet har tradisjonelt vært rettet mot disse aktørene. Videre har Medietilsynet sett til virkeområdet for medieansvarsloven¹⁰, som også er forankret i infrastrukturkravet og er avgrenset til redaktørstyrte medier som driver regelmessig journalistisk produksjon og publisering av nyheter, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt eller annet innhold av allmenn interesse.¹¹ Virkeområdet er teknologinøytralt, det vil si at det er uten betydning hvilken teknologi som benyttes for å få medieinnholdet ut til allmenheten, Mediets formål og funksjon er avgjørende for om det faller inn under lovens virkeområde.

4. Forskrift 25. mars 2014 nr. 332 om produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier.

5. Forskrift 26. juni 2018 nr. 1033 om innovasjons og utviklingstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier.

6. Forskrift 19. februar 2016 nr. 166 om tilskudd til lokale lyd- og bildemedier.

7. Forskrift 17. mars 1997 nr. 248 om tilskudd til samiske medier.

8. Hurdalsplattformen 2021–2025, lagt frem 14. oktober 2021: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/hurdalsplattformen/id2877252/>

9. Medietilsynet (2020). Mediemangfoldsregnskapet 2020 – Mediemangfold i et avsenderperspektiv, februar 2020

10. Lov 29. mai 2020 nr. 59 om redaksjonell uavhengighet og ansvar – i redaktørstyrte journalistiske medier (medieansvarsloven).

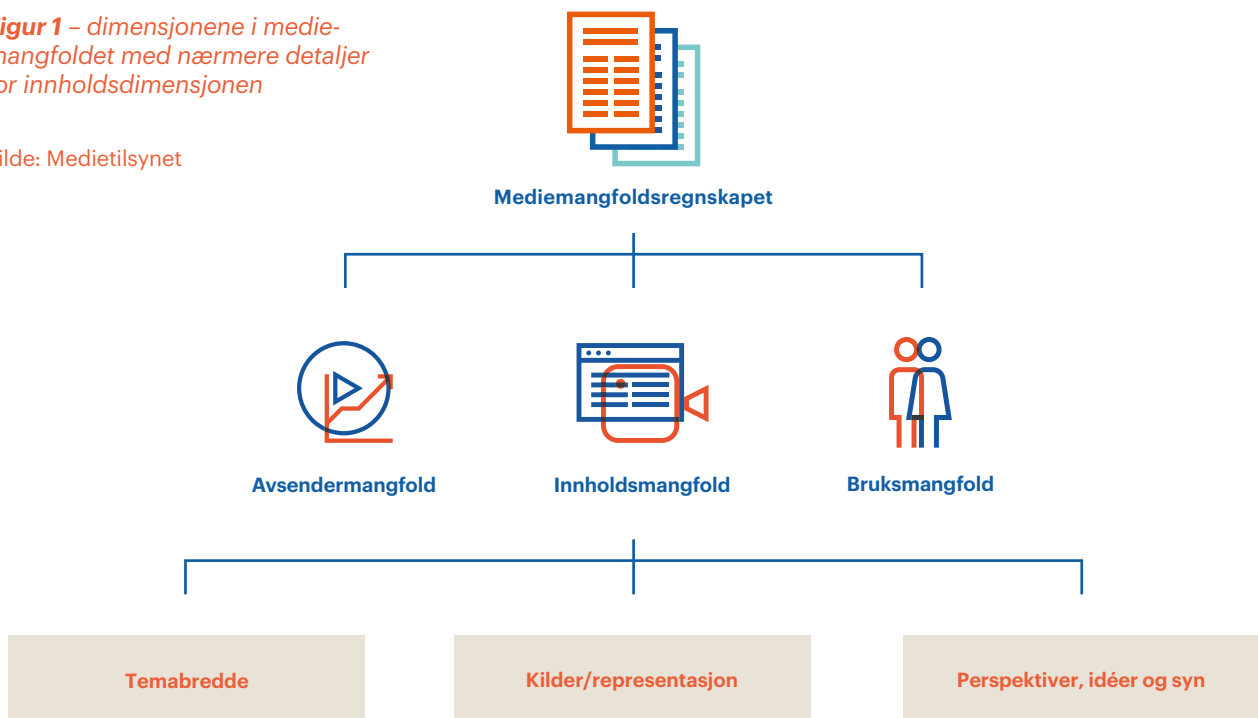
11. Ibid. § 2 Virkeområde. Loven gjelder ikke for medier som har markedsføring som hovedformål, og såkalt innholdsmarkedsføring skal behandles på samme måte som annen markedsføring.

I denne første rapporten om innholdsmangfold i Mediemangfoldsregnskapet har Medietilsynet innhentet analyser av et bredt utvalg av ulike nyhetsmedier på nett, samt analyser av allmennkringkasterne NRK og TV 2s nyhets- og debattsendinger på tv og (for NRK) på radio. For-

hold som belyses, er *hva* som formidles, *hvordan* dette formidles, og *hvem* som formidler det. Med andre ord hvordan mediene dekker en bredde av temaer, hva som kjennetegner formidlingen av disse, og hvilke stemmer som kommer til orde.

Figur 1 – dimensjonene i mediemangfoldet med nærmere detaljer for innholdsdimensjonen

Kilde: Medietilsynet





2.2 HVA SKAL RAPPORTEN OM INNHOLDS- MANGFOLD SVARE PÅ?

Innholdsmangfold omfattes av tre dimensjoner: mangfold i tematikk, mangfold i kilder og mangfold i ideer, perspektiver og syn. Med dette utgangspunktet, er følgende problemstilling lagt til grunn for denne rapporten: *Hvordan ser det norske innholdsmangfoldet ut i norske nyhets- og aktualitetsmedier – lokalt, regionalt og nasjonalt?* Innholdsbredden i journalistikken blir belyst gjennom stordataanalyser og casestudier, som til sammen bidrar med både makro- og mikroperspektiv på innholdsmangfoldet i de redaktørstyrte journalistiske mediene i Norge.

Mangfold i tematikk – hvilke temaer formidles?

Mangfold i tematikk er den mest omfattende dimensjonen av innholdsmangfold. Det er fordi vi kan undersøke tematisk innhold både ved å se på hvordan enkelttemaer formidles, og ved å se på hvordan det totale nyhetsinnholdet fordeler seg på ulike temakategorier. Denne rapporten presenterer analyser av hvilke temaer som ble formidlet i 2020 (radio, tv og nettaviser) og 2021 (nettaviser). En stordataanalyse er brukt for å kartlegge hvordan det totale nyhetsinnholdet fordeler seg på ulike temakategorier. Analysen belyser likheter og forskjeller i temabredden mellom medier med nasjonalt og lokalt/regionalt nedslagsfelt, mellom medier med en bred allmenn profil og mellom nisjemedier. I tillegg er det gjort en casestudie av lokalavisene Glåmdalen og Romerikes Blad som belyser hvordan de to avisene dekker kommunene i sitt dekningsområde tematisk.

Siden 2020 ble et spesielt år på grunn av koronapandemien, har rapporten et eget kapittel om hvordan mediene har omtalt pandemien. Til grunn for denne delen ligger en temabasert studie av koronadekningen i 2020, basert på artikler hentet fra NRK, VG, Aftenposten, Sunnmørsposten og Nordlys.

Mangfold i vinklinger – hvordan blir tematikken formidlet?

Vi har undersøkt hvordan tematikken formidles, gjennom å se på vinklingen mediene benytter når de presenterer nyhetsstoffet. Vinklingen påvirker den som mottar informasjonen, og kan bidra til å forsterke inntrykket av innholdet i én retning. Det er vurdert om vinklingen på sakene som er analysert, kan kategoriseres som positiv, negativ, nøytral eller kritisk/undersøkende. Hvilke vinklinger som er brukt, er undersøkt i NRKs og TV 2s debatt- og nyhetssendinger og i studien av nettavisenes koronadekning.

Mangfold i kilder – hvem formidler?

Mangfold i kilder handler om hvilke stemmer som kommer til orde i nyheter og debatt, og kildenes rolle, alder, bakgrunn, etnisitet og kjønn. Hvem som bærer frem et meningsinnhold, påvirker både mottakeren og de perspektivene som formidles. Budskapet kan påvirkes av for eksempel kjønn og rollen til den som formidler budskapet. Den faktiske spredningen i ulike roller og kjønn blant kildene har derfor noe å si for innholdsbredden i nyhetsmediene. Kildebredde er i denne rapporten avgrenset til kjønn og rolle og er undersøkt i NRKs og TV 2s debatt- og nyhetssendinger og i nettavisenes koronadekning.



2.3 MEDIENE OG SAMFUNNSOPPDRAGET

Samfunnsoppdraget og mediernes demokratiske rolle henger tett sammen med journalistikkens ulike funksjoner. Nyhetsmediene skal tilby informasjon, granske makthavere og fungere som forum for dialog ved å legge til rette for og være en arena for den offentlige debatten. I tillegg fyller nyhetsmediene en viktig beredskapsfunksjon.¹² Journalistikken er derfor på mange måter et bindeledd mellom borgerne og den offentlige sfæren.

Journalistikkens samfunnsoppdrag innebærer en idé om at nyhetsmediene skal utføre bestemte samfunnsoppgaver.¹³ I dette ligger det også et ansvar for å fremme grunnleggende informasjon om hvordan samfunnet og de politiske prosessene fungerer,¹⁴ slik at folk er i stand til å delta i samfunnet som aktive samfunnsborgere.¹⁵ Samfunnsoppdraget handler med andre ord om at (nyhets)mediene skal legge til rette for og bidra til en velfungerende offentlighet,¹⁶ lokalt og nasjonalt, både ved å være en arena for offentlig debatt og gjennom å sette dagsorden i form av kritisk og uavhengig journalistikk.

Schudson (2011) mener imidlertid at det kan være problematisk å kun vurdere journalistikken ut fra om den styrker demokratiet.¹⁷ Særlig vil man i lokalavisene finne to sentrale hovedperspektiver på mediernes samfunnsoppdrag.¹⁸

Det første perspektivet handler om å ivareta demokratiske funksjoner som informasjon, gransking og samfunnsdebatt. Det andre handler om lokalavisenes lokale arenafunksjon,¹⁹ altså at lokalavisene fungerer som en arena for felles erfaringer. Arenafunksjonen handler både om lokalavisenes rolle som formidlere av lokale begivenheter, informasjon om merkedager og annet lokalt servicestoff, og om at lokalavisene er en arena for den debatten som kanskje ikke er så viktig i et demokratisk perspektiv, men som likevel er viktig i et lokalsamfunn. Selv om sosiale medier har blitt en arena for mye av den offentlige debatten, er lokalavisene mange steder den eneste redigerte debattarenaen der man kan ta opp og diskutere lokale temaer.²⁰

Mathisen (2013) omtaler lokalavisenes samfunnsoppdrag som «det delte samfunnsoppdraget».²¹ I dette ligger den krevende balansen journalister har mellom å innta en uavhengig og kritisk posisjon, det som utgjør avisenes demokratiske funksjon, og samtidig være patriotiske – det vil si å bidra til identitet, felles forståelse og være limet i samfunnet. Engan (2016) foreslår derfor å kalle lokalavisenes lokalpatriotiske oppgave for «det andre samfunnsoppdraget»,²² og viser til at det er lokalavisene som har best forutsetninger for å ivareta denne formen for sosial meningsproduksjon.

12. Kvalheim, Nina og Helle Sjøvaag (2016). *Journalistikkens blindsoner*. Universitetet i Bergen.

13. Jamtøy, Ann Iren (2011). *Informere eller underholde? – Politisk journalistikk i norsk valgkamp*.

14. Strømbäck, Jesper (2005). In *Search of a Standard: Four Models of Democracy and Their Normative Implications for Journalism*.

15. Sjøvaag, Helle (2020). *Journalistikken problem*. Demokrati, økonomi og teknologi.

16. Roppen, Johann og Sigurd Allern (2010). *Journalistikkens samfunnsoppdrag*.

17. Schudson, Michael (2011). *The Sociology of News*, side 189.

18. Karstensen, Kari (2013). *Lokalt samfunnsoppdrag i en digital tid – en måling av mediernes muligheter*. Universitetet i Nordland.

19. *Ibid.*

20. Engan, Bengt (2016) *Et informert valg? – Offentlighet, patriotisme og pressens lokale samfunnsoppdrag*, side 31.

21. Mathisen, Birgit Røe (2013). *Gladsaker og suksesshistorier: En sosiologisk analyse av lokal næringslivsjournalistikk i spenning mellom lokalpatriotisme og granskningsoppdrag*, side 97. Høgskolen i Bodø.

22. Engan, Bengt (2016) *Et informert valg? – Offentlighet, patriotisme og pressens lokale samfunnsoppdrag*



2.4 ULIKE TYPER NYHETSINNHOOLD

Nyhetsmediene, og mangfoldet både i avsendere og i innhold, har en viktig rolle i å sikre at ulike typer informasjon og stemmer kommer til uttrykk. Kvalheim og Sjøvaag (2016) understreker imidlertid at mangfold alene ikke er tilstrekkelig for at mediene skal fylle en demokratisk funksjon. Hva slags type innhold som produseres, er også av betydning.²³ Det kan handle om valg av perspektiver eller kilder, og om hvorvidt innholdet setter søkelys på offentlige hendelser og begivenheter, eller om det er rettet mot det personlige og private.²⁴

Én forståelse av skillet mellom ulike typer medie- og nyhetsinnhold er skillet mellom harde og myke nyheter.²⁵ Myke nyheter kan forstås som nyheter som først og fremst har en underholdende verdi, for eksempel nyheter om kjendiser og sport, mens harde nyheter er nyheter som bringer noe konstruktivt til den offentlige debatten, som nyheter om politikk eller sosiale spørsmål.²⁶

Flemming Svith med flere (2017) skiller mellom vitale og ikke-vitale nyheter. Vitale nyheter er innhold som bidrar til å dekke det grunnleggende informasjonsbehovet i samfunnet, som kriminalitet, ulykker og beredskap, helse, utdanning, transport, miljø, økonomi, sivilsamfunn (inkl. kunst/kultur) og politikk. Ikke-vitale emner er derimot innhold som sport, livsstil og forbrukerrettet

stoff.²⁷ Både harde nyheter og vitale nyheter er dermed begreper for innhold som er viktig for den offentlige samtalen.

Nyheter om politikk, samfunnsliv, økonomi, næring og kunst/kultur er innhold som vi også kan se på som demokratisk relevantt stoff.²⁸ Felles for denne typen innhold er at det berører kjernen av utviklingen i levekår, demokrati, offentlighet, velstand, kultur og identitet. I tillegg er innhold om viktige hendelser og begivenheter som har betydning for samfunnslivet, ofte vesentlig, fordi det er innhold av allmenn interesse.²⁹ Dette omfatter både uforutsette naturhendelser, ulykker og forbrytelser, hvordan det offentlige håndterer denne typen hendelser, samt andre hendelser og begivenheter som angår samfunnet som fellesskap. Både det demokratisk relevante innholdet og innholdet av allmenn interesse faller innenfor begrepet vitale nyheter. De utgjør en motsetning til innhold som først og fremst angår privatsfæren, eller som er skapt for å underholde, som produkttester, livsstil, sport og underholdning.³⁰

I et demokrati- og ytringsfrihetsperspektiv er det de vitale nyhetene, og særlig det demokratisk relevante stoffet, som er viktig for at mediene skal oppfylle sin demokratiske rolle som tilrettelegger og arena for den offentlige samtalen.

²³ Kvalheim, Nina og Helle Sjøvaag (2016). Journalistikkens blindsoner, side 7. Universitetet i Bergen.

²⁴ Olsen, Gunhild Ring (2018). A new platform for quality journalism.

²⁵ Skillet mellom harde og myke nyheter har blitt brukt i flere studier innen journalistikk og kommunikasjon. Det er imidlertid ikke en felles enighet om hvordan disse kategoriene skal defineres, jf. Carsten Reinemann mfl. (2011). Hard and soft news: review of concepts, operationalizations and key findings.

²⁶ Lehman-Wilzig, Sam og Michael Seletzky (2010). Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification, side 38.

²⁷ Svith, Flemming mfl. (2017). Mediernes utvikling i Danmark. Lokal- og regionalmediers innhold, rolle og betydning i lokalområder. Danmarks Medie- og Journalisthøjskole.

²⁸ Bjerke, Paul, Lars J. Halvorsen, Idar Flo og Aleksander F. Heggdal (2019). Innholdsanalyse av Dagbladet Pluss. Høgskolen i Volda.

²⁹ Bjerke, Paul (2021). Innholdsanalyse av Subjekt. Utgivelsesåret 2020. Høgskolen i Volda, side 29

³⁰ Ibid.



2.5 DET NORSKE MEDIELANDSKAPET

Norge har et mangfold av redaktørstyrte journalistiske medier, både på nasjonalt og lokalt nivå. I tillegg til store konsern som NRK, Schibsted og Amedia består markedet av mellomstore og mindre eiere som bidrar til at det finnes alternativer til de største, konserneide nyhetsmediene. Avis- og radiomarkedet kjennetegnes av en desentralisert struktur, med mange medietilbydere ulike steder i landet. Tv-markedet er i større grad sentralisert, der allmennkringkasterne hovedkanaler har en sterk posisjon. Allmennkringkasterne, mediekonsernene og de mindre, uavhengige aktørene bidrar på hver sin måte til avsender-, innholds- og bruksmangfoldet.

Med grunnlag i økonomisk teori og empiri kan vi si at de ulike finansieringsmodellene bidrar til økt mangfold i tilbudet til publikum, ved at de offentlig finansierte og de kommersielt finansierte aktørene konsentrerer seg om ulike brukergrupper. Mens de kommersielle medieaktørene innretter seg slik at de oppnår største annonse- og brukerrinntekter, skal NRK som en offentlig finansiert medieaktør også innrette seg mot brukere som er mindre attraktive for annonsørene. Finansieringen av NRK legitimeres dessuten gjennom NRKs oppdrag, som beskriver hvordan NRK skal bidra til et grunnleggende og bredt innholdstilbud for brede og smale publikumsgrupper.

Allmennkringkasting er et viktig virkemiddel for å nå det mediepolitiske målet om mediemangfold. I tillegg til den offentlige finansieringen av NRK har staten siden 1. januar 2019 hatt en avtale med TV 2 om kommersiell allmennkringkasting. Avtalen tilsier at staten skal kompensere TV 2 for nettokostnadene knyttet til allmennkringkastingsinnhold, og forutsetter blant annet at TV 2 leverer egenproduserte nyhets- og aktualitets-sendinger.

Det norske mediemarkedet har endret seg betydelig de siste årene. Utviklingen har sammenheng med faktorer som digitalisering, økt global konkurranse og endringer i mediernes inntektsgrunnlag. Mediebrukerne har fått tilgang til enor-

me mengder innhold, som både kan produseres og distribueres på nye måter og i nye formater. Endringene har bidratt til økt avsender- og innholdsmangfold og gir mediene nye muligheter for utvikling og innovasjon. Digitaliseringen har bidratt til en radikal endring av selve nyhetsformidlingen gjennom nye plattformer, muligheter for direkte interaksjon med publikum, bedre tilgang på informasjon og analyseverktøy som gjør det mulig å tilby personlig tilrettelagt innhold.

Med digitaliseringen er innhold blitt tilgjengelig på tvers av landegrenser. Dermed har det oppstått en ny konkurransesituasjon, der norske medier konkurrerer med store globale aktører som Google, Facebook, Netflix, YouTube og Spotify om mediebrukernes tidsbruk og betalingsvilje. Globaliseringen og fremveksten av store internasjonale aktører har utfordret norske mediers finansieringsmodeller og har endret deres økonomiske rammevilkår radikalt. Frem til 2014 var reklameinntekter bransjens viktigste inntektskilde. Siden 2020 har derimot brukerinntektene fra salg av abonnementer og lignende produkter utgjort rundt 60 prosent av bransjens inntekter.³¹ Økningen i andelen brukerinntekter skyldes både en økning i mediernes abonnementsalg og en betydelig nedgang i reklameinntektene som følge av den globale konkurransen om annonseinntekter.

Fremveksten av globale aktører har ført til økt konkurranse om brukere og annonseinntekter, men med disse aktørene har det også kommet verktøy som gjør det enklere å dele innhold, kommunisere med brukere og abonnenter og å målrette annonsering. Persondata er blitt en viktig ressurs for å segmentering og målretting av innhold. Nye metoder for å håndtere store datamengder («Big Data») og algoritmer gir målrettet innsikt om brukernes preferanser, bevegelser og handlingsmønstre. Dette gir mediene nye muligheter til å hente inn nye inntekter og nå ut til nye målgrupper.³² Samtidig representerer algoritmestyrte medie- og nyhetskonsumenter utfordringer med hensyn personvern og borgernes informasjons- og ytringsfrihet. En slik ensretting

31. Medietilsynet (2022). Økonomien i norske aviser 2017–2021.

32. Institutt for samfunnsforskning (2021) Digitalisering og mediernes samfunnsrolle.



av innhold, herunder tema og meninger, gjennom at våre preferanser og mønstre i nyhets- og mediebruk benyttes til å gi oss mer av det samme innholdet eller til å målrette innholdet ut fra kunnskapen som er samlet om livsfase og andre personlige egenskaper og holdninger, kan bidra til at det dannes ekkokamre, og til en fragmentering av offentligheten. Medietilsynets rapport om bruksmangfoldet i Norge viser at de aller fleste orienterer seg mot norske redaktørstyrte journalistiske medier når de oppsøker nyheter, og at majoriteten har et sammensatt nyhetsrepertoar der de kombinerer ulike kilder i sitt samlede nyhetskonsument.³³ Dette bekrefter at de aller fleste har en mangfoldig nyhetsbruk, og at flere av de allmenne, brede nasjonale nyhetsmediene i Norge fungerer som en felles orientering mot samfunnet på nasjonalt nivå. Samtidig viser undersøkelsene om bruksmangfold hvilken posisjon de lokale mediene har for å sette dagsorden, og hvor viktige de er som fellesarena i folks nærmiljø.³⁴ Verdien lokalmediene har som fellesarena for den offentlige samtalen, en arena der befolkningen eksponeres for en bredde av nyheter og debatter som både bygger og utfordrer deres

kunnskap og posisjon, kan bli utfordret av en større grad av ensretting av innholdet, for eksempel gjennom algoritmestyring.

Til tross for at nyhetsmediene har fått flere verktøy til å formidle og distribuere innhold, har det siste tiåret vært preget av inntektssvikt, kostnadsreduksjoner og nedbemanning. Dette har ført til at flere redaksjoner har kuttet dekningen av enkeltområder for å spisse profilen mot områder som bidrar til å differensiere mediene og øker betalingsviljen.³⁵ Samtidig har nyhetsmedienes innsnevring av geografiske og tematiske stoffområder gitt rom for nye titler og redaksjoner, og det har blant annet bidratt til utvikling og utvidelser av fagpublikasjonenes innholdstilbud.³⁶ Etter flere år med kraftige fall i avisenes driftsinntekter bremses nedgangen opp i årene mellom 2017 og 2019.³⁷ Fra og med 2017 har det også vært en positiv utvikling i antallet ansatte journalister, etter flere år med nedgang.³⁸ Oppbemanningen gir bedre vilkår for den samfunnsviktige og ressurskrevende journalistikken, noe som er viktig i et mediemangfoldsperspektiv.

33. Medietilsynet (2020). Mediemangfoldsregnskapet 2020 – Mediemangfold i et bruksperspektiv og Medietilsynet (2021). NRKs bidrag til mediemangfoldet – En analyse av NRKs bidrag til innholds- og bruksmangfoldet, NRKs samarbeid med andre medieaktører og konkurransemessige virkninger av NRKs nyhets- og aktualitetstilbud.

34. Ibid.

35. Dahlstrøm, Hilde og Liv Hognestad (2016). Nedbemanning som utfordring for journalistikken.

36. Halvorsen, Lars J., Paul Bjerke og Kristin Aker (2021). Medieøkonomi, mediemangfold og mediestøtte. Høgskolen i Volda.

37. Medietilsynet (2022). Økonomien i norske aviser 2017–2021.

38. SSBs sysselsettingsstatistikk

Del 1

**Tematisk mangfold
i norske nettaviser
– Stordataanalyse**





DEL 1

TEMATISK MANGFOLD I NORSKE NETTAVISER

– STORDATAANALYSE

Det tematiske mangfoldet er en sentral og viktig del av innholdsmangfoldet i de redaktørstyrte journalistiske mediene.

For å presentere et makroperspektiv på hvilke temaer som dekkes i norske nyhetsmedier på nett, har Infomedia Norge på oppdrag fra Medietilsynet gjort en stordataanalyse av det tematiske innholdet i norske nettaviser. De aller fleste papiravisene, både lokalt/regionalt og nasjonalt, publiseres også digitalt, allmennkringkasterne NRK og TV 2 har egne nettaviser, og en rekke publikasjoner er rene nettaviser. Nyhetsmarkedet på nettet favner en svært bred sammensetning av norske nyhetsmedier og representerer dermed også et godt bilde på temabredden i nyhetsbildet samlet sett.

Analysen viser det tematiske mangfoldet både for nettavisene samlet og for nasjonale og lokale/regionale nettaviser særskilt. Totalt er 35 nasjonale og 217 lokale/regionale nettaviser inkludert i analysen, som baserer seg på innhold fra 2020 og 2021.

Kapittel 3–5 belyser innholdsbredden i nyhets- og aktualitetsstoffet i norske nettaviser i 2020 og 2021.

Kapittel 3	<ul style="list-style-type: none"> • Hvilke temaer blir satt på dagsordenen i norske nettaviser? • Hvilke samfunnsområder får større plass enn andre, og havner noen temaer i medieskyggen eller blindsonen? • Hvilke temaområder får grundig behandling gjennom lange artikler?
Kapittel 4	<ul style="list-style-type: none"> • Hvordan er temabredden i nasjonale nettaviser? • Hvilke tematiske likheter og ulikheter er det mellom nasjonale bredde- og nisjeaviser på nettet?
Kapittel 5	<ul style="list-style-type: none"> • Hvordan er temabredden i lokale- og regionale nettaviser? • Hvilke tematiske likheter og ulikheter er det mellom regionale/lokale og nasjonale nettaviser? • Hvilken betydning har konkurranseposisjon, utgivelsesfrekvens og eierskap for innholdsprofilen til de lokale nettavisene? • Hvilke medier skriver mest på nynorsk blant lokale/regionale nettaviser?



TEMATISK MANGFOLD I NORSKE NETTAVISER – SENTRALE FUNN

- **Nyhetsmediene har noen felles nyhetsverdier som gjør at innholdsprofilene ligner hverandre når det gjelder de journalistiske kjerneoppgavene i mediernes samfunnsoppdrag.**
 - Analysene underbygger at norske nettaviser i stor grad inneholder temaer som er viktige for at nyhetsmediene skal kunne oppfylle sin demokratiske rolle, og at nyhetsmediene som ønsker å sette dagsorden for den offentlige samtalen, dekker mange av de samme temaene innenfor næring, politikk og sosiale spørsmål.
 - Det er høy grad av stabilitet i temabredden som dekkes i norske medier. Stordataanalysene i 2020 og 2021 ga i hovedtrekk samme resultat, og det er også klare likhetstrekk med tidligere innholdsanalyser.
 - Det tematiske tyngdepunktet om helse er både i 2020 og 2021 knyttet til et høyt antall saker om koronapandemien. Den høye andelen om korona både i nasjonale og lokale/regionale nettaviser understøtter nyhetsmedienes sentrale rolle som kilder til informasjon i en krisesituasjon, og reflekterer også kjernen av journalistikkens samfunnsoppdrag.
- **Nyhetsmediene inneholder i stor grad innhold av samfunnsmessig relevans, men det er både klare tematiske tyngdepunkter og blindsoner.**
 - Næring, politikk, helse, beredskap, offentlig administrasjon, kultur, internasjonale forhold og samferdsel er blant de største nyhetstemaene målt i dekning. Dette er temaer som bidrar til at nyhetsmediene fyller sin demokratiske funksjon.
 - Den høye andelen saker om politikk bekrefter at nyhetsmediene legger til rette for viktig samfunnsinformasjon og politisk samtale i den redigerte offentligheten. Blant annet er kommune-politikk et tema det skrives mye og langt om. Det indikerer at lokalpolitikk blir gjenstand for en grundig journalistisk behandling.
 - Sport er det tredje største nyhetstemaet, etter næring og politikk. Også mykere stoff, som familie, er blant de temaene som har en stor andel av dekningen. Sammen med de «harde» nyhetsområdene som politikk, næring, samferdsel og offentlig administrasjon bidrar dette til at befolkningen får en variert og bred omtale av ulike samfunnsområder.
 - Utdanning, helsepolitikk og dagligvare er blant de minst omtalte undertemaene i norske nettaviser.
 - Landbruk, forsvarspolitik og økonomi er saksområder som i liten grad omtales i de nasjonale nettavisene. Det er også liten omtale av teknologi, industri og produksjon, selv om saker om klima og miljø dekkes i noen grad.



- **Næring, politikk, idrett og helse er de fire største temaene i de nasjonale nettavisene.**
 - Idrett er det største temaet i de nasjonale breddeavisene, foran næring og politikk. Idrett trenger ikke ha en lokal forankring for å være relevant. Det gjør at denne typen innhold passer godt inn i de nasjonale nettavisenes identitet som riksmedier.
 - Økonomi er blant de minst omtalte undertemaene i prosent, men får likevel en del omtale i form av dybdeartikler. At økonomiske tema ofte blir tatt opp gjennom dybdeartikler, tilsier at de nasjonale nettavisene prioriterer å forklare og kontekstualisere når de omtaler økonomiske saker. I et samfunnsperspektiv er grundig og forklarende journalistikk om økonomi like viktig som en gitt prosentandel.
 - Også internasjonal politikk er et tema med en høy andel dybdeartikler. Det tyder på at de nasjonale mediene prioriterer å være utdypende når de omtaler denne typen innhold.
- **De nasjonale breddemediene har relativt like innholdsprofiler, noe som er naturlig ut fra at de søker å være dagsordensettende for den offentlige samtalen og nå et bredt publikum.**
 - Analysen bekrefter at profilene til NRK, Aftenposten og VG utmerker seg som de mest allmenne nyhetsmediene.
 - NRKs profil differensierer seg fra de andre nasjonale breddemediene på flere temaområder, og NRK bidrar dermed til økt innholdsmangfold.
 - At flere redaktørstyrte medier setter samme sak på dagsordenen, betyr ikke nødvendigvis at det ikke foreligger mediemangfold. Når flere redaksjoner dekker samme sak med ulike vinklinger og perspektiver, er det også en viktig side ved innholdsmangfoldet.
 - Selv om det er få store forskjeller mellom breddemediene, viser analysen at aktørene har ulike innholdsprofiler, og at de har ulike tematiske prioriteringer.
- **Breddemedier og nisjemedier utfyller hverandre og bidrar til temabredde og innholdsmangfold.**
 - Nisjemediene har andre tematiske tyngdepunkter enn de nasjonale breddemediene, og bidrar til at temaer som får liten plass i mediene med de mest allmenne og brede profilene, settes på den nasjonale dagsordenen.
 - I tillegg til at nisjemediene differensierer seg fra de nasjonale breddemediene, er de også forskjellige seg imellom. Dette gjør at nisjemediene bidrar til økt innholdsmangfold.
 - Finansavisen og Dagens Næringsliv skiller seg ut med en vesentlig høyere andel næringsstoff enn de øvrige nisjeavisene. Nationen har en høyere andel om landbruk og klima, mens Vårt Land og Dagen er nisjeavisene med mest innhold om familie og religion.
 - Den høye omtalen av religion i Vårt Land og Dagen bidrar i vesentlig grad til at samfunnsområdet kirke/religion/livssyn dekkes redaksjonelt, og disse avisene er på den måten et viktig bidrag til innholdsmangfoldet.



- **Næring er det klart største temaet i lokale og regionale nettaviser.**
 - Næring, helse, politikk, beredskap, kultur, offentlig administrasjon og samferdsel er blant de største temaene i lokale og regionale nettaviser målt i dekning, i tillegg til familie og idrett.
 - Selv om flere lokalaviser dekker store og viktige landbrukskommuner, og ulike områder innen energisektoren er av betydning for flere kommuner, er landbruk og energisektoren noe underdekket i lokale og regionale nettaviser.
 - Det er flere tematiske forskjeller mellom regionavisene både når det gjelder hvor stor andel de ulike temaene utgjør fra avis til avis, og når det gjelder hvilke temaer som er de største i hver enkelt publikasjon. Det gjør at regionavisene fremstår med tydelig ulike innholdsprofiler. Regionavisene bidrar dermed til mediemangfoldet både ved at de retter seg mot ulike landsdeler, og ved at de utfyller hverandre tematisk.
- **Lokale/regionale medier ligner på nasjonale allmenntidninger som ønsker å nå bredt ut i sine dekningsområder.**
 - Stordataanalysen gir ikke svar på om sakene som dekkes er regionale eller nasjonale. At innholdsprofilene til lokale/regionale og nasjonale medier ligner hverandre, er knyttet til de felles nyhetsverdiene for medier som ønsker å nå bredt ut i sine dekningsområder.
 - Dekningen i lokale og regionale nettaviser er forholdsvis lik deknningen i de nasjonale nettavisene når det gjelder hvilke temaer som dekkes mye. Næring, politikk, helse og idrett utgjør de fire største temaene i begge grupper nyhetsmedier.
 - De lokale og regionale nettavisene har noe mer omtale av politikk, offentlig administrasjon, familie, samferdsel og kultur enn de nasjonale nettavisene.
 - De nasjonale mediene har på sin side noe mer omtale av næring, idrett, helse, beredskap og media enn lokale og regionale nettaviser.
 - At lokale/regionale aviser har en høyere andel innhold om offentlig administrasjon enn nasjonale medier, kan skyldes at det er de lokale og regionale forvaltningsnivåene som leverer sentrale velferds- og andre offentlige tjenester til innbyggerne innenfor sitt geografiske område. Selv om stordataanalysen ikke sier noe om vinklingen av disse sakene, indikerer den at offentlig administrasjon er et viktig lokaljournalistisk tema.



- **Konkurransesituasjon og utgivelsefrekvens påvirker innholdsprofilen til de lokale og regionale mediene i form av økt differensiering, noe som er positivt for innholdsmangfoldet.**
 - Nummer én-avisene har en høyere andel saker om næring enn nummer to-avisene og aleneavisene, mens aviser i konkurranse har mer innhold om idrett enn aleneaviser. Dette kan indikere at idrett er et viktig strategisk satsingsområde i konkurransen om lesere.
 - Dagsaviser har nesten dobbelt så høy andel om idrett enn fådagersaviser, og de har også mer innhold om næring og helse. Fådagersaviser har mer innhold om politikk enn dagsavisene.
 - Ukeaviser har mer innhold om familie, kultur og offentlig administrasjon enn dagsaviser og fådagersaviser.
 - Forskjellene viser at det lokale avsendermangfoldet også representerer et mangfold i tematiske prioriteringer og innholdsprofiler, og at ulike typer lokalaviser på hver sin måte bidrar til det tematiske innholdsmangfoldet.
- **Det er til dels større tematiske forskjeller mellom mediekonsernene enn når avisene sammenlignes ut fra konkurranseposisjon eller utgivelsefrekvens.**
 - Aviser som eies av Schibsted, har en vesentlig høyere andel stoff om næring enn aviser som eies av de andre konsernene, mens aviser eid av de store lokalaviskonsernene Polaris og Amedia, har noe mer innhold om helse enn aviser i de andre konsernene.
 - Aviser som eies av Mentor Medier og Gudbrandsdalen Dagningen (GD), har noe mer innhold om politikk enn aviser i øvrige konsern, mens Trønder-Avisa er konsernet der avisene har høyest andel familiestoff.
 - Trønder-Avisa, Mentor Medier og Hamar Media har en høyere andel om kultur enn aviser eid av de øvrige konsernene.
 - Forskjellene viser at aviser med ulik konserntilhørighet altså bidrar på hver sin måte til det tematiske innholdsmangfoldet.
- **Lokale aleneaviser og fådagersaviser, Nationen og NRK bidrar i større grad enn andre nyhetsmedier til nyhetsdekning på nynorsk.**
 - I det nasjonale nyhetsmarkedet bidrar NRK og Nationen i størst utstrekning til at det publiseres saker på nynorsk.
 - Ettersom få nasjonale nyhetsmedier dekker nyhetsbildet på nynorsk, er NRKs bidrag særlig viktig for å fremme det nynorske skriftspråket i nyhetsformidlingen.
 - Blant lokalavisene på nettet skiller aleneavisene og fådagersavisene seg ut med en langt høyere andel nynorsk enn de andre lokal- og regionavisene. Andelen nynorsk utgjør 16,8 prosent i fådagersavisene, etterfulgt av ukeavisene (6,2 prosent), mens ledende dagsaviser (1,8 prosent) og nummer to-dagsavisene (0,6 prosent) har en langt lavere andel.



3. Hva skriver norske nettaviser om?





DEL 1

Et velfungerende demokrati fordrer at mediene formidler et innhold som favner et bredt spekter av temaer i nyheter og debatter. Medienes innhold skal oppleves relevant og speile det som rører seg i samfunnet: hendelser, øvrige nyheter og meningsbrytning blant folk i ulike lag og grupper. Samtidig skal innbyggerne ha tilgang til informasjon for å kunne følge med og danne seg meninger om aktuelle saker. Dette er også et sentralt mediepolitisk mål: å sikre en infrastruktur for informasjon og debatt over et bredt tematisk felt (NOU 2017:7).

Når nyhetsmediene både fungerer som en informasjonstilbyder og som en arena for offentlig debatt, har deres redaksjonelle valg og prioriteringer også en betydning for hvilke deler av samfunnet som blir synlige, og hvilke deler som blir mindre synlige.³⁹ Når en av journalistikkens viktigste oppgaver er å legge til rette for den offentlige debatten og sikre at ulike typer informasjon og ulike stemmer kommer til uttrykk,⁴⁰ blir det også viktig å se hva mediene *ikke* setter på dagsordenen.

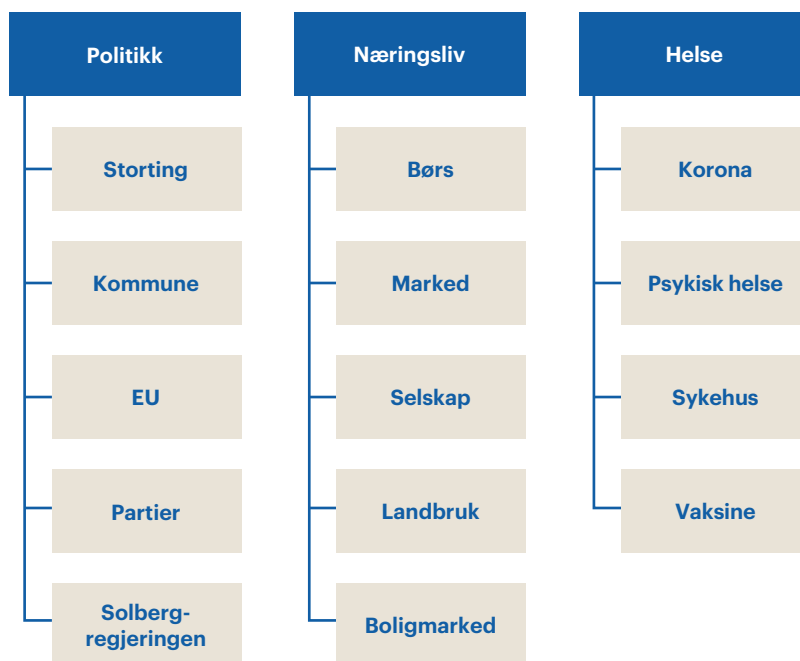
3.1 INNHOLDSMANGFOLD I NORSKE NETTAVISER

Analysebyrået Infomedia Norge har på oppdrag fra Medietilsynet analysert innholdsmangfoldet i norske nettaviser både i 2020 og 2021, inkludert nettavisene til NRK og TV 2. Her inngår 252 nettaviser med både nasjonal, regional og lokal profil. I analysen er innholdet fordelt på 31 nyhetstemaer, som igjen er inndelt i ett eller flere undertemaer.⁴¹

Figur 2 illustrerer forholdet mellom nyhetstemaene og undertemaene.

Figur 2 – Eksempler på nyhetstemaer med underliggende temaer. Nyhetstemaer er vist i blått

Kilde: Medietilsynet



³⁹ Mathisen, Birgit Røe (2019). «Sporten trumfer klima, olje og innvandring» i Birgit Røe Mathisen og Lisbet Morlandstø (red.) Blindsoner og mangfold.

⁴⁰ Kvalheim, Nina og Sjøvaag, Helle (2016). Journalistikkens blindsoner. Universitetet i Bergen

⁴¹ Se kapittel 11 for en oversikt over alle nyhets- og undertemaer.



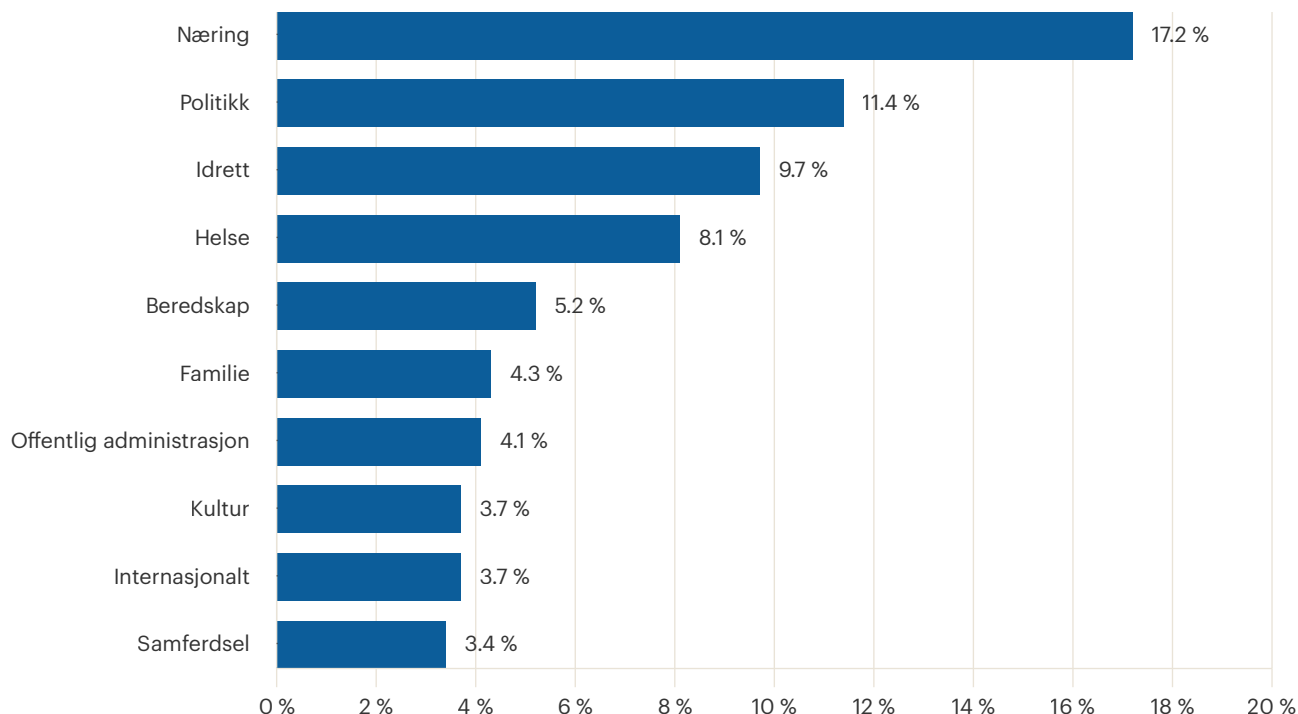
DEL 1

I en stordataanalyse er ikke temakategoriene definert på forhånd. En algoritme blir bedt om å lage et bestemt antall temakategorier ved å se etter ordmønstre og ordsammensetninger i tekstkorpuset. Slike sammensetninger av ord fremstår gjerne som et tema fordi mange temaer omtales ved bruk av karakteristiske vokabular.⁴² Deretter blir hvert enkelt tema definert med utgangspunkt i de ordsammensetningene som algoritmen har funnet (se beskrivelse i kapittel 11). For eksempel har nyhetstemaet politikk et undertema om partier. Dette er en temakategori som er bygget opp på ord som: Krf, Venstre, Rødt, Fremskrittspartiet, stemme, stemmer, valget, partiet, partiene, flertall, oppslutning, kandidater, partileder, representanter og lignende.

Analysen viser at det er et bredt mangfold i temaene som norske nettaviser dekket i 2021, og at norske nettaviser i tema og innhold evner å bringe konstruktiv informasjon til den offentlige debatten. Følgende ti nyhetstemaer utgjorde til sammen 70,7 prosent av innholdet: næring, politikk, idrett, helse, beredskap (inkludert ulykker), familie, offentlig administrasjon, kultur, internasjonalt og samferdsel. Dette viser at nyhetsmediene i stor grad formidler innhold som oppfyller det journalistiske vesentlighetskravet, og bidrar til å dekke det grunnleggende informasjonsbehovet i samfunnet. Temaer som idrett og familie er innhold som faller utenfor det som kan sies å være direkte demokratisk relevant, men som samtidig bidrar til blandingen av det seriøse og det mer underholdende, som er et karakteristisk særtrekk ved norske nyhetsmedier.⁴³

Figur 3 – de ti største nyhetstemaene i norske nettaviser 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge



⁴². Det er ikke uvanlig i en stordataanalyse at det oppstår temaer som ikke gir en klar/entydig temakategori. Fordi slike «annet»-kategorier ikke gir et tydelig bilde av det tematiske innholdet, er denne kategorien holdt utenfor i analysene.

⁴³. Sjøvaag, Helle (2020). Journalistikkens problem. Demokrati, økonomi og teknologi, side 76.

DEL 1

Den største temakategorien var næring, som utgjorde 17,2 prosent av innholdet. Blant undertemaene i kategorien næring er sektorer som service, med restaurant, servering, reise og hotell, skipsfart, landbruk, dagligvare og offentlig sektor, i tillegg til undertemaer som produksjon og teknologi og pandemirelaterte undertemaer som korona og hjemmekontor. De største undertemaene er selskap, børser, boligmarked, handel og marked, som til sammen utgjorde 7,3 prosent av det totale innholdet.

Politikk utgjorde 11,4 prosent av innholdet i de analyserte nettavisene i 2021. Denne høye andelen bekrefter at nyhetsmediene legger til rette for viktig samfunnsinformasjon og politisk samtale i den redigerte offentligheten. I temakategorien politikk inngår undertemaer som Solberg-regjeringen, rødgrønn regjering, partier og storting, og innhold relatert til klima, EU, ungdom, skatt, forsvar og helse. Det største undertemaet er kommune (4,1 prosent), noe som kan forklares med det høye antallet lokalaviser og deres rolle i å følge politiske beslutninger og debatter på kommunenivå.

Ikke overraskende utgjorde korona en stor del av temaet helse i 2021, med 4,7 prosent av det totale innholdet i nettavisene. Dette er mer enn halvparten av helsestoffet, som utgjorde 8,1 prosent. Korona (helse) er også det største undertemaet i analysen for 2021. I tillegg utgjorde undertemaet vaksine 0,3 prosent av alt innholdet. Blant nasjonale nettaviser med allmenne profiler og

lokale/regionale breddemedier er det naturlig å forvente et høyt antall artikler om koronapandemien. Både nasjonale, regionale og lokale medier har vært viktige informasjonskanaler for befolkningen, ikke bare når det gjelder den politiske håndteringen og informasjon om smittesituasjonen, men også andre helserelevante temaer knyttet til pandemien. Den høye andelen om korona understøtter nyhetsmedienes sentrale rolle som kilder til informasjon under pandemien. Nyhetsmediene fyller dessuten en viktig beredskapsfunksjon gjennom å informere, opplyse og oppdatere borgerne om det som skjer. Gjennom sin dekning av koronapandemien oppfyller nyhetsmediene selve kjernen i det journalistiske samfunnsoppdraget. Foruten korona og vaksine inneholder helse også undertemaer som trening, psykisk helse, eldreomsorg, sykehus og helse.

Mens fordelingen av nyhetstemaer gir et mer overordnet bilde på innholdsmangfoldet i de norske nettavisene, forteller undertemaene mer om bredden i innholdet i de forskjellige nyhetstemaene. Ikke alle undertemaer er like enkle å navngi. Fordi temaene er basert på mønstre og ordsammensetninger i tekstkorpuset, kan det oppstå undertemaer som tydelig tilhører et større nyhetstema, men hvor ordsammensetningen gjør det vanskelig å si mer konkret hva innholdet omhandler. Slike undertemaer har derfor fått samme navn som nyhetstemaet.⁴⁴ For å gjøre analysen mest mulig oversiktlig, er undertemaer med samme navn, og som tilhører samme nyhetstema, slått sammen til ett undertema.⁴⁵

⁴⁴ Et eksempel er ett av undertemaene under media, der de øverste ordene i ordsammensetningen består av Schibsted, annonsen, finn, nettsted, nettsted, E24, besøker, annonser, apper, hovedkontor, finansieres, etablert, eier, VG, Oslo, mediehus, Aftenposten, annonsering og NTB.

⁴⁵ For eksempel har nyhetstemaet næring tre undertemaer om handel, tre undertemaer om boligmarked, tre undertemaer om arbeidsliv og to undertemaer om børser.



DEL 1

Tabell 1 viser de 20 største undertemaene, som til sammen utgjorde 39,3 prosent av innholdet i de norske nettavisene i 2021. Seks av temaene er relatert til nyhetstemaet næring, deriblant boligmarked og arbeidsliv, og utgjorde til sammen 8,5 prosent av alt innholdet. Tre av temaene er relatert til idrett – til sammen 6,3 prosent av innholdet. I tillegg er det sentrale temaer som partier, kommune (politikk), domstol, interna-

sjonalt, utdanning og offentlig administrasjon knyttet til kommunenivå. Tabellen viser at det er en bredde både når det gjelder nyhetstemaer og undertemaer. Flere av temaene har også stor demokratisk relevans. Særlig gjelder dette undertemaer som tilhører temaene helse, politikk, næring, offentlig administrasjon, justis og utdanning. Dette er temaer og nyhetsinnhold som ofte er svært vesentlig for samfunnslivet.

Tabell 1 – de 20 største undertemaene i norske nettavisers 2021

Undertema	Nyhetstema	Prosent
Korona	Helse	4,70
Kommune	Politikk	4,13
Idrett	Idrett	3,50
Internasjonalt	Internasjonalt	2,68
Selskap	Næring	1,89
Familie	Familie	1,86
Kommune	Offentlig adm.	1,81
Fotball	Idrett	1,69
Media	Media	1,69
Børs	Næring	1,49
Boligmarked	Næring	1,42
Domstol	Justis	1,40
Sosiale medier	Media	1,38
Handel	Næring	1,32
Skole	Utdanning	1,31
Marked	Næring	1,17
Arbeidsliv	Næring	1,16
OL	Idrett	1,15
Partier	Politikk	1,13
Vær	Vær	1,07

Kilde: Infomedia Norge



DEL 1

Forsvar (politikk), studier/høyere utdanning (utdanning), helse (politikk) og dagligvare (næring) er blant de minst omtalte undertemaene.

Helse er det minst dekkede undertemaet under nyhetstemaet politikk. At helsepolitikk er identifisert som et eget undertema, understreker likevel at helsepolitikk har vært en synlig del av nyhetsbildet. Den politiske håndteringen av koronapandemien har hatt stor innvirkning på folks hverdagsliv under pandemien, samtidig som pandemien har ført til flere debatter om pasientkapasiteten ved de norske sykehusene. Blant annet var nettopp pasientkapasiteten og tilgangen på helsepersonell ved sykehusene brukt som ett av flere argumenter for de politiske tiltakene som ble vedtatt under pandemien. I tillegg har det de siste årene vært flere debatter og nyhetsopplag om lokale fødetilbud og det øvrige helsetilbudet ved lokalsykehusene, delvis aktualisert gjennom folkebevegelsen Bunadsgeriljaen.⁴⁶ Selv om helsepolitikk er synliggjort i stordataanalysen, er det likevel mulig å argumentere for at andelen helsepolitikk til dels var overraskende lav i 2021 (0,3 prosent), også med tanke på at politikk var det nest største nyhetstemaet med mer enn elleve prosent av den totale dekningen. Noe omtale av helsepolitiske problemstillinger og debatter kan imidlertid være inkludert i andre undertemaer innen politikk og/eller helse. Mest om helsepolitikk har NRK, etterfulgt av Stavanger Aftenblad, Møre, VG og Sunnmørsposten. Bunadsgeriljaen har blant annet vært engasjert i fødetilbudet på Nordmøre. Det kan være en forklaring på hvorfor Møre og Sunnmørsposten er blant avisene med mest omtale av helsepolitikk.

Forsvar er et annet undertema under politikk med en liten andel av det totale innholdet. Forsvarsbudsjettet var i 2021 på 66,3 milliarder kroner.⁴⁷ Forsvar er med andre ord en relativt stor post på statsbudsjettet. Med tanke på at Norge og Nato i 2021 avsluttet sin militære tilstedeværelse i Afghanistan etter 20 år, kan den lave andelen om forsvar (0,3 prosent) kanskje fremstå

som noe overraskende. Uttrekningen fra Afghanistan førte til stor samfunnsdebatt, særlig etter at terrororganisasjonen Taliban inntok hovedstaden og regjeringskontorene i landet. Samtidig er det i analysen et eget undertema om Afghanistan under nyhetstemaet internasjonalt. Dette er et undertema som er relatert til hendelsene i landet, og ikke nødvendigvis til den geopolitiske eller forsvarspolitiske betydningen av hendelsene. Dekningen av forsvarsrelaterte hendelser var derfor større enn det undertemaet forsvarspolitikk kan gi inntrykk av. Mest om forsvarspolitikk har lokalavisen Firda, etterfulgt av NRK, Porsgrunns Dagblad, Bergens Tidende, Aftenposten og Fjordabladet.

Dagligvare er en sektor med betydelig innflytelse på folks privatøkonomi, i tillegg til å utgjøre en stor sektor innen næringslivet. Temaet omhandler ikke omtale av nyetableringer eller andre former for nye satsinger, noe som tidligere har vist seg å utgjøre en stor del av næringslivsjournalistikken i lokalavisene.⁴⁸ Journalistikk om dagligvare befinner seg likevel i skjæringspunktet mellom økonomi, arbeidsliv og næringsvirksomhet, og er et tema som også er relatert til forbrukerjournalistikk.

Av de 15 avisene med høyest andel om dagligvare, er seks nasjonale aviser. Selv om Finansavisen er blant de 15 avisene med mest innhold om dagligvare, har avisen langt mindre innhold om dagligvare enn de nasjonale avisene Nettavisen, NRK, Aftenposten, VG og Klassekampen. Dette innebærer at denne typen innhold i hovedsak omtales i nasjonale og lokale/regionale bredde-medier. Jærbladet, Folkebladet, Harstad Tidende, Fædrelandsvennen og Stavanger Aftenblad er blant lokal-/regionavisene med høyest andel saker om dagligvare. Også når det gjelder omtalen av studier, et undertema som inkluderer forskning, finner vi mest omtale i nasjonale og regionale aviser, i tillegg til lokalaviser som Budstikka, iTromsø og Folkebladet. Høyest er andelen i VG og Aftenposten etterfulgt av NRK.

⁴⁶ Bunadsgeriljaen er en organisasjon som ble startet i 2019. Organisasjonen jobber for å sikre og styrke de lokale fødetilbudene.

⁴⁷ Prop. 19 S (2021–2022) – Endringer i statsbudsjettet 2021 under Forsvarsdepartementet.

⁴⁸ Mathisen, Birgit Røe (2013). Gladsaker og suksesshistorier. En sosiologisk analyse av lokal næringslivsjournalistikk i spenning mellom lokalpatriotisme og granskningsoppdrag, side 129.



3.2 NÆRING VAR STØRSTE TEMA I BÅDE 2020 OG 2021

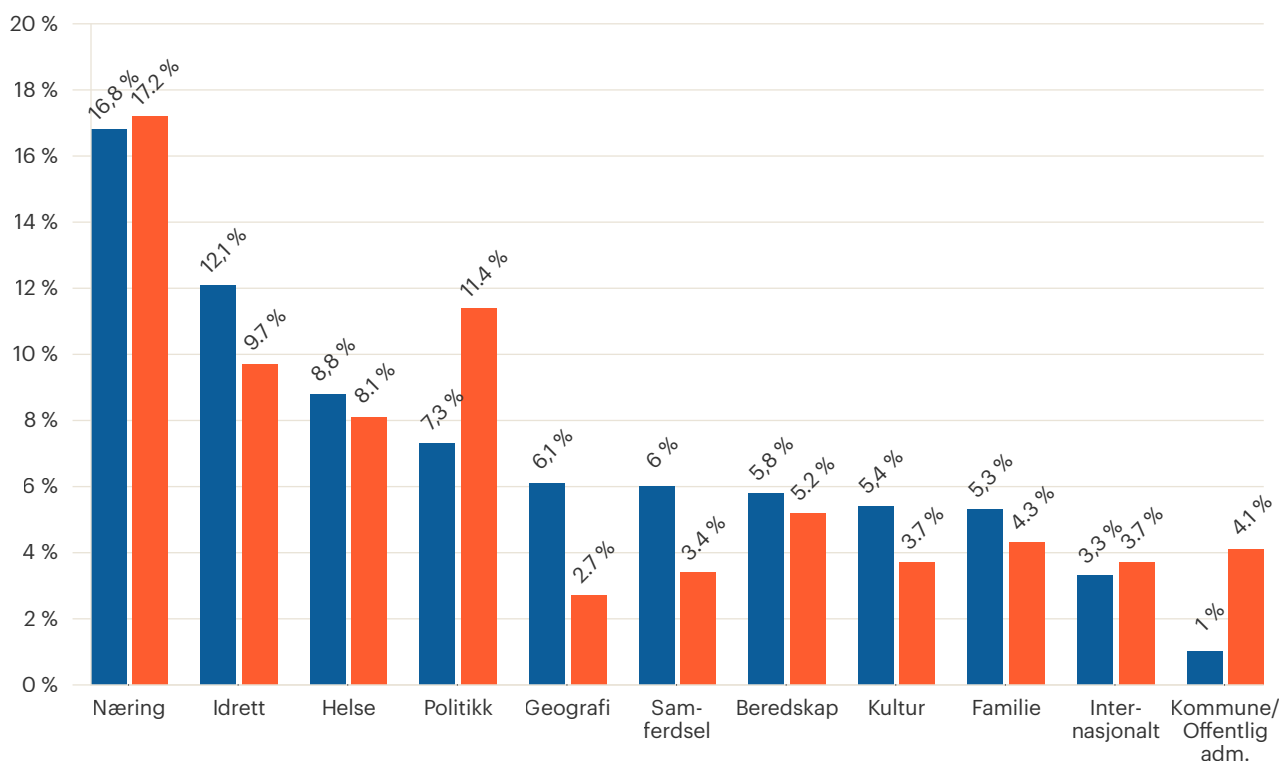
I forbindelse med Medietilsynets utredning om NRKs bidrag til mediemangfoldet i 2021 ble det gjort en stordataanalyse av nettavisenes innhold i 2020.⁴⁹ Det gjør at det er mulig å si noe om nettavisenes tematiske innhold i to forskjellige år. Fordi temakategoriene ikke er definert på forhånd, men er satt sammen basert på ordmønstre og ordsammensetninger i et bestemt tekstkorpus, kan det oppstå noen variasjoner fra analyse til analyse. Det er likevel mulig å gjøre sammenligninger på et mer overordnet nivå ved å se på nyhetstemaene i forskjellige analyser.

Figur 4 viser de ti største nyhetstemaene i norske nettaviser i 2020 og 2021. Det er klare likheter mellom topp ti-temaene de to årene. Næring var det største nyhetstemaet både i 2020 og 2021. I 2020 var imidlertid idrett og helse større temakategorier enn politikk, mens politikk var større enn både idrett og helse i 2021. At det var en høyere andel om idrett i 2020, kan ha å gjøre

med pandemien og konsekvensene den fikk for idretten. Det samme gjelder temaet kultur, som også hadde en høyere andel i 2020. Beredskap og familie hadde noe høyere andeler i 2020 enn i 2021. De samme temaene var imidlertid høyere plassert på listen over de ti største temaene i 2021 enn i 2020. Sett bort fra geografi og offentlig administrasjon finner vi størst endring mellom de to årene i temaene politikk og samferdsel. Samferdsel var det sjette største temaet i 2020, men det tiende største i 2021.

Også blant de øvrige nyhetstemaene er det noen forskjeller. I 2021 var andelen noe høyere for temaene justis, medier og utdanning enn i 2020. Justis og utdanning var imidlertid høyere plassert på listen over de største nyhetstemaene i 2020 enn i 2021, selv om prosentandelene var noe lavere. Samtidig var bærekraft/klima et noe større tema i 2020 enn i 2021.

Figur 4 – de ti største nyhetstemaene i norske nettaviser i 2020 og 2021 (tall i prosent)



Kilde: Infomedia Norge.

Geografi var ikke blant de ti største nyhetstemaene i 2021.

Offentlig administrasjon var ikke blant de ti største i 2020.

⁴⁹ Medietilsynet (2021). NRKs bidrag til mediemangfoldet. Rapport fra Medietilsynet til Kulturdepartementet.

DEL 1

Figur 4 viser at flere av temaene hadde høyere andeler i 2020 enn i 2021. En del av forklaringen er at de ti største nyhetstemaene utgjorde 76,8 prosent av det totale innholdet i 2020, mot 70,7 prosent i 2021.

Selv om det er flere likheter, er det også noen forskjeller i hvilke nyhetstemaer som er blant de ti største, og plassen de har på listen. Fordi det er forskjeller mellom 2020 og 2021, viser figuren totalt elleve temaer. I 2020 var geografi det femte største temaet. Geografi er innhold som ikke knyttes til et spesifikt tema, men som er definert av et geografisk område. Det er dermed en kategori som sier lite om det tematiske innholdet. Ser vi bort fra geografi, var justis i 2020 det tiende største temaet, med 2,1 prosent.

I 2021 var offentlig administrasjon det sjuende største temaet. Denne kategorien finnes ikke i analysen for 2020.⁵⁰ Derimot inngår temaet kommune dette året. Kommune er et tema som omhandler det kommunale, uten at det kan identifiseres noe klart tema.⁵¹ Offentlig administrasjon omfatter undertemaer som offentlige byggeprosjekt, tilsyn og velferd i tillegg til kommune. Det gjør at temaene kommune (2020) og offentlig administrasjon (2021) ikke er helt sammenlignbare.

I tillegg er det en forskjell i kategoriene internasjonalt og politikk. I analysen for 2020 ble utenlandsk politikk inkludert i temaet politikk, mens den samme typen innhold til dels ble inkludert i temaet internasjonalt i analysen for 2021.⁵² Det er dermed noe overlapp mellom temaene politikk og internasjonalt. Endringen i kategoriseringen av utenlandsk politikk har likevel ikke gitt noen synlige utfall i omfanget av nyhetstemaet internasjonalt. For politikk er det grunn til å anta at økningen fra 2020 til 2021 skyldes dekningen av det norske stortingsvalget høsten 2021. I tillegg inkluderer landbruk, som er en del av temaet næring, noen flere områder innenfor landbruk i 2020-analysen enn i analysen for 2021. Innhold om landbruk utgjør imidlertid kun en liten andel av temaet næring, både i 2020 og i 2021.

Alt i alt viser analysene at det er små forskjeller i nettavisenes tematiske dekning i 2020 og 2021. Selv om det er noen variasjoner, er de samme nyhetstemaene hovedsakelig de største begge årene. Analysene underbygger at norske nettavisser i stor grad inneholder temaer som er viktige for at mediene skal kunne oppfylle sin demokratiske rolle.

⁵⁰ Fordi temakategoriene ikke er definert på forhånd, men er bygget opp basert på ordmønstre i tekstkorpuset, kan det oppstå litt forskjellige temaer fra analyse til analyse.

⁵¹ Temaet er bygget opp på ord som kommune, kommunen, ordfører, tjenester, lokale osv.

⁵² Ettersom temaene er bygget opp på ordmønstre, er det ikke helt vanntette skiller mellom internasjonalt og politikk når det gjelder utenlandsk politikk.

Noe innhold er derfor kategorisert som internasjonalt, mens noe er kategorisert som politikk, basert på de ordmønstrene som algoritmen har laget.



3.3 INNHOLDSMANGFOLD MED UTGANGSPUNKT I ARTIKKELLENGDE

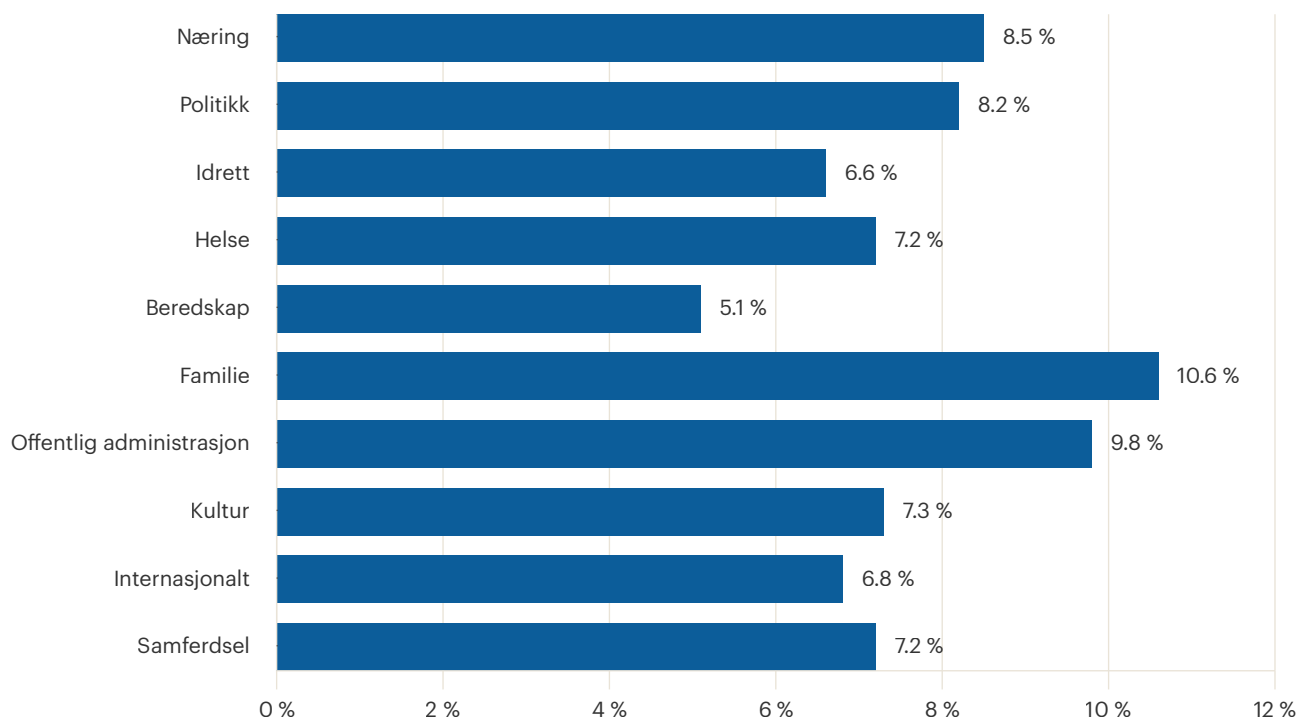
En annen måte å måle innholdsmangfoldet på er å ta utgangspunkt i hvilke undertemaer som i størst grad omtales i form av lange artikler/dybdesaker, her definert som 800 ord eller mer. Dette er artikler som er lengre enn gjennomsnittet for digitale nyhetsartikler,⁵³ og hvor journalistene har rom for å skrive mer utdypende og forklarende om et tema eller en hendelse/sak. En grense på 800 ord kan synes å være høy. En testundersøkelse gjennomført av Medietilsynet basert på 52 nettartikler viste imidlertid at nesten en tredel av artiklene var 800 ord eller lengre.⁵⁴ En så stor andel lange artikler er trolig høyere enn det man kan forvente, og kan skyldes tilfeldigheter i utvalget. En grense på 800 ord er likevel en sikker grense når målet er å fange opp de lengste artiklene. Sammen med innholdets prosentvise fordeling på de forskjellige temaene

kan tekstlengde gi ytterligere innsikt i hvordan de ulike temaene blir dekket i nyhetsmediene.

Figur 5 viser gjennomsnittet for andelen lange artikler for de ti største nyhetstemaene. Nyhetstemaene er her vist i kronologisk rekkefølge fra det største til det tiende største temaet. Som figur 3 viste, skiller næring seg ut som det absolutt største nyhetstemaet, med totalt 17,2 prosent av det totale innholdet. Politikk, idrett og helse har mellom åtte og elleve prosent av den totale omtalen, mens de øvrige temaene har mellom tre og fem prosent. Figur 5 viser at andelen lange artikler er relativt lik for de forskjellige nyhetstemaene, selv om det er stor variasjon i hvor mye hvert tema omtales totalt sett. Nyhetstemaene med høyest andel lange artikler er familie og offentlig administrasjon.

Figur 5 – andelen lange artikler for de ti største nyhetstemaene i nettavisene i 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



53. En innholdsanalyse gjennomført av Universitetet i Bergen i 2010 viste at en vanlig nyhetsartikkel på nettet var på rundt 300 ord (Dag Elgesem og Hallvard Moe mfl. NRKs nyhetstilbud på internett i 2009).

54. Testen ble gjennomført i mars 2022 med et tilfeldig utvalg artikler fra Dagsavisen, Dagbladet, VG, nrk.no og Bergens Tidende. 61,5 prosent av artiklene var 200–799 ord lange, mens 30,8 prosent var lengre enn 800 ord.

Stordataanalysen viser fordelingen av lange og korte artikler for hvert enkelt undertema.⁵⁵ I gjennomsnitt er litt over halvparten (52,3 prosent) av artiklene 200–799 ord lange, 40,3 prosent er kortere enn 200 ord, mens 7,4 prosent av artiklene består av 800 ord eller mer. Andelen korte artikler er imidlertid høyere enn den i realiteten er. Årsaken er at algoritmen ikke har hatt tilgang til alle artiklene som ligger bak betalingsløsning. I de tilfellene er det bare et utdrag av artikkelen som er målt, slik at tema for artikkelen er inkludert i analysen.⁵⁶ Dette innebærer imidlertid at andelen lange artikler trolig er høyere enn det som kommer frem i analysen, ettersom det er naturlig å anta at tekstlange saker oftere enn de korteste sakene ligger bak betalingsløsning.

Flere undertemaer har en relativt høy andel dybdesaker sammenlignet med øvrige undertemaer i analysen. I 28 av til sammen 200 undertemaer er andelen lange artikler ti prosent eller mer. Disse undertemaene fordeler seg på totalt 14 nyhetstemaer, hvorav 22 av undertemaene er blant de ti største nyhetstemaene. At 22 av undertemaene med høyest forekomst av dybdeartikler sammenfaller med de ti største nyhetstemaene, indikerer at flere av saksfeltene som dekkes hyppigst i norske nyhetsmedier, også i større grad enn andre temaer får en fordypende journalistisk behandling.

Blant undertemaene med høyest andel lange artikler er blant annet tre undertemaer under politikk. Ett av dem er klima. Klima er ikke blant de største undertemaene i det totale materialet, men likevel er klima blant de mest *omtalte* undertemaene målt i tekstlengde, altså volum (nummer 23). En mulig forklaring på hvorfor dybdesaker har så høy forekomst, er at klima er et saksområde som er preget av komplekse problemstillinger som ofte krever mer forklaring. Dette er også et saksområde som ofte skaper debatt om politiske tiltak og løsninger. Et annet undertema under politikk er kommune. Kommune er det nest største

undertemaet i det totale materialet, og har en andel lange artikler på ti prosent. Det kommune-politiske nivået er dermed et av undertemaene det både skrives mest om, og som det vies en del plass til i form av tekstlengde. Dette indikerer for det første at de lokale og regionale mediene prioriterer lokal politikk. For det andre indikerer funnet at når lokalpolitikk settes på dagsordenen, blir den også gjerne gjenstand for en grundig journalistisk behandling.

Den journalistiske dekningen av kommunenivået gjenfinnes i temaet kommune under nyhetstemaet offentlig administrasjon. I likhet med kommune (under nyhetstema politikk) er dette et undertema som både er blant de største undertemaene, og som befinner seg blant undertemaene med høyest andel lange artikler. I tillegg er undertemaene tilsyn og byggeprosjekt, også under offentlig administrasjon, blant temaene med en høy andel lange artikler. Tilsyn og byggeprosjekt er ikke blant de 20 mest omtalte undertemaene, men er likevel blant den tredelen av undertemaene med mest omtale totalt. Kombinasjonen av en høy prosentandel av det totale innholdet og en høy andel lange artikler tilsier at offentlig administrasjon er et område som nyhetsmediene prioriterer, og det reflekterer lokalavisenes viktige rolle i det totale mediemangfoldet. Å dekke offentlig administrasjon er dessuten en sentral del av medienes samfunnsoppdrag, der det å granske makthavere, offentlige institusjoner og kommunale og statlige prosjekter er en viktig del av medienes rolle.

Eiendom, som har den høyeste andelen lange artikler, er blant de minste undertemaene. Det samme gjelder undertemaet dagligvare, der andelen lange artikler er på 10,2 prosent. Begge disse undertemaene ligger under nyhetstemaet næring. Selv om disse to undertemaene i liten grad omtales i den totale dekningen, viser analysen at de likevel vies en del plass når eiendom og dagligvare først omtales.

⁵⁵. Ettersom stordataanalysen viser fordelingen for hvert enkelt undertema, er ikke undertemaene slått sammen til større undertemaer i denne delen av analysen.

⁵⁶. Alle lokale og regionale nettaviser er inkludert. Derimot er det noen nasjonale nettaviser der ordtellingen er begrenset til tittel, ingress og første avsnitt av artikkelen. I snitt utgjør lokale og regionale nettaviser 76 prosent av innholdet i hvert enkelt tema.



DEL 1

Tabell 2 – de 20 undertemaene med høyest andel lange artikler i nettavisene i 2021

Undertema	Nyhetstema	Lange artikler
Eiendom	Næring	26,35
Hverdag	Familie	25,10
Samfunn	Samfunn	19,05
Aktivitet	Aktivitet	16,77
Klima	Politikk	16,32
Trening	Helse	15,77
Hund	Dyr	15,75
Hjem	Bygg	15,13
Barn	Familie	14,89
Næring	Næring	13,73
Bolig	Næring	13,10
Politikk	Politikk	12,35
Kommune	Offentlig adm.	12,16
Selskap	Næring	12,10
Bil	Samferdsel	11,41
Byggeprosjekt	Offentlig adm.	11,31
Hopp	Idrett	11,26
Tilsyn	Offentlig adm.	11,12
Familie	Familie	11,07
Skole	Utdanning	10,87

Kilde: Infomedia Norge

I 29 av undertemaene er andelen lange artikler mindre enn fem prosent. Her er undertemaer som vær, trafikk kontroll, byliv, måneder, påske/jul, børs, politi, brann og legevakt. I tillegg har undertemaer som handler om medier, en lav andel lange artikler. For undertemaene som faller inn under beredskap og ulykker, er i gjennomsnitt 5,1 prosent av sakene lange artikler. Her er det

imidlertid store variasjoner, der såkalte blålys-saker, som politi og brann, nesten ikke omtales i tekstlange saker. Undertemaer som påske/jul, byliv og vær har en stor overvekt av artikler på 200–799 ord. Selv om disse temaene i liten grad omtales i de lengste artiklene, er det temaer som i stor grad opptrer i artikler med gjennomsnittslengde.



4. Innholdsmangfold i norske nettaviser



De nasjonale nettavisene er blant de viktigste kildene til informasjon, og er også sentrale arenaer for ytringer og samfunnsdebatt på et nasjonalt nivå. Aktører som VG, nrk.no, Dagbladet, tv2.no og Nettavisen er blant de mest brukte nyhetskildene i befolkningen,⁵⁷ og de er, sammen med blant annet Aftenposten, Dagens Næringsliv, Finansavisen og Dagsavisen, de nettavisene som har høyest lesertall.⁵⁸

Stordataanalysen kartlegger temabredden i de nasjonale nettavisene og viser både likheter og forskjeller mellom aktørene. At flere redaktørstyrte medier setter samme sak på dagsordenen, betyr ikke nødvendigvis at det ikke foreligger mediemangfold. At flere redaksjoner dekker samme sak med ulike vinklinger og perspektiver, er også en viktig side ved innholdsmangfoldet. Dette er ikke minst av stor betydning i omtalen av store og viktige hendelser, spesielt hendelser som krever løpende oppdateringer, eller der det er behov for å sette kompleks informasjon inn i en forklarende kontekst.

De nasjonale nettavisenes størrelse og posisjon i det totale nyhetsmarkedet tilsier likevel at en variasjon i enkeltmedienes tematiske profil er viktig. Det gjelder spesielt når flere aktører dekker det samme markedet og på daglig basis følger politiske, sosiale og kulturelle saker av en nasjonal interesse. I et demokratisk perspektiv er det også viktig at redigerte nyhetsmedier gir informasjon som leserne i utgangspunktet ikke etterspør, men som likevel bidrar til at befolkningen holder seg oppdatert om det som skjer i samfunnet. I et slikt perspektiv er tematisk bredde en vesentlig del av informasjonsmangfoldet.

4.1 TEMATISK BREDDE I NASJONALE NETTAVISER

For å kunne si noe om innholdsmangfoldet i de største nettavisene er det gjort en egen analyse av de nasjonale aktørene Aftenposten, Dagbladet, Dagen, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Finansavisen, Klassekampen, Nationen, Nettavisen, nrk.no, tv2.no, VG og Vårt Land. Analysen baserer seg på 27 nyhetstemaer inndelt i ett eller flere undertemaer.⁵⁹

Analysen av de nasjonale nettavisene viser en høy andel av demokratisk relevant nyhetsinnhold. De ti største nyhetstemaene utgjør 75,3 prosent av innholdet. I likhet med analysen av alle nettavisene er næring, politikk, idrett og helse de fire største temaene i prosent. Samtidig er beredskap lenger ned på listen over de ti største temaene i de nasjonale nettavisene enn når innholdet i alle norske nettaviser er analysert. Internasjonalt er blant de ti største temaene både

i nettavisene samlet og i nasjonale nettaviser, men får en større omtale i de nasjonale. Mens offentlig administrasjon er det sjuende største temaet i nettavisene totalt, er det kun det syttende største temaet i nasjonale nettaviser. At offentlig administrasjon er et større tema når alle nettavisene er inkludert, kan skyldes at de lokale og regionale forvaltningsnivåene leverer sentrale velferds- og andre offentlige tjenester til innbyggerne innenfor sitt geografiske område. Lokalmediene blir jevnlig kritisert for å være for nære og ukritiske i deknningen av maktutøvelsen i sine lokalsamfunn.⁶⁰ Selv om stordataanalysen ikke sier noe om vinklingen av disse sakene, indikerer den at offentlig administrasjon er et viktig lokaljournalistisk tema og altså mer dekket i lokale og regionale nettaviser enn i de nasjonale nettavisene.

57. Moe, Hallvard og Janne Bjørgan (2022). Reuters Digital News Report 2021 og Medietilsynet (2021). Mediemangfold i et brukersperspektiv.

58. Kantar, Mediebedriftenes Landsforening (2021) Forbruker og Media 2021/2.

59. Se kapittel 11 for en oversikt over alle nyhets- og undertemaer.

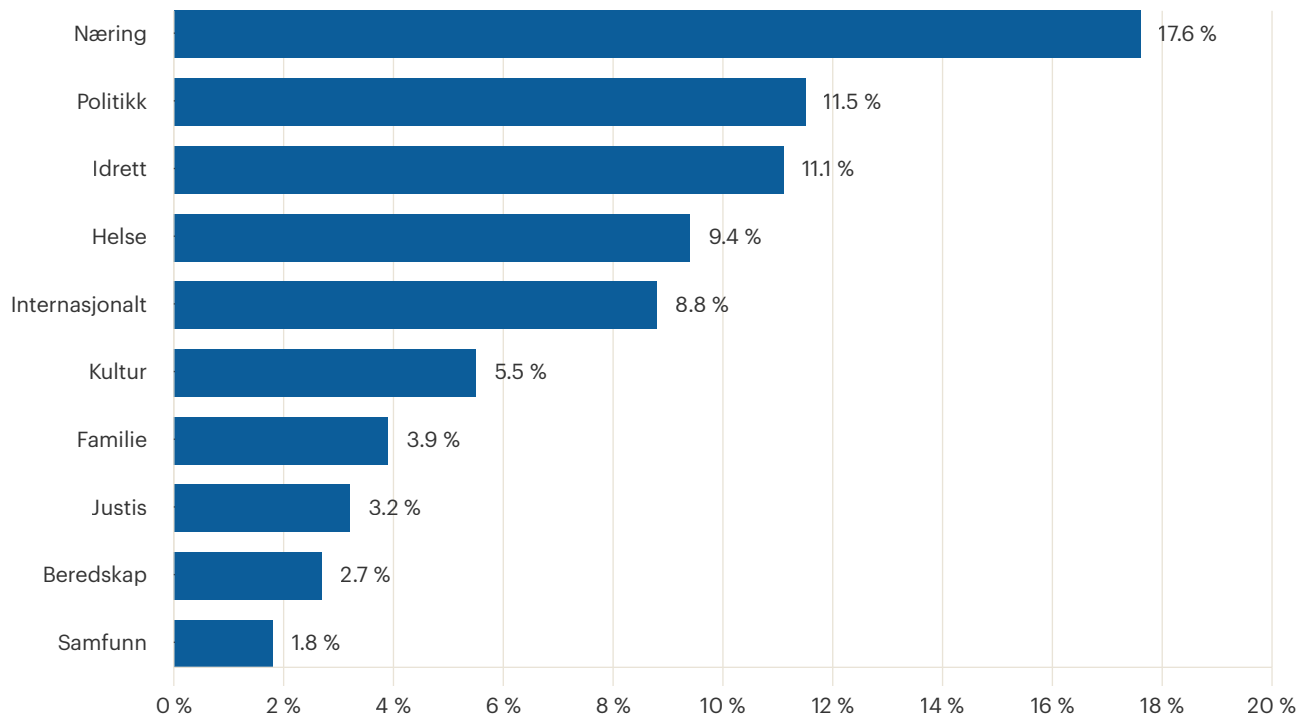
60. Mathiesen, Birgit Røe og Lisbeth Morlandstø (2019). Blindsoner og mangfold – En studie av journalistikken i lokale og regionale medier.



DEL 1

Figur 6 – de ti største nyhetstemaene i nasjonale nettaviser i 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



Samferdsel er ikke blant de ti største temaene i de nasjonale nettavisene. Andelen samferdsel er også lavere i de nasjonale nettavisene enn i analysen som omfatter alle nettavisene. Denne forskjellen kan ha å gjøre med de nasjonale nettavisenes identitet som riksmedier. Nina Kvalheim (2016) peker på at nyheter om samferdsel i stor grad må betraktes som lokale, i den forstand at denne typen innhold beskriver lokale saker, hendelser og prosjekter. Nyheter om samferdsel har derfor ikke interesse med mindre sakene påvirker en relativt stor andel av befolkningen.⁶¹ Det samme gjelder beredskap, som også inkluderer nyheter om ulykker.

Nyhetstemaene gir et overordnet bilde av innholdsmangfoldet, mens undertemaene forteller noe om bredden i innholdet i de forskjellige nyhetstemaene. De 20 største undertemaene i de nasjonale nettavisene utgjør nesten halvparten av innholdet (49,2 prosent). Det er en høyere andel enn de 20 største undertemaene i analysen av alle nettavisene (39,3 prosent). Forskjellen skyldes at de fem største undertemaene i de nasjonale nettavisene til sammen utgjør en større andel av innholdet enn de tilsvarende fem største undertemaene for nettavisene totalt.⁶² Overordnet er det likevel en relativt lik spredning på de forskjellige undertemaene i de to analysene (nasjonalt og totalt).

⁶¹. Kvalheim, Nina (2016). Kampen om publikums oppmerksomhet. Om VG, multiplattformpublisering og strategiske beslutninger. Universitetet i Bergen, side 219.

⁶². Analysen av alle nettavisene bygger også på flere undertemaer enn analysen av de nasjonale nettavisene. Dette innebærer at innholdet i analysen av alle nettavisene fordeler seg på en større bredde av temaer.



Tabell 3 – de 20 største undertemaene i nasjonale nettaviser 2021

Undertema	Nyhetstema	Prosent
Korona	Helse	6,02
Næring	Næring	5,84
Idrett	Idrett	4,88
Fotball	Idrett	4,32
Internasjonalt	Internasjonalt	3,87
Familie	Familie	2,97
Domstol	Justis	2,26
Boligmarked	Næring	2,18
Energi	Næring	1,90
Internasjonalt	Politikk	1,66
Børs	Næring	1,54
Historie	Kultur	1,47
Vintersport	Idrett	1,41
USA	Politikk	1,40
Måneder	Årstid	1,36
Psykisk helse	Helse	1,33
Handel	Næring	1,30
Politi	Beredskap	1,21
Historie	Politikk/kultur	1,15
Helse	Helse	1,14

Kilde: Infomedia Norge

Flere av de største undertemaene i det nasjonale markedet er også blant undertemaene med høyest andel lange artikler: USA (politikk),⁶³ historie (politikk/kultur), internasjonalt (politikk), psykisk helse og historie (kultur). Internasjonalt er det undertemaet under politikk med høyest andel lange artikler (24,9 prosent). Dette tyder på at de nasjonale nettavisene prioriterer å være utdypende når de omtaler denne typen innhold. Psykisk helse og historie (kultur) er undertemaene med høyest andel lange artikler, med henholdsvis 28,6 og 29,9 prosent.

NRK, Aftenposten og VG er aktørene som skriver mest om internasjonal politikk, psykisk helse og USA. Aftenposten, VG og Klassekampen skriver mest om de to undertemaene om historie.

⁶³. Mens utenlandsk politikk til dels ble kategorisert som «internasjonalt» i analysen av alle nettavisene, er denne typen innhold kategorisert som «politikk» i analysen av de nasjonale nettavisene.



DEL 1

Blant de minst omtalte undertemaene, er blant annet landbruk (næring), økonomi (næring), forsvar (politikk) og skole (utdanning). Landbruk og forsvar har til felles at de i hovedsak omtales i form av korte artikler. Godt over 60 prosent av omtalen av landbruk og forsvar finner vi i artikler som er kortere enn 200 ord. Begge temaene er også blant undertemaene med minst omtale i lange artikler. Med tanke på at Nationen er en del av utvalget, understreker disse funnene at landbruk i liten grad blir omtalt i nasjonale medier. Til forskjell er økonomi blant undertemaene med mest omtale i lange artikler. Dette innebærer at økonomi er et tema som får en del omtale når det først dekkes. Økonomi er et tema som ofte har vesentlig betydning for en stor andel borgere.⁶⁴ Det er derfor mulig å argumentere for at økonomi burde vært mer dekket. At temaet ofte omtales i form av dybdeartikler, som gir mer rom for forklaringer og kontekstualiseringer, tilsier imidlertid at de nasjonale nettavisene prioriterer å gi nettopp forklaringer i dekkningen av økonomiske saker. I et samfunnsperspektiv er grundig og forklarende journalistikk om økonomi like viktig som en gitt prosentandel. Mest omtale av økonomi har næringslivsavisene Finansavisen og Dagens Næringsliv.

Koronapandemien har hatt stor påvirkning på skolenes og elevenes skolehverdag. I tillegg har nedstengninger, hjemmeskole og smittesituasjoner ført til debatter om blant annet fraværsgrenser og avviklingen av eksamener. Det kan derfor være noe overraskende at skole er blant de minst omtalte undertemaene i materialet, spesielt med tanke på at undertemaet omfatter omtale av både barnehage, grunnskole og videregående skole. Skole er også ett av de store undertemaene i analysen som omfatter alle nettavisene (i prosentandel). Den lave andelen skole i denne analysen kan derfor tyde på at skole er et tema som i større grad er lokalt forankret, og som derfor vurderes som mindre relevant for de nasjonale nyhetsmediene. En del av det som omhandler skole, kan også ha blitt inkludert i andre undertemaer, som for eksempel helse og politikk. Skole er ikke blant temaene med høyest andel lange artikler, men har likevel en andel på 11,6 prosent. Mest om skole har breddemediene NRK, Aftenposten og VG, som til sammen sto for 55 prosent av omtalen av skole i 2021.

64. Jf. Nina Kvalheim og Helle Sjøvaag (2016) *Journalistikken blindsoner*. Universitetet i Bergen, side 38.



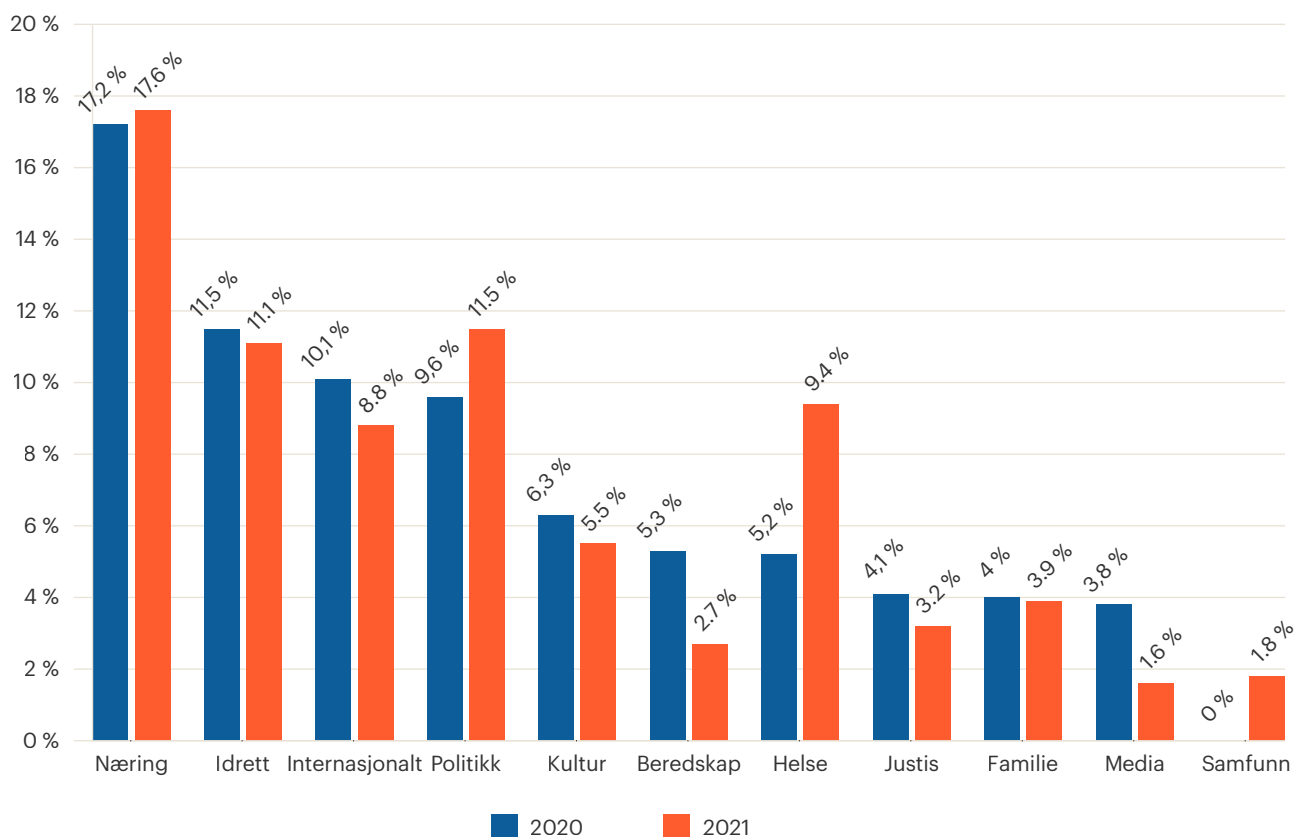
4.2 TEMATISKE LIKHETER OG FORSKJELLER I NASJONALE NETTAVISER I 2020 OG 2021

Som beskrevet i kapittel 3.2 er det mulig å gjøre en overordnet sammenligning av nettavisenes tematiske innhold i 2020 og 2021. I likhet med analysene av alle nettavisene samlet er det noen variasjoner i de to analysene av nasjonale nettaviser. I 2021 var samfunn det tiende største temaet i de nasjonale nettavisene, mens denne kategorien ikke finnes i 2020. Temaet samfunn omfatter de tre undertemaene kvinne, likestilling og samfunn, der sistnevnte ikke identifiserer et klart tema. Oversikten for 2020 inneholder imidlertid et tema om likestilling. Fordi samfunn (2021) er bredere enn likestilling (2020), er temaene likevel ikke helt sammenlignbare. Samtidig er det en forskjell mellom 2020-analysene av alle nettavisene og de nasjonale nettavisene. Mens utenlandsk politikk ble inkludert i nyhetstemaet politikk i analysen som omfatter alle nettavisene (2020), er den samme typen innhold inkludert i nyhetstemaet internasjonalt i analysen for de nasjonale nettavisene. Temaene politikk og internasjonalt

er dermed likere i sammenligningen for de nasjonale nettavisene enn i sammenligningen som omfatter alle.

Figur 7 viser de ti største temaene i de nasjonale nettavisene i 2020 og 2021.⁶⁵ Næring er det klart største temaet begge årene. Mens både idrett og internasjonalt var større enn politikk i 2020, var politikk det nest største temaet i 2021. Deler av økningen for temaet politikk kan – slik det også var for alle nettavisene – trolig forklares med dekningen av stortingsvalget og regjeringsforhandlingene høsten 2021. Denne formen for politisk nyhetsinnhold er en del av kjernen i nyhetsmedienes samfunnsoppdrag både når det gjelder å informere om de ulike partienes politikk, og å være en arena for debatt og en offentlig samtale. Med unntak av i Finansavisen var det en økning i andelen politikk i samtlige nasjonale nettaviser. Størst var økningen i Dagen, Vårt Land og Klassekampen.

Figur 7 – de ti største nyhetstemaene i nasjonale nettaviser i 2020 og 2021 (tall i prosent)



⁶⁵ Dagens Næringsliv var ikke en del av analysen for 2020, men er inkludert i analysen for 2021.

Kilde: Infomedia Norge.
Media var ikke blant de ti største nyhetstemaene i 2021.
Samfunn var ikke blant de ti største i 2020.



DEL 1

Som figur 7 viser, er de største forskjellene i temaene helse, beredskap og media. Media var det tiende største temaet i 2020, men var ikke blant de ti største temaene i 2021. Selv om det har vært en økning i omtalen av media i Aftenposten, er den totale nedgangen i de øvrige nasjonale nettavisene vesentlig større. Når det gjelder helse og beredskap, er det forskjeller både for andelen innhold og hvilken plass disse temaene har på listen over de ti største temaene. Helse var det fjerde største temaet i 2021, med en andel på 9,4 prosent. Året før var helse det sjuende største temaet, med en andel på 5,2 prosent. Endringen skyldes en økning i andelen helse i samtlige nasjonale nettaviser fra 2020 til 2021. Størst var økningen i Dagbladet, Nettavisen, Dagsavisen og Aftenposten. Beredskap var jevnstort med helse i 2020, og det sjetteste største

temaet. I 2021 var beredskap det niende største temaet, med en andel på 2,7 prosent. En mulig forklaring på dette kan være at de bredt orienterte nasjonale nettavisene var særlig viktige i formidlingen av beredskapsinformasjon i den første fasen med strenge nasjonale koronatiltak, og at de lokale mediene overtok mer av denne oppgaven da Norge gikk over i en fase med større grad av lokale tiltak. Analysene viser at det i 2021 var en nedgang i omtalen av beredskap i samtlige nasjonale nettaviser fra 2020. Størst nedgang hadde Nettavisen og Aftenposten.

Utover de ti største nyhetstemaene var det i 2020 også litt høyere andeler om utdanning, klima og samferdsel enn i 2021.



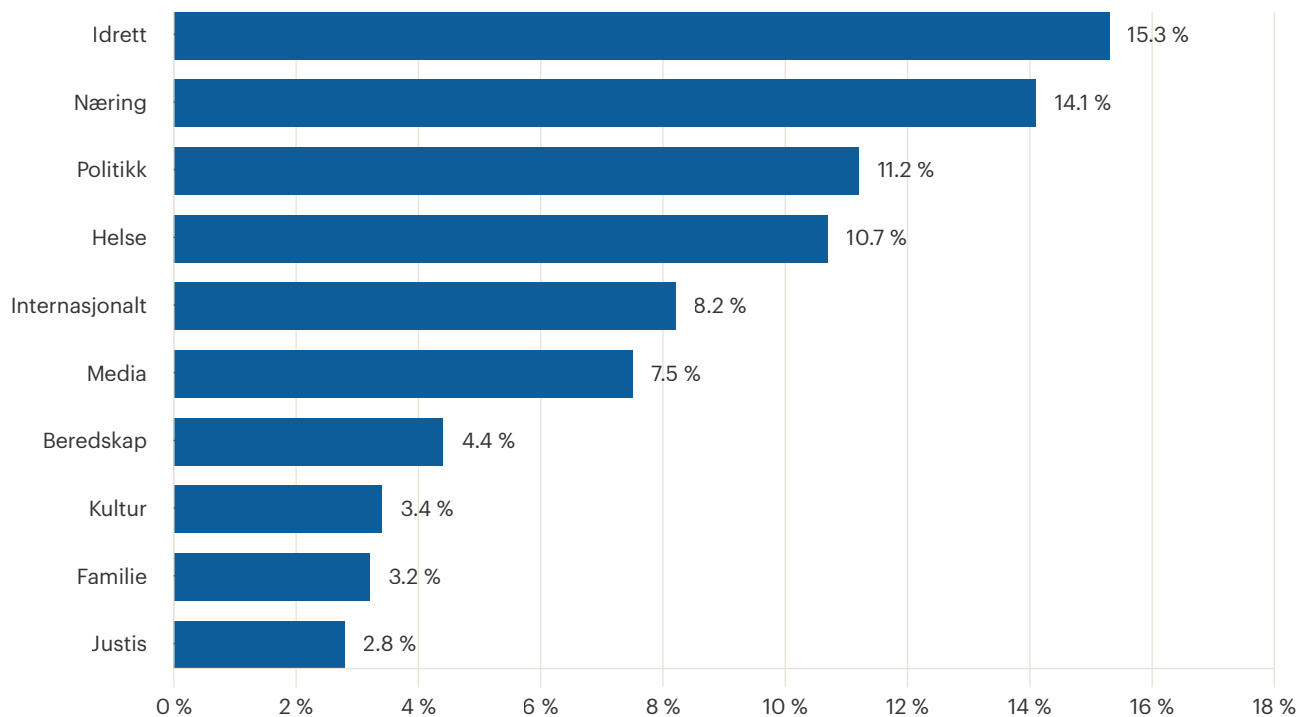
4.3 NASJONALE BREDDEMEDIER

Det er også gjort en egen analyse av de nasjonale breddemediene, her forstått som Aftenposten, Dagbladet, Nettavisen, nrk.no, tv2.no og VG. Breddemediene er definert som nyhetsmedier med et bredt tematisk og geografisk nedslagsfelt, som har en viktig verdi og rolle i det samlede mediemangfoldet i egenskap av å være fellesarenaer på tvers av landsdeler og aldersgrupper. Blant breddemediene finnes noen av de medieaktørene med høyest tillit i befolkningen, noe som særlig er viktig med tanke på funksjonen som fellesarenaer. NRK Nyheter, TV 2 Nyheter og Aftenposten er alle blant de fire nyhetsmediene med høyest tillit.⁶⁶ Analysen av breddemediene baserer seg på 20 nyhetstemaer inndelt i flere undertemaer.

Figur 8 viser de ti største temaene i de nasjonale breddemediene, og disse utgjør til sammen 80,8 prosent av innholdet. Til forskjell fra analysene av de norske nettavisene totalt og alle de nasjonale nettavisene er idrett det største temaet i de nasjonale breddemediene, foran næring og politikk. At sport får mye plass i nyhetsmediene, samsvarer med funn i en rekke andre studier som viser at idrett ofte er det største enkelttemaet.⁶⁷

Figur 8 – ti største nyhetstemaene i nasjonale breddemedier i 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



⁶⁶ Moe, Hallvard og Janne Bjørgan (2021). Reuters Digital News Report 2021 og Medietilsynet (2021). Mediemangfold i et brukersperspektiv.

⁶⁷ Allern, Sigurd (2001). Nyhetsverdier: om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser; Nina Kvalheim og Helle Sjøvaag (2016). Journalistikkens blindsoner; Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø (red.) (2019) Blindsoner og mangfold – en studie av journalistikken i lokale og regionale medier.



DEL 1

Med unntak av NRK og Aftenposten er breddemediene i stor grad også populærmedier. Det vil si at de inneholder en blanding av det seriøse og det underholdende. Et kjennetegn ved populærmediene er at de har et større søkelys på økonomi, sport, livsstil og underholdning enn NRK og nisjemediene.⁶⁸ Innhold om livsstil, reise, underholdning og forbrukerjournalistikk trenger ikke ha en lokal forankring for å være relevant.⁶⁹ Det samme gjelder dekningen av nasjonal og internasjonal idrett på toppidrettsnivå. Det gjør at denne typen innhold passer godt inn i de nasjonale nettavisenes identitet som riksmedier. Sport appellerer dessuten til en bred del av befolkningen, og er i tillegg knyttet til høy kjøpsvilje,⁷⁰ noe som også kan overføres til høye lesertall. Mye av kategorien idrett handler om idrett generelt (7,1 prosent) og fotball (4,9 prosent), men det er også innhold relatert til Europa (1,05 prosent), noe som blant annet kan ha å gjøre med EM i fotball. I tillegg er det innhold relatert til norgesmesterskap (0,8 prosent), OL (0,7 prosent) og vintersport (0,7 prosent). Nettavisen og TV 2 er aktørene med høyest andel om idrett, mens NRK og Aftenposten er aktørene med lavest andel. NRK og Aftenposten er også de to aktørene som ikke har idrett som det største temaet, men der idrett er henholdsvis det femte og tredje største temaet.

Arbeid (3,5 prosent), næring (3,0 prosent), handel (2,2 prosent) og korona (1,7 prosent) er noen av undertemaene under nyhetstemaet næring. Næring er det største temaet i NRK og det andre eller tredje største temaet hos de øvrige fem aktørene. Selv om næring er på topp hos NRK, er likevel andelen om næring større i TV 2, VG og Aftenposten. Forskjellen skyldes blant annet at de ti største nyhetstemaene utgjør en større andel av innholdet i TV 2, VG og Aftenposten enn i NRK. Når det gjelder undertemaet arbeid, har Aftenposten den høyeste andelen. Det samme gjelder omtalen av boligmarked. NRK har på sin side høyest andel omtale av reiseliv og næring. Aftenposten og NRK har mest omtale av korona, mens VG og Aftenposten har mest omtale av undertemaet handel.

Selv om politikk er det tredje største temaet i breddemediene samlet, er det kun det sjette eller sjuende største temaet hos de enkelte aktørene. Unntaket er NRK, der politikk er det andre største temaet. For undertemaene under politikk har Aftenposten høyest andel om klima og EU. Aftenposten og VG har høyest andel om USA, mens Aftenposten sammen med NRK har høyest andel om undertemaet regjeringen. Både VG, Aftenposten og NRK har høy andel om de politiske partiene. NRK har på sin side høyest andel om politikk og kommune.

NRK er den eneste aktøren som ikke har familie blant de ti største temaene, og NRK har også en vesentlig lavere andel om familie enn de andre aktørene. Samtidig er NRK den eneste aktøren som har geografi som et av de største temaene. Nyhetstemaet geografi har undertemaet fylker.⁷¹ Dette er innhold som ikke nødvendigvis handler om et spesifikt fylke, men kan også være innhold som refererer til, eller er lokalisert til, et fylke eller geografisk område. NRKs oppdrag tilsier at NRK skal være til stede i alle landets fylker, tilby innhold som er produsert i og tar utgangspunkt i distriktene, og ha en redaksjonell dekning av hele landet.⁷² I tillegg har NRK et ansvar for å dekke geografiske områder med svak journalistisk dekning.⁷³ NRKs distriktskontorer er viktige innholdsleverandører av nyheter og aktualitet på nrk.no, og har i oppdrag å dekke behovet for løpende oppdateringer av regionalt innhold på NRKs nettsider.⁷⁴ Temaet geografi er ikke nødvendigvis nyheter fra NRKs distriktskontorer. Det regionale innholdet i NRK kan likevel være med på å forklare hvorfor andelen geografi er høyere i NRK enn i de andre breddemediene. Sammen med undertemaet kommune (politikk) er geografi med på å gjenspeile NRKs regionale tilstedeværelse, og reflekterer NRKs oppdrag om å ha en redaksjonell dekning av hele landet. NRK har også den høyeste andelen om beredskap. NRK og TV 2 er de eneste aktørene som har beredskap blant de fire største temaene. Ettersom beredskap også inkluderer nyheter om ulykker, som ofte er av mer regional eller lokal nyhetsinteresse, kan den høye andelen om beredskap til en viss grad sies å reflektere NRKs regionale

68. Sjøvaag, Helle og Truls André Pedersen (2018). NRKs bidrag til mediemangfoldet. Universitetet i Bergen.

69. Sjøvaag, Helle (2020). Journalistikkens problem. Demokrati, økonomi og teknologi.

70. Kvalheim, Nina og Helle Sjøvaag (2016). Journalistikken blindsoner. Universitetet i Bergen, side 38.

71. Her er det blant annet ord som: nord, sør, øst, vest, Tromsø, Finnmark, Innlandet, Agder, Trøndelag, Vestfold, Viken, Telemark og kysten.

72. NRK-plakaten, § 20.

73. Se NRK-plakatens § 20, § 33 og § 50.

74. I 2021 hadde NRK fast redaksjonelt nærvær 42 ulike steder i Norge og var til stede i alle landets elleve fylker, jf. Medietilsynet (2022). Allmennkringkastingsrapporten 2021 – NRK.



DEL 1

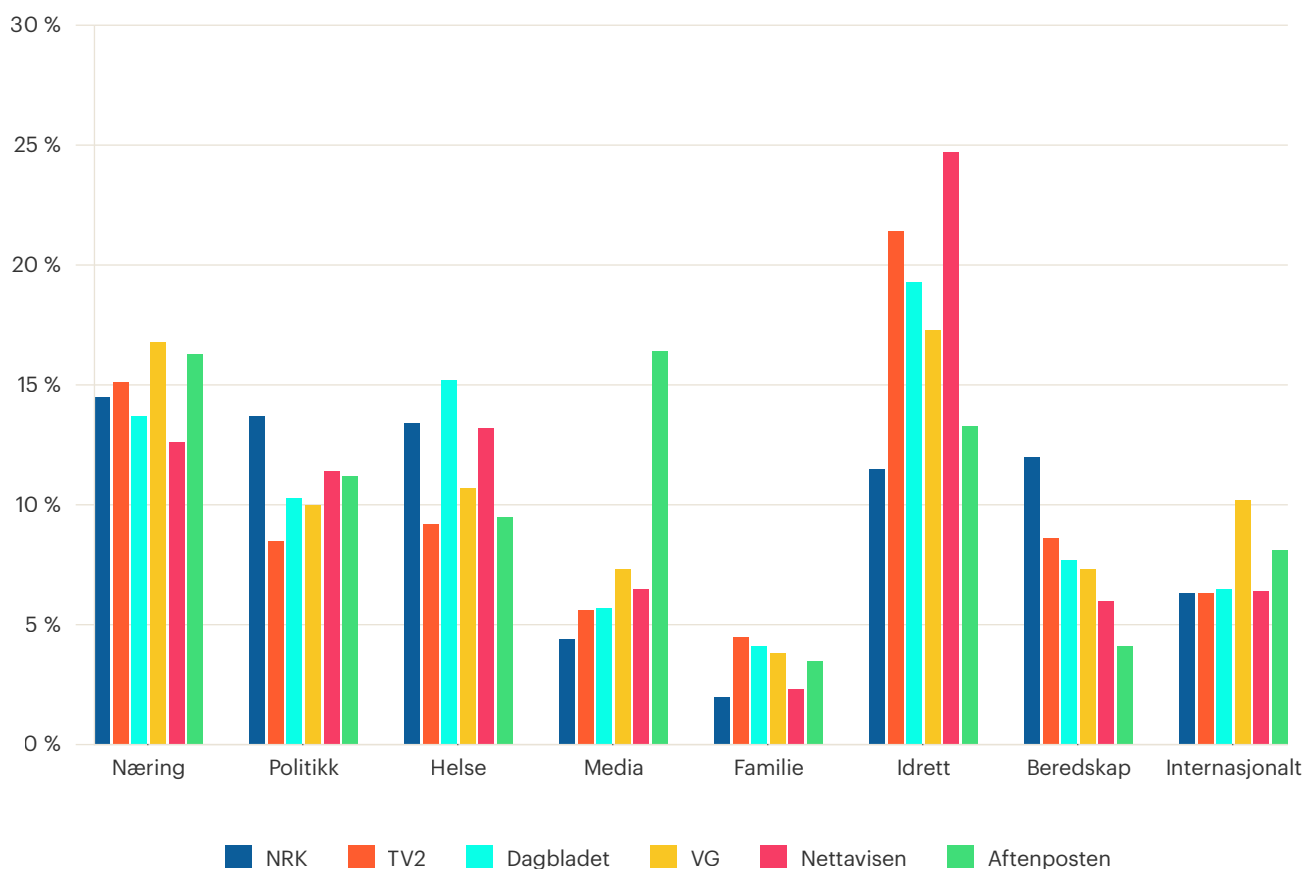
tilstedeværelse. I tillegg har NRK et særlig beredskapsansvar, jf. NRKs oppdrag.⁷⁵

Stordataanalysen viser også andre variasjoner blant de nasjonale breddemediene når det gjelder de største nyhetstemaene. Nyhetstemaet media er det største temaet i Aftenposten, men er bare det femte (Nettavisen), sjettede (VG) eller sjuende største temaet i de øvrige nettavisene. Justis har en litt høyere plassering blant de ti største temaene hos NRK enn hos de andre, mens internasjonalt er høyere plassert hos VG, som også er den eneste aktøren der internasjonalt er et større tema enn politikk. Aftenposten har den laveste rangeringen av nyhetstemaet helse. Selv om de nasjonale breddemediene har klare likhetstrekk når det gjelder innholdsprofil,

bidrar de til variasjon i nyhetsbildet ved at enkelte temaer vektlegges ulikt i deknningen. Dermed fremstår breddemediene med ulike innholdsprofiler. NRK og Aftenposten er mest differensiert sammenlignet med de andre breddemediene ved at de ikke har det samme tydelige tematiske tyngdepunktet i idrett. I tillegg er NRK det nasjonale breddemediet med den største og mest jevne tematiske bredden. At nyhetsmedier som henvender seg til det bredeste publikummet, har de mest generelle og allmenne innholdsprofilene, er som forventet. Analysen bekrefter at NRK, Aftenposten og VG utmerker seg som de mest allmenne nyhetsmediene. Figur 9 viser forskjellen mellom breddemediene innenfor et utvalg nyhetstemaer ut fra prosentandelen for temaene.

Figur 9 – deknningen av utvalgte nyhetstemaer, nasjonale breddemedier i 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



75. NRK-plakaten, § 23.



DEL 1

Tabell 4 viser de 20 største undertemaene, som til sammen utgjør 61,1 prosent av innholdet i de nasjonale breddemediene. Tabellen viser at breddemediene inneholder et bredt mangfold av innhold, og at en stor del av innholdet har demokratisk relevans. Likevel er det særlig to

nyhetstemaer som skiller seg ut når det gjelder størrelse: idrett og næring. Kun to undertemaer handler om idrett, likevel utgjør disse to undertemaene (idrett og fotball) tolv prosent av det totale innholdet. I tillegg er fire av undertemaene, til sammen 10,4 prosent, relatert til næring.

Tabell 4 – de 20 største undertemaene i nasjonale breddemedier i 2021

Undertema	Nyhetstema	Prosent
Korona	Helse	7,80
Idrett	Idrett	7,13
Media	Media	6,64
Fotball	Idrett	4,90
Internasjonalt	Internasjonalt	4,37
Arbeid	Næring	3,53
Familie	Familie	3,21
Næring	Næring	2,98
Domstol	Justis	2,76
Handel	Næring	2,21
Måneder	Årstid	1,97
Partier	Politikk	1,85
Vær	Vær	1,71
Korona	Næring	1,67
Politi	Beredskap	1,57
Politikk	Politikk	1,57
Oslo	Politikk	1,42
Hendelse	Beredskap	1,29
Klima	Politikk	1,28
Litteratur	Kultur	1,26

Kilde: Infomedia Norge



DEL 1

Blant de minste undertemaene er blant annet reiseliv (næring), klima (næring), psykisk (helse) og etterforskning (beredskap).

Næringslivet er sentralt for å realisere det grønne skiftet, blant annet med tanke på grønn utvikling og teknologi, og kan ha stor påvirkning på både produksjon og arbeidsplasser. Selv om næring er ett av de største nyhetstemaene i breddemediene, er klima blant de minste undertemaene. Aktualiteten som temaet har knyttet til nødvendig omstilling i næringslivet, tilsier at omtalen av klima i relasjon til næring er mange nok til at vi kan identifisere klima som et eget undertema. Likevel utgjør ikke klima mer enn 5,9 prosent av nyhetstemaet næring. Til forskjell utgjør de tre undertemaene arbeid, næring og handel til sammen 61,8 prosent av næringsinnholdet. Klimajournalistikken dreier seg ofte om den politiske dimensjonen, også i debatter der økonomi og næring utgjør en sentral del av saken.⁷⁶ Dette kan være noe av forklaringen på hvorfor klimapolitikk er blant de 20 største undertemaene, mens klima i forbindelse med næring er blant undertemaene med minst omtale. Undertemaet klima under nyhetstemaet næring inkluderer blant annet innhold om utslipp, transport og klimamål. Innhold relatert til grønn utvikling og teknologi kan dermed være inkludert i andre temaer. Når det gjelder ordlengde, finner vi 10,4 prosent av innholdet om klima i de lengste artiklene. Det er lavere enn for undertemaene med høyest andeler lange artikler, men viser likevel at klima får en viss plass når temaet omtales.

I motsetning til reiseliv, klima og psykisk helse er etterforskning i stor grad hendelsesrelatert. Hendelsesnyheter utgjør også en stor andel av saker om kriminalitet, politi, ulykker og beredskap. Fordi mediene har en viktig beredskapsfunksjon, er det naturlig å forvente en del hendelsesnyheter i alle nyhetsmedier som søker å nå et bredt publikum innenfor sine geografiske områder. Analysen avdekker imidlertid forskjeller mellom lokale/regionale medier og nasjonale medier. Selv om enkelte kriminalsaker har nasjonal interesse, har kriminelle handlinger ofte en geografisk tilknytning. På samme måte har politiet en desentralisert tjenestestruktur, slik at alle saker om etterforskning naturlig nok ikke er like relevant nasjonalt som lokalt eller regionalt. Det siste årene har det også vært en nedgang i kriminalitetsutviklingen på flere områder i Norge.⁷⁷ Det er derfor ikke overraskende at etterforskning er blant de minste undertemaene i de nasjonale nettavisene. Samtidig er digital vinningskriminalitet, organisert kriminalitet og kriminelle nettverk på tvers av land aktuelle samfunnsproblemer som ofte har betydelig relevans for store deler av befolkningen. Det er derfor grunn til å forvente at mediene bidrar til å orientere om og undersøke slike hendelser nærmere. Innhold om etterforskning finnes i stor grad i artikler med mindre enn 200 ord (63,3 prosent). Dette tilsier at innhold om etterforskning først og fremst presenteres i kortform.

⁷⁶ Ytterstad, Andreas (2016). «Vinn, vind eller forsvinn? Klima, miljø og økonomijournalistikk» i Paul Bjerke, Birgitte Kjos Fonn og Espen Strømme (red.). Økonomijournalistikk. Perspektiver og metoder.

⁷⁷ SSBs kriminalitetsstatistikk 2021 og Meld. St. 29 (2019–2020) Politimeldingen – et politi for fremtiden.



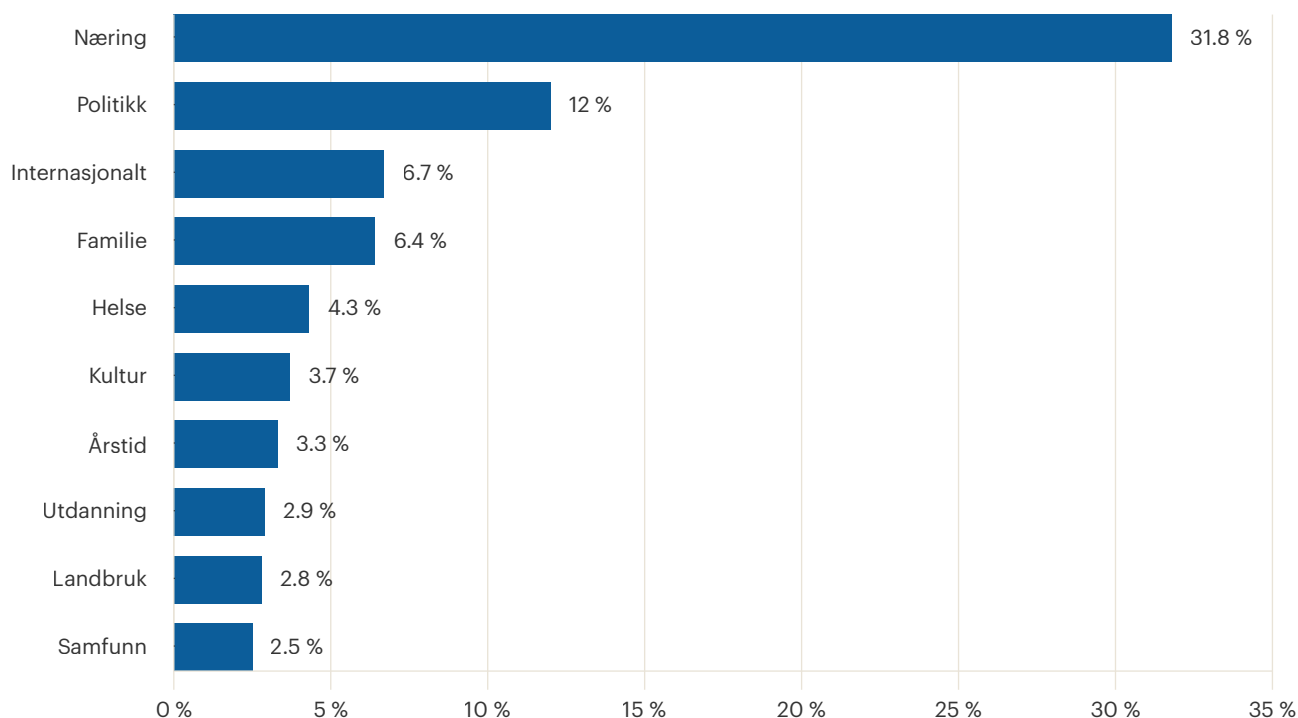
4.4 NASJONALE NISJEAVISER

Et bredt innholdsmangfold bidrar til at nyhetsmediene er relevante for ulike miljøer og grupper fordi de tilbyr et mangfold i vinklinger og perspektiver. De nasjonale nisjeavisene er allmenne nyhetsmedier fordi de rapporterer bredt om bestemte samfunnsområder og sektorer, for eksempel næringsliv. Flere av avisene er imidlertid forankret i et ideologisk eller livssynsbasert perspektiv, og de har derfor en mer nisjeorientert profil enn breddemedier som VG, Aftenposten og Dagbladet. Nisjeavisene formidler også andre saker og vinklinger enn store breddemedier som for eksempel VG og NRK. De har derfor en unik og viktig rolle i det offentlige ordskiftet. Siden nisjeavisene er antatt å skille seg litt fra innholdstilbudet i de nasjonale breddemediene, er det gjort en egen analyse av innholdet i nisjeavisene. Nisjeaviser er her forstått som Dagen, Dagens Næringsliv, Dagsavisen, Finansavisen, Klassekampen, Nationen og Vårt Land. Analysen baserer seg på 25 nyhetstemaer, som igjen er inndelt i flere undertemaer.

Figur 10 viser de ti største temaene i de nasjonale nisjeavisene. Til sammen utgjør de 76,3 prosent av innholdet. Analysen viser at flere av

de samme nyhetstemaene som var de største i de nasjonale breddedeavisene, som næring og politikk, også er høyt prioritert i nisjeavisene. Samtidig viser analysen at nisjeavisene har andre tematiske tyngdepunkter enn breddedeavisene, og at andre temaer får plass på topp ti-listen. Nisjemediene sikrer dermed en dekning av temaer som er mindre synlige i breddemediene, noe som er særlig tydelig for temaene landbruk og utdanning. Til gjengjeld har breddemediene en større dekning av sentrale temaer som beredskap og justis, temaer som i liten grad er omtalt i nisjemediene. Analysen viser dermed at de forskjellige aktørene på ulike måter og i ulik grad utfyller hverandre. Slike forskjeller bekrefter at et bredt avsendermangfold har betydning for det samlede innholdsmangfoldet. Dagens Næringsliv og Finansavisen har en tydelig overvekt av næringsinnhold, med henholdsvis 46,3 og 57,4 prosent. Til sammenligning har Nationen, med den tredje høyeste andelen, en andel på 20,0 prosent. Vårt Land, Nationen, Klassekampen og Dagen har de høyeste andelen om politikk, mens Dagsavisen har nesten like høy andel om næring som politikk med 15,8 og 15,1 prosent.

Figur 10 – de ti største nyhetstemaene i nasjonale nisjeaviser i 2021 (tall i prosent)





DEL 1

Næring utgjør nesten en tredel av innholdet i de nasjonale nisjemediene, med 31,8 prosent. Den høye andelen kan i stor grad forklares med at tre av avisene har næringsliv som sitt tematiske satsingsområde. At nisjeavisene til sammen inneholder en høy andel om næring, er dermed ikke uventet. En stor del av næringsstoffet utgjøres av undertemaene næring (7,4 prosent), selskaper (4,7 prosent), børs (4,1 prosent) og handel (3,8 prosent). I tillegg omtales sektorer som energi, reiseliv, industri, produksjon og teknologi, økonomisektoren i form av finans og oljefondet og undertemaer som arbeid og boligmarked. Mens landbruk er et undertema under næring i de andre analysene, er landbruk i denne modellen et eget nyhetstema som utgjør 2,8 prosent av innholdet.⁷⁸

Undertemaene finans, børs, selskapet Aker, teknologi og selskaper finner vi i hovedsak i næringslivsavisene Finansavisen og Dagens Næringsliv. Næringslivsavisene er også de to aktørene som, med enkeltunntak, har de største andelene av innholdet i de øvrige undertemaene under næring.

Når det gjelder undertemaene industri, produksjon og energi, er cirka 40 prosent av innholdet i Nationen, Klassekampen og Dagsavisen. I tillegg har Dagsavisen og Klassekampen til sammen en god del av innholdet i undertemaet reiseliv.

Dagen og Vårt Land er avisene med lavest andel om næring. De er også de to eneste av nisjeavisene som ikke har næring som ett av de to største temaene. Av undertemaene under næring er oljefondet og arbeid de to undertemaene der Dagen og Vårt Land har høyest andel, med rundt 11,8 og 11,2 prosent til sammen. Mest om oljefondet og arbeid har Dagsavisen og Finansavisen, men også Klassekampen og Dagens Næringsliv har en del innhold om disse to undertemaene.

Tolv prosent av innholdet i de undersøkte nisjeavisene handler om politikk. De største undertemaene her er politikk (3,3 prosent), bistand (1,7 prosent) og politisk debatt (1,6 prosent). I tillegg inngår undertemaer som EU, USA, forsvar, land-

bruk og den rødgrønne regjeringen. Nationen er den av avisene med mest innhold om landbrukspolitikk, mens Finansavisen og Dagsavisen har mest om EU. Klassekampen har mest om politisk debatt, forsvar og bistand, mens både Klassekampen og Dagsavisen har høye andeler om USA og den rødgrønne regjeringen. Selv om både Dagen og Vårt Land har mye innhold om politikk, har de ingen politiske undertemaer som utpeker seg i særlig stor grad sammenlignet med de øvrige nisjeavisene. Begge aviser har likevel en høy andel innenfor undertemaene politisk debatt og Krf. I tillegg har Vårt Land en høy andel om forsvar, mens Dagen har en høy andel om USA.

Stordataanalysen viser flere variasjoner mellom nisjeavisene når det gjelder de største nyhetstemaene. Ved at nisjeavisene ikke bare er tydelig differensiert fra de nasjonale breddemediene, men også i stor grad er differensiert seg imellom, bidrar de til økt innholdsmangfold. Dagens Næringsliv og Finansavisen er de eneste aktørene der internasjonalt er blant de tre største temaene. Familie er det nest største temaet i Vårt Land og Dagen, noe som kan være naturlig ut fra det kristne verdigrunnlaget de to avisene har. Familie er det tredje største temaet i Klassekampen og Dagsavisen, mens temaet er noe lavere plassert på listen over de ti største nyhetstemaene i de øvrige avisene. De største forskjellene ser vi i dekningen av temaene kultur, klima og religion. Kultur er høyest plassert i Klassekampen (nummer fem) og er det sjuende eller åttende største temaet i Dagens Næringsliv, Vårt Land, Dagsavisen og Dagen. I Nationen er kultur kun det sekstende største temaet. Klima er blant de ti største nyhetstemaene i Dagens Næringsliv, Finansavisen og Nationen, men er ikke blant de ti største temaene i de øvrige nisjeavisene.⁷⁹

De kristne dagsavisene Vårt Land og Dagen er nisjeavisene med likest profil. Blant de fleste nyhetstemaene er det kun små variasjoner mellom de to avisene. Dagen har noe mer innhold om internasjonale forhold og helse, mens Vårt Land har noe mer innhold om kultur, landbruk og klima. I tillegg til å skille seg ut med mest innhold om familie, har avisene også en betydelig

⁷⁸ Årsaken til at landbruk er tatt ut som et eget tema i denne modellen, er den høye andelen om næring. Valget ble gjort for å unngå at innhold om landbruk skulle «bli borte» i resten av næringsstoffet.

⁷⁹ Totalt er klima det ellefte største temaet i nisjeavisene.

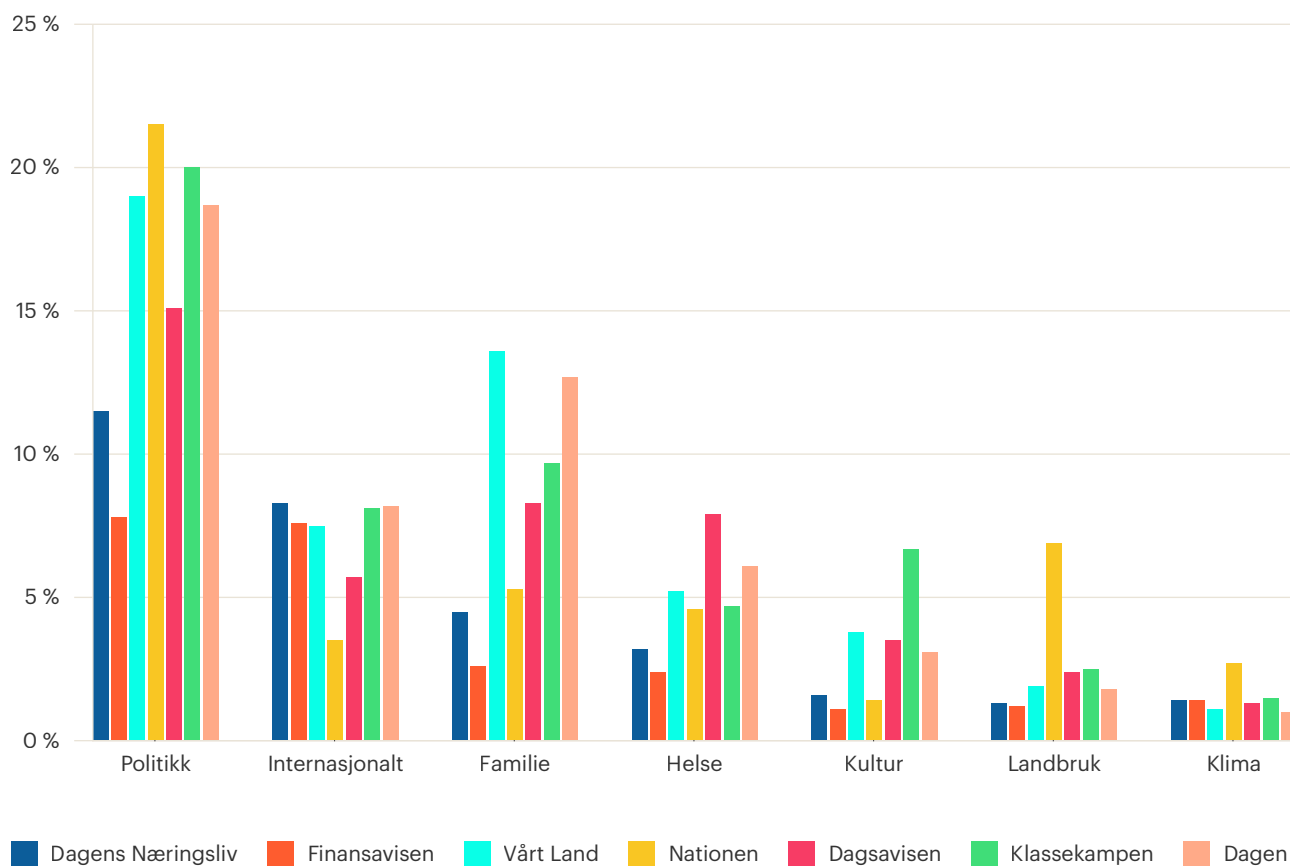
DEL 1

høyere andel om religion enn de andre nisjeavisene. Selv om religion ikke er et av de største nyhetstemaene i nisjemediene samlet, er religion det fjerde største temaet i Dagen og Vårt Land med henholdsvis 8,6 og 9,1 prosent av innholdet. Til sammenligning er temaet blant de minste i Nationen, Finansavisen og Dagens Næringsliv, og også i Klassekampen og Dagsavisen er religion et langt mindre tema enn i de kristne avisene.

Den høye dekningen av religion i Vårt Land og Dagen bidrar i vesentlig grad til at samfunnsområdet kirke/religion/livssyn dekkes redaksjonelt, og disse avisene er på den måten et viktig bidrag til innholdsmangfoldet. Figur 11 viser forskjellene mellom nisjeavisene innenfor utvalgte nyhetstemaer.⁸⁰

Figur 11 – dekningen av utvalgte nyhetstemaer i nisjeavisene i 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



De 20 største undertemaene utgjør til sammen 56,1 prosent av innholdet. Hele sju av undertemaene er relatert til næring, til sammen 25,4 prosent av innholdet i nisjeavisene. Til tross for at 2021 i stor grad var preget av koronapandemi-

en, utgjør ikke undertemaet korona mer enn 2,5 prosent. Dette gjør korona til det niende største undertemaet, til forskjell fra for breddemediene og nettavisene samlet, der korona var det største av undertemaene.

⁸⁰ Fordi næring utgjør en så stor del av innholdet, er denne nyhetskategorien ekskludert fra figur 11.



Tabell 5 – de 20 største undertemaene i nisjeavisene i 2021

Undertema	Nyhetstema	Prosent
Næring	Næring	7,35
Selskap	Næring	4,66
Børs	Næring	4,10
Handel	Næring	3,80
Internasjonalt	Internasjonalt	3,79
Familie	Familie	3,59
Politikk	Politikk	3,29
Landbruk	Landbruk	2,81
Korona	Helse	2,48
Kvinner	Familie	2,09
Litteratur	Kultur	2,02
Arbeid	Næring	1,96
Idrett	Idrett	1,92
Psykisk helse	Helse	1,81
Energi	Næring	1,78
Forskning	Utdanning	1,77
Reiseliv	Næring	1,74
Klima	Klima	1,73
Bistand	Politikk	1,73
Årstid	Årstid	1,69

Kilde: Infomedia Norge

Blant de minst omtalte undertemaene er det to temaer relatert til næring (produksjon og industri) og tre temaer relatert til kultur (musikk, kunst og film/tv). I tillegg er det undertemaer som forsvar (politikk), landbruk (politikk) og grønn omstilling (klima). Både musikk og forsvar er blant de 15 undertemaene med høyest andel lange artikler, henholdsvis 17,1 og 17,3 prosent. I tillegg har også film/tv og landbrukspolitikk høye andeler lange artikler, med 13,9 og 15,5 prosent. Selv om disse fire temaene er små, får de likevel

en del plass når de først omtales. Undertemaene produksjon, industri og grønn omstilling er alle sentrale temaer innunder næring og klima. Ikke minst er industri og produksjon viktige sektorer innen norsk næringsliv, blant annet med tanke på arbeidskraft, verdiskaping og teknologisk utvikling. Likevel er industri, produksjon og grønn omstilling både blant de minste temaene i prosentandeler og blant temaene med lavest andel lange artikler.



5. Innholdsmangfold i lokale og regionale aviser



Nyhetsmedier på ulike geografiske områder har forskjellige roller som utfyller hverandre for borgerne. Mens riksdekkende medier omtaler saker som først og fremst er av nasjonal interesse, er det som oftest kun lokale og regionale aviser som på daglig basis følger politiske og sosiale saker av lokal interesse og betydning. Lokalavisene er dermed hovedtilbydere av uavhengig og redaksjonell informasjon om lokale forhold. Lokalavisene er dermed viktige for mediemangfoldet, og lokalavisenes dagsorden spiller en vesentlig rolle for lokalsamfunnene. I *NOU 2017:7 Det norske mediemangfoldet – En styrket mediepolitikk for borgerne* påpekes det at redaksjonelle medier som følger lokale og regionale forvaltningsnivåer og maktstrukturer, bidrar til å styrke demokratiske funksjoner og den enkelte borgers informasjonsfrihet.

Lokalavisene er lokale på den måten at de dekker et avgrenset geografisk område – enten én eller flere kommuner eller en region. Det er også i dette området avisene har flest lesere. Til sammen kan vi snakke om tre ulike lokalavisnivåer, med utgangspunkt i dekningsområdet til den enkelte avis.⁸¹ Nederst i en slik forklaringsmodell er små, lavfrekvente lokalaviser, som i de fleste tilfeller bare dekker én kommune. Deretter kommer de litt større lokalavisene, som gjerne dekker flere kommuner, og som har en høyere publiseringsfrekvens enn mange av de minste avisene.

Øverst er regionaviser og storbyaviser, som også har nedslagsfelt i flere kommuner. Den siste gruppen er aviser som dekker et større regionalt nivå, eller som dekker storbykommuner med deres omkringliggende kommuner.

Analysen av lokale og regionale nettaviser baserer seg på samme typen dataanalyse som for de nasjonale nettavisene og nettavisene samlet. I analysen inngår 217 lokale og regionale nettaviser. Innholdet er fordelt på 24 nyhetstemaer, som igjen er inndelt i ett eller flere undertemaer.⁸²

⁸¹. Mathisen, Birgit Røe (2010). Lokaljournalistikk. Blind patriotisme eller kritisk korrektiv?, side 23, og Sigurd Høst (2017). Avisåret 2016, side 40.

⁸². Se kapittel 11 for en oversikt over alle nyhetstemaer og undertemaer.

5.1 LOKALAVISENES BETYDNING FOR MEDIEMANGFOLDET

Et mediemangfold forutsetter at det er ulike sendere (eiere eller kanaler) i markedet. De må ha ulike saksprioriteringer eller dagsorden-orienteringer og et tilstrekkelig forskjellig tilbud til at det tilfredsstillende et mangfold av preferanser i befolkningen. Også i en lokal kontekst er det viktig 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. Lokale og regionale medier bør derfor i størst grad dekke de mange ulike meningene som finnes i lokalsamfunnet.

Lokale og regionale aviser er i hovedsak allmennmedier. De henvender seg til en generell publikumsgruppe, og leserne er i hovedsak innenfor et avgrenset geografisk område. Selv om journaliststanden på tvers av landet i stor grad forholder seg til de samme nyhetskriteriene,⁸³ det vil si forståelsen for hvilke saker som har en nyhetsverdi, påvirker avisenes dekningsområde og geografiske beliggenhet hvilke saksområder den enkelte avisen er opptatt av. Dermed gir dekningsområde og beliggenhet ulike prioriteringer for lokalaviser rundt omkring i landet.

Viktigere enn at lokale og regionale medier har forskjellige temasammensetninger eller innholdsprofiler, er det at disse avisene inneholder en bredde som gjør at leserne får tilgang til flere tematikker og meninger. Dette gjelder særlig i kommuner der det bare er én avis som følger politiske, kulturelle og sosiale saker, men også i kommuner der flere aviser konkurrerer om de samme leserne, og dermed kan tilby ulike perspektiver og redaksjonelle prioriteringer.

5.1.1 Lokalavismarkedet

Det norske avismarkedet er kjennetegnet av en eiermessig spredning og en desentralisert struktur med et stort antall aviser. Til sammen var det 234 aviser som fikk fastsatt opplag i 2021.⁸⁴ Av disse var 79 aviser uavhengige, mens 155 var eid av konsern. 211 av avisene var regionale eller lokale.⁸⁵ I tillegg finnes det små lokale og hyperlokale aviser som det ikke er beregnet opplag for.

De lokale og regionale avisene utgjør cirka 60 prosent av det totale avisopplaget i Norge. Blant disse er små aviser med mindre enn 4000 i opplag (åtte prosent), mellomstore aviser med 4000–9999 i opplag (18 prosent) og store aviser med 10 000–34 999 (23 prosent) og mer enn 35 000 (ti prosent) i opplag.⁸⁶

Lokalavismarkedet er dominert av to store aktører: Amedia og Polaris. Amedia kontrollerte 46,8 prosent av opplaget i lokalavisene i 2021, mens Polaris kontrollerte 23,6 prosent.⁸⁷ Ser vi på eierandelene innenfor ulike typer aviser, forsterkes dette bildet. I 2020 eide Amedia og Polaris 87 prosent av de lokale dagsavisene. Blant avisene som kommer ut to til tre dager i uka, var den tilsvarende andelen 67 prosent.⁸⁸ Lokalaviser som står utenfor de største konsernene, det vil si Amedia, Polaris og Schibsted,⁸⁹ er først og fremst eid av små lokale mediekonsern eller uavhengige lokale selskaper. Slike uavhengige eiere kan både være folkeaksjeselskaper med flere hundre aksjonærer, enkeltpersoner eller familiebedrifter. Andre aviser, blant annet mange av de lokale ukeavisene, er eid av andre enkeltaviser i samme område.⁹⁰

83. Jf. Sjøvaag, Helle og Truls André Pedersen (2018). NRKs bidrag til mediemangfoldet. Universitetet i Bergen.

84. Alle aviser som er tilsluttet Mediebedriftenes Landsforening (MBL) og Landsforeningen for lokalaviser (LLA), leverer opplysninger som gir grunnlag for å beregne opplaget/volumet av avisenes ulike titler, basert på regler

85. Medietilsynet (2022). Mediemangfoldsregnskapet i et avsenderperspektiv.

86. Tall fra Mediebedriftenes Landsforening basert på første halvår 2021.

87. Tall fra Medietilsynet.

88. Høst, Sigurd (2021). Avisåret 2020. Papiraviser og betalte nettaviser. Høgskolen i Volda.

89. Amedia, Polaris og Schibsted kontrollerte til sammen 72,5 prosent av det totale opplaget i 2021.

90. Høst, Sigurd (2021). Avisåret 2020. Papiraviser og betalte nettaviser. Høgskolen i Volda.



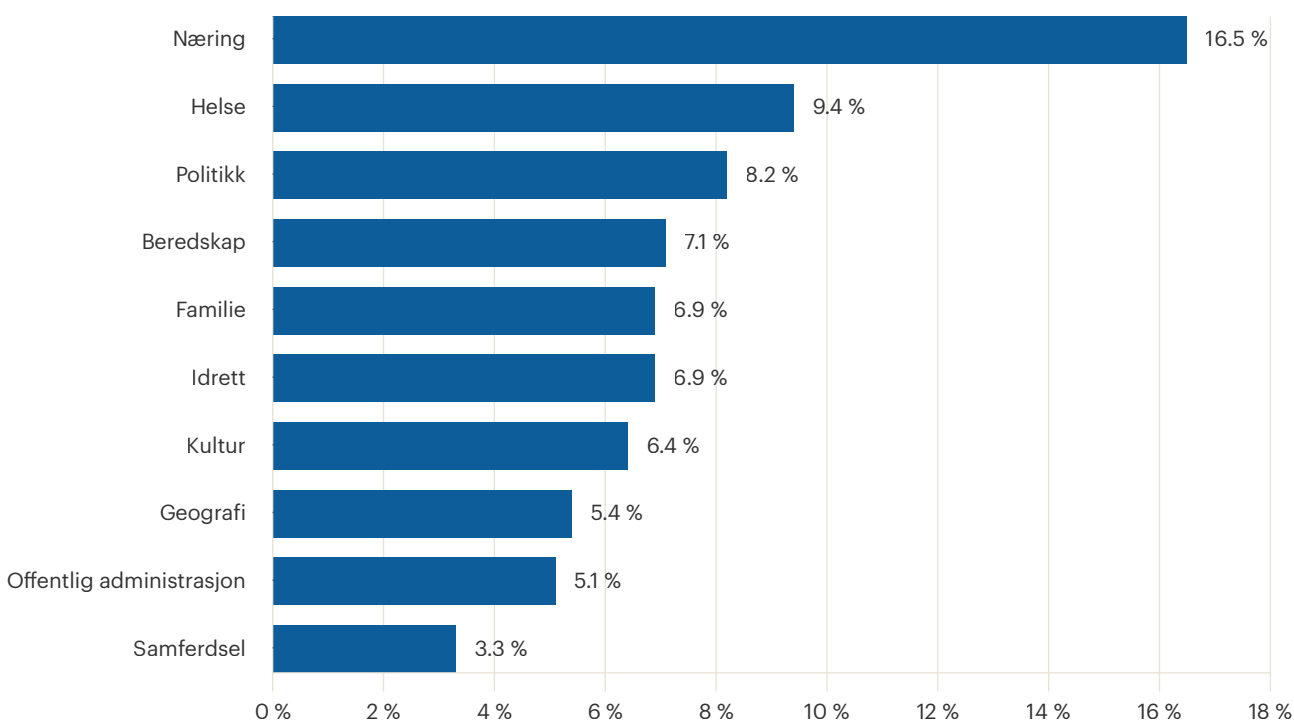
5.2 HVA SKRIVER LOKALAVISENE OM?

I likhet med de nasjonale nettavisene består en høy andel av innholdet i de lokale og regionale avisene av demokratisk og samfunnsmessig relevant nyhetsinnhold. Stordataanalysen viser at de ti største nyhetstemaene til sammen utgjorde 75,1 prosent av innholdet i lokal- og regionavisene i 2021. Her finner vi nyhetstemaene næring, helse, politikk, beredskap, familie, idrett, kultur, geografi, offentlig administrasjon og samferdsel. Overordnet har lokal- og regionavisene en inn-

holdsprofil som ligner den de nasjonale breddemediene har. En av de største forskjellene er dekkningen av idrett. Mens idrett var det største nyhetstemaet i de nasjonale breddemediene, er temaet langt mindre omtalt i lokal- og regionavisene. Samtidig har lokalavisene langt mer innhold om beredskap, offentlig administrasjon og samferdsel. Figur 12 viser hvordan innholdet fordeler seg på de ulike temaene.⁹¹

Figur 12 – de ti største nyhetstemaene i lokale og regionale nettaviser i 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



Næring utgjorde den største temakategorien, med 16,5 prosent av det totale innholdet. De største undertemaene under næring handler om næring generelt (2,9 prosent), arbeid (2,7 pro-

sent), boligmarkedet (2,7 prosent), selskaper (1,6 prosent) og handel (1,4 prosent). I tillegg dekkes undertemaer som reiseliv, strøm, teknologi, fiskeri, energi og landbruk.

⁹¹. Se kapittel 11 for en oversikt over alle nyhets- og undertemaer.



DEL 1

Avisene som skriver mest om arbeid, er i stor grad regionaviser og store lokalaviser, blant annet Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, Adresseavisen, Romsdals Budstikke, Haugesunds Avis, Telemarksavisa, Oppland Arbeiderblad og Tønsbergs Blad. Når det gjelder boligmarked, er det derimot større variasjon blant avisene som skriver mest om dette temaet. Også her er det flere regionaviser og store lokalaviser, men også mindre lokalaviser som Karmøynytt, Midtsiden og Nye Troms. Mest om fiskeri har aviser som er lokalisert i kystkommuner, mens landbruk omtales mest i aviser lokalisert i landbruksområder, som Vestfold og Telemark, Viken, Innlandet og Trøndelag.

Helse er det andre største temaet i de lokale og regionale nettavisene, med 9,4 prosent av innholdet. Mye av dette innholdet er relatert til koronapandemien, 6,2 prosent av alt innholdet. Korona er dermed det største undertemaet i kategorien helse. I tillegg er det undertemaer som handler om sykehus, helse generelt og trening.⁹² Den høye andelen om korona reflekterer lokalavisenes informerende og forklarende rolle under pandemien, og gjenspeiler også dekningen i de nasjonale breddemediene og i det totale markedet. Også når det gjelder beredskap og ulykker, har lokalavisene en viktig funksjon. Beredskap, som er det fjerde største temaet, utgjør 7,1 prosent av innholdet i de lokale og regionale nettavisene. Her inngår blant annet undertemaer som politi, brann, nødretter og Røde Kors.

Under temaet politikk inngår undertemaer som partier, EU, finans, samferdsel og økonomi. Størstedelen av innholdet i denne kategorien handler om politikk generelt (2,4 prosent). I tillegg er det politisk innhold relatert til det som skjer i kommunene (1,2 prosent). Også under temaet offentlig administrasjon er det undertemaer relatert til

kommuner og fylker med til sammen 1,7 prosent av innholdet.

Nyhetstemaene gir, som tidligere nevnt, en mer overordnet oversikt over innholdsmangfoldet, mens undertemaer kan si noe mer om innholdet i de forskjellige nyhetstemaene. Der det ikke er entydig hva et undertema handler om, utover tilhørigheten til et nyhetstema, har undertemaet fått samme navn som nyhetstemaet.⁹³

De 20 største undertemaene utgjorde til sammen 48,2 prosent av innholdet i lokale og regionale nettavisene i 2021. Også her er næring et tema som skiller seg ut. Fem av undertemaene, totalt 11,4 prosent av det totale innholdet, er relatert til nyhetstemaet næring: næring, arbeid, boligmarked, selskap og handel. Tabell 6 viser likevel at det er en bredde både i nyhetstemaer og undertemaer. Videre viser tabellen at de største undertemaene i lokale og regionale nettavisene har stor demokratisk relevans, det vil si at det er innhold som er viktig for den offentlige samtalen og som berører kjernen av sentrale utviklingstrekk i samfunnet.⁹⁴ Tolv av undertemaene er relatert til helse, beredskap, næring, offentlig administrasjon, kultur og utdanning. Dette er temaer som på hver sin måte bidrar til å oppfylle det grunnleggende informasjonsbehovet i lokale samfunn.⁹⁵ I tillegg er det et undertema til internasjonalt og to undertemaer til idrett. Idrett, som tema i seg selv, har en lav grad av demokratisk relevans.⁹⁶ Sammen med kultur er det likevel et tema som har en viktig verdi relatert til lokalmedienes rolle for å skape samhold og tilhørighet i lokalsamfunnene,⁹⁷ blant annet ved å bidra til en følelse av felles erfaringer.⁹⁸ Slik det var for alle nettavisene, er korona også for de lokale og regionale nettavisene det største undertemaet, noe som reflekterer disse avisenes sentrale rolle under pandemien.

⁹² Trening, eller fysisk aktivitet, er et undertema som også kan defineres som livsstil. Ettersom livsstil ikke er definert som et eget nyhetstema, er trening i denne analysen plassert under nyhetstemaet helse. Undertemaet er imidlertid lite omtalt, og utgjør kun 6 prosent av nyhetstemaet helse.

⁹³ I likhet med analysene i kapittel 3 er undertemaer med samme navn og som tilhører samme nyhetstema, slått sammen til et felles undertema.

⁹⁴ Bjerke, Paul (2021). Innholdsanalyse av Subjekt. Utgivelsesåret 2020. Høgskolen i Volda.

⁹⁵ Svith, Flemming mfl. (2017). Mediernes utvikling i Danmark. Lokal- og regionalmediers innhold, rolle og betydning i lokalområder. Danmarks Medie- og Journalisthøjskole.

⁹⁶ Bjerke, Paul (2021) og Flemming Svith mfl. (2017).

⁹⁷ Jf. lokalavisenes «lim og lupe»-funksjon, som innebærer at lokalavisene skal jobbe med kritisk journalistikk, men også har en rolle i å bidra til lokal identitet og tilhørighet. Se bl.a. Ivar Erdal (2010). «Lokalsamfunnsoppdraget på nett» i Johann Roppen og Sigurd Allern (red.) Journalistikkens samfunnsoppdrag.

⁹⁸ Jf. bl.a. Flemming Svith mfl. (2017). Mediernes utvikling i Danmark. Lokal- og regionalmediers innhold, rolle og betydning i lokalområder, Danmarks Medie- og Journalisthøjskole.



DEL 1

Tabell 6 – de 20 største undertemaene i lokal- og regionavisene i 2021 (tall i prosent)

Undertema	Nyhetstema	Prosent
Korona	Helse	6,18
Familie	Familie	5,63
Idrett	Idrett	3,80
Hendelse	Beredskap	3,25
Næring	Næring	2,93
Arbeid	Næring	2,73
Boligmarked	Næring	2,67
Offentlig adm.	Offentlig adm.	2,56
Politikk	Politikk	2,44
Fotball	Idrett	2,19
Arrangement	Kultur	1,73
Skole	Utdanning	1,66
Selskap	Næring	1,64
Natur	Natur	1,63
Nord-Norge	Geografi	1,47
Internasjonalt	Internasjonalt	1,45
Friluft	Natur	1,45
Helse	Helse	1,44
Handel	Næring	1,39
Media	Media	1,32

Kilde: Infomedia Norge

Blant de minst omtalte undertemaene er blant annet de to næringsrelaterte kategoriene energi og landbruk, EU (politikk), studier (utdanning) og kollektivtransport (samferdsel). Med tanke på at mange lokalaviser dekker typiske landbrukskommuner, ville det være naturlig å forvente en høyere andel om landbruk. Samtidig er «landbruk» i denne analysen i stor grad relatert til kun gårdsdrift. Dette innebærer at annet innhold om landbruk kan være inkludert i andre undertemaer, og at lokalavisenes omtale av landbruket kan være større enn det som kommer frem i denne analysen.

Temaet EU er i stor grad relatert til utenrikspolitikk. Etersom de lokale og regionale avisene i hovedsak dekker lokale og regionale spørsmål, er det ikke så overraskende at utenrikspolitiske saker er blant de minste undertemaene. Mest om EU har lokal- og regionavisene i Troms og Finnmark, Møre og Romsdal og Vestland, og særlig avisene Adresseavisen, Romsdals Budstikke, Sunnmørsposten, Bergens Tidende og iTromsø.

Til tross for at fornybar energi, kraftverk og olje- og gassnæringen er temaer av betydning for flere kommuner rundt om i landet, er energi blant de minst omtalte undertemaene. Undertemaet omfatter blant annet innhold om olje,

gass, vindkraft og strøm. Høye strømpriser var et mye debattert tema gjennom høsten 2021. I tillegg er utbygging av fornybar energi, kraftverk, grønn omstilling og olje- og gassnæringen temaer av større eller mindre betydning for flere kommuner. Om lag halvparten av den norske kraftforsyningen er eid av kommunene eller fylkeskommunene, og rundt 200 kommuner har i ulik grad inntekter fra kraftproduksjon.⁹⁹ Olje- og gasssektoren er også en viktig sektor for sysselsetting i flere kommuner. Energisektoren er dermed viktig både for inntekter og arbeid. Det kan derfor være noe overraskende at energi er blant de minste undertemaene. Strøm er imidlertid også et undertema under næring, et undertema som mest handler om strømpriser og forbruk, nasjonalt og internasjonalt. Når de to undertemaene sees under ett, viser analysen at strøm/energi er det tolvte største undertemaet i lokale og regionale nettaviser. Strøm er imidlertid mer enn dobbelt så stort som energi, noe som understreker at innholdet om strøm og energi først og fremst handler om strømpriser. Med tanke på energisektorens betydning for flere av de norske kommunene, er det mulig å argumentere for at energisektoren er noe underdekket i de lokale og regionale breddemediene. Mest innhold om energi har regionavisene Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, Romsdals Budstikke, Fædrelandsvennen og Sunnmørsposten. I tillegg har Telemarksavisa, Adresseavisen, Hugesunds Avis, Varden, Trønder-Avisa, Romerikes Blad, Folkebladet, Avisa Nordland, Ringerikes Blad, iTromsø, Lofotposten og Harstad Tidende en litt høyere andel stoff om energi enn de øvrige lokale og regionale avisene.

5.2.1 Likheter og forskjeller mellom 2020 og 2021

Temaene i en stordataanalyse bygges opp på bakgrunn av et gitt tekstkorpus. I denne sammenhengen vil det si alle artiklene som algoritmen får beskjed om å analysere, enten det er snakk om alle nettavisene, bare nasjonale nettaviser eller kun lokal-/regionavisene. I analysen for 2020 ble det ikke gjort en egen analyse av lokale og regionale nettaviser. For å kunne

sammenligne dekningen i lokalavisene i 2020 og 2021 må vi derfor ta utgangspunkt i analysen som omfatter alle nettavisene. Det er til forskjell fra gjennomgangen over, som bygger på en analyse av tekstkorpuset i lokal-/regionavisene særskilt. Dette gjør at det er noen forskjeller når det gjelder hvilke temaer som er størst, og hvor store de enkelte temakategoriene er for 2021. I likhet med sammenligningene av samtlige nettaviser og nasjonale nettaviser, er det først og fremst mulig å gjøre en overordnet sammenligning av den tematiske dekningen i de to årene.

Figur 13 viser de ti største temaene i lokale og regionale nettaviser i 2020 og 2021. Overordnet er det store likheter mellom de to årene, men det er noen forskjeller i hvilke nyhetstemaer som er de største. Mens næring var det klart største temaet begge årene, var idrett (2020) og helse (2021) det nest største temaet. Idrett var et langt mindre tema i 2021 enn året før. I 2020 utgjorde idrett tolv prosent av innholdet, mot 6,7 prosent i 2021. I 2021 var idrett i tillegg kun det sjette største temaet. Også for temaene beredskap og samferdsel er det tydelige endringer. Beredskap var det fjerde største temaet i 2021, men kun det åttende største temaet i 2020. Samtidig var samferdsel det femte største temaet i 2020, men bare det tiende største temaet året etter. Samferdsel er i tillegg et av temaene der endringen var størst. Mens samferdsel utgjorde 6,4 prosent i 2020, var det 3,3 prosent i 2021.

For temaene helse, politikk, kultur og familie er det relativt små forskjeller mellom 2020 og 2021. Helse, kultur og familie var alle noe større i 2021 enn i 2020. Til tross for stortingsvalget i september 2021 var det en noe større andel om politikk i 2020. Dette kan indikere at dekningen av valget ikke har hatt utslag på den totale omtalen i lokalavisene. Politikk var det fjerde største temaet i 2020, men det tredje største i 2021 – selv om andelen var noe lavere. Justis, som var det tiende største temaet i 2020, var ikke blant de ti største temaene i 2021.

I 2021 var offentlig administrasjon det tiende største temaet. Denne kategorien finnes ikke i

⁹⁹ Bolstad, Erik, Knut Rosvold og Jo Halvard Halleraker. «Kraftkommune», Store Norske Leksikon. <https://snl.no/kraftkommune>.



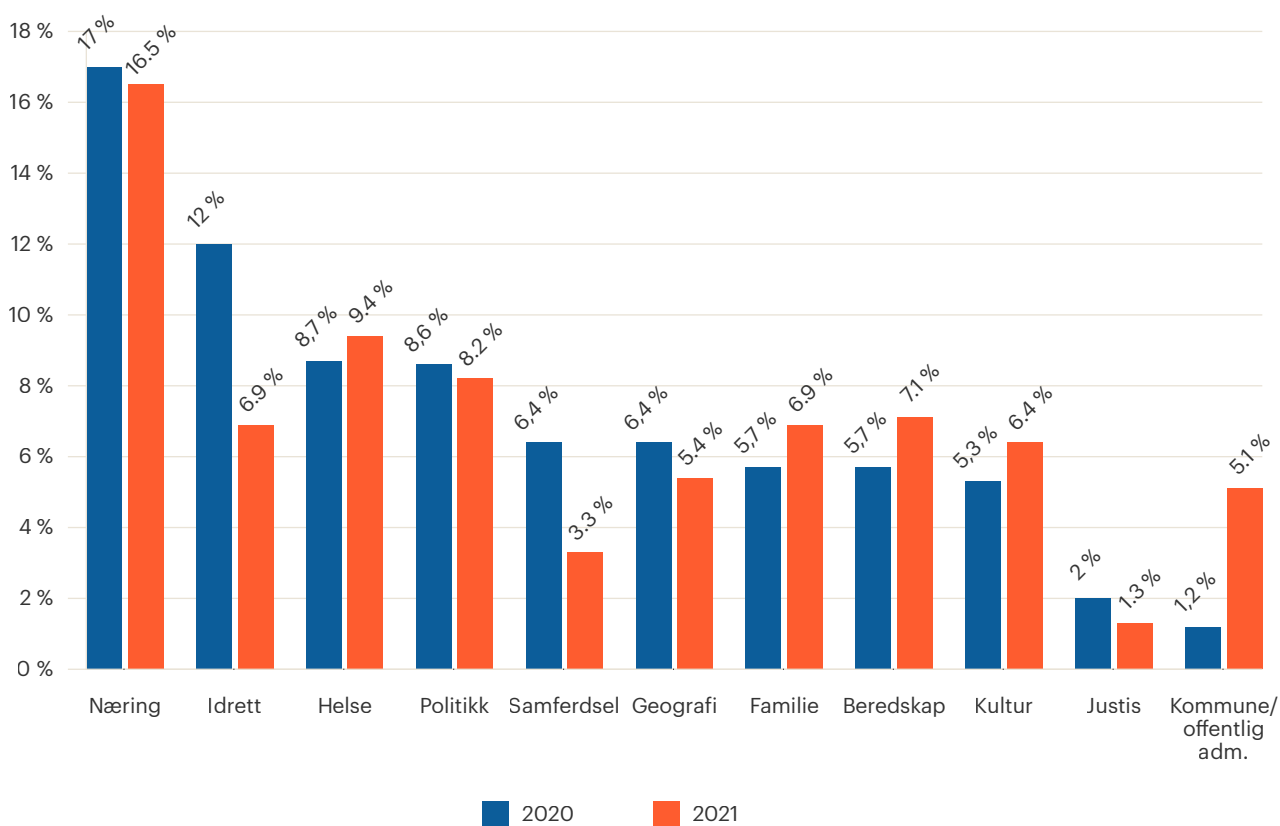
DEL 1

analysen for 2020. Derimot er temaet kommune med. Dette er imidlertid et tema som omhandler det kommunale, uten at noe klart tema kan identifiseres,¹⁰⁰ mens offentlig administrasjon også omfatter offentlige byggeprosjekt, tilsyn og velferd. Dette gjør at temaene kommune (2020)

og offentlig administrasjon (2021) ikke er helt sammenlignbare, og det er trolig forklaringen på den store differansen mellom 2020 og 2021 for disse to kategoriene. Fordi det er forskjeller mellom 2020 og 2021, viser figur 13 totalt elleve temaer.

Figur 13 – de ti største nyhets-temaene i lokale/regionale nettaviser i 2020 og 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.
Justis var ikke blant de ti største nyhetstemaene i 2021
Kommune / offentlig administrasjon var ikke blant de ti største i 2020.



¹⁰⁰. Temaet er bygget opp av ord som kommune, kommunen, ordfører, tjenester, lokale osv.



DEL 1

5.2.2 Lokale/regionale nettaviser vs. nasjonale nettaviser

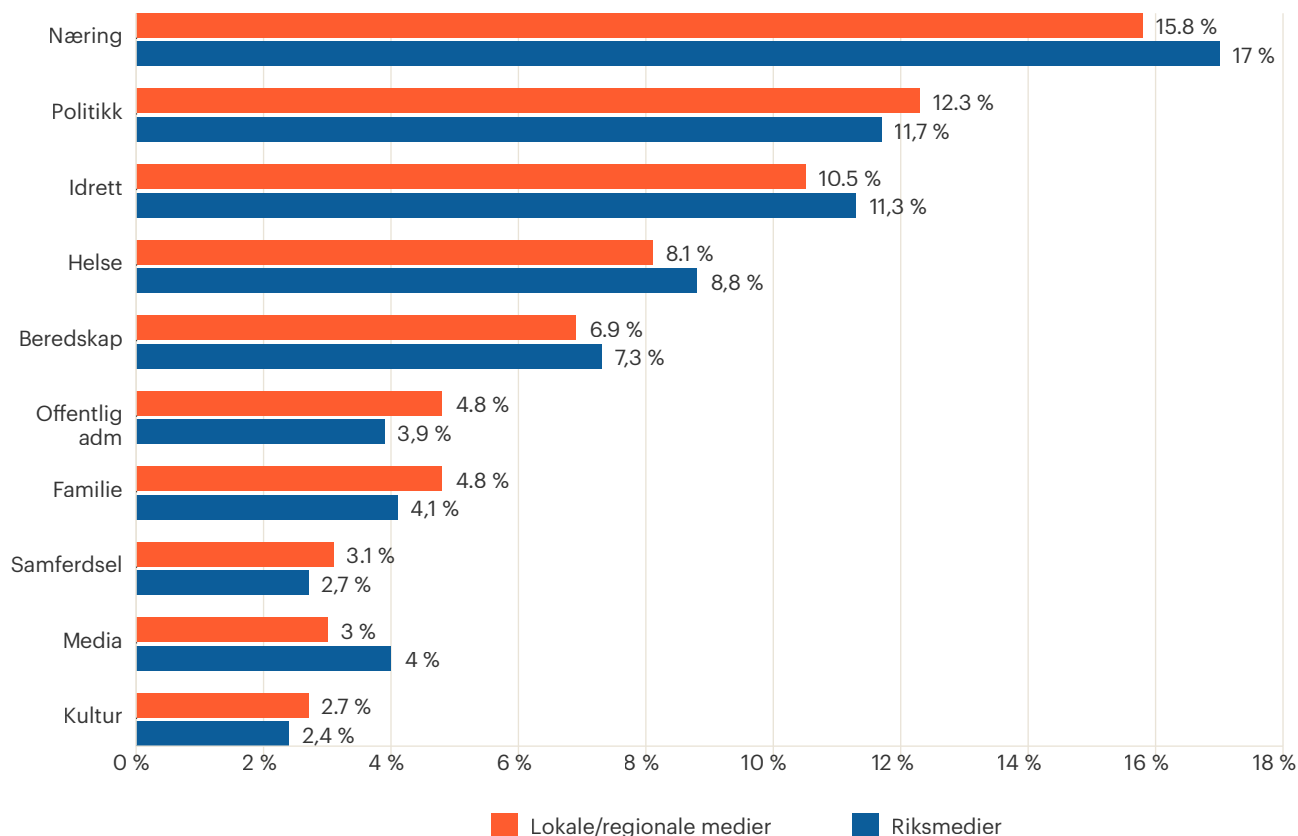
Lokale og regionale medier har et særlig ansvar for å formidle innhold av lokal interesse, mens riksmidier først og fremst skal dekke saker av nasjonal interesse. Dette innebærer at lokale og regionale medier kan ha litt andre tematiske prioriteringer enn de nasjonale nyhetsmediene, fordi det kan være ulike typer saker som omtales lokalt og nasjonalt. Samtidig kan forskjeller i hvilke temaer som formidles i henholdsvis lokale og regionale medier og riksmidier, i seg selv være et poeng for det samlede mediemangfoldet, ettersom slike forskjeller ofte innebærer at publikasjonene utfyller hverandre tematisk.

Figur 14 viser de ti største nyhetstemaene i lokale og regionale nettaviser satt opp mot den

tilsvarende dekningen i de nasjonale nettavisene.¹⁰¹ Figuren viser at dekningen i lokale og regionale nettaviser er forholdsvis lik dekningen i de nasjonale nettavisene når det gjelder hvilke temaer som dekkes mye. Næring, politikk, helse og idrett utgjør de fire største temaene i begge grupper nyhetsmedier. De nasjonale nettavisene har imidlertid noe mer dekning av næring, idrett og helse, i tillegg til beredskap og media, mens de lokale og regionale nettavisene har noe mer dekning av politikk, offentlig administrasjon, familie, samferdsel og kultur. Stordataanalysen gir ikke svar på i hvilken grad sakene som dekkes er lokalt, regionalt eller nasjonalt forankret, det vil si hvor sakene eller hendelsene finner sted. At de lokale/regionale nettavisene og nasjonale bredmediene ligner hverandre, handler om at de har et felles sett av nyhetsverdier for medier som ønsker å nå bredt ut i sine dekningsområder.

Figur 14 – de ti største nyhetstemaene i lokale/regionale nettaviser 2020 og 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



¹⁰¹ I likhet med sammenligningen av 2020 og 2021 i kapittel 4.2.1 bygger sammenligningen av lokale/regionale nettaviser og nasjonale nettaviser på analysen som inkluderer alle nettavisene.

Ni av nyhetstemaene er blant de ti største både i de nasjonale nettavisene og i de lokale og regionale nettavisene. Men mens kultur er blant de ti største temaene i de lokale og regionale avisene, er internasjonalt stoff blant de ti største temaene i de nasjonale nettavisene. At kultur og internasjonale saker har en ulik plassering på listen over nyhetstemaene i lokale/regionale nettaviser og nasjonale nettaviser, reflekterer mediernes noe ulike roller. Lokale og regionale medier skal ikke bare ha et kritisk og granskende blikk på sitt dekningsområde, men har også en sentral rolle i å skape en opplevelse av fellesskap i lokalsamfunn. Her har avisenes dekning av kulturarrangement og folkelige begivenheter en viktig funksjon. Riksmediene derimot dekker først og fremst saker av nasjonal interesse i tillegg til ulike typer internasjonale forhold – enten det er politikk, samfunnsutfordringer, overnasjonale organisasjoner og selskaper, underholdning, idrett osv.¹⁰²

Størst differanse mellom nasjonale nettaviser og lokale og regionale nettaviser er det for temaene internasjonalt (1,5 prosentpoeng), næring (1,2 prosentpoeng) og media (1,1 prosentpoeng), mens differansen er lavest for kultur og beredskap. Blant undertemaene er forskjellene størst for kommunepolitikk, NM (idrett), familieforhold, teater, friluftsliv, justis og offentlige byggesjekter. Dette er innhold som i hovedsak publiseres i lokale og regionale nettaviser. Størst er likheten for omtale av undertemaet korona (helse).

Stordataanalysen viser at det er små forskjeller mellom lokalavisene, og at lokalavisene i stor grad publiserer like mye om de samme temaene. Fra et mangfoldperspektiv er en lik innholdsprofil ikke nødvendigvis ensbetydende med et snevert mangfold. Er det tilstrekkelig med temaer som dekkes, og en bred dekning innenfor de enkelte temaene, har befolkningen tilgang til et bredt innholdsmangfold, uavhengig av bosted. Lokalavisene dekker i tillegg ulike geografiske områder. Selv om flere lokalaviser kan ha en forholdsvis lik innholdsprofil, retter avisene seg i stor grad mot ulike lesergrupper. Det gjør at tematiske likheter mellom lokalaviser i ulike markeder ikke kan sies å være et problem for innholdsmangfoldet.

5.2.3 Innholdsmangfoldet i ti regionaviser og storbyaviser

Regionavisene er aviser som tradisjonelt har dekket et større geografisk område enn mange av lokalavisene, mens storbyavisene har dekket storbykommunene og deres tilgrensende kommuner/omland. I tillegg har region- og storbyavisene ofte en større innholdsproduksjon enn mellomstore og små lokalaviser. Rapporten ser derfor nærmere på forskjellene mellom ti utvalgte region- og storbyaviser som dekker ulike deler av landet. Regionavis er her forstått som aviser som dekker flere kommuner over et større geografisk område, uavhengig av om avisene har en regelmessig dekning av det fylkeskommunale nivået, mens storbyavis omfatter aviser i byene Bergen, Trondheim og Stavanger. Medietilsynet har sett på følgende aviser i denne analysen: Østlendingen, Varden, Fædrelandsvennen, Stavanger Aftenblad, Bergens Tidende, Sunnmørsposten, Adresseavisen, Avis Nordland, Nordlys og Finnmark Dagblad.

Det er flere forskjeller mellom regionavisene. Analysen viser at det er forskjeller både i hvor stor andel de ulike temaene utgjør fra avis til avis, og i hvilke temaer som er de største i hver enkelt publikasjon. Overordnet er næring og idrett de to største temaene i regionavisene sett under ett. Næring er blant de tre største temakategoriene i alle de ti nevnte regionavisene, men det er likevel noen forskjeller. Mens næring er det største temaet i de fleste av regionavisene, er dette temaet det nest største i Fædrelandsvennen og det tredje største i Sunnmørsposten og Adresseavisen. Det er også store forskjeller i hvor stor andel næring utgjør i de forskjellige avisene. I Sunnmørsposten og Adresseavisen utgjør temaet henholdsvis 11,6 og 10,9 prosent, mot 33,7 prosent i Bergens Tidende. Også Stavanger Aftenblad (23,9 prosent), Fædrelandsvennen (20,8 prosent) og Avis Nordland (20,2 prosent) har en høy andel innhold om næring. Dette er en vesentlig høyere andel innhold om næring enn når vi ser alle lokale og regionale nettaviser samlet (16,5 prosent), og det er også en høyere andel enn i de nasjonale breddemediene (14,1 prosent).

¹⁰². I denne analysen er kultur/underholdning, idrett og globale selskaper ikke inkludert i «internasjonalt», men i henholdsvis «kultur», «idrett» og «næring».

DEL 1

Det er også vesentlige variasjoner i andelen idrett. Dette er den største temakategorien i Fædrelandsvennen og Sunnmørsposten, og den nest største kategorien i Adresseavisen, Stavanger Aftenblad og Bergens Tidende. Idrett er imidlertid kun den tolvte største kategorien i Finnmark Dagblad og den niende største i Nordlys. Dette gjør at idrett er blant nyhetstemaene med størst variasjon mellom regionavisene. Størst andel om idrett har Fædrelandsvennen (20,8 prosent) og Stavanger Aftenblad (19,3 prosent). Til sammenligning utgjør idrett 4,8 prosent i Nordlys og 3,1 prosent i Finnmark Dagblad.

Helse og politikk er det andre og tredje største temaet i de lokale og regionale avisene samlet sett. I regionavisene er det imidlertid noen variasjoner når det gjelder hvor stor andel disse to temaene utgjør av innholdet. Finnmark Dagblad og Avisa Nordland er de eneste av regionavisene som både har politikk og helse blant de tre største temaene, mens helse og politikk er det fjerde og femte største temaet i Sunnmørsposten. Også Adresseavisen og Varden har politikk som det femte størst temaet, mens Fædrelandsvennen har helse som sitt femte største tema. Adresseavisen er den eneste regionavisen med helse som det største temaet, og er også den avisen med høyest andel om helse (14,8 prosent). Media, som totalt sett er et lite tema i de lokale og regionale mediene, er blant de fire største temaene i Fædrelandsvennen og Sunnmørsposten. Disse to avisene har også en betydelig høyere dekning av media enn de andre, med henholdsvis 8,9 og 13,3 prosent. Til sammenligning har Adresseavisen, med den tredje høyeste andelen om media, en andel på 0,9 prosent.

Analysen viser at internasjonalt stoff er ulikt prioritert i regionavisene. Adresseavisen, Sunnmørsposten, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad har alle internasjonalt stoff blant de ti største temaene. De har også de høyeste

andelene, fra 3,6 prosent i Stavanger Aftenblad til 5,7 prosent i Adresseavisen. Blant de øvrige regionavisene er internasjonalt stoff derimot bare det trettende og fjortende største temaet. Lavest er andelen internasjonalt stoff i de nord-norske avisene Finnmark Dagblad (1,2 prosent) og Nordlys (1,7 prosent).

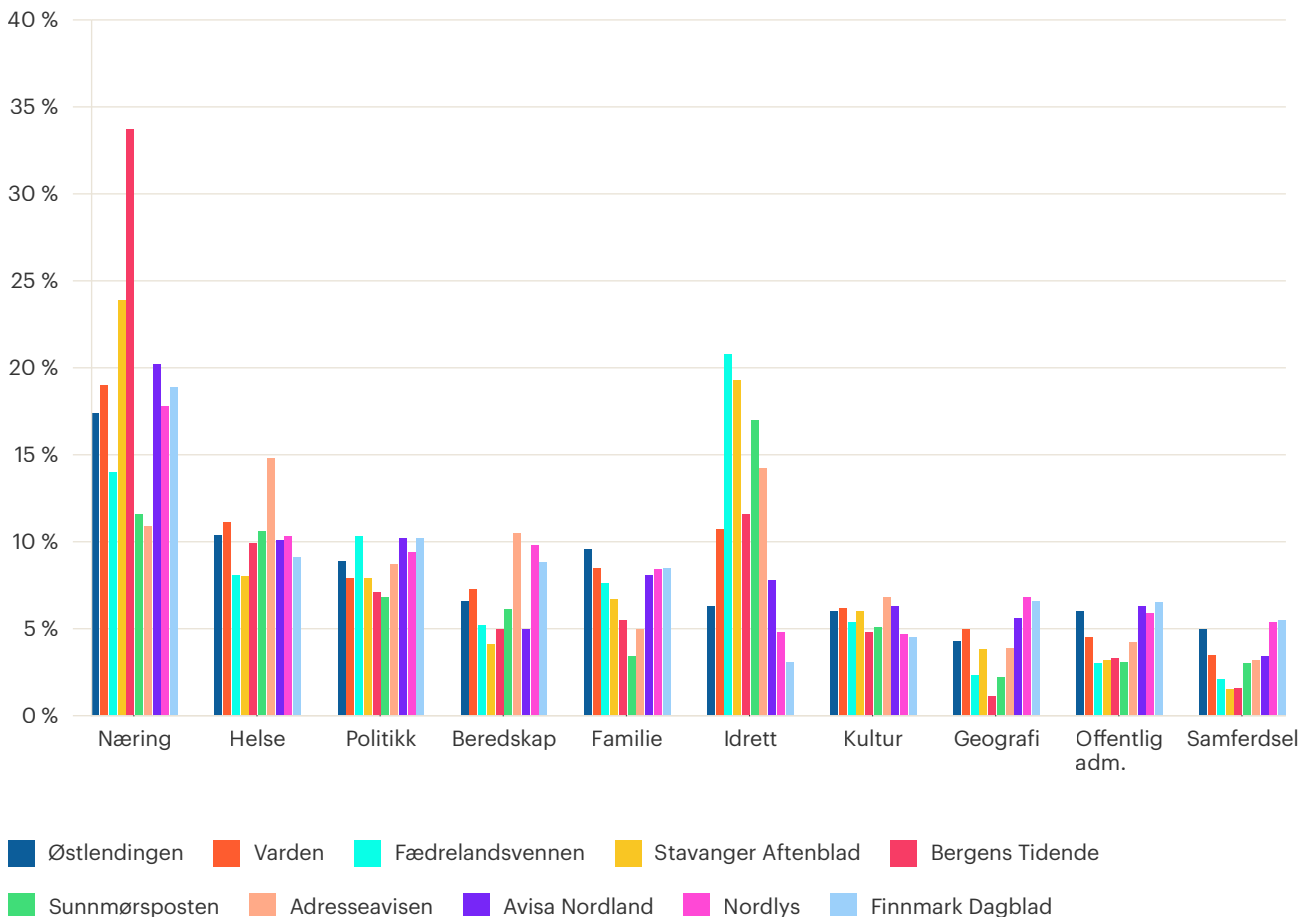
Figur 15 viser hvordan de ti største temaene i de lokale og regionale nettavisene fordeler seg blant de ulike regionavisene. Analysen viser at de største nyhetstemaene er store temaer i de fleste avisene. For flere av temaene er det likevel store variasjoner mellom avisene, blant annet gjelder det nyhetstemaene helse, beredskap og familie. Slike variasjoner viser at regionavisene har ulike journalistiske satsningsområder. Regionavisene dekker ulike områder og henvender seg til ulike lesergrupper, og det vil derfor være naturlig at de enkelte avisene gjør ulike redaksjonelle prioriteringer. Samtidig viser analysen at regionavisene helt tydelig har ulike innholdsprofiler. På den måten bidrar regionavisene til mediemangfoldet både ved å rette seg mot ulike landsdeler og ved at de utfyller hverandre tematisk. Størst likheter er det mellom Østlendingen og Varden og mellom Nordlys og Finnmark Dagblad.

Adresseavisen skiller seg ut ved å ha den høyeste andelen om beredskap (10,5 prosent), etterfulgt av Nordlys (9,8 prosent). Østlendingen har den høyeste andelen om familie (9,6 prosent), og har også, i likhet med Finnmark Dagblad og Avisa Nordland, en høyere andel om offentlig administrasjon enn de øvrige avisene. I tillegg har Østlendingen og Finnmark Dagblad, sammen med Nordlys, en høyere andel om samferdsel enn de andre avisene.

DEL 1

Figur 15 – de ti største nyhetstemaene i lokal/regionavisene 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



5.2.4 Aleneaviser, nummer én-aviser og nummer to-aviser

Lokalavisene kan ha ulik konkurranseposisjon i det området de dekker. Aleneaviser er lokalaviser som ikke har konkurrerende aviser på sitt utgiversted, det vil si i den kommunen der avisen utgis. Nummer én-aviser og nummer to-aviser er derimot lokalaviser som utgis i kommuner der det er flere aviser i konkurranse med hverandre. I en slik konkurranse situasjon er nummer én-avisen den lokalavisen med det største opplaget, mens nummer to-avisen er den lokalavisen som i opplagsstørrelse er mindre enn nummer én-avisen. Analysen av lokale og regionale nettaviser viser at det er små tematiske forskjeller mellom

disse tre avisgruppene, med utgangspunkt i den prosentvise fordelingen for hvert enkelt nyhetstema. Størst er forskjellene for temaene næring og idrett.

Næring er den største temakategorien i alle de tre avisgruppene. Analysen viser likevel at andelen næring er høyere i nummer én-avisene enn i aleneavisene og nummer to-avisene. I tillegg har nummer én- og nummer to-avisene mer innhold om idrett enn aleneavisene, mens nummer to-avisene har noe mer innhold om helse enn de andre. Når temaene vurderes etter størrelse, viser analysen at idrett og helse er prioritert ulikt i de forskjellige avisgruppene. Helse er det nest største temaet i aleneavisene og nummer to-avi-



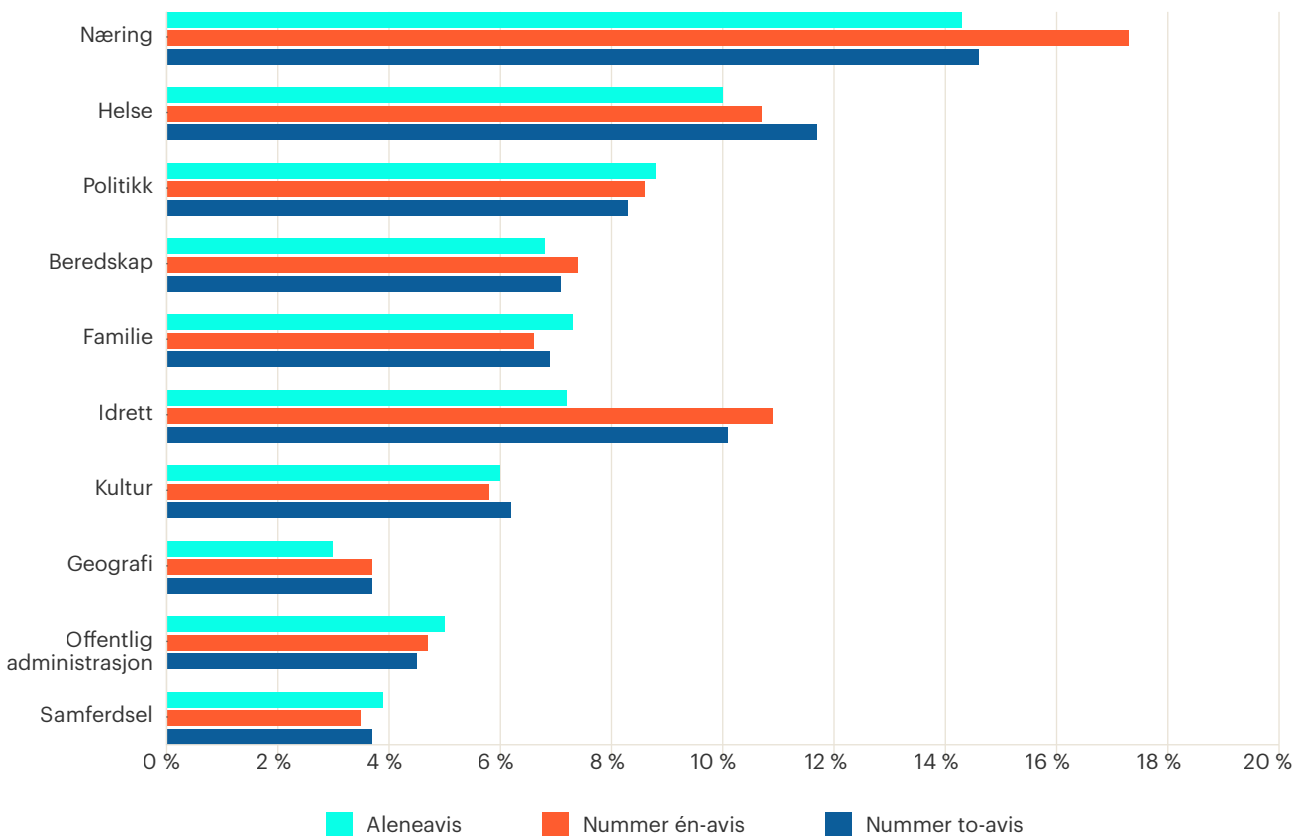
DEL 1

sene, men det tredje største i nummer én-avisene. Samtidig er idrett det nest største temaet i nummer én-avisene og det tredje største i nummer to-avisene. Til sammenligning er idrett kun det femte største temaet i aleneavisene. Idrett er med andre ord et mer prioritert tema i de avisene som er i lokal konkurranse med en annen avis. Dette kan indikere at idrett er et viktig strategisk satsingsområde i konkurransen om lesere.

Mens nummer én- og nummer to-avisene har høyere andel innhold om næring og idrett, har aleneavisene en noe høyere andel om familie. Familie er det fjerde største temaet i aleneavisene, mot det sjette største i nummer én- og nummer to-avisene.

Figur 16 – de ti største nyhetstemaene i aleneaviser, nummer én- og nummer to-aviser 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



DEL 1

Også for de øvrige temakategoriene er det noen mindre forskjeller mellom avisgruppene. Aleneavisene har noe mindre innhold om internasjonale forhold enn de andre avisene. Mens internasjonalt er det tolvte største temaet i nummer én- og nummer to-avisene, er temaet det fjortende største temaet i aleneavisene. Aleneavisene har noe mer innhold om utdanning. Her ser vi et motsatt mønster fra internasjonalt stoff: Utdanning er et større tema i aleneavisene (nummer 12) enn i de øvrige (nummer 15). Det er også en forskjell i omtalen av temakategorien media. Mest innhold om media har nummer to-avisene (4,9 prosent), mens andelen innhold om media utgjør 3,3 og 2,9 prosent i nummer én- og aleneavisene. Nummer to-avisene er også den eneste gruppen aviser der media er blant de ti størst temaene (nummer 8).

I tillegg til forskjellene i temakategorier viser stordataanalysen at aleneavisene inneholder vesentlig mer innhold på nynorsk enn de andre lokalavisene. Mens andelen nynorsk utgjør 8,9 prosent i aleneavisene, er nynorskandelen kun 2,3 og 2,9 prosent i nummer én- og nummer to-avisene. Nynorsk-kategorien er imidlertid ikke helt uttømmende. Den reelle andelen nynorsk kan derfor være litt høyere i alle tre aviskategoriene. Med tanke på den tydelige forskjellen mellom avisgruppene er det likevel utvilsomt at aleneavisene er den av avisgruppene med størst innslag av nynorsk. Også sett ut fra utgivelsesfre-

kvens skiller særlig én avisgruppe seg ut med en langt høyere andel nynorsk. Andelen nynorsk utgjør 16,8 prosent i fådagersavisene, etterfulgt av ukeavisene (6,2 prosent), mens ledende dagsaviser (1,8 prosent) og nummer to-dagsavisene (0,6 prosent) har en langt lavere andel. Dette viser at nynorsk som mediespråk står sterkest i distriktene, der det i størst grad finnes aleneaviser og fådagersaviser.¹⁰³

5.2.5 Ledende dagsaviser, fådagersaviser og ukeaviser

De lokale og regionale avisene har noe ulik utgivelsesfrekvens. Dagsaviser er aviser som tradisjonelt utgis fire til seks dager i uka. I datamaterialet er det skilt mellom ledende dagsaviser og nummer to-dagsaviser. Det første er dagsaviser som enten er aleneaviser eller nummer én-aviser, det andre er dagsaviser som også er nummer to-aviser. I analysen videre er det valgt å sette søkelys på ledende dagsaviser. Fådagersaviser er aviser som tradisjonelt utgis to til tre dager i uka, mens ukeaviser er aviser som utgis én gang i uka. Ettersom mange aviser publiserer digitalt innhold gjennom store deler av uka, kan skillet mellom dagsaviser og fådagersaviser/ukeaviser også forstås som høyfrekvente og lavfrekvente aviser, basert på antall egenproduserte saker som publiseres i løpet av én uke.¹⁰⁴

103. I analysen av de nasjonale nettavisene er det Nationen og NRK som i størst utstrekning bidrar til at det publiseres saker på nynorsk (4,6 og 2,4 prosent). På samme måten som for lokale og regionale nettaviser er ikke kategorien for nynorsk uttømmende. Den reelle andelen nynorsk er derfor noe høyere. Allmennkringkastingstilsynet av NRK viser at nynorskandelen på nrk.no var 18,8 prosent i 2021.

104. Det finnes ikke en standarddefinisjon for hva som er en lavfrekvent eller høyfrekvent nettavis. Innsamlet informasjon fra nye søkere til produksjonstilskudd i 2021 og 2022 viser imidlertid at lokalavisene publiserer mellom 1900 og 14 700 nettartikler i året. For de minste avisene tilsier dette rundt sju artikler per dag, mens de aller største publiserer 30+ artikler om dagen.



DEL 1

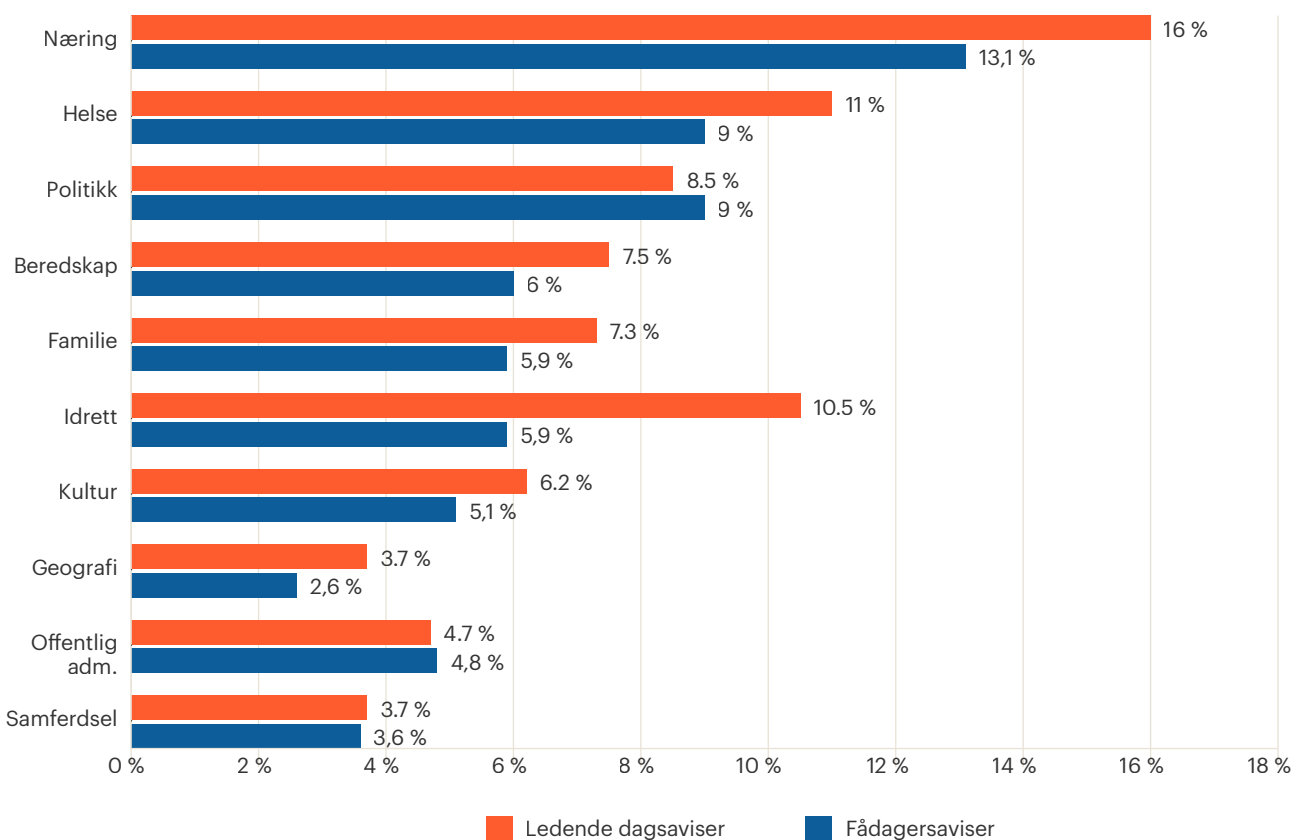
Overordnet er det flere likhetstrekk mellom ledende dagsaviser og fådagersaviser. Samtidig er det noen forskjeller. Begge grupper aviser har mest innhold om næring og helse, men mens dagsavisene har idrett som den tredje største kategorien, har fådagersavisene politikk som det tredje største temaet. Den største forskjellen er likevel andelen innhold om idrett, med en differanse på 4,6 prosentpoeng. Mens 10,5 prosent av innholdet i de ledende dagsavisene handler om idrett, utgjør idrett 5,9 prosent i fådagersavisene. Forskjellen i andelen idrett kan trolig forklares med utgivelsesfrekvens og redaksjonelle ressurser. Idrett er i stor grad ferskvare, og passer derfor kanskje bedre for publikasjoner med

ressurser til en mer høyfrekvent nyhetsdekning.

Også for stoff om næring er det en vesentlig forskjell mellom de to avisgruppene. 16 prosent av innholdet i de ledende dagsavisene handler om næring, mot 13,1 prosent i fådagersavisene. I tillegg har ledende dagsaviser noe mer innhold om helse, beredskap, familie, geografi¹⁰⁵ og kultur, mens fådagersavisene har noe mer innhold om politikk. Fådagersavisene har mer stoff om utdanning (3,8 mot 1,6 prosent), mens ledende dagsaviser har mer innhold om media (3,9 mot 2,0 prosent).

Figur 17 – de ti største nyhetstemaene i ledende dagsaviser og fådagersaviser 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



¹⁰⁵ Geografi omfatter innhold som på en eller annen måte er lokalisert eller relatert til et geografisk område (f.eks. fylke eller region), og som stordataanalysen ikke har klart å plassere i andre temakategorier.



DEL 1

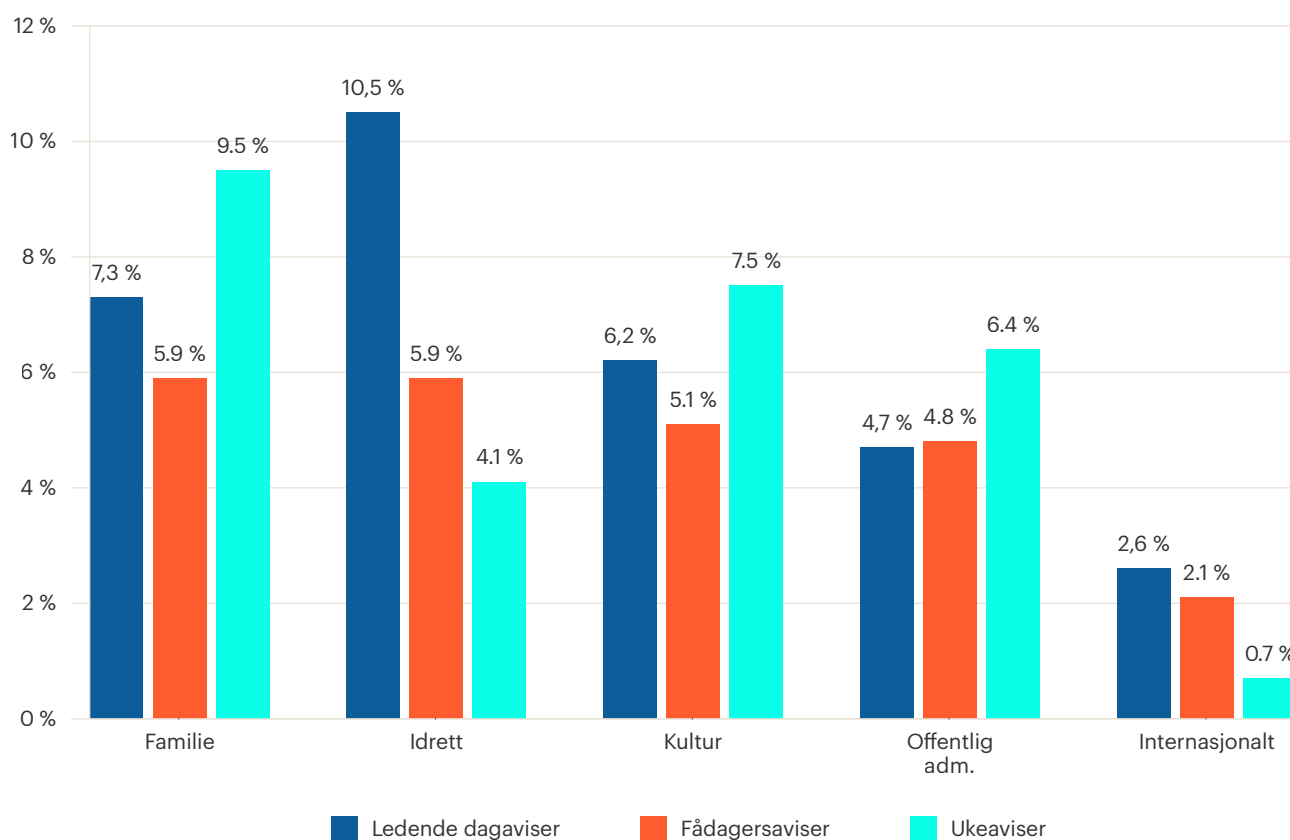
Ukeavisene har i likhet med dagsavisene og fådagersavisene mest innhold om næring og politikk. Derimot skiller ukeavisene seg ut med en høyere andel om familie, kultur og offentlig administrasjon og en lavere andel idrett. Mens familie er den sjettede største temakategorien i dagsavisene og fådagersavisene, utgjør familie den tredje største kategorien i ukeavisene. Med en andel på 9,5 prosent er det en differanse på 2,3 prosentpoeng mot dagsavisene og 3,7 prosentpoeng mot fådagersavisene. Differansen er mindre for andelen innhold om kultur og offentlig administrasjon. Likevel har ukeavisene 1,4 og 2,4 prosentpoeng høyere andel kultur enn henholdsvis dagsavisene og fådagersavisene, og 1,6

og 1,5 prosentpoeng høyere andel om offentlig administrasjon.

Mens idrett er den tredje største kategorien i dagsavisene og den femte største i fådagersavisene, er idrett kun den niende største kategorien i ukeavisene. Selv om differansen mellom fådagersavisene og ukeavisene ikke utgjør mer enn 1,8 prosentpoeng, viser forskjellen at idrett er lavere prioritert i ukeavisene. I tillegg skiller ukeavisene seg ut ved å ha en lavere andel om internasjonale forhold, med 0,7 prosent mot 2,6 prosent i dagsavisene og 2,1 prosent i fådagersavisene, noe mindre innhold om media og noe mer innhold om natur.

Figur 18 – utvalgte temakategorier i ledende dagsaviser, fådagersaviser og ukeaviser i 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



5.2.6 Forskjeller mellom mediekonsernene

Det er til dels større forskjeller mellom mediekonsernene enn når avisene sammenlignes ut fra konkurranseposisjon eller utgivelsesfrekvens.¹⁰⁶

Aviser som eies av Schibsted, skiller seg ut ved å ha en vesentlig høyere andel saker om næring enn aviser som eies av de andre konsernene, med 28,1 prosent. Andelen næring er særlig høy i Bergens Tidende, men også Schibsteds andre region- og lokalaviser har en høy andel innhold om næring. Minst næringsstoff har avisene som tilhører Polaris Media, med 11,9 prosent, mens andelen næringsstoff er jevnere i de øvrige konsernene. Avisene som eies av Polaris, er også de eneste der næring ikke utgjør det største temaet, men er det andre største.

Avisene som eies av de store lokalaviskonsernene Polaris og Amedia, har noe mer innhold om helse enn aviser i de andre konsernene, henholdsvis 11,4 og 10,7 prosent, etterfulgt av avisene som eies av Trønder-Avisa (T-A). For avisene i Amedia og T-A er helse det andre største temaet, mens det er tredje størst i avisene som eies av de øvrige konsernene. Unntaket er avisene i Mentor Medier, der helse er det sjette største temaet. Samtidig har avisene som eies av Mentor Medier sammen med avisene som er eid av Gudbrandsdalen Dagningen (GD), noe mer innhold om politikk, med 12,1 og 11 prosent, mens avisene i Schibsted og Hamar Media har minst om politikk med en andel på 7,7 og 7,9 prosent. At avisene som eies av Mentor Medier og GD har en større

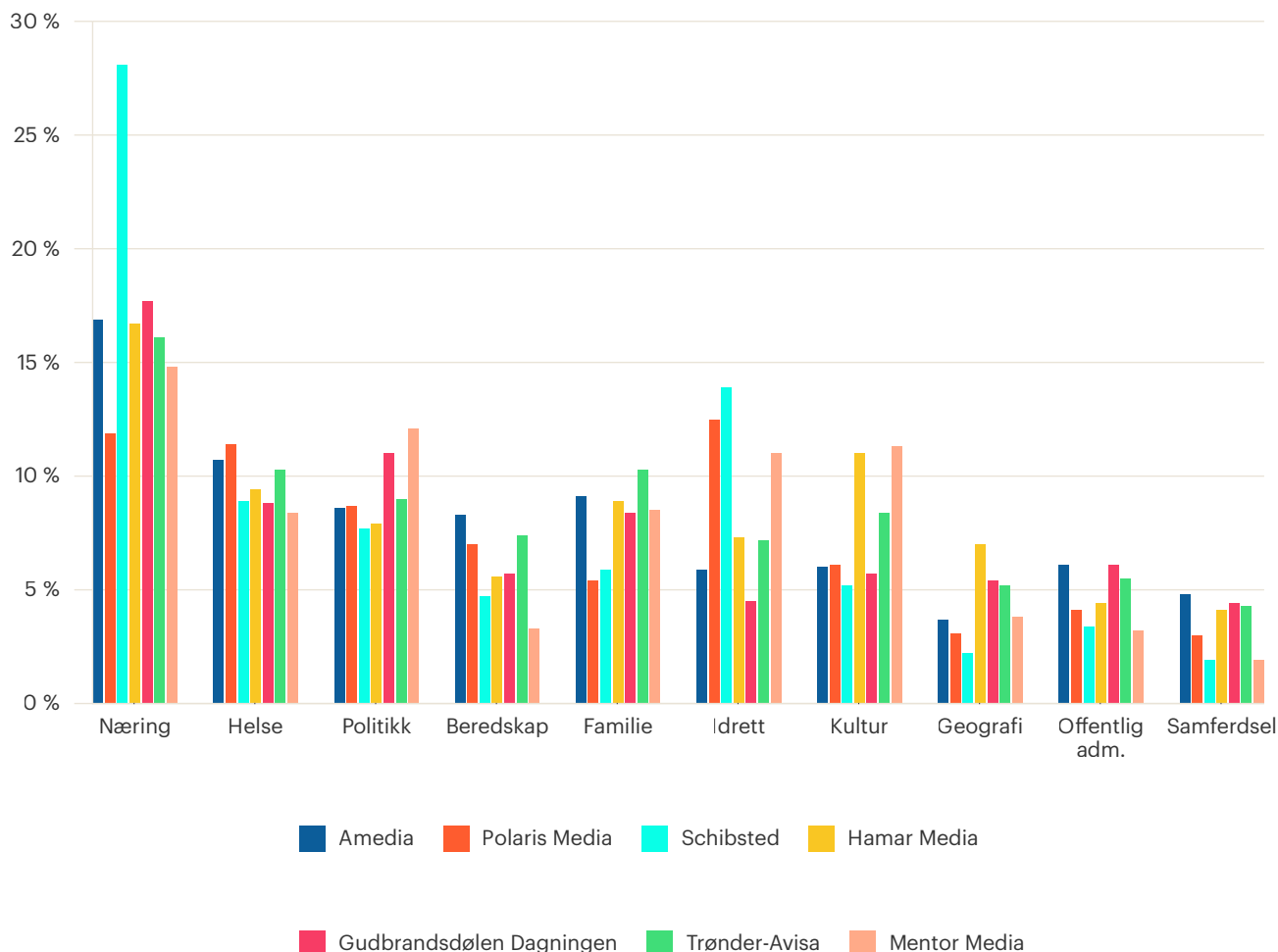
andel politikk enn aviser i de andre konsernene, gjenspeiler at politikk er det andre største temaet i disse avisene. Til forskjell er politikk det fjerde eller femte største temaet i aviser eid av de andre konsernene.

Stordataanalysen viser også noen variasjoner for temaene familie, idrett og kultur. T-A er konsernet der avisene har høyest andel om familie (10,3 prosent), etterfulgt av aviser eid av Amedia (9,1), mens avisene til Polaris og Schibsted har en vesentlig lavere andel (5,4 og 5,9 prosent). Dette gjenspeiler seg også i hvor de ulike nyhetstemaene plasserer seg på listen over de ti største nyhetstemaene. Både i avisene eid av T-A og Amedia er familie det tredje største temaet, mens familie er det åttende største temaet i aviser eid av Polaris. Samtidig er idrett det største og nest største temaet i avisene eid av henholdsvis Polaris og Schibsted. Det er også disse som har de høyeste andelen om idrett. Spesielt regionavisene i Polaris og Schibsted har en høy andel innhold om idrett, mens lokalavisene i de samme konsernene i hovedsak har mindre slikt innhold enn regionavisene. Aviser eid av GD, som har den laveste andelen idrett, er avisene der idrett er lengst ned på listen over de mest omtalte temaene (niende størst tema). Avisene eid av Hamar Media og T-A har en høyere andel om kultur enn aviser eid av de øvrige konsernene, mens avisene i Mentor Medier skiller seg ut med høy andel innhold både innen idrett og kultur. Mentor Medier er også det eneste konsernet der både kultur og idrett er blant de fem største temaene i avisenes dekning.

¹⁰⁶ Kun lokale og regionale nettaviser er omfattet. Nasjonale publikasjoner som f.eks. Nettavisen, Aftenposten og VG inngår derfor ikke.

Figur 19 – de ti største nyhetstemaene i lokalaviskonsernene i 2021 (tall i prosent)

Kilde: Infomedia Norge.



Også blant de øvrige temakategoriene er det noen forskjeller. Aviser eid av Schibsted, Polaris og Mentor Medier har en høyere andel om internasjonale forhold enn aviser i de øvrige konsernene, med henholdsvis 3,4 prosent, 3,5 prosent og 4,9 prosent. Til forskjell har kategorien internasjonale forhold i gjennomsnitt en andel på én prosent i aviser eid av de øvrige konsernene. Polaris, Schibsted og Mentor Medier er også de eneste konsernene der internasjonalt stoff er blant de ti største temaene i avisene. Avisene i Polaris skiller seg ut med en høy andel om media – 8,4 prosent mot opptil 1,2 prosent i avisene eid av de andre konsernene. Den høye andelen om media reflekterer at Polaris er det eneste konsernet der media er blant de ti største temaene (nummer fem) i avisene.

Alt i alt viser analysen at det gjøres ulike prioriteringer innenfor ulike grupper aviser, både mellom lokalaviser med ulik utgivelsesfrekvens og konkurranseposisjon, og mellom aviser utgitt av de forskjellige konsernene. Selv om det er store likheter mellom de forskjellige lokalavisene, viser disse variasjonene at det lokale avsemdersmangfoldet også bidrar til innholdsmangfold. Aleneaviser, nummer én- og nummer to-aviser, høyfrekvente aviser som dagsaviser, lavfrekvente aviser som fådagersaviser og ukeaviser, og aviser med ulik konserntilhørighet bidrar altså på hver sin måte til det tematiske innholdsmangfoldet totalt sett.

Del 2

Mangfold i tema, kilder og
vinklinger i et utvalg norske
nyhetsmedier på radio, tv og nett
– Caseanalyser





DEL 2

**MANGFOLD I TEMA, KILDER OG VINKLINGER I ET UTVALG
NORSKE NYHETSMEDIER PÅ RADIO, TV OG NETT**
– CASEANALYSER

Caseanalyser eller casestudier er en samfunnsvitenskapelig metode som er brukt for å undersøke ulike egenskaper ved den journalistiske dekningen. Mens stordataanalysen gir et makroperspektiv på det tematiske innholdsmangfoldet, bidrar casestudiene i større grad til et nærbilde. Ved å studere et utvalg av nyhetsmedier nærmere, bidrar casestudiene med utfyllende innsikt om innholdsbredden i nyhetsmediene.

I samarbeid med BI og Høgskolen i Volda er det gjennomført tre forskjellige casestudier. Undersøkelsene baserer seg på innhold fra perioden 2019 til 2021, og kartlegger hvilke temaer som dekkes i de mediene som inngår i studiene, hvilke vinklinger som ligger til grunn, og hvilke kilder som kommer til orde. Noen av undersøkelsene kartlegger vinklinger og kildebruk i koronadekningen og belyser journalistikken i krisetider.

Kapitlene 6–10 belyser bredden i temaer, kilder og perspektiver i utvalgte nyhetsmedier (nett og tv).

Kapittel 6	<ul style="list-style-type: none"> • Hvilken temabredde har de to regionavisene Romerikes Blad og Glåmdalen (på nett)? • Hvilke likheter og forskjeller har den journalistiske dekningen i regionavisenes dekningsområder?
Kapittel 7	<ul style="list-style-type: none"> • Hvilke temaer dekkes i nyhets- og debattprogrammene til allmenkringkasterne NRK og TV 2? • Er det forskjeller mellom nyhetssendingene og debattsendingene? • Dekker allmenkringkasterne flest saker med lokal, nasjonal eller internasjonal forankring?
Kapittel 8	<ul style="list-style-type: none"> • Hvilke vinklinger og perspektiver presenteres nyheter og debatter med? • Er det forskjeller mellom vinklingen av nyhetssaker og debatt-temaer? • Blir lokale/regionale, nasjonale og internasjonale saker vinklet ulikt? • Hvilke nyhetstemaer behandles mest med kritisk og undersøkende journalistikk?
Kapittel 9	<ul style="list-style-type: none"> • Hvilke kilder kommer til orde i nyhets- og debattprogrammene til NRK og TV 2? • Hvordan er kjønnsfordelingen i programmene totalt og i ulike kildegrupper? • Hvilken betydning har journalistens kjønn for kjønnsbalansen i kildebruken?
Kapittel 10	<ul style="list-style-type: none"> • Hvilken innholdsbredde hadde koronadekningen i nettavisene? • Hvilke vinklinger og perspektiver ble brukt i koronadekningen? • Hvilke kilder kom til orde i koronadekningen?



TEMATISK MANGFOLD, PERSPEKTIVER OG KILDEBRUK I UTVALGTE REGIONAVISER OG ALLMENNKRINGKASTERE (TV) – SENTRALE FUNN

- **Avisene Romerikes Blad og Glåmdalen har journalistisk beredskap i hele dekningsområdet, men en mer systematisk og bred dekning av de befolkningstette kommunene enn av andre områder.**
 - Casestudier av to Amedia-aviser i ulike regioner viser at det er store forskjeller i deknningen av ulike kommuner, både når det gjelder antall saker og hvordan de forskjellige temaene fordeler seg på de ulike kommunene.
 - Både Glåmdalen og Romerikes Blad har mest stoff med en overlokal interesse, det vil si innhold som har nyhetsinteresse for flere kommuner. Glåmdalen har i større grad enn Romerikes Blad saker som er lokalisert til flere kommuner eller hele regionen, det vil si at sakene eller hendelsene omhandler en stor del av regionen.
 - Selv om deknningen av flere av kommunene er knapp, er det likevel en bredde i temaene som formidles. Innholdet er også av stor vesentlighet for lokalsamfunnene.
 - Romerikes Blad har også en hyperlokal versjon i MittLørenskog, som er klart hyperlokal i sin innholdsprofil, med stoff som først og fremst er interessant for dem som bor i Lørenskog kommune.
- **Nyhets- og debattsendingene til allmennkringkasterne NRK og TV 2 utfyller hverandre i deknningen av samfunnsmessig viktige temaer.**
 - Politikk, sosiale tema, helse og økonomi var de største temaene i nyhets- og debattsendingene i NRK og TV 2 i 2020, med hele tre firedeler av innholdet. Samtidig var det svært få innslag om teknologi og vitenskap, områder som har stor relevans for blant annet næringsliv og det grønne skiftet. Den lave andelen tyder på at saker om teknologi og vitenskap er underdekket i allmennkringkasterens nyhets- og debattsendinger.
 - Det er ulike tematiske prioriteringer mellom nyhetssendingene og debattsendingene. Helse, ulykker og krim og vold var betydelig større temaer i nyhetene enn i debattprogrammene, mens økonomi fikk dobbelt så mye oppmerksomhet i debattene som i nyhetene. Politikk og sosiale temaer prioriteres høyt både i nyhets- og debattprogrammene.
 - Koronapandemien er en naturlig forklaring på hvorfor helse er høyt representert i nyhetssendingene, som var sentrale kanaler for informasjon om smittespredning og tiltak under pandemien. Selv om koronapandemien i stor grad var utgangspunkt for temaet i debattene, var det ofte andre konsekvenser av pandemien enn helse som var tema.
 - Tematisk var det små forskjeller mellom Dagsrevyen og 21-nyhetene i 2020. TV 2 hadde en litt høyere andel politikk enn NRK, mens NRK hadde litt høyere andeler om sosiale tema og økonomi.
 - Over 60 prosent av innslagene i debatt- og nyhetssendingene var av nasjonal karakter, 23 prosent utenriks og 14 prosent lokale/regionale. Særlig debattsendingene trekker opp den nasjonale andelen, mens det var en jevnere geografisk fordeling av stoffet i nyhetssendingene.



- **Allmennkringkasternes dekning av lokale og regionale saker er et viktig bidrag til innholdsmangfoldet.**
 - NRK og TV 2 skiller seg tematisk mest fra hverandre i dekingen av lokale saker. NRK har redaksjonelle kontorer i alle landets fylker, mens TV 2 har en mer begrenset regional tilstedeværelse, med lokalkontorer i en håndfull norske byer.
 - Kriminalitet og ulykker har generelt høy nyhetsverdi også utenfor det geografiske området der hendelsen har skjedd, men analysen viser at de to allmennkringkasterne setter denne typen lokale saker på den nasjonale dagsordenen i ulik grad. TV 2 dekket i større grad ulykker, kultur og krim i sin deking av lokale/regionale saker, mens NRK hadde mer om politikk, sosiale tema og økonomi i den lokale/regionale dekingen.
- **Debattsendingene har flere kritiske/undersøkende vinklinger enn nyhetssendingene.**
 - Nesten 50 prosent av innholdet i debatt- og nyhetssendingene til NRK og TV 2 i 2020 ble formidlet i en nøytral tone, mens 34 prosent fokuserte på noe som var negativt for samfunnet, miljøet eller mennesket – det vi kan beskrive som en negativ vinkling.
 - Åtte prosent av sakene hadde en kritisk/undersøkende vinkling, det vil si saker der det stilles svært kritiske spørsmål, det avdekkes kritikkverdige forhold eller settes kritisk søkelys på noe som skjer eller har skjedd, mens elleve prosent hadde en positiv vinkling.
 - Kun tre prosent av sakene i nyhetssendingene var kritisk/undersøkende, mot 15 prosent i debattprogrammene. For saker med en positiv vinkling er mønsteret motsatt, med kun to prosent i debattsendingen og 16 prosent i nyhetssendingene.
 - En svært lav andel av de lokale/regionale sakene hadde en kritisk vinkling (to prosent), mens andelen kritiske saker var høyere i de nasjonale sakene (ti prosent).
 - Sakene med en kritisk vinkling handler i størst grad om sosiale tema, politikk og økonomi.
- **Politikere og samfunnsstopper kommer oftere til orde enn «vanlige folk».**
 - Nesten 80 prosent av kildene i nyhets- og debattsendingene til NRK og TV 2 var elitekilder. At kildene i norske nyhetsmedier i stor grad er eliteorientert, samsvarer med tidligere undersøkelser.
 - Politikere i posisjonspartier var den klart største gruppen kilder i NRKs og TV 2s debatt- og nyhetssendinger i 2020 (14 prosent). Deretter følger ordinære borgere og ledere i privat og offentlig sektor, begge med en andel på tolv prosent.
 - Mediefolk og politikere var de som deltok mest i debattsendingene, mens ordinære borgere og ledere i større grad kom til orde i nyhetssendingene enn i debattprogrammene. Det ligger i debattformatets natur at posisjonspolitikken skal utfordres, og dette forklarer trolig den høye andelen politikere i debattsendingene.
 - Vanlige mennesker, det vil si kilder som i hovedsak representerer seg selv eller grasrotas interesser, kom nesten ikke til orde i debattsendingene, men utgjorde en tredel av kildene i nyhetene.



- **Kvinner kommer sjeldnere til orde enn menn.**
 - Kjønnrepresentasjonen var mye skjevere blant forskere/fagpersoner, ledere, posisjonspolitikere og rettssystemet enn i andre kildegrupper.
 - Når kilden er en ordinær borger, kommer kvinner like mye til orde som menn.
 - Det er flere forskjeller mellom debattprogrammer og nyhetsendinger når man ser på kjønnsfordelingen innad i kildegruppene. Det viser at sjanger og format er relevant for kjønnsrepresentasjonen i mediene, og at debatt- og nyhetsredaksjonene til dels gjør ulike kildevalg.
- **Saker om smittespredning og myndighetenes tiltak preget dekkningen av koronapandemien i nettavisene til NRK, VG, Aftenposten, Sunnmørsposten og Nordlys.**
 - 45 prosent av sakene var vinklet negativt ved at de handlet om noe som var negativt for samfunn, miljø eller mennesker. Funnet er ikke overraskende med tanke på de alvorlige følgene av og begrensningene pandemien hadde både på individ- og samfunnsnivå.
 - Kun én av ti saker var kritisk/undersøkende, noe som kan synes lavt med tanke på at en av journalistikkens kjerneoppgaver er å granske makthaverne. Denne funksjonen er ikke minst viktig i en krisesituasjon som koronapandemien, med så store konsekvenser for befolkningen, næringslivet, offentlig myndighetsutøvelse og pengebruk.
 - Mer enn halvparten av artiklene med en kritisk vinkling handlet om ansvar for pandemien og dens konsekvenser.
 - Én av tre saker om koronapandemien hadde et alarmerende preg. Det vil si at artiklene fokuserte på fremtiden og på risiko, som påvirkning av noe som skjedde, mulige alvorlige konsekvenser eller en ukjent utvikling, eller de advarte mot noe som ennå ikke var en realitet.



- **Kildene i nettavisenes koronadekning er i hovedsak ledere, og dette indikerer at pandemien bidro til en større andel ledere som nyhetskilder enn før pandemien.**
 - Andelen ledere utgjorde 32 prosent av kildene i koronasakene. Det er betydelig høyere enn andelen ledere i nyhetssendingene i NRK og TV 2.
 - Også andelen arbeidstakere var høyere i koronasakene enn i de ordinære nyhetssendingene. Andelen arbeidstakere var også høyere enn det som er vist i andre undersøkelser om kildebruk i nyhetsmediene. Den høye andelen arbeidstakere kan ha sammenheng med de store konsekvensene pandemien har hatt for kultur, samfunn og økonomi.
 - Vanlige borgere og representanter for opposisjonspolitikken var lite representert i nettavisenes dekning av pandemien.
 - Den høye andelen ledere i nettavisenes koronasaker gjør at kildeutvalget er smalere der enn i nyhetssendingene til NRK og TV 2.
 - Kjønnbalansen blant kildene er skjevere i nettavisenes koronadekning enn i tv-nyhetene generelt. Blant ledere og politikere var andelen menn enda høyere enn blant de samme kildegruppene i nyhetssendingene. I tillegg hadde koronasakene en svært høy andel kvinner i kildegruppene klienter/ofre og barn/unge.
- **Saker produsert av kvinnelige journalister har bedre kjønnsbalanse i kildebruken enn saker produsert av mannlige journalister.**
 - Kvinnelige og mannlige journalister bruker også til dels ulike typer kilder når det gjelder rolle og bakgrunn.
 - Mangfold i den journalistiske arbeidsstokken er dermed viktig for å få frem ulike interesser, perspektiver og virkelighetsforståelser i nyhetene og et større mangfold i kildebruken.



6. Den tematiske og geografiske dekningen i Romerikes Blad og Glåmdalen



Som beskrevet tidligere i rapporten gir stordataanalysen et overordnet blick på tematikken i de analyserte nettavisene. Metoden gir likevel ikke en helt presis innholdsprofil for de enkelte mediene, ettersom innholdsmangfoldet omfatter flere aspekter enn bare tema.

Komparative casestudier er en metode som kan brukes for å belyse flere sider ved den journalistiske dekingen i en eller flere nyhetsmedier. Dette er en metode der noen få aktører studeres nærmere før de sammenlignes systematisk. Fordi en casestudie konsentrerer seg om én eller noen få nyhetsmedier, er slike studier egnet for å undersøke egenskaper ved den journalistiske dekingen, for eksempel geografiske deking, sjangersammensetning osv.

For å få bedre kjennskap til den redaksjonelle dekingen i et lokalområde har medieforskerne Lars Halvorsen og Tone Kristin Aker ved Høgskolen i Volda gjort en casestudie av den tematiske dekingen i to østlandsregioner: kommunene på Romerike (Romerikes Blad) og i Kongsvingerregionen (Glåmdalen).¹⁰⁷ Studien bygger på manuelle innholdsanalyser av avisenes tematiske deking i sine respektive dekningsområder og er gjort på oppdrag fra Medietilsynet.

Totalt har forskerne analysert 533 nettartikler fra Romerikes Blad og 385 nettartikler fra Glåmdalen. Utvalget i de to nettavisene er tilfeldig trukket og tilsvarende én ukes utgivelser i 2019 og én uke i 2021.¹⁰⁸ I tillegg har forskerne analysert 92 nettartikler fra den versjonerte utgaven Mitt Lørenskog (Romerikes Blad), noe som tilsvarende fire ukers utgivelser i 2021.¹⁰⁹

I analysen har forskerne sett på hvilke temaer som formidles, både overordnet og i dekingen av hver enkelt kommune. I tillegg har de sett nærmere på de to avisenes stoffsammensetning inkludert tematisk bredde, andelen egenproduserte artikler og stedets betydning/viktighet i hver enkelt artikkel. Dette har de undersøkt ved å se på hvor de ulike nyhetssakene er lokalisert. Med lokalisering menes stedet der en hendelse eller sak finner sted, i denne analysen definert som hvilke kommuner som blir dekket. På denne måten forteller analysen både hvor mye omtale de ulike kommunene får, og hvilke temaer de dekkes med.

Romerikes Blad utkommer i Lillestrøm og dekker tolv kommuner. Avisen er hovedavis for seks av kommunene, det vil si at Romerikes Blad er den avisen med størst husstandsdeking i disse seks kommunene. Romerikes Blad hadde i andre halvdel av 2021 et nettoopplag på 33 646.¹¹⁰ Glåmdalen utkommer i Kongsvinger og dekker åtte kommuner. Avisen er hovedavis i seks av kommunene og hadde i andre halvdel av 2021 et nettoopplag på 14 731.¹¹¹ Både Romerikes Blad og Glåmdalen er dagsaviser og utkommer mandag-lørdag. Begge aviser eid av lokalaviskonsernet Amedia.

107. Begge avisene er strategisk valgt ut. Felles er at de dekker flere kommuner, er i konkurranse med mindre lokalaviser og er eid av et større lokalaviskonsern (Amedia).

I tillegg er Glåmdalen og Romerikes Blad aviser som Høgskolen i Volda allerede hadde tilgang til for å få gjennomført innholdsanalysene.

108. For Glåmdalen tilsvarende utvalget til sammen 1,9 uker, altså knapt to uker.

109. Mitt Lørenskog ble etablert i 2021, og det er derfor ikke analysert artikler fra tidligere år. I tillegg til Mitt Lørenskog har RB også de versjonerte utgavene Mitt Lillestrøm og Mitt Jessheim. Disse inngår ikke i materialet.

110. Mediebedriftenes Landsforening (2021/2022). Opplag andre halvår 2021.

111. Mediebedriftenes Landsforening (2021/2022). Opplag andre halvår 2021.

DEL 2

6.1 OVERORDNET OM DEKNINGEN I ROMERIKES BLAD OG GLÅMDALEN

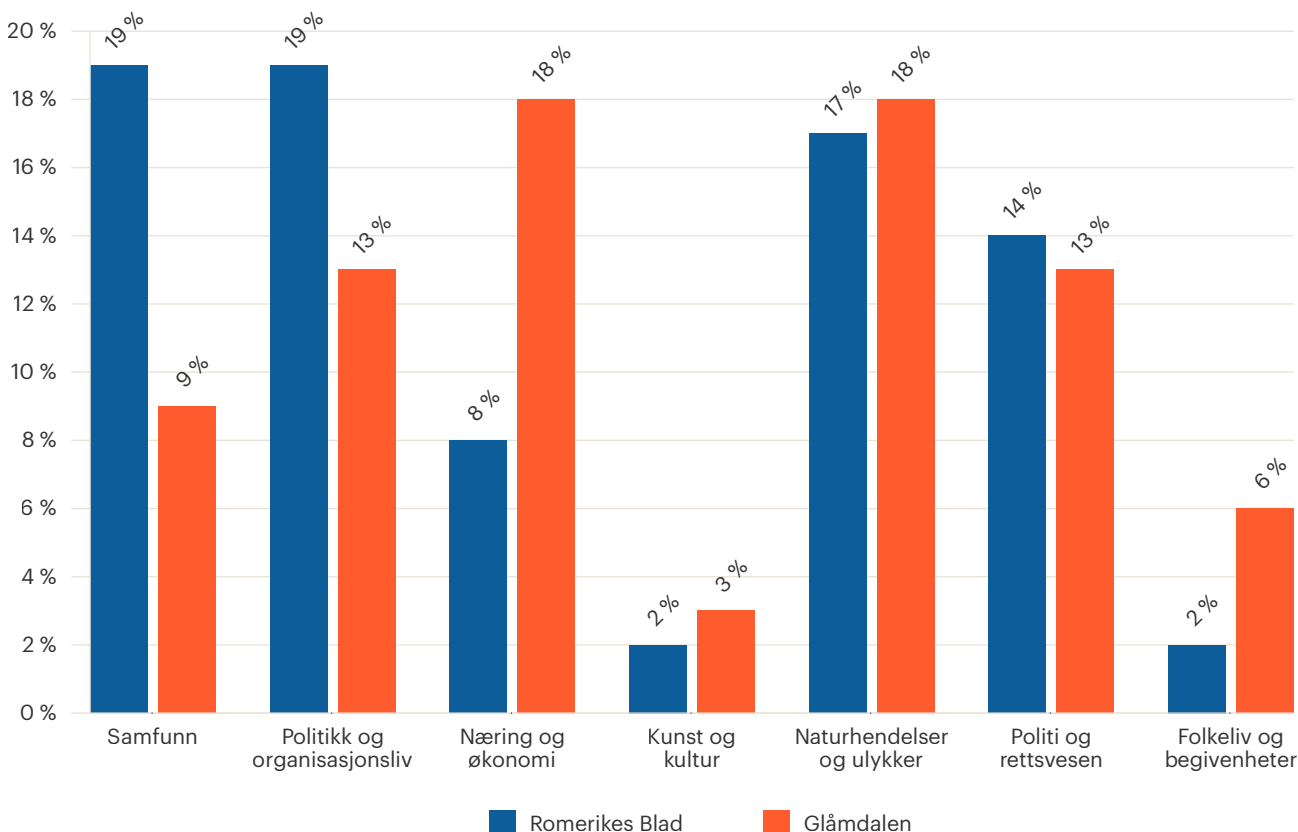
Analysen av Romerikes Blad og Glåmdalen baserer seg på færre temakategorier enn stordata-analysen. Den skisserer derfor et grovere inndelt bilde av hvilke temaer som dekkes journalistisk.

Figur 20 viser andelen innhold innenfor et utvalg overordnede temakategorier. Temaene tilsvarer totalt 82 prosent av innholdet i Romerikes Blad og 80 prosent av innholdet i Glåmdalen. Temaet samfunn omfatter viktige utviklingstrekk i sam-

funnet, blant annet skole og utdanning, helse, folkehelse, arbeidsmarkedet, samferdsel og natur og klima. Kjennetegnet ved temaet samfunn er at sakene ofte har stor betydning, og at de påvirkes av en rekke forhold samtidig. Temaet politikk og organisasjonsliv omfatter saker relatert til demokratiske prosesser og utfallet av disse prosessene innen politikk, offentlig forvaltning og tjenesteteyting og frivillig sektor.

Figur 20 – utvalgte temaer i Romerikes Blad og Glåmdalen (tall i prosent)

Kilde: Høgskolen i Volda



DEL 2

Analysen viser at Romerikes Blad og Glåmdalen har litt forskjellige innholdsprofiler. Mens Romerikes Blad har mer innhold om samfunn og politikk/organisasjonsliv, har Glåmdalen mer om næring/økonomi og folkeliv. Når det gjelder kunst/kultur, naturhendelser/ulykker og politi/rechtsvesen, er avisene ganske like.

Innholdsmangfold innebærer ikke bare tematisk bredde, men også en bredde eller variasjon i sjangre, perspektiver og kildebruk. Halvorsen og Aker har derfor sett på nærmere på sjangermangfoldet, eller stoffsammensetningen, i de analyserte avisene.

Tabell 7 viser stoffsammensetningen i Romerikes Blad og Glåmdalen. Begge avisene kjennetegnes av en høy andel nyhetsartikler og -reportasjer. Det er likevel noen forskjeller mellom avisene.

Romerikes Blad har en høyere andel byråstoff, korte notiser og debattstoff. Andelen debattstoff i Glåmdalen er i dette utvalget ganske lavt. Dette kan skyldes at analysen bygger på et tilfeldig utvalg, og at utvalget kun baserer seg på det som tilsvarer to ukers utgivelser. Den reelle andelen debattstoff i Glåmdalen kan derfor være høyere. Den lave andelen tilsier likevel at Glåmdalen har mye mindre debatt enn Romerikes Blad. I tillegg har Glåmdalen en langt høyere andel stoff fra andre aviser i konsernet. Deler av denne stoffutvekslingen i Glåmdalen er ordinært stoff om grensekommuner i dekningsområdet, der Glåmdalen har et samarbeid med Amedia-avisene Østlendingen (kommunene Våler og Åsnes) og Romerikes Blad (kommunen Nes). Sett bort fra innholdet som inngår i disse samarbeidene, faller andelen stoff fra andre aviser i konsernet fra 45 til 40 prosent.

Tabell 7 – stoffsammensetningen i Romerikes Blad (N=533) og Glåmdalen (N=384) (tall i prosent)

Stofftype	Romerikes Blad	Glåmdalen
Nyheter/nyhetsartikler og nyhetsreportasjer	53	46
Feature, portretter og reportasjer som ikke er nyheter	2	2
Redaksjonelle kommentarer og ledere (egenprodusert)	2	1
Kronikker og leserinnlegg (eksterne innlegg)	7	0,3
Byråstoff – saker som kun har byline fra byrå	10	3
Hybrid – byline fra både byrå og redaksjon	0	0
Notis – veldig kort med byline	6	0,3
Anmeldelse	1	0
Konsernstoff (stoffutveksling)	13	45
Annet	8	3

Kilde: Høgskolen i Volda

DEL 2

Forskerne finner at stedet hvor saken er lokalisert, det vil si i den kommunen eller det geografiske området der den omtalte saken foregår, er viktig i åtte av ti saker. Dette betyr ikke at den enkelte saken ikke er relevant for lesere i andre kommuner, men at saken i seg selv er knyttet til et bestemt område eller en bestemt kommune.¹¹² Eksempler på slike saker kan være ulykker, kommunepolitiske debatter og vedtak, kulturarrangementer, etableringer/nedleggelse av lokale bedrifter og lignende.

At stedet er viktig i åtte av ti saker, viser at en høy andel av journalistikken er geografisk forankret. Den sterke sammenhengen mellom sak og sted gjør det interessant å undersøke hvor stor andel

av sakene som er lokalt forankret og om det er visse kommuner eller steder som dekkes mer enn andre innenfor avisens dekningsområde. I tillegg er det interessant å undersøke hvor stor andel av sakene som gjelder forhold og hendelser utenfor dekningsområdet til avisene. Tabell 8 viser hvor artiklene i utvalget er lokalisert. Begge avisene har flest artikler som er lokalisert til én av kommunene i regionen. Romerikes Blad har en høyere andel artikler som er lokalisert i én av kommunene i sitt dekningsområde, mens Glåmdalen har en relativt høy andel artikler som er lokalisert andre steder i Norge. Den høye andelen artikler om saker andre steder i Norge kan forklares med at Glåmdalen har en høy andel saker fra andre aviser (stoffutveksling).

Tabell 8 – sted der artiklene er lokalisert (tall i prosent)

Sted/område	Romerikes Blad	Glåmdalen
Én av kommunene i regionen	60	45
Flere kommuner i regionen	8	7
Hele regionen	8	3
Grensekommune	3	–
Fylket	–	5
Annet sted i Norge	3	24
Riksstoff	10	7

Kilde: Høgskolen i Volda

Både Glåmdalen og Romerikes Blad dekker flere kommuner med til dels stor forskjell i innbyggertallene. Begge aviser utkommer også i den kommunen i regionen med høyest innbyggertall. Den store variasjonen i kommunenes innbyggertall og de relativt store områdene som Glåmdalen

og Romerikes Blad dekker, er faktorer som kan virke inn på nyhetsterskelen for hver enkelt sak, spesielt saker i de minst folkerike kommunene.¹¹³ Analysen ser derfor nærmere på den tematiske dekningsområdene i de forskjellige kommunene som Romerikes Blad og Glåmdalen dekker.

¹¹² For eksempel vil en artikkel om Lillestrøm videregående skole være lokalisert til Lillestrøm kommune, mens en sak om Gardermoen Lufthavn vil være lokalisert til kommunen Ullensaker.

¹¹³ Jf. Halvorsen, Lars J., Paul Bjerke og Tone K. Aker (2021). *Medieøkonomi, mediemangfold og mediestøtte*. Høgskolen i Volda.



DEL 2

6.2 KOMMUNEDEKNINGEN I ROMERIKES BLAD

Romerikes Blad dekker en folkerik region, der Lillestrøm er den største byen og kommunen. Regionen er en del av storbyregionen Oslo, og Oslo er derfor regionsenteret for store deler av Romerike. Ullensaker er imidlertid senter for en egen ABS-region.¹¹⁴ Avisen er hovedavisen i kommunene Lillestrøm, Lørenskog, Ullensaker, Rælingen, Nannestad og Gjerdrum. I tillegg dekkes regionen av lokalavisene Raumnes (Nes), Varingen (Nittedal), Indre Akershus Blad (Aurskog-Høland)

og Eidsvoll-Ullensaker Blad (Eidsvoll, Hurdal, Nannestad og Ullensaker). Romerikes Blad dekker også grensekommunen Enebakk, som i tillegg dekkes av Enebakk Avis.

318 av artiklene i materialet er lokalisert til en av kommunene på Romerike. Dette tilsvarer 60 prosent av artiklene. Tabell 9 viser fordelingen på de forskjellige kommunene.

Tabell 9 – andel artikler lokalisert til en av kommunene på Romerike

Kommune	Antall	Prosent
Lillestrøm	101	19
Ullensaker	59	11
Lørenskog	47	9
Gjerdrum	40	8
Nes	18	3
Aurskog-Høland	12	2
Eidsvoll	12	2
Rælingen	11	2
Nittedal	10	2
Nannestad	5	1
Hurdal	3	1

Kilde: Høgskolen i Volda

Tabell 9 viser store forskjeller i dekningsgraden av de forskjellige kommunene. Lillestrøm, Ullensaker og Lørenskog er de tre mest folkerike kommunene i regionen, og er til sammen omtalt i 39 prosent av artiklene. Mer enn halvparten av innbyggerne i regionen er bosatt i disse tre kommunene. Dette kan være en forklaring på hvorfor en stor andel av dekningsgraden omhandler saker

derifra. Lillestrøm by er dessuten regionsenteret for regionen, og regionens viktigste handels- og administrasjonssenter. Det er derfor ikke uventet at en stor del av sakene er lokalisert til nettopp Lillestrøm. Av de tre mest folkerike kommunene, dekkes utgiverstedet Lillestrøm klart hyppigst, om lag dobbelt så hyppig som de to andre stor kommunene Lørenskog og Ullensaker.

114. ABS er en forkortelse for arbeids-, bolig- og servicemarked.

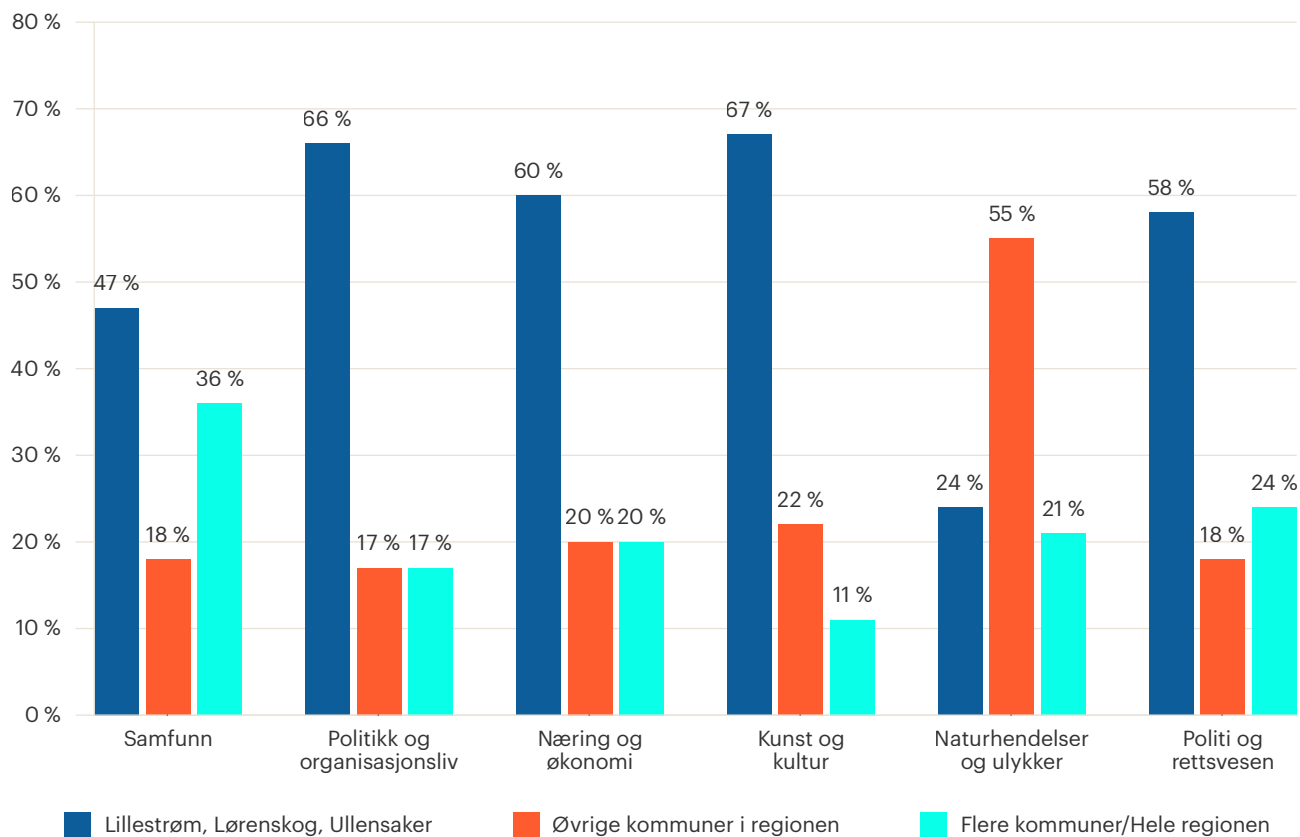
DEL 2

Til forskjell fra Lillestrøm, Ullensaker og Lørenskog er de resterende åtte kommunene kun omtalt i 21 prosent av utvalget. Nannestad og Hurdal er kommunene med minst omtale i materialet, de er til sammen omtalt i bare åtte artikler. Dette er færre enn antall artikler om Nittedal og Rælingen (henholdsvis ti og elleve artikler). Både Nannestad og Hurdal er en del av dekningsområdet til Eidsvoll-Ullensaker Blad, slik at den reelle dekningsområdene totalt er høyere. Også kommunene Nes, Aurskog-Høland, Eidsvoll og Nittedal, som alle har en dekning på to-tre prosent i materialet, dekkes av andre lokalaviser. Rælingen dekkes derimot i hovedsak bare av Romerikes Blad.

Overordnet er det flere forskjeller i den tematiske dekningsområdene av kommunene. Figur 21 viser hvordan de enkelte temaene fordeler seg på ulike deler av regionen.¹¹⁵ De tre mest folkerike kommunene står for en vesentlig høyere andel av de forskjellige temaene enn de øvrige kommunene gjør samlet. Unntaket er temaet naturhendelser og ulykker. Årsaken er omtalen av skredet i Gjerdrum kommune i overgangen fra 2020 til 2021. Hele 30 prosent av temaet naturhendelser/ulykker er lokalisert til Gjerdrum. For temaene samfunn og politi/rettsvesen, er andelen lavest for kommunene som ikke er blant de tre største.

Figur 21 – den tematiske dekningsområdene i Romerikes Blad, utvalgte temaer (tall i prosent)

Kilde: Høgskolen i Volda



¹¹⁵ Figuren tar utgangspunkt i de artiklene som er lokalisert til en eller flere kommuner i regionen eller hele regionen. Nasjonale og internasjonale saker er utelatt. Det samme gjelder saker som er hentet fra andre steder i landet.

DEL 2

I tillegg til de overordnede temaene som vist i figur 21, har forskerne gjort en mer detaljert analyse av den tematiske deknningen basert på 40 ulike temakategorier. Lillestrøm er omtalt i 101 artikler, som til sammen omfatter 25 ulike temaer. De 59 artiklene som omtaler Ullensaker, dekker til sammen 22 ulike temaer, mens artiklene som

omtaler Lørenskog, til sammen omhandler 15 temaer. Tabell 10 viser de ti største temaene i deknningen av kommunene Lillestrøm og Ullensaker. De største temaene utgjør 81 prosent av omtalen av Lillestrøm og 72 prosent av omtalen av Ullensaker.

Tabell 10 – de ti største temaene i omtalen av Lillestrøm og Ullensaker (tall i prosent)

Lillestrøm (N=101)		Ullensaker (N=59)	
Toppidrett	21	Kriminalitet rettsvesen	20
Kommunal forvaltning	10	Fylkes- og lokalpolitikk	12
Trafikk, kommunikasjoner	9	Oppkjøp, fusjoner og nedlegging, nyetablering	7
Ulykker i Norge	8	Trafikk, kommunikasjoner	7
Kriminalitet rettsvesen	8	Lokal idrett, mosjonsidrett	7
Fylkes- og lokalpolitikk	7	Kommunal forvaltning	5
Populærkultur og underholdning	6	Toppidrett	5
Helse	5	Rikspolitikk	3
Oppkjøp, fusjoner og nedlegging, nyetablering	4	Næringslivsrapporter	3
Skole, utdanning, forskning	3	Skole, utdanning, forskning	3

Kilde: Høgskolen i Volda

Oversikten i tabell 10 indikerer noen fellestrekk i de redaksjonelle prioriteringene av temaer. Sju temaer inngår i begge oversiktene, deriblant fylkes- og lokalpolitikk, kommunal forvaltning, rettsvesen, skole og utdanning og næringskategorien oppkjøp/fusjoner/ nedleggelse. Den redaksjonelle deknningen kjennetegnes likevel ved at ett tema får vesentlig mer omtale enn de øvrige. Lillestrøm skiller seg ut med en langt hyppigere deknning av toppidrett. Dette skyldes i hovedsak omtale av regionlaget i fotball, Lillestrøm Sportsklubb. Omtalen omfatter både kvinnelaget og herrelaget. Ullensaker skiller seg ut med en

høy andel saker om kriminalitet. Noen av sakene handler om forhold ved flyplassen på Gardermoen, men det er også saker som omhandler andre typer kriminalitet. Et generelt trekk ved den redaksjonelle deknningen av de to kommunene er at sakene enten har høy nyhetsverdi etter journalistiske kriterier eller høy underholdningsverdi. Dermed er sakene av interesse for lesere i hele regionen.

Tabell 11 viser den tematiske deknningen av Lørenskog i Romerikes Blad og den versjonerte utgaven Mitt Lørenskog.



DEL 2

Tabell 11 – de ti største temaene i omtalen av Lillestrøm (tall i prosent)

Lørenskog i Romerikes Blad (N=47)		Lørenskog i Mitt Lørenskog (N=92)	
Kriminalitet rettsvesen	40	Boligmarkedet	15
Populærkultur, underholdning	11	Fylkes- og lokalpolitikk	10
Sykehus, pleiehjem	9	Kommunal forvaltning	10
Fylkes- og lokalpolitikk	6	Natur og miljøvern	8
Ulykker i Norge	6	Næringslivsrapporter	7
Statlig forvaltning	4	Skole, utdanning, forskning	7
Helse	4	Rikspolitikk	5
Trafikk, kommunikasjoner	4	Oppkjøp, fusjoner og nedlegging, nyetablering	4
Næringslivsrapporter	2	Kriminalitet rettsvesen	4
Oppkjøp, fusjoner og nedlegging, nyetablering	2	Trafikk, kommunikasjoner	4

Kilde: Høgskolen i Volda

Romerikes Blads dekning av Lørenskog ligner på dekningen av Lillestrøm og Ullensaker, men skiller seg ut med en svært stor dekning av en riks kjent kriminalsak. Mitt Lørenskogs dekning av kommunen har en helt annen profil, både når det gjelder temaene i seg selv og selve dekningen av temaene. Sakene er mer lokale og har ofte en mer positiv innramming. Flere av artiklene tar sikte på å vise frem gode ting som skjer i Lørenskog, for eksempel etableringer av restauranter og andre bedrifter, og dyktige folk som flytter til kommunen. Den versjonerte utgivelsen tar også opp lokale utfordringer, som press i boligmarkedet, og har dessuten en høyere andel dekning av lokalpolitikk og kommunal forvaltning. Jevnt over har stoffet likevel en profil som først og fremst tjener en lim-funksjon, det vil si journalistikk som ikke er kritisk eller negativt innrettet, men som

med en positiv eller nøytral vinkling forteller om det som skjer i kommunen og nærmiljøene.

Sammenligningen av stoffet om Lørenskog i Romerikes Blad og i Mitt Lørenskog tyder på en klar arbeidsdeling mellom de versjonerte publikasjonene og Romerikes Blads øvrige dekning. De versjonerte utgivelsene tilbyr hovedsakelig hyperlokalt stoff, altså artikler som først og fremst er av interesse for dem som bor i kommunen. Til forskjell er mye av stoffet i Romerikes Blad rettet mot «alle» leserne, det vil si at det i stor grad er innhold av overlokal ¹¹⁶ eller regional interesse. Samtidig er den versjonerte utgaven Mitt Lørenskog, sammen med de øvrige Mitt Lillestrøm og Mitt Jessheim, med på å fremheve den redaksjonelle prioriteringen av nettopp de tre mest folkerike kommunene.

116. At en artikkel er overlokal innebærer at artikkelen ikke bare er av interesse for den kommunen der saken/hendelsen foregår, men at saken har en nyhetsinteresse for lesere i flere kommuner eller hele regionen. Begrepet henviser til et geografisk nivå over det helt lokale.

DEL 2

Rælingen og Nannestad omtales i henholdsvis elleve og fem artikler. Romerikes Blads dekning av disse to kommunene er knapp og for knapp til å kunne kalles en systematisk dekning av viktige temaområder i såpass folkerike kommuner.¹¹⁷ Rælingen dekkes i flere artikler, men forskjellen mellom de to mediene skyldes i hovedsak artikler om toppidrett med nasjonal eller regional interesse.¹¹⁸ 45 prosent av artiklene som er lokalisert til Rælingen, handler om toppidrett. Utover toppidrett handler dekningen av Rælingen om ulykker, rettsvesen, trafikk, oppkjøp/fusjoner/nedleggelse og en kunstanmeldelse, mens dekningen av Nannestad handler om trafikk, fylkes- og lokalpolitikk, kommunalforvaltning og toppidrett. Foruten omtalen av toppidrett, viser analysen at den tematiske dekningen i hovedsak består av demokratisk relevante temakategorier. Dette indikerer at selv om dekningen er knapp, så inneholder den omtale av saker med stor vesentlighet for lokalsamfunnene.

Gjerdrum er den minst folkerike kommunen som har Romerikes Blad som sin hovedavis. Den lokaljournalistiske dekningen er svært knapp, i likhet med dekningen av Nannestad. Det høye antallet artikler i oversikten skyldes ene og alene jordskredet i Gjerdrum, som var en sak av stor nasjonal interesse. 35 av 40 artikler handler på ulike måter om jordskredet i Gjerdrum. De øvrige fem artiklene handler om smittevern, sport, trafikkulykker og helse/livsstil.

Selv om dekningen av flere av kommunene er knapp, er det likevel en bredde i temaene som formidles. Innholdet er også av stor vesentlighet for lokalsamfunnene. Selv om to av kommunene, Rælingen og Gjerdrum, i stor grad dekkes av enten én kategori (sport) eller at dekningen i stor grad er relatert til én spesifikk hendelse (jordskred), tyder analysen på at avisen har en journalistisk beredskap i hele regionen, noe som tilsier at redaksjonen evner å fange opp store saker og har ressurser til å dekke viktige hendelser.

117. Rælingen kommune hadde 19 111 og Nannestad 15 231 innbyggere per 1. kvartal 2022 (Statistisk sentralbyrå).

118. Henrik Kristoffersens alpinprestasjoner og Rælingens eliteserielag i håndball.

6.3 KOMMUNEDEKNINGEN I GLÅMDALEN

Glåmdalen dekker en hovedsakelig monosentrisk region, der Kongsvinger er ABS-senteret og den største kommunen. Kommunen Åsnes er imidlertid svakt integrert både i Kongsvinger og i Elverum i nord, og defineres derfor som en egen ABS-region. Kommunene utenom Kongsvinger har moderat til lav befolkningstetthet. Glåmdalen er hovedavis i kommunene Kongsvinger, Nord-Odal, Sør-Odal, Eidskog, Grue og Åsnes, men avisen dekker også kommunene Våler og Nes. I tillegg til Glåmdalen dekkes Våler og Åsnes også

av lokalavisen Østlendingen. Åsnes er dessuten utgiversted for den lokale ukeavisen Solungavisa, som dekker Åsnes, Grue og Våler, mens Kongsvinger også dekkes av lokalavisen Mitt Kongsvinger.¹¹⁹

174 av artiklene i materialet er lokalisert til en av kommunene i Glåmdalen. Dette tilsvarer 45 prosent av artiklene. Tabell 12 viser fordelingen på de forskjellige kommunene. Alle kommunene er omtalt i materialet.

Tabell 12 – andel artikler lokalisert til en av kommunene i Glåmdalen

Kommune	Antall	Prosent
Kongsvinger	88	23
Sør-Odal	22	6
Åsnes	15	4
Nes	15	4
Eidskog	13	3
Grue	10	3
Nord-Odal	6	2
Våler	5	1

Kilde: Høgskolen i Volda

Både Glåmdalen og Romerikes Blad eies av Amedia, og det kan medvirke til at det til en viss grad kan være likheter i de to avisenes redaksjonelle strategier. Tabell 12 viser at det hos Glåmdalen som hos Romerikes Blad er til dels store forskjeller i dekningsgraden av de forskjellige kommunene. Kongsvinger dekkes i 23 prosent av sakene. Det er omtrent like mye som dekningsgraden av de andre

kommunene til sammen (22 prosent). Nord-Odal og Våler er kommunene med minst dekning, med henholdsvis én og to prosent. Våler dekkes også av ukeavisen Solungavisa, noe som gjør at den reelle dekningsgraden av kommunen totalt sett er høyere. Nord-Odal dekkes derimot kun av Glåmdalen.

¹¹⁹ Eidskog har siden 2022 blitt dekket av Mitt Eidskog. Mitt Eidskog var imidlertid ikke lansert i det tidsrommet som analysen baserer seg på.



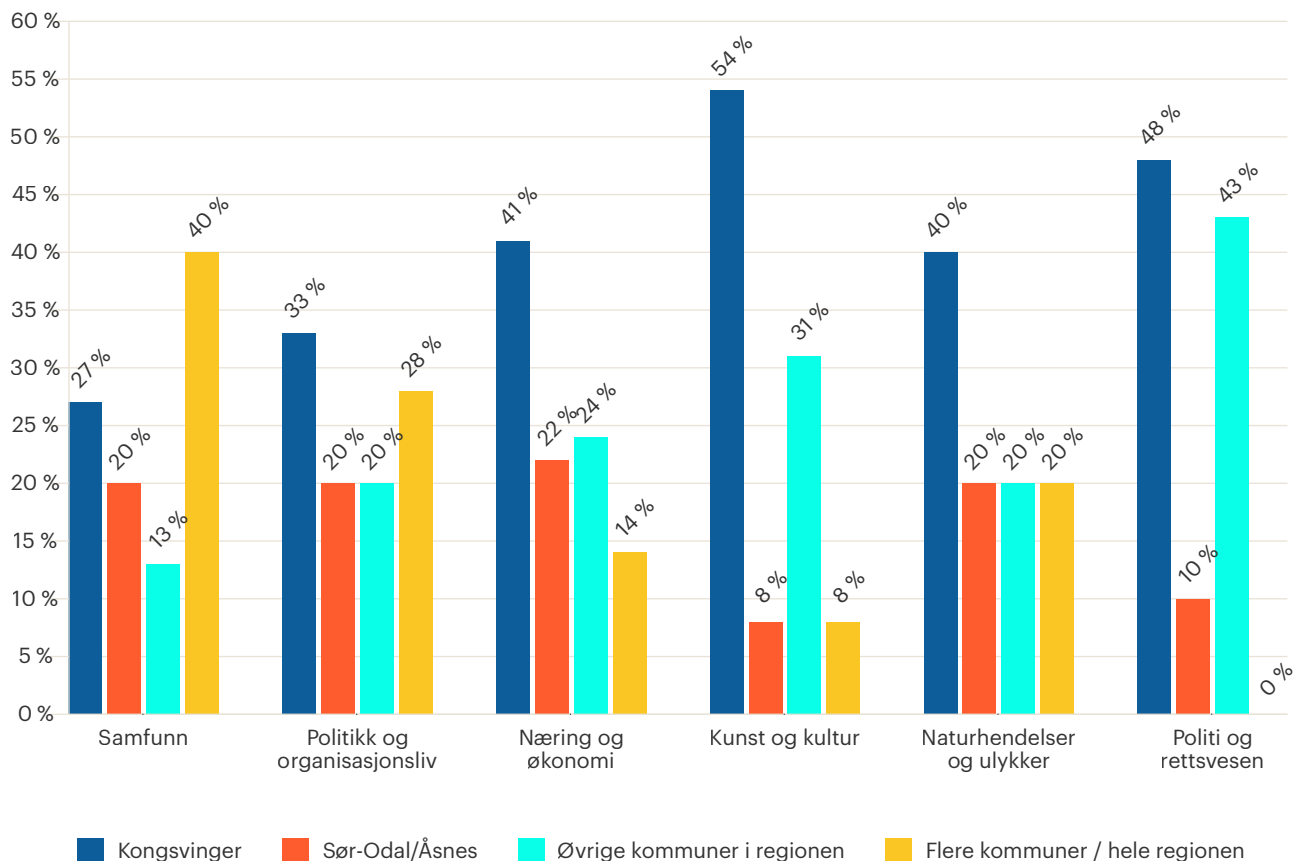
DEL 2

Glåmdalen dekker de mest befolkningstette kommunene bredt og systematisk, men med størst vekt på saker av overlokal¹²⁰ eller regional interesse. Overordnet er det imidlertid mindre forskjeller i den tematiske dekingen av kommunene i Glåmdalen enn i Romerikes Blad. Figur 22 viser likevel hvordan dekingen av Kongsvinger kommune skiller seg fra dekingen av de andre kommunene i regionen. En vesentlig større andel av temaene næring/økonomi, kunst/kultur og naturhendelser/ulykker er saker lokalisert til Kongsvinger. Også for temaet politi/rettsvesen er en høy andel saker lokalisert til Kongsvinger,

selv om en høy andel saker også er lokalisert til kommunene Nord-Odal, Eidskog, Grue, Våler og Nes samlet. For temaet samfunn er den høyeste andelen (40 prosent) saker som enten er lokalisert til flere kommuner eller som omfatter hele regionen. Også for politikk/organisasjonsliv er en høy andel lokalisert til flere kommuner eller til hele regionen (28 prosent). Dette tyder på at Glåmdalen i omtalen av samfunn og politikk/organisasjonsliv har en bred deking av saker som har betydning for befolkningen i hele eller store deler av regionen.

Figur 22 – den tematiske dekingen i Glåmdalen, utvalgte temaer (tall i prosent)

Kilde: Høgskolen i Volda



¹²⁰. Overlokal viser til et geografisk nivå over det helt lokale, i motsetning til hyperlokal. At en artikkel har en overlokal interesse, innebærer at saken har en nyhetsverdi for lesere i også andre kommuner i regionen.

DEL 2

Den største forskjellen i deknningen av Kongsvinger og ABS-regionen Åsnes er først og fremst publiseringsfrekvensen. I tillegg har Kongsvinger-stoffet et visst innslag av innhold som har en lim-funksjon, det vil si innhold som i stor grad fungerer som sosialt lim i lokalsamfunnet. Denne lim-funksjonen blir tydelig når vi tar utgangspunkt i de samme 40 temakategoriene som ble brukt i analysen av Romerikes Blad. Særlig innholdet om topp- og breddeidrett, kunst/kultur og populærkultur/underholdning, som til sammen utgjør 29 prosent av deknningen, har en lim-funksjon. Dekningen av Kongsvinger omfatter til

sammen 22 forskjellige temaer. Åsnes er omtalt i 15 artikler, fordelt på 13 ulike temaer. Med tanke på frekvensen er deknningen av Åsnes temmelig bred, med en forholdsvis systematisk dekning av en god del samfunnsområder. Det indikerer at Glåmdalen har et bredt journalistisk søkelys på lokalsamfunnene i kommunen.

Tabell 13 viser de ti største temaene i deknningen av Kongsvinger og Åsnes. De største temaene utgjør 70 prosent av deknningen i Kongsvinger og 82 prosent av deknningen i Åsnes.

Tabell 13 – de ti største temaene i omtalen av Kongsvinger og Åsnes (tall i prosent)

Kongsvinger (N=88)		Åsnes (N=15)	
Kriminalitet rettsvesen	11	Kommunal forvaltning	13
Toppidrett	11	Lokal idrett, mosjonsidrett	13
Skole, utdanning, forskning	8	Rikspolitikk	7
Kunst, kultur	7	Fylkes- og lokalpolitikk	7
Ulykker i Norge	6	Politisk demonstrasjon	7
Trafikk, kommunikasjoner	6	Næringslivsrapporter	7
Lokal idrett, mosjonsidrett	6	Skole, utdanning, forskning	7
Andre økonomiske forhold	5	Flyktninger, asylsøkere, innvandrerspørsmål	7
Helse	5	Ulykker i Norge	7
Populærkultur, underholdning	5	Kriminalitet rettsvesen	7

Kilde: Høgskolen i Volda

Glåmdalens Kongsvinger-dekning har fellestrekk med Romerikes Blads dekning av Lillestrøm. Toppidrett, med vekt på regionens fotballag KIL, får mye plass. Ellers prioriteres om lag de samme temaene som Romerikes Blad prioriterer i Lillestrøm, Lørenskog og Ullensaker. I tillegg har deknningen av Kongsvinger den samme geografiske profilen som deknningen av de tre største

kommunene på Romerike. Saker med interesse for hele regionen blir prioritert, og det er lite stoff som kun er av interesse for innbyggerne i Kongsvinger kommune. Mens Kongsvinger har en del omtale av idrett, kultur og populærkultur, utgjør omtalen av kommunal forvaltning, politikk (inkludert politiske demonstrasjoner) og næringsliv til sammen 41 prosent av deknningen i Åsnes.

DEL 2

Tabell 14 viser deknningen av Nord- og Sør-Odal. Odals-kommunene er på flere måter ganske ulike. Nord-Odal er en typisk utkantkommune med spredt befolkning. Sør-Odal ligger mer sentralt når det gjelder offentlige kommunikasjoner og har om lag 60 prosent flere innbyggere enn Nord-Odal. Sør-Odal er også den nest største

kommunen i regionen og tilbyr blant annet videregående utdanning. Dette reflekteres i deknningen. I det analyserte materialet er det publisert seks saker om fem ulike temaer i Nord-Odal. Fem av sakene har høy nyhetsverdi, og alle seks sakene er av interesse utover kommunen. Sør-Odal er omtalt i 22 artikler fordelt på 14 temaer.

Tabell 14 – de ti største temaene i omtalen av Nord- og Sør-Odal (tall i prosent)

Sør-Odal (N=14)		Nord-Odal (N=6)	
Boligmarkedet	18	Olje- og energi	33
Kommunal forvaltning	14	Ledelse i næringslivet	17
Ulykker i Norge	14	Kommunal forvaltning	17
Toppidrett	9	Helse	17
Norsk økonomi, tendenser	5	Lokal idrett, mosjonsidrett	17
Oppkjøp, fusjoner og nedlegging, nyetablering	5		
Andre økonomiske forhold	5		
Skole, utdanning, forskning	5		
Natur og miljøvern	5		
Helse	5		

Kilde: Høgskolen i Volda

Dekningen av Sør-Odal har klare fellestrekk med Åsnes, den er bred og synes å være et resultat av en systematisk journalistisk dekning av ulike samfunnsområder i kommunen. Sør-Odal har likevel en høyere andel innhold relatert til næring og økonomi enn både Åsnes og Kongsvinger, i tillegg til flere saker om boligmarkedet. Mens Sør-Odal har en forholdsvis systematisk dekning, fremstår deknningen av Nord-Odal først og fremst som en journalistisk beredskap for større saker.

Dekningen av Grue og Eidskog har fellestrekk med deknningen av Nord-Odal, men er likevel litt større og videre. Begge kommunene ligger geografisk nærmere Kongsvinger, noe som kan være én av flere mulige forklaringer på hvorfor det rettes større journalistisk oppmerksomhet mot Grue og Eidskog enn Nord-Odal. Eidskog er omtalt i 13 artikler fordelt på åtte temaer, mens de ti

artiklene om Grue fordeler seg på ni temaer. Dekningen av Eidskog preges av en rekke krim saker av regional og nasjonal interesse, knyttet til grenseovergangen på Magnormoen. Til sammen utgjør krimdekningen 46 prosent av omtalen av Eidskog. I tillegg omtales temaene populærkultur/underholdning, fylkes- og lokalpolitikk, boligmarkedet, skole og utdanning, kunst/kultur og lokal idrett. I Grue omtales temaene fylkes- og lokalpolitikk, økonomi, landbruk/fiske, trafikk, kunst/kultur, medier, kirkestoff og toppidrett.

Analysen viser at den journalistiske overvåkingen av Grue, Eidskog og særlig Nord-Odal gir en lavfrekvent dekning, men fanger opp større hendelser. Det tyder på at Glåmdalen har en journalistisk beredskap i hele dekningsområdet, og at redaksjonen evner å fange opp store saker og sette inn ressurser når store hendelser oppstår.



7. Tematisk innhold i NRK og TV 2



EBANKEN
SØR
Sport 1
EXE



DEL 2

Allmennkringkasting er et sentralt virkemiddel for å realisere statens mediepolitiske mål, inkludert å fremme mediemangfold og bidra til konkurranse mellom et mangfold av redaktørstyrte journalistiske medier. Allmennkringkasting skal stimulere til økt kvalitet og bidra til et differensiert innholdstilbud til hele befolkningen. Allmennkringkasterne har derfor fått visse privilegier fra myndighetene i bytte mot å utføre viktige samfunnsoppgaver.

Krav til å sende spesifikke programkategorier har vært en integrert del av de regulatoriske virkemidlene for å oppnå innholdsmangfold, blant annet i form av spesifikke krav til innhold i NRKs vedtekter og i konsesjonsavtalene til TV 2, P4 og Radio Norge. Kravet til allmennkringkasterne har blant annet vært at de skal tilby nyheter og aktualitetsstoff, fungere som kanaler for samfunnsdebatt og kulturformidling og ha en profil av allmenn karakter og interesse. Profilkravet har bidratt til å understreke allmennkringkasternes forventede rolle som en arena for en felles samfunnsorientering på nasjonalt nivå for store deler av befolkningen.

Etter at det riksdekkende FM-nettet ble avviklet, kreves det ikke lenger at P4 og Radio Norge skal sende allmennkringkastingsinnhold. Dermed har nå kun NRK og TV 2 status som allmennkringkastere.

NRK-plakaten definerer statens krav og forventninger til NRK og setter rammene for NRKs virksomhet. Her heter det blant annet at NRK skal ivareta ytringsfrihet og ytringsvilkår for borgerne, være med og fremme den offentlige samtalen og medvirke til at alle borgere får tilstrekkelig informasjon til å kunne delta aktivt i demokratiske prosesser (§ 13). NRK skal også reflektere det geografiske mangfoldet og ha et godt lokalt

tilbud (§ 20), tilby nyheter, aktualiteter og kulturstoff (§ 42) og bidra til økt kunnskap om internasjonale forhold (§ 43).

TV 2 inngikk i 2018 en avtale med staten om økonomisk kompensasjon av nettokostnader for å levere allmennkringkastingsinnhold. I avtalen, som gjelder til og med 2023, har TV 2 forpliktet seg til en allmennkringkasterprofil og til å sende egenproduserte riksdekkende nyhetsprogram daglig.

Medietilsynet har samlet inn data fra nyhets-sendinger og debattprogram på lineær tv og radio som er sendt i NRK og TV 2 i 2020, og vi har fått bistand fra medieforskerne Mona Solvoll og Ragnhild Olsen ved Handelshøyskolen BI til å analysere materialet. Det empiriske materialet består av innslag fra to nyhetsprogram og fire debattprogram. Følgende program er inkludert i datamaterialet: Dagsnytt 18 (P2), Debatten (NRK1), Politisk kvarter (P2), Dagsrevyen 21 (NRK1), 1730 (TV 2 Nyhetskanalen) og 21-Nyhete- ne (TV 2). Til sammen er 925 innslag analysert.

Analysen omhandler hvilke temaer som formidles, innslagenes geografiske forankring (lokal, nasjonal, internasjonal), innslagenes vinkling (positiv, nøytral, negativ, kritisk) og hvilke kilder som kommer til orde.



DEL 2

7.1 MEST OM POLITIKK I DEBATT- OG NYHETSENDINGENE

Den manuelle analysen av NRK og TV 2 baserer seg på færre temakategorier enn stordataanalysen, og gir derfor et grovere inndelt bilde av temasammensetningen.¹²¹

De fire mest dekkede temakategoriene i NRKs og TV 2s debatt- og nyhetssendinger i 2020 samlet var politikk (23 prosent), sosiale tema (21 prosent), helse (18 prosent) og økonomi (14 prosent). Til sammen utgjorde disse fire kategoriene tre firedeler av alt innholdet.

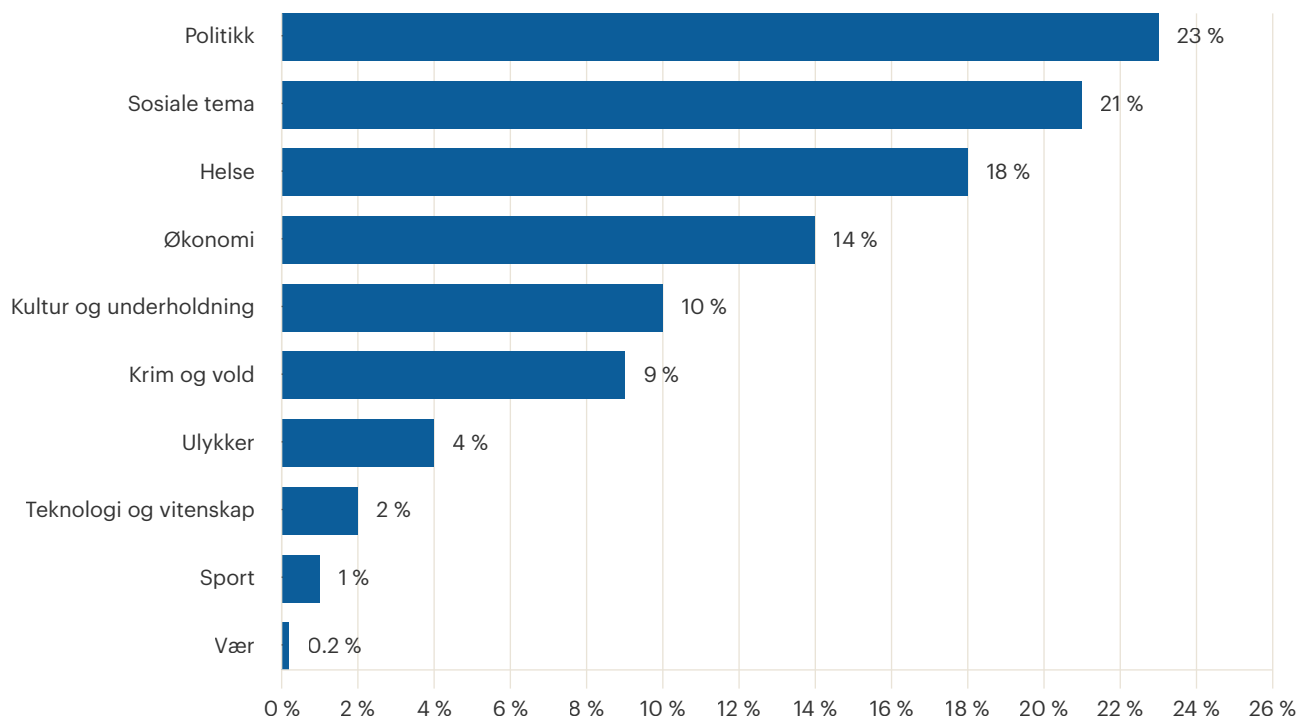
Kategorien sosiale tema inneholder saker som ofte er en sammenblanding av samfunnsproblemer, politiske standpunkt og perspektiver fra interesse- og arbeidslivsorganisasjoner. Sosiale tema utgjør dermed en slags ryggrad av samfunnsrelevant journalistikk.¹²² Også temakategoriene politikk og organisasjonsliv, økonomi, næringsliv og kultur berører på ulikt vis kjernen

av utviklingen i levekår, demokrati, offentlighet, velstand, kultur og identitet.¹²³ Dette stoffet har derfor stor samfunnsrelevans.

Kultur og underholdning, og krim og vold, utgjør henholdsvis ti og ni prosent av innholdet, ulykker er tema for fire prosent av det totale innholdet, mens teknologi og vitenskap, sport og vær er svært lite dekket (to prosent eller mindre). Teknologi og vitenskap inkluderer blant annet nyheter om teknologiutvikling og forskningsnyheter – områder som har stor relevans for blant annet næringsliv og det grønne skiftet. Likevel er det svært få innslag om teknologi og vitenskap i debatt- og nyhetssendingene. Hvis en tematisk blindsoner skulle defineres ut fra de innholdskategorier som er benyttet her, er det mulig å si at saker om teknologi og vitenskap er underdekket i nyhets- og debattsendingene til NRK og TV 2.

Figur 23 – tema i NRKs og TV 2s nyhets- og debattsendinger 20 (tall i prosent)

Figur: Solvoll og Olsen (2021)



¹²¹ Se nærmere beskrivelser i kapittel 11.

¹²² Sjøvaag, Helle (2020) Tre spørsmål om metodeutvikling. Norsk medietidsskrift, 27(03), 1–5.

¹²³ Bjerke, Paul (2021). Innholdsanalyse av Subjekt. Utgivelsesåret 2020, side 29.



DEL 2

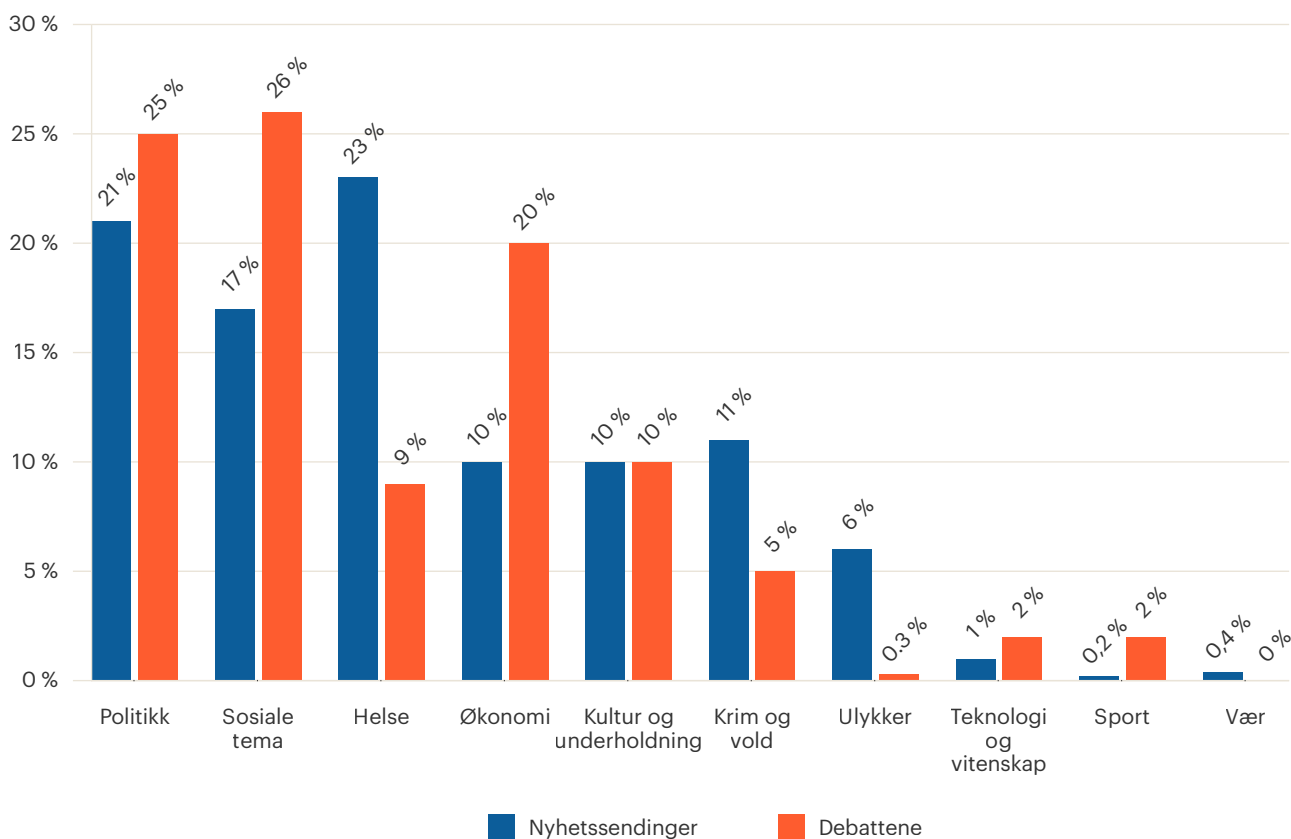
Det er store forskjeller i hvilke temaer som dekkes i de to formatene nyheter og debatt.

Figur 24 viser at de to nest største temakategoriene, helse og økonomi, fordeler seg ganske ulikt mellom debatt- og nyhetssendinger. Også politikk og sosiale tema er noe ujevnt fordelt på de to formatene, men her er fordelingen likevel jevnere.

For to av de mest marginale temaene, teknologi og vitenskap og vær, er forskjellene mellom nyhets- og debattsendinger minimale, mens sport i større grad er tema i debattsendingene enn i nyhetssendingene. Det analyserte materialet omfatter imidlertid ikke sportssendingene, og det kan derfor være naturlig at det er lite innhold om sport i nyhetssendingene. Når det finnes egne sportssendinger, er det naturlig å anta at nyhetsterskelen i de ordinære nyhetssendingene er noe høyere for sportssaker enn for andre temaer.

Figur 24 – tematisk innhold i NRKs og TV 2s nyheter og debatt 2020 (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021)





DEL 2

De mest dekkede temaene i nyhetssendingene i 2020 var helse (23 prosent), politikk (21 prosent) og sosiale tema (17 prosent). Helse var et betydelig større tema i nyhetssendingene enn i debattprogrammene (23 prosent mot ni prosent). Koronapandemien er en naturlig forklaring på hvorfor helse er høyt representert i nyhetssendingene, som var sentrale kanaler for informasjon om smittespredning og tiltak under pandemien.

Ulykker er også ulikt dekket og har i liten grad vært tema i debattprogrammene (seks prosent mot 0,3 prosent). Dette er naturlig, da ulykker i stor grad er hendelsesrelatert og derfor ikke egner seg spesielt godt for debattformatet. Det samme gjelder i stor grad for krim og vold (elleve mot fem prosent).

I debattprogrammene var sosiale tema (26 prosent), politikk (25 prosent) og økonomi (20 prosent) de mest dekkede temaene i 2020. Økonomi fikk dobbelt så mye oppmerksomhet i debattprogrammene som i nyhetssendingene (20 prosent mot ti prosent). Økonomi er et tema som har stor relevans for samfunnet, og det kunne derfor vært rimelig at saker om økonomi utgjorde en noe større andel av innholdet, særlig i nyhetssendingene.

Kultur og underholdning utgjorde ti prosent av innholdet i begge formatene, mens teknologi og vitenskap, sport og vær ikke i særlig grad var tema i verken nyhetssendinger eller debattprogrammer i 2020.



DEL 2

7.2 LIK TEMAFORDELING I LINEÆRE NYHETSENDINGER PÅ NRK OG TV 2

Den tematiske fordelingen av innholdet i nyhetsendingene til NRK og TV 2 er nokså lik. Helse (23 prosent), sosiale tema (19 prosent) og politikk (17 prosent) utgjorde de tre største temaene i NRKs Dagsrevyen 21 i 2020 og utgjorde til sammen 59 prosent av innholdet i det analyserte materialet. I TV 2s 21-nyhetene var helse og politikk de største temaene (begge 24 prosent) etterfulgt av sosiale tema (16 prosent). Dette utgjorde totalt 64 prosent av innholdet.

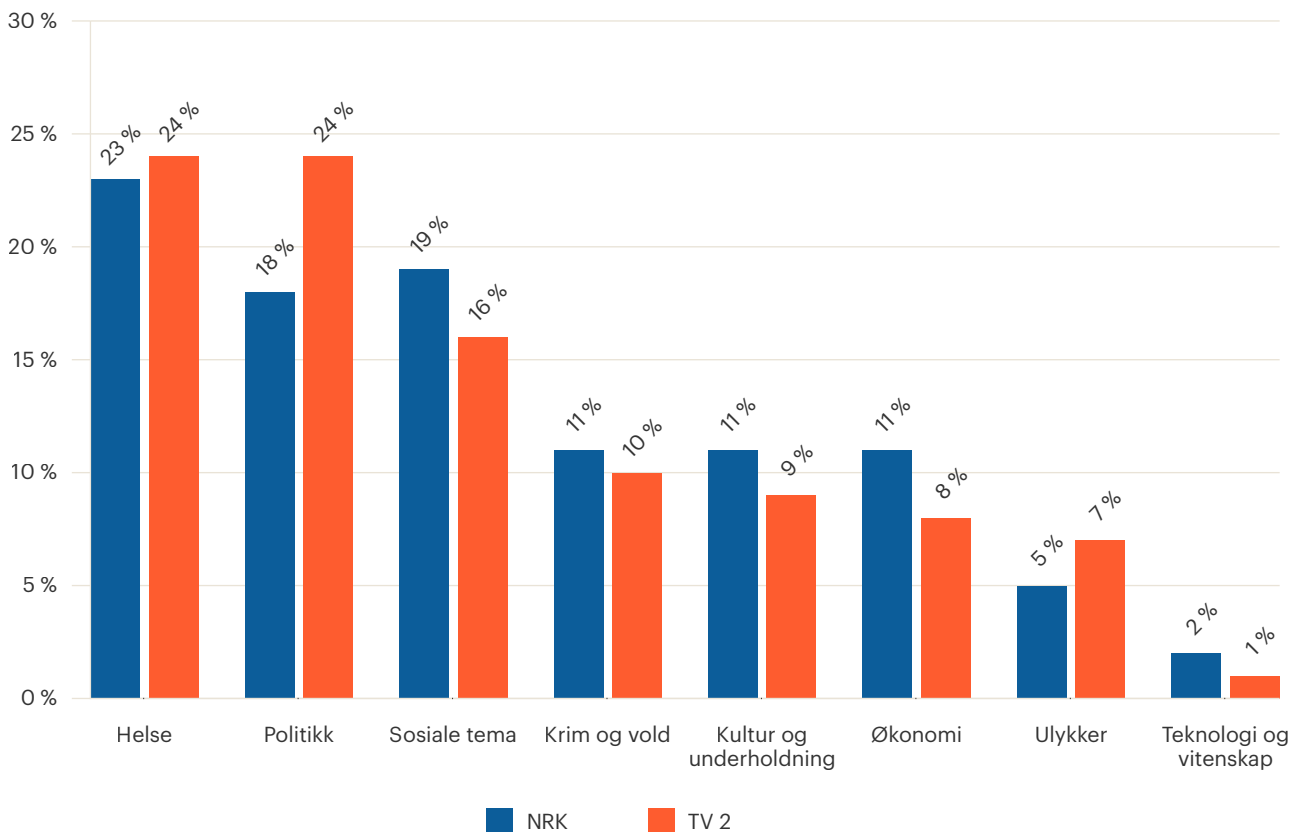
Tematisk var det små forskjeller mellom Dagsrevyen og 21-nyhetene i 2020. Størst var forskjellen for kategorien politikk, der TV 2 hadde 24 prosent, mot 17 prosent i NRK. NRK hadde derimot flere saker om sosiale tema (19 mot 16 prosent) og noe mer om økonomi (elleve mot åtte pro-

sent). De to aktørene hadde omtrent samme andel saker om helse, med 24 prosent for TV 2 og 22 prosent for NRK, og begge hadde omtrent en tiendedel saker om krim og vold. Begge kanaler hadde også en lav andel saker om teknologi og vitenskap, med henholdsvis én prosent for TV 2 og to prosent for NRK.

Totalt var temafordelingen noe jevnere på 21-sendingen til NRK enn for TV 2. NRK hadde en noe lavere dekning av de største temakategoriene helse, politikk og sosiale tema, og noe mer innhold innenfor kategoriene krim og vold, kultur og underholdning og økonomi. Selv om begge aktørene har en høy andel saker om helse, politikk og sosiale tema, viser variasjonene at nyhetsprogrammene til NRK og TV 2 utfyller hverandre.

Figur 25 – tematisk fordeling i NRKs (n=258) og TV 2s nyhetssendinger kl. 21 2020 (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021)



DEL 2

Analysen viser noen forskjeller mellom debatt- og nyhetssendingene på de to kanalene. Mens helse utgjorde 23 prosent i Dagsrevyen 21, utgjorde det samme temaet kun sju prosent i NRKs debattsendinger. Helse var dermed langt høyere prioritert på nyhetsplass enn i debattprogrammene i NRK i 2020. For sosiale tema, politikk og økonomi er mønsteret motsatt. Disse tre temåene utgjorde henholdsvis 19, 17 og elleve prosent av innholdet i Dagsrevyen, mot henholdsvis 28, 23 og 21 prosent i debattsendingene.

Siden 2020 var det første året med koronapandemi, kan andelen debattsaker om helse synes å være noe lav. Debattsaker relatert til pandemien er imidlertid også kodet innenfor temaene økonomi, sosiale tema, politikk, kultur og underholdning, teknologi, kriminalitet og sport. Totalt var 30 prosent av NRKs debattsaker relatert til pandemien i 2020. Samtidig er det noen forskjeller mellom helsestoffet i Dagsrevyen og i NRKs debattprogram. Mens kun et fåtall helsesaker i

nyhetssendingene handler om andre ting enn pandemien, handler en tredel av helsesakene i debattsendingene om andre ting enn korona.

Mens helse og sosiale tema var ulikt prioritert i NRKs nyheter og debattsendinger, var fordelingen langt likere i TV 2s programformater. For sosiale tema var andelen nesten lik i 21-nyhetene (16 prosent) og 1730-sendingene (17 prosent), mens forskjellen var litt større for temaet helse (24 mot 21 prosent). Derimot var det mer politikk i debattsendingene (36 prosent) enn i nyhetene (24 prosent). Både i debattsendingene og nyhetssendingene hadde TV 2 en høyere andel politikk i 2020 enn NRK.¹²⁴ I likhet med i NRK var det en vesentlig andel av det debatterte helsestoffet i TV 2 som ikke handlet om koronapandemien (45 prosent). Samtidig var det pandemirelaterte debatter innenfor sosiale tema, kultur og underholdning og økonomi. Dette gjør at 28 prosent av debattsakene i TV 2 var relatert til pandemien.

124. Datamaterialet omfatter flere debattprogram i NRK enn i TV 2. I antall er det derfor flere innslag om politikk i NRK enn i TV 2.



DEL 2

7.3 TEMATISK MANGFOLD I ET GEOGRAFISK PERSPEKTIV

Innholdsmangfold handler ikke bare om tematisk mangfold, men også om mangfold i hvem som kommer til syne eller til orde i nyhetsmediene.¹²⁵ Denne dimensjonen av innholdsmangfold omfatter blant annet nyhetssakenes geografiske karakter eller nivå. Om en hendelse eller sak er lokalt, nasjonalt eller internasjonalt forankret, har også noe å si for hvilke perspektiver som blir synliggjort. Ikke minst har den geografiske forankringen lokalt en innvirkning på om borgere i ulike deler av landet har et nasjonalt nyhetstilbud som dekker saker og forhold av betydning for dem.

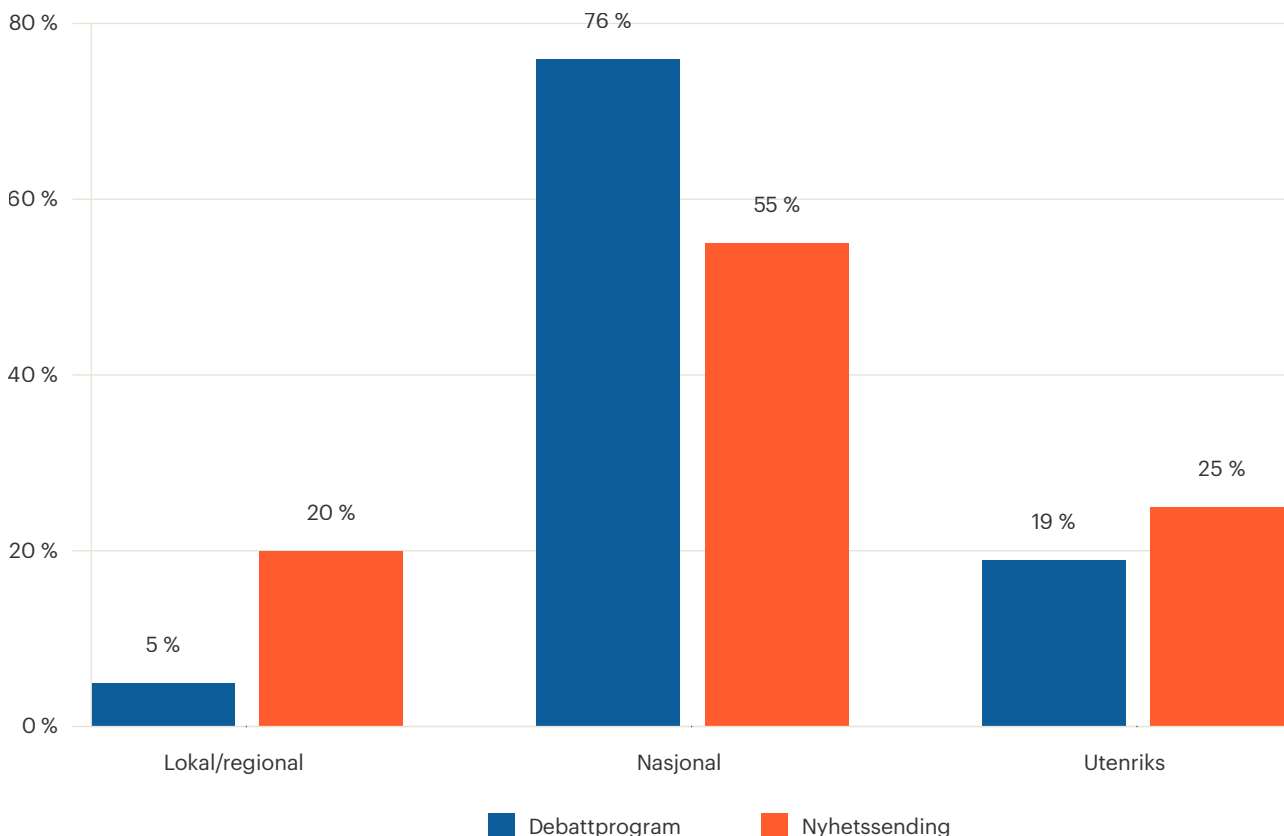
Analysene av NRKs og TV 2s debatt- og nyhetssendinger i 2020 viser at det var flest innslag av nasjonal karakter, og at disse sakene utgjorde 63 prosent av innslagene. 23 prosent av innslagene var utenriksaker og 14 prosent hadde en lokal/

regional vinkling, det vil si saker fra områder utenfor Oslo og innslag om Oslo som by.

Figur 26 viser hvordan andelen lokalt eller regionalt stoff, innenriks- og utenriksstoff fordeler seg på debattprogram og nyhetssendinger. Debattprogrammene var i stor grad forankret i nasjonale hendelser og temaer, mens nyhetssendingene hadde en jevnere geografisk fordeling av stoffet. 76 prosent av innholdet i debattprogrammene hadde nasjonalt fokus, mot 55 prosent for nyhetssendingene. Debattprogrammene hadde ellers 5 prosent lokalsaker og 19 prosent utenriksstoff, mot tilsvarende 20 og 25 prosent for nyhetssendingene. Lokale saker dekkes dermed i liten grad i nasjonale debattprogram på radio og tv.

Figur 26 – geografisk vinkling i NRKs og TV 2s nyhets- og debattinnslag 2020 (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021)



¹²⁵ Jf. NOU 2017: 7. Det norske mediemangfoldet – En styrket mediepolitikk for borgerne.



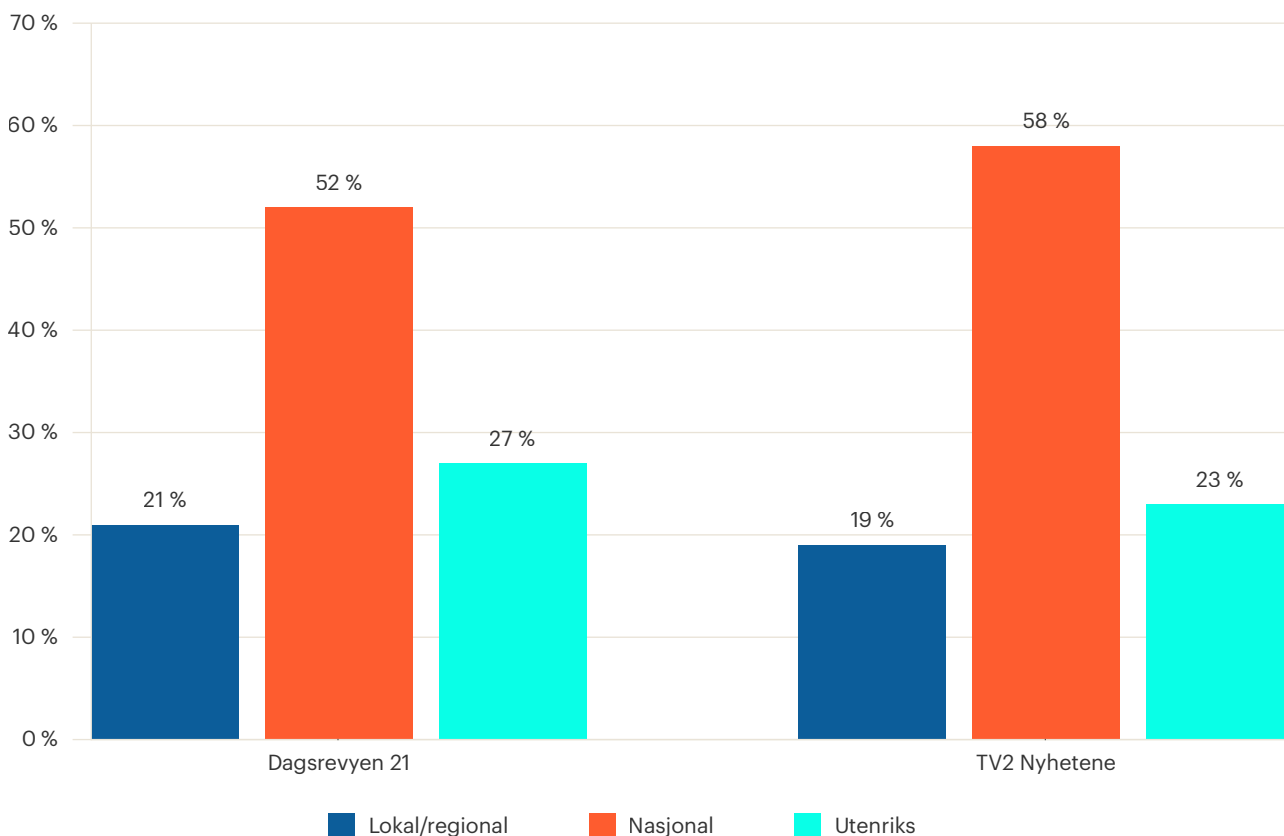
DEL 2

Dagsrevyen 21 og TV 2 Nyhetene klokken 21 hadde lik geografisk fordeling av innholdet i 2020. Hos begge aktørene utgjorde nasjonale saker litt mer enn halvparten av innholdet, mens andelen lokalt/regionalt stoff og utenriksstoff var relativt likt fordelt. Lokale og regionale nyheter er en sentral del av NRKs allmennkringkastingsoppdrag. Selv om andelen lokale nyheter var under halvparten av andelen nasjonale nyheter, er de lokale nyhetene en viktig del av nyhetstilbudet til de to allmennkringkasterne. NRK skal både ha et

godt lokalt tilbud og være til stede i alle landets fylker.¹²⁶ TV 2 er på sin side forpliktet til å ha sin sentrale nyhetsredaksjon minst 100 kilometer utenfor Oslo.¹²⁷ Formålet med disse bestemmelsene er å sikre en geografisk spredning av redaksjonelle kontorer og en bredde i utvalg av temaer, vinklinger og saker. De lokale og regionale sakene bidrar til at flere deler av landet reflekteres i nyhetssendingene. NRKs og TV 2s lokale og regionale dekning er derfor et viktig bidrag til innholdsmangfoldet.

Figur 27 – geografisk fordeling av innhold i NRK Dagsrevyen 21 og TV 2-Nyhetene kl. 21:00 2020 (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021)



¹²⁶. Jf. § 20 i NRK-plakaten.

¹²⁷. Jf. § 3-3 i avtalen om å levere kommersiell allmennkringkasting på tv mellom TV 2 og staten for perioden 2019–2023.



DEL 2

Det er grunn til å tro at koronapandemien i noen grad påvirket den geografiske fordelingen av innholdet i 2020. Medietilsynets studie av nettavisenes dekning av pandemien i 2020 viser at smittespredning og myndighetenes tiltak var nyhetstema for korona-relaterte saker (se kapittel 10). Særlig myndighetenes tiltak faller naturlig innunder den nasjonale kategorien, mens koronapandemiens utvikling i øvrige deler av verden kan ha forhøyet andelen utenriksstoff. Andelen som omhandlet korona i debatt- og nyhetsstoffet i 2020, var om lag 20 prosent av det totale innholdet. Det er derfor grunn til å tro at påvirkningen fra koronadekningen er noe begrenset.

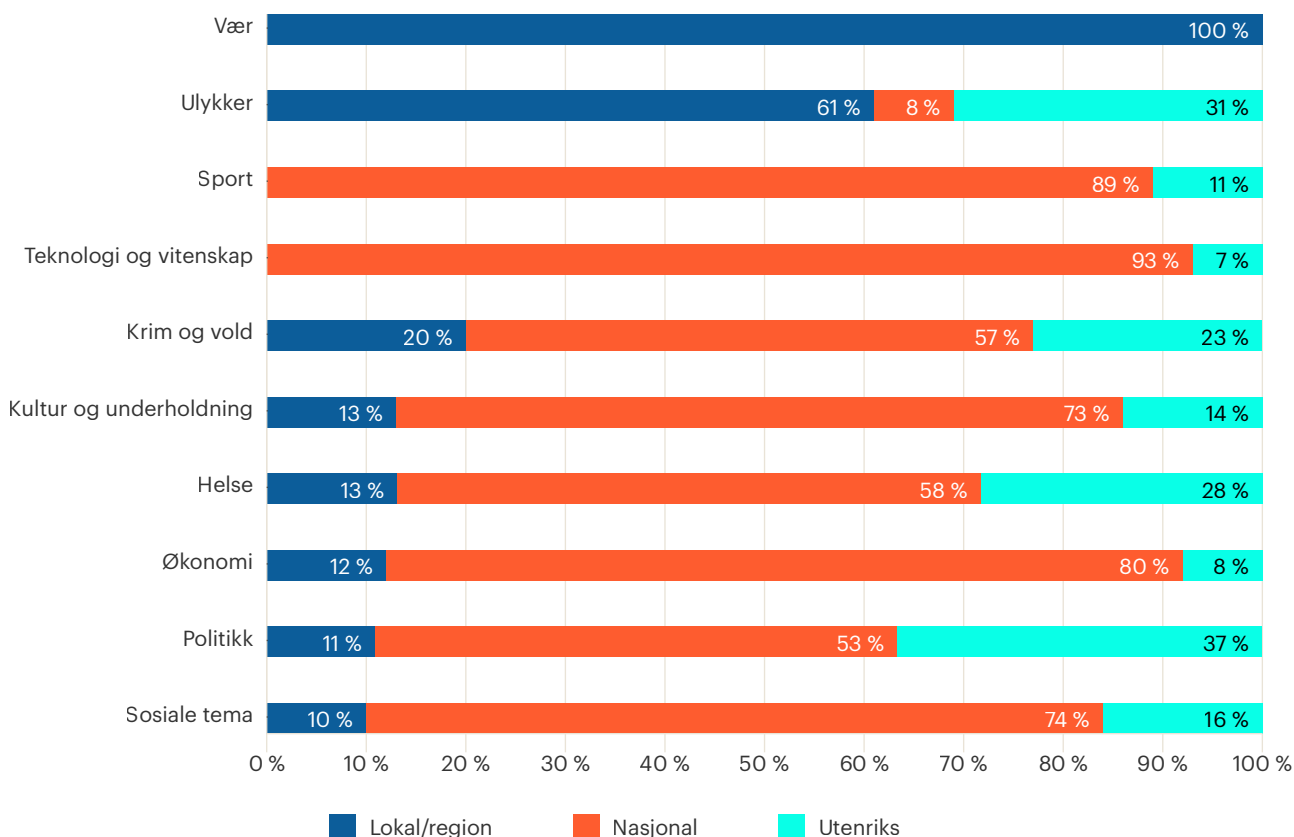
Tar vi utgangspunkt i tema for dekningen, er det større forskjeller i den geografiske vinklingen. Temaene helse og politikk har en høy andel utenriksstoff. Rapporteringen om utviklingen i pandemien og valget i USA er trolig hovedforklaringene. Alle de tre geografiske nivåene er representert i dekningen av de forskjellige temaene. Unntaket er temaene vær, sport og teknologi og vitenskap. Mens sakene om været utelukken-

de har en lokal vinkling, er ingen av sakene om sport eller teknologi og vitenskap lokale. Verken sportsnyheter eller værmeldinger er inkludert i utvalget. Dette innebærer at resultatene for sport og vær kan være noe tilfeldig.

Utenriksperspektivet gjør seg mest gjeldende i temakategoriene politikk (37 prosent), ulykker (31 prosent), helse (28 prosent) og krim og vold (23 prosent). Foruten teknologi og vitenskap og sport har temakategoriene økonomi (80 prosent) sosiale tema (74 prosent) og kultur og underholdning (73 prosent) den største andelen med nasjonalt perspektiv. For lokalstoff er særlig ulykker (61 prosent) og i noe grad krim og vold (20 prosent) de store kategoriene, dersom vi ser bort ifra vær. Dette er naturlig, ettersom temaer som ulykker og kriminalitet har høy nyhetsverdi og dermed er en viktig årsak til at hendelser som skjer lokalt, også settes på den nasjonale agendaen. Figur 28 viser at det er små forskjeller i temaene med lokal/regional vinkling, mens det er stor tematisk variasjon i utenriksstoffet.

Figur 28 – geografisk vinkling i NRKs og TV 2s nyhets- og debattinnslag 2020, fordelt på tematiske kategorier (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021)





DEL 2

Det er noen forskjeller i de geografiske profilene til NRK og TV 2. Politikk, sosiale tema og helse var de største temaene i den lokale/regionale dekningen i NRK, mens ulykker var det største temaet i TV 2, etterfulgt av helse, krim og kultur. Dette viser at de to kanalene har ulike prioriteringer i de lokale/regionale sakene, og det kan også reflektere at de to allmennkringkasterne har ulik lokal tilstedeværelse. NRK har redaksjonelle kontorer i alle landets fylker, mens TV 2 har en mer begrenset regional tilstedeværelse, med lokalkontorer i en håndfull norske byer. Forskjellene mellom de to kanalene forsterkes i den tematiske fordelingen. Kriminalitet og ulykker har generelt høy nyhetsverdi også utenfor det geografiske området der hendelsen har skjedd. Samtidig viser analysen at de to allmennkringkasterne i ulik grad setter denne typen lokale saker på den nasjonale dagsordenen. I de lokale sakene utgjorde ulykker 20 prosent i TV 2, mot 14 prosent i NRK. TV 2 hadde også en høyere andel kultur (15 mot 4 prosent) og krim (15 mot 10 prosent). NRK hadde derimot mer om politikk (21 mot 12

prosent), sosiale tema (19 mot 10 prosent) og økonomi (14 mot 10 prosent) i de lokale sakene. Totalt viser analysen at det var tydelige forskjeller i den tematiske profilen for den lokale/regionale dekningen i TV 2s og NRKs nyhets- og debattsendinger i 2020.

Sosiale tema og økonomi var de største temaene i NRKs nasjonale dekning, mens politikk og helse var de største temaene hos TV 2. I motsetning til de lokale/regionale sakene er det mindre forskjeller i innslagene med nasjonal forankring. TV 2 hadde mer om helse (23 mot 13 prosent) og politikk (24 mot 16 prosent), mens NRK hadde mer om sosiale tema (27 mot 20 prosent) og økonomi (21 mot 11 prosent). Også i utenriksdekningen er forskjellene mindre enn i den lokale dekningen. TV 2 hadde mer om helse (30 mot 17 prosent) og ulykker (8 mot 3 prosent), mens NRK hadde mer om kultur (9 mot 2 prosent) og sosiale tema (18 mot 11). Politikk var det største temaet i utenriksdekningen hos begge aktører, etterfulgt av sosiale tema hos NRK og helse hos TV 2.



8. Vinklinger i debatt- og nyhetssendingene i NRK og TV 2





DEL 2

Hvordan nyheter og debatter er vinklet, påvirker publikums oppfatning av det som skjer i samfunnet. Åpning og anslag, valg av debattanter og kilder og journalistens og programlederens spørsmål er avgjørende elementer for hvordan saker belyses. En sak kan for eksempel være preget av en mer negativ enn positiv tone, være nøytral eller være belyst fra et kritisk eller undersøkende ståsted.

Vi kan definere om noe er negativt, positivt, nøytralt eller undersøkende og kritisk og bruke det som målestokk i analyser av medieinnhold. Skal vi kunne si noe om hvilke vinklinger som kommer til uttrykk i innholdet, må det likevel ligge noen kvalitative vurderinger til grunn.¹²⁸

I innsamlingen av data er et debatt- eller nyhetsinnslag kodet som positivt når det i hovedsak setter søkelyset på noe positivt som har skjedd eller noe som kan bidra til å forbedre en situasjon. Et innslag kodes som negativt hvis det hovedsakelig handler om noe som er negativt for samfunnet, miljøet eller mennesker. Ofte er det både positive og negative vinklinger i et innslag, og vektingen av positivt og negativt vurderes i et helhetlig perspektiv, der tid i omtale, ordelag,

stemning, tittel og anslag teller med. Innslag som verken handler om tydelige positive eller negative følger for samfunn, miljø eller mennesker, og heller ikke belyser mulige positive eller negative konsekvenser av en hendelse, er kodet som nøytrale. Innslag om saker der journalisten stiller svært kritiske spørsmål, graver for å oppklare/avdekke noe, har avslørt kritikkverdige forhold eller retter kritisk søkelys mot noe som skjer eller har skjedd, uten at dette gir en ensidig negativ fortolkning av saken, er kodet som kritisk/undersøkende. En sak behøver dermed ikke å være negativ for at den skal defineres som kritisk eller undersøkende. Dette kan like gjerne være saker der journalisten stiller kritiske eller undersøkende spørsmål for opplysningens skyld.¹²⁹

¹²⁸. Definisjonen på positiv, negativ og kritisk vinkling er ikke en fasit, men er først og fremst et metodisk instrument for å fortolke de sakene som skal analyseres.

¹²⁹. Kritisk journalistikk omtales også som «kritisk og undersøkende», «undersøkende» og «gravende» journalistikk, jf. Linn Herland Landro (2013). «Vaktbikkjeidealet» i profesjonsutdanningen for journalister.



DEL 2

8.1 HALVPARTEN AV SAKENE FORMIDLES I EN NØYTRAL TONE

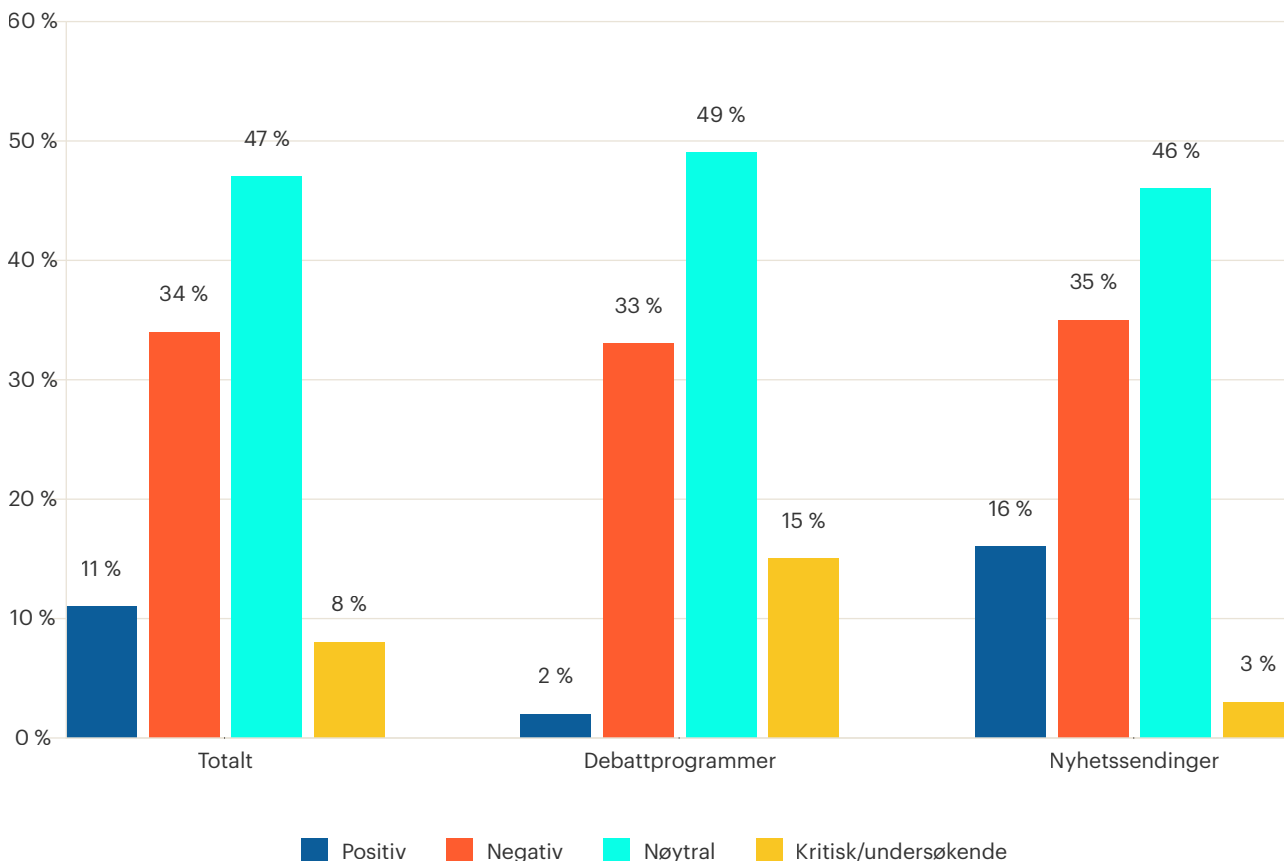
Innholdsanalysen av nyhets- og debattinnholdet i NRK og TV 2 viser at nesten 50 prosent av innholdet i debatt- og nyhetssendingene i 2020 ble formidlet i en nøytral tone. Mens 34 prosent hadde en negativ vinkling, utgjorde kritiske/undersøkende og positive vinklinger bare henholdsvis åtte og elleve prosent.

Det er små forskjeller mellom de to programformatene for saker som formidles med en negativ eller nøytral tone. Forskjellene er større for positive og undersøkende/kritiske saker. Mens kritiske/undersøkende saker utgjorde en liten

del av nyhetssendingene i 2020, var saker med tilsvarende vinkling vesentlig vanligere i debattprogrammene. For saker med en positiv vinkling er mønsteret motsatt. Analysen viser dermed at debattprogrammene er en viktig sjanger og plattform for den kritiske journalistikken, og at sjangermangfold ikke bare virker inn på det tematiske mangfoldet, men også mangfoldet i vinklinger, også mangfoldet i vinklinger. Forskjellene i hvordan saker vinkles i de programformatene vinkles, viser dessuten at både NRK og TV 2 gjør ulike prioriteringer for nyhetssendingene og debattssendingene sine.

Figur 29 – tone i NRKs og TV 2s debatt og nyhetssendinger i 2020 (n=924) (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021)





DEL 2

Andelen kritiske/undersøkende nyhetsinnslag kan synes å være veldig lav. En mulig delforklaring kan være nyhetssendingene som sjanger. I en nyhetssending med flere forskjellige innslag, er det ofte begrenset rom for å gå i dybden, sammenlignet med andre sjangre og formater. Dette kan også være en mulig årsak til at andelen kritiske og undersøkende innslag er høyere i debatt-

programmene enn i nyhetssendingene. Kritiske spørsmål kan dessuten også ha blitt stilt i arbeidet med saker som fremstår som enten negative eller nøytrale i selve nyhetsformidlingen, selv om slike spørsmål ikke kommer eksplisitt frem i selve innslagene. Det kan dermed ligge mer gravende journalistikk til grunn enn det som kommer frem i presentasjonen av de enkelte sakene.



DEL 2

8.2 LAV ANDEL KРИTISK VINKLING I LOKALE/REGIONALE SAKER

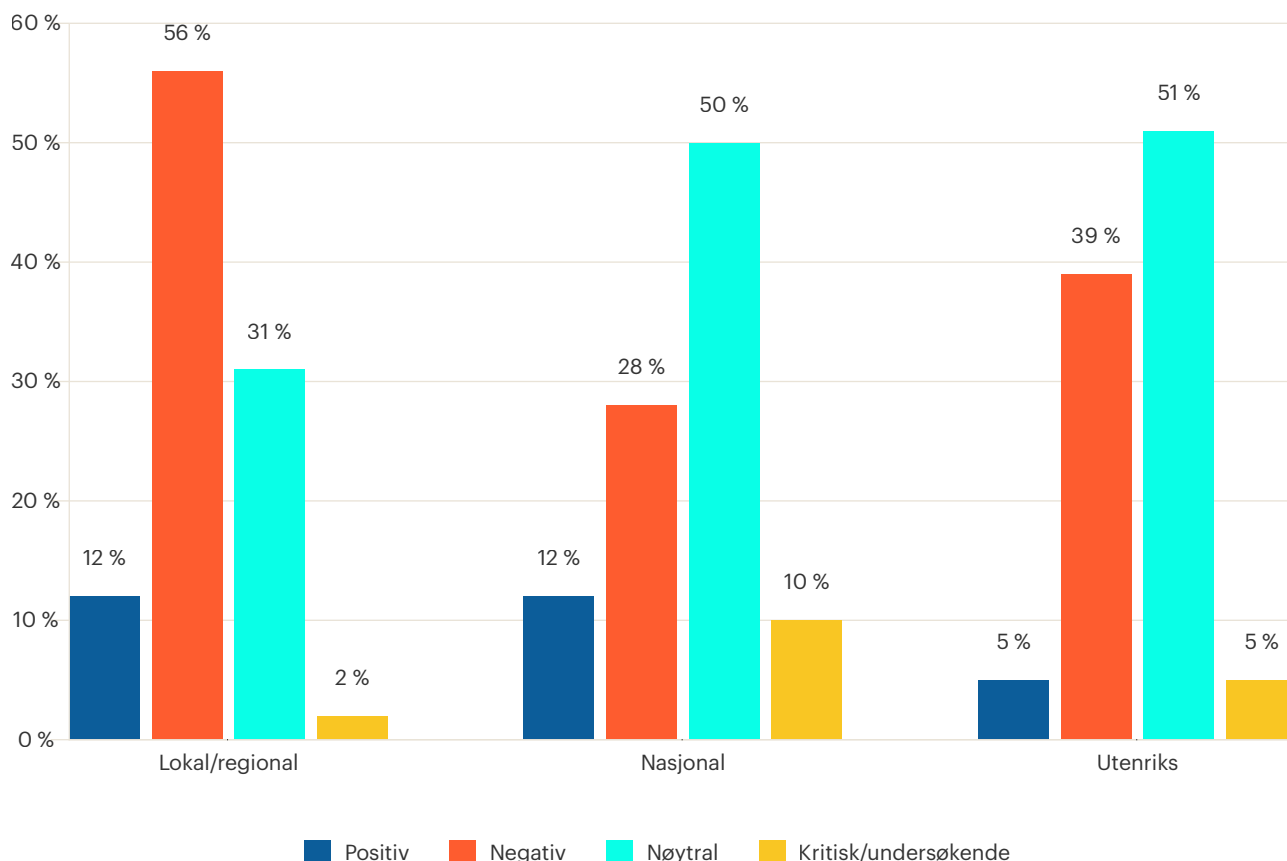
En lav andel av sakene med lokal/regional forankring hadde en kritisk/undersøkende vinkling – kun to prosent. I utvalget tilsvarer dette tre av 131 saker. To av disse sakene var i NRKs nyhetssendinger, mens den siste saken var i NRKs Politisk kvarter. Den lave andelen kritiske vinklinger i det lokale innholdet innebærer at de lokale sakene nesten ikke fremstiller kritiske spørsmål eller avslører kritiske forhold. Samtidig hadde mer enn halvparten (56 prosent) av de lokale/regionale sakene en negativ vinkling, noe som er vesentlig høyere enn for nasjonale saker og utenriksstoffet. Det viser at de lokale nyhetene i stor grad omhandler saker og hendelser med en negativ innvirkning på samfunn, miljø eller mennesker. Samtidig kan den høye andelen saker med negativ vinkling handle om at noen saker kan være resultat av journalistiske avsløringer, uten at de

presenteres med kritisk vinkling. Det kan også ha vært stilt kritiske spørsmål i de innslagene som er kodet som negative eller nøytrale.

NRK-plakaten sier at «NRK har som oppgave å avdekke kritikkverdige forhold og bidra til å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.» (§ 28). Slike saker kan være store og komplekse. Det kan derfor hende at slike saker oftere publiseres i andre formater, enten på nrk.no eller som dokumentarer på tv og radio, i sjangre som gir bedre rom for å gå i dybden. I tillegg har NRK P1 flere timer med distriktssendinger alle hverdager, noe som også gir rom for å diskutere lokale saker med en kritisk vinkling.

Figur 30 – tone i NRKs og TV 2s nyhets- og debattsendinger, fordelt på geografisk vinkling i 2020 (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021)





DEL 2

Materialet som ligger til grunn for analysen, utgjør dessuten kun et utvalg av nyhets- og debattsendingene i 2020. Det kan dermed være mer kritisk journalistikk om lokale forhold i det øvrige nyhetstilbudet til NRK og TV 2. Det er likevel påfallende at lokalt innhold i allmennkringkasternes debatt- og 21-nyheter nesten ikke inneholder kritiske spørsmål eller avslører kritiske forhold.

I nasjonale saker og utenrikssaker hadde halvparten av sakene en nøytral vinkling. Mens negative vinklinger er vanligst i lokale/regionale saker, dominerer med andre ord den nøytrale vinklingen i saker nasjonalt og utenriks.

Ti prosent av de nasjonale nyhetssakene hadde en kritisk/undersøkende vinkling. Det nasjonale

stoffet sto også for den største andelen av den kritiske/undersøkende journalistikken totalt. Ser vi kun på sakene med kritisk/undersøkende vinkling hadde 68 prosent en nasjonal forankring.

Forskjellene mellom de lokale/regionale sakene og de nasjonale sakene kan indikere at redaksjonene gjør ulike prioriteringer i formidlingen av lokale/regionale og nasjonale saker. På den annen side kan det også handle om at lokale og regionale saker i sin natur skiller seg fra de nasjonale sakene. I nasjonale nyhetssendinger er det trolig en høyere nyhetsterskel for lokale enn for nasjonale saker. Det kan derfor tenkes at lokale saker i større grad prioriteres dersom saken kan formidles med en negativ vinkling, mens det i større grad er saker som kan formidles i en nøytral tone som prioriteres i det nasjonale innholdet.



DEL 2

8.3 MEST KRITISK JOURNALISTIKK OM SOSIALE TEMA OG POLITIKK

Journalistikkens samfunnsoppdrag bygger på et ideal om at journalistikken skal overvåke, informere og ha en maktkritisk tilnærming til sentrale makthaveres beslutninger og handlinger.¹³⁰ Dette idealet gjenspeiles både i NRK-plakaten (§ 28) og i Vær varsom-plakaten (1.4 og 1.5). Her heter det at pressen skal «avdekke kritikkverdige forhold» og «beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre».

Analysen av hele materialet viser at den kritiske og undersøkende journalistikken¹³¹ i størst grad handler om sosiale tema (26 prosent), etterfulgt av politikk (21 prosent) og økonomi (16 prosent). Kultur og underholdning utgjorde mer enn en tredel av sakene med positiv vinkling (36 prosent), mens saker med negativ vinkling i størst grad handlet om helse og sosiale tema (begge med 22 prosent). I et demokratisk perspektiv spiller kritisk journalistikk på områder som sosiale tema, politikk og økonomi en viktig rolle.¹³² Sær-

lig er politikk en sektor som representerer autoritet og makt i samfunnet, og som legger viktige rammer for befolkningens levekår. Sosiale tema, politikk og økonomi utgjør derfor en sentral del av de nyhetene som oppfyller et grunnleggende informasjonsbehov i samfunnet.

Ulykker var den temakategorien som i størst grad hadde negative vinklinger (72 prosent). Samtidig er ingen saker om ulykker registrert med en kritisk/undersøkende vinkling. Dette kan ha flere årsaker. I Vær varsom-plakaten heter det at mediene skal «ta hensyn til hvordan omtale av ulykker og kriminalsaker kan virke på ofre og pårørende» og vise «hensyn overfor mennesker i sorg eller ubalanse» (VVP 4.6). Hendelser som ulykker grenser i mange tilfeller også til andre temaområder. Det som først var en ulykke, kan i en oppfølgende sak bli kodet som noe annet dersom ulykken i seg selv ikke lenger utgjør sakens hovedinnhold. Likevel er det også ved alvorlige ulykker relevant å stille kritiske spørsmål, for eksempel relatert til sikkerhet.

Tabell 15 – temakategorier fordelt på ulike vinklinger. NRK og TV 2 2020 (tall i prosent)

	Negativ	Positiv	Nøytral	Kritisk/undersøkende
Helse	41	13	43	3
Krim og vold	48	1	38	13
Kultur/underholdning	9	39	46	7
Politikk	24	4	65	7
Sosiale tema	37	8	45	10
Sport	44	11	11	33
Teknologi/vitenskap	0	33	47	20
Ulykker	72	6	22	0
Økonomi	41	7	42	10

Kilde: Solvoll og Olsen (2021)

¹³⁰ Bjerke, Paul, Birgitte Kjos Fonn og Espen Strømme (2016). Økonomijournalistikk. Perspektiver og metoder, side 29.

¹³¹ Saker der journalisten stiller svært kritiske spørsmål, graver for å oppklare/avdekke noe, har avslørt kritikkverdige forhold eller setter kritisk søkelys på noe som skjer eller har skjedd.

¹³² Mathisen, Birgit Røe (2019). «Sporten trumfer klima, olje og innvandring» i Birgit Røe Mathisen og Lisbet Morlandstø (red.) Blindsoner og mangfold, side 84.



DEL 2

Sport og teknologi og vitenskap utgjør en liten andel av det totale innholdet, og en liten andel av alle sakene med en kritisk/undersøkende vinkling. For sport og teknologi og vitenskap isolert utgjorde imidlertid kritiske vinklinger henholdsvis 33 og 20 prosent. Med tanke på at begge temaene er blant de minst omtalte temaene i utvalget, er det interessant at såpass høye andeler av deknningen belyser kritiske spørsmål. Sport er ofte definert som såkalte «myke nyheter», det vil si nyheter som først og fremst har en underholdende verdi, til forskjell fra nyheter om politikk eller sosiale spørsmål.¹³³ Sport, og særlig toppidrett, handler imidlertid også om penger og makt, ikke minst innenfor den internasjonale toppidretten. Dette gjør at det oppstår et behov for kritisk journalistikk, også om det som skjer i idretten. Felles for de to kategoriene sport og teknologi, er at samtlige saker med kritisk vinkling er debattstoff. Kritiske vinklinger i saker om sport og teknologi opptrer dermed ikke i nyhetssendingene. Det samme gjelder kritiske vinklinger innen temakategorien kultur og underholdning og i stor grad økonomi.¹³⁴

Både kultur og underholdning og økonomi er temakategorier med en lav andel kritisk/undersøkende vinkling. Kun sju prosent av kultursakene og ti prosent av økonomisakene hadde en kritisk eller undersøkende vinkling. Både kultur- og økonomisektoren var i stor grad preget av pandemien og nedstengningen av samfunnet i 2020. Dette kan forklare hvorfor mye av deknningen

hadde en annen vinkling enn en kritisk og undersøkende. Særlig var økonomisakene i hovedsak presentert med en negativ eller nøytral vinkling, mens kultursakene også er presentert med en del positive vinklinger.¹³⁵ Den økonomiske sektoren har stor påvirkning på øvrige sektorer i samfunnet, mens kulturfeltet i flere år har vært preget av debatter som seksuell trakassering, representasjon og mangfold, virkelighetslitteratur og etterrettelighet i sakprosalitteraturen – også under pandemien.

Den politiske journalistikken er en sentral del av mediernes samfunnsoppdrag, også i mediernes rolle som kritiske granskere av maktinstitusjoner og myndighetspersoner. Likevel hadde kun en liten andel av de politiske sakene en kritisk/undersøkende vinkling i 2020 (sju prosent). De politiske sakene er først og fremst dominert av en nøytral vinkling (65 prosent). Også innen helse er den undersøkende/kritiske journalistikken lav (tre prosent). Sakene om helse hadde i stor grad enten en negativ (41 prosent) eller nøytral (43 prosent) vinkling. Selv om koronadekningen trolig kan forklare den høye andelen negative og nøytrale vinklinger, er det likevel påfallende at kritiske perspektiver nesten var fraværende i deknningen av helse og politikk i løpet av det første koronaåret. Både helse og politikk er sektorer som er viktige å dekke med et kritisk og undersøkende blikk. Ikke minst er kritisk helsejournalistikk viktig for å avdekke systemsvikt og brudd på sentrale rettigheter.

¹³³. Lehman-Wilzig, Sam og Michael Seletzky (2010). Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification, side 38.

¹³⁴. Det er funnet kun én sak med kritisk/undersøkende vinkling om økonomi i en nyhetssending.

¹³⁵. Blant annet saker som «Munchmuseet strømmer utstillinger», «Gjenskaper kunst på Instagram», «Kunstmalerkurs på Zoom», «Penger til korps» og «Åpnet for barneidrett».

Blant annet saker som «Munchmuseet strømmer utstillinger», «Gjenskaper kunst på Instagram», «Kunstmalerkurs på Zoom», «Penger til korps» og «Åpnet for barneidrett».

8.4 TIDLIGERE UNDERSØKELSER OM KRITISK JOURNALISTIKK I LOKALE MEDIER

Medietilsynet har ikke gjennomført analyser som ser på vinklingen i nyhetsdekningen i andre medier. Imidlertid undersøkte medieforskere ved Nord universitet nyhetsdekningen i 24 lokale og regionale medier i 2017. Undersøkelsen viste at den kritiske journalistikken utgjorde fem prosent av det totale innholdet,¹³⁶ og sju prosent av nyhetsdekningen til NRKs distriktskontorer, det vil si en noe høyere andel kritisk og undersøkende journalistikk enn i de nasjonale nyhetssendingene til NRK og TV 2 i 2020 (tre prosent). I undersøkelsen til Nord universitet er analysen av NRKs distriktskontorer basert på nyheter fra tv, radio og nettavis. Datamaterialet omfatter dermed flere plattformer og nyhetssjangre enn Medietilsynets egen undersøkelse av nyhetssendingene klokken 21. Undersøkelsen til Nord universitet, sammen med analysen av NRK og TV 2, indikerer uansett at det er en lav andel undersøkende journalistikk både i lokale og regionale medier og i nyhetssendingene til de to allmennkringkasterne, og at den lave andelen kritisk journalistikk i de nasjonale tv-nyhetene ikke nødvendigvis avviker fra andelen i andre medier.

Undersøkelsen av de lokale og regionale mediene i 2017 (papir, nett, radio og tv) baserer seg på andre temakategorier enn undersøkelsen av NRK og TV 2. Det er derfor vanskelig å sammenligne funnene i de to undersøkelsene. Analysen av de lokale og regionale mediene i 2017 viste

imidlertid at forsvar og arbeidsliv var temaene som i størst grad var gjenstand for kritisk og undersøkende journalistikk. Henholdsvis 20 og 19 prosent av sakene som omhandlet disse to temaene, hadde en kritisk vinkling. Også innen næringsliv (13 prosent), politikk (elleve prosent), helse/velferd (elleve prosent), miljø og klima (ni prosent) og innvandring (åtte prosent) var det en høyere andel kritiske saker.¹³⁷ At omtrent en tidel av sakene om politikk og helse hadde en kritisk vinkling, kan tyde på at det er mer kritisk journalistikk om disse to stoffområdene i lokalmediene enn i nyhetssendingene til NRK og TV 2. Spesielt gjelder dette stoffområdet helse, som nesten ikke hadde kritiske perspektiver i det analyserte materialet fra NRKs Dagsrevyen 21 og 21-nyhetene til TV 2.

Mens en vesentlig del av sportsdekningen i NRKs og TV 2s sendinger i 2020 hadde en kritisk vinkling, hadde kun én prosent av sportsdekningen i lokalmediene en tilsvarende fremstilling i 2017. Fraværet av en kritisk sportsdekning i lokalmediene skyldtes i stor grad at reportasjer fra lokale barneidrettsarrangement utgjorde en vesentlig del av lokalmedienes sportsdekning.¹³⁸ Forskjellen mellom NRK og TV 2 på den ene siden og lokalmediene på den andre kan dermed forklares med sportssakenes ulike funksjon i nasjonale kontra lokale medier.

¹³⁶. Mathisen, Birgit Røe (2019). «Sporten trumfer klima, olje og innvandring» i Birgit Røe Mathisen og Lisbet Morlandstø (red.) *Blindsoner og mangfold*. Analysen baserte seg på 22 lokale og regionale aviser samt to av NRKs distriktskontorer. Innhold fra papir, nett, radio og tv er omfattet i analysen.

¹³⁷. Ibid. side 83.

¹³⁸. Ibid. side 83.



9. Stemmer som kommer til orde i debatt og nyheter





Et levende demokrati fordrer representasjon, informasjonsfrihet og tilgang til arenaer for offentlig debatt. Et mangfold av stemmer i mediene er derfor en viktig forutsetning for demokratiet. Jo flere ulike stemmer og kilder som representeres gjennom mediene, jo mer innholdsmessig mangfold er det.¹³⁹

Mangfold i kilder handler om hvilke stemmer som kommer til orde, og kildenes rolle, alder, bakgrunn og kjønn. Å være kilde i nyhetene innebærer å ha makt til å definere virkeligheten, muligheten til å respondere på det andre har sagt, og makten til å fortolke.¹⁴⁰ Kildene er derfor med på å gi historien et perspektiv.¹⁴¹ Hvilke kilder, hvor mange og hvilke deler av kildenes utsagn mediene velger å legge vekt på, får dermed betydning for hvordan innholdet i mediene blir oppfattet og fortolket.¹⁴² Budskapet kan påvirkes av hvilket kjønn og hvilken rolle den personen som formidler det, har.

Spørsmålet om kilder handler om hvor og hvordan ulike identiteter og tilhørigheter kommer til orde, men også om hvor ofte og i hvilke sammenhenger de forekommer.¹⁴³ Å se nærmere på hvem som formidler hva, innebærer derfor å undersøke hvilke interesser, perspektiver og virkelighetsforståelser som blir synlige, og hvilke som ikke blir det.

139. Sjøvaag, Helle (2018). Journalistikkens attraksjon til makten. Politisk kildemangfold i norske nyhetsmedier.

140. Franklin, Bob og Matt Carlson (2011). Journalists, sources and credibility. *New perspectives*, side 2.

141. Kristensen, Nete Nørgaard (2004). Journalister og kilder – slinger i valsen? side 8.

142. Mathisen, Birgit Røe (2019). «Hvit, voksen og elitedominert» i Birgit Røe Mathisen og Lisbet Morlandstø (red.) *Blindsoner og mangfold*, side 95.

143. Sjøvaag, Helle (2018). Journalistikkens attraksjon til makten. Politisk kildemangfold i norske nyhetsmedier.



DEL 2

9.1 POSISJONSPOLITIKERE ER DEN STØRSTE KILDEGRUPPEN I NRK OG TV 2

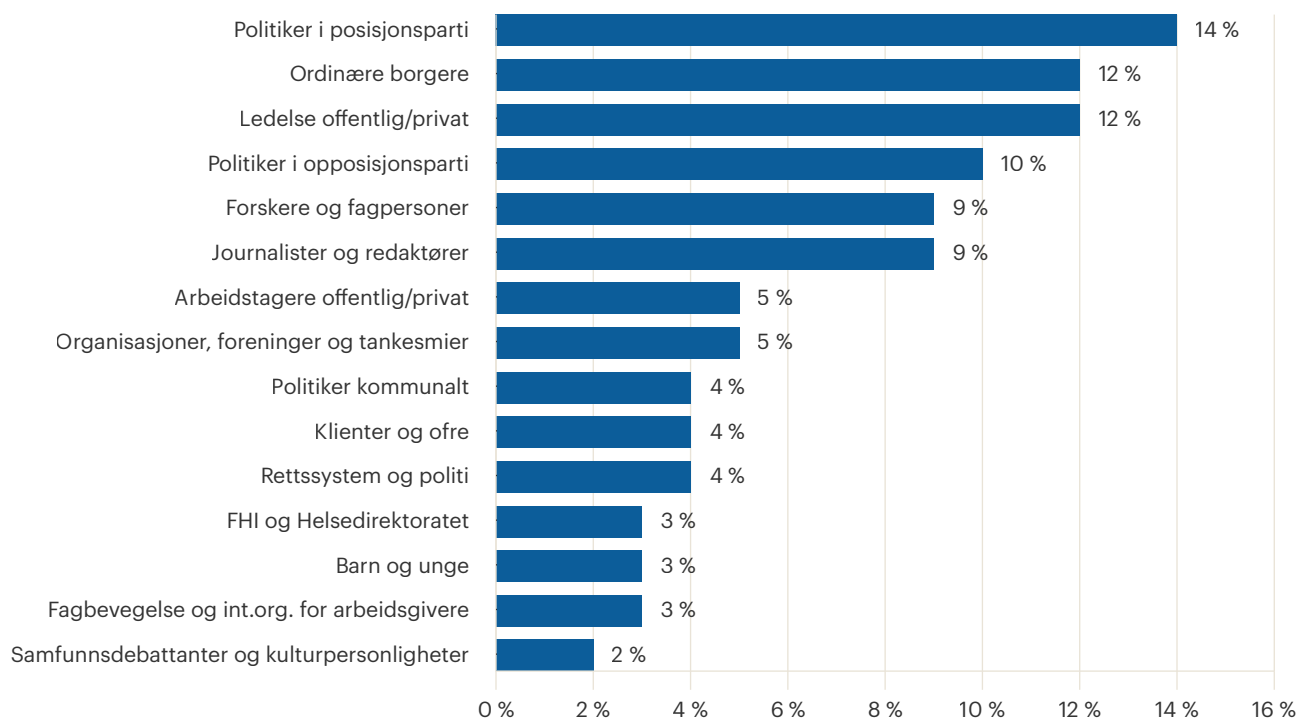
Politikere i posisjonspartier var den klart største gruppen kilder i NRKs og TV 2s debatt- og nyhetssendinger i 2020, og utgjorde 14 prosent av det totale kildemangfoldet. Deretter følger ordinære borgere¹⁴⁴ (tolv prosent) og ledere i privat og offentlig sektor (tolv prosent). Politikere i opposisjonspartiene var også markant til stede (ti prosent) sammen med forskere (ni prosent) og mediefolk (ni prosent). Med mediefolk menes her

journalister og redaktører som intervjues om en sak eller et tema på samme måte som andre kilder.

Mens mediefolk og politikere var de som deltok mest i debattene, kom ordinære borgere og ledere i privat og offentlig sektor i større grad til orde i nyhetssendingene enn i debattprogrammene.

Figur 31 – kildekategorier i NRKs og TV 2s debatt- og nyhetsprogrammer i 2020 (n=3056) (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021).



¹⁴⁴ Personer som representerer den gjengse norske befolkning i saken.



DEL 2

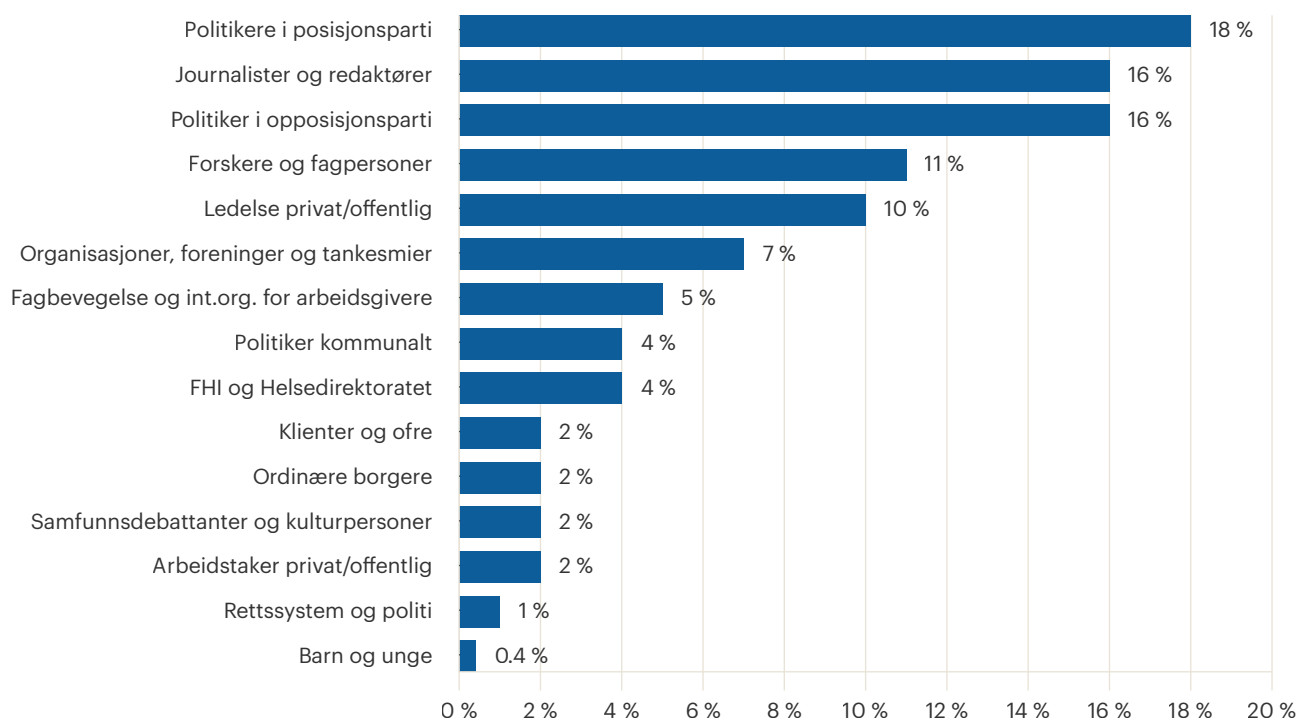
Når vi analyserer innholdet i debattsendingene og nyhetssendinger hver for seg, ser vi en nokså stor forskjell på kildebruken. Dette viser at ulike kildegrupper prioriteres ulikt i de forskjellige sjangerformatene, noe som styrker betydningen av sjangermangfoldet i mediene. Debattprogrammene hadde en betydelig større andel politikere som kilder enn nyhetssendingene, 38 prosent mot 28 prosent (i posisjon, opposisjon og kommunale). I tillegg var journalister og redaktører, forskere og fagpersoner og ledelse fra offentlig og privat sektor ofte brukt som kilder i debattprogrammene. Klienter og ofre, ordinære

borgere, samfunnsdebattanter, arbeidstakere, rettssystemet og gruppen barn og unge kom derimot i liten grad til orde i debattsendingene.

Den høye andelen politikere i debattsendingene kan være med og forklare hvorfor det er en større andel kritisk og undersøkende journalistikk i debattprogrammene enn i nyhetene. Samtidig er bruken av posisjonspolitikere som kilder, sammen med den høye andelen kritiske vinklinger, med på å fremheve debattprogrammene som en sentral journalistisk arena for å granske makthavere.

Figur 32 – fordelingen av kildekategorier i NRKs og TV 2s debattprogrammer i 2020 (n=1136) (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021). Programmene omfatter Dagsnytt 18 (P2), Debatten (NRK1), Politisk kvarter (P2) og 1730 (Nyhetskanalen).





DEL 2

For å se de store linjene i bruken av kilder, kan vi dele kildene inn i fire overordnede grupper: makteliten, kultureliten, vanlige mennesker og interesseorganisasjoner. «Makteliten» består av kilder som politikere, ledere i offentlig og privat sektor, rettssystem/politi, FHI og Helsedirektoratet, og utgjorde 53 prosent av kildene i debattprogrammene. Deretter følger «kultureliten», bestående av samfunnsdebattanter, journalister, redaktører, forskere og eksperter, som utgjorde 29 prosent av kildene. Ordinære borgere, barn og unge, arbeidstakere, klienter og ofre, grupper som i hovedsak representerer seg selv eller grasrotas interesser, erfaring og mening, utgjorde til sammen bare seks prosent av kildene.

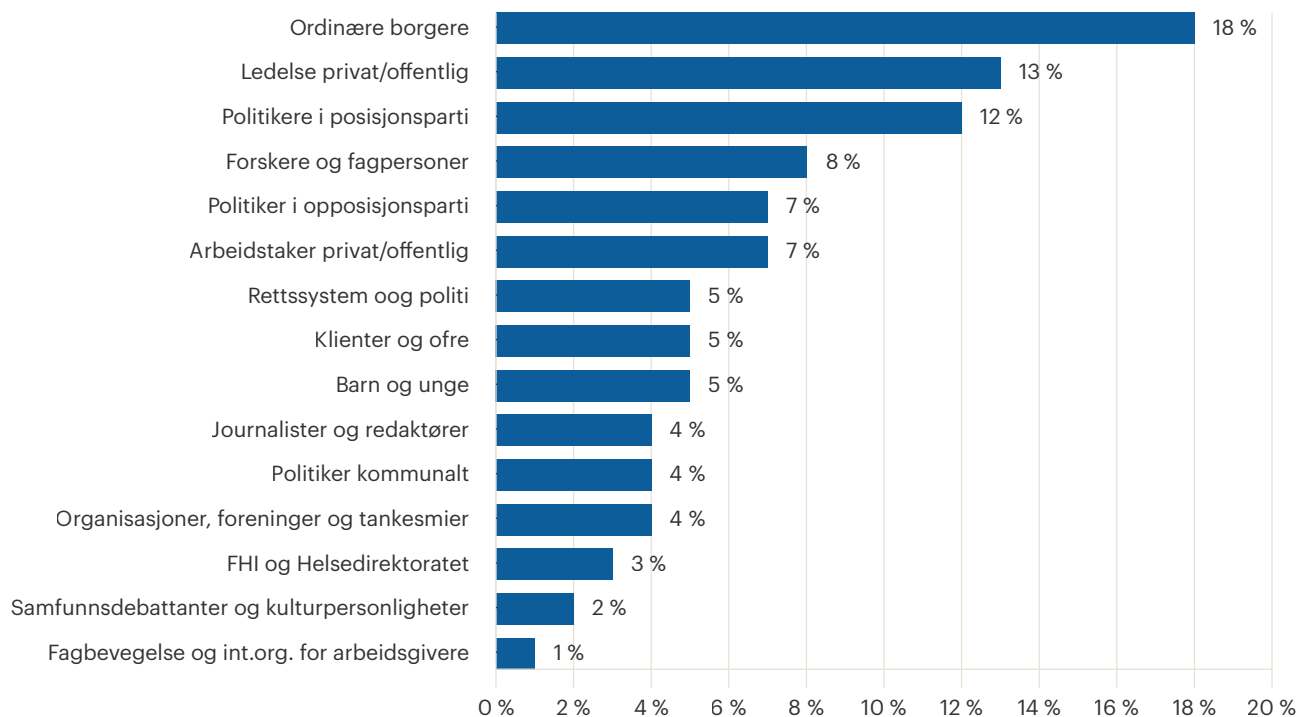
Nyhetsendingene hadde betydelig større representasjon av såkalte ordinære borgere.

Denne typen kilder utgjorde den største gruppen i nyhetssendingene (18 prosent). Ledere og posisjonspolitikere var de nest største gruppene også i nyhetssendingene, mens mediefolk var langt mindre til stede i nyhetssendingene enn i debattprogrammene. Også gruppene barn/unge, rettssystem/politi, arbeidstakere og klienter/ofre kom i større grad til ordet i nyhetssendingene enn i debattprogrammene.

Når kildene kategoriseres i de fire overordnede gruppene, viser analysen at andelen kilder fra makteliten var lavere i nyhetssendingene enn i debattsendingene. I nyhetssendingene utgjorde denne gruppen 44 prosent av kildene. Mens vanlige mennesker nesten ikke kom til orde i debattsendingene, utgjorde denne gruppen 35 prosent av kildene i nyhetene.

Figur 33 – fordelingen av kildekategorier i NRKs og TV 2s nyhetssendinger i 2020 (n=1920) (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021). Programmene omfatter Dagsrevyen 21 (NRK1) og 21-Nyhetene (TV 2).





DEL 2

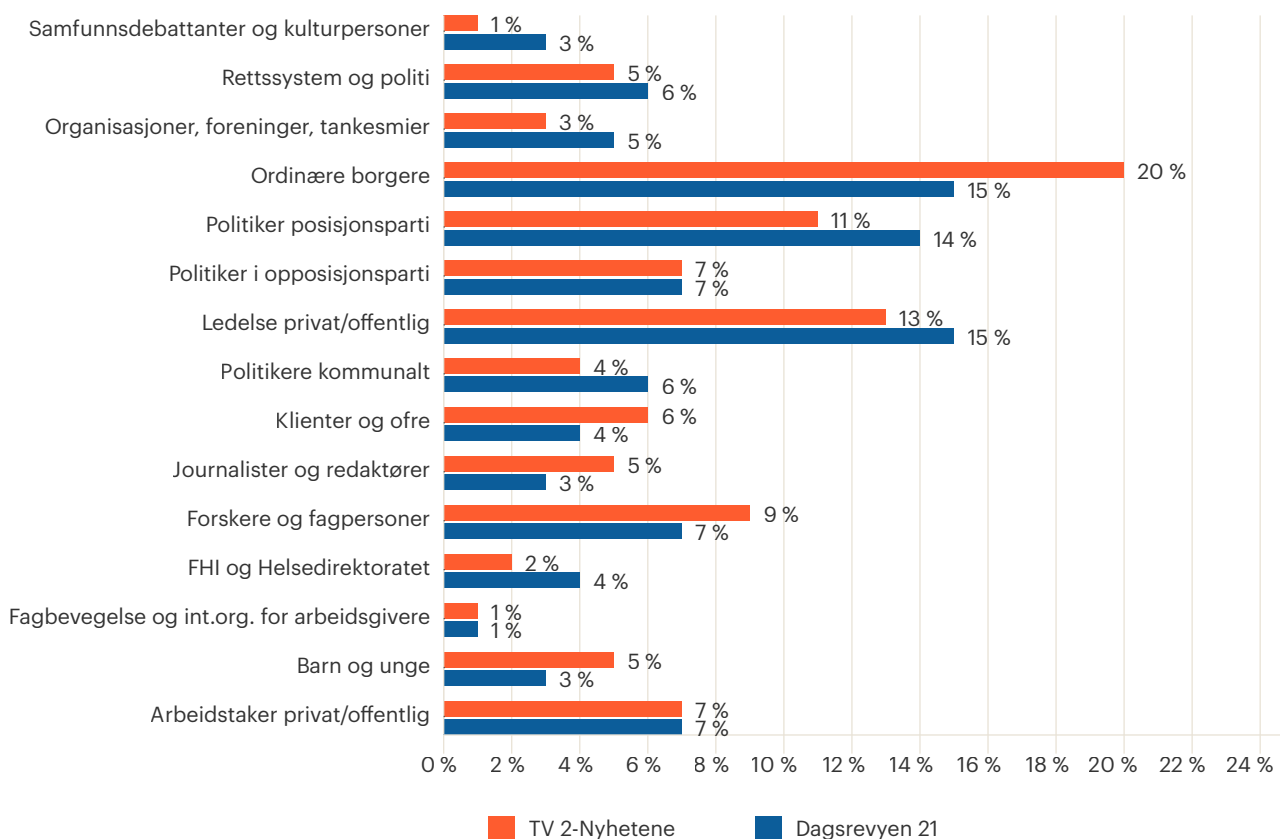
I sum utgjorde posisjonspolitikere og ledere i privat og offentlig sektor de største kildegruppene på tvers av formidlingsformater. Mediefolk og politikere i opposisjon deltok i større grad i debatter enn i den rene nyhetsformidlingen, og posisjonspolitikere var den største kildegruppen i debattene. Ordinære borgere, som var den største kildegruppen i nyhetssendingene, var derimot langt mindre representert i debattene. Det ligger i debattens natur at posisjonspolitikken skal utfordres, og dette forklarer trolig den høye andelen politikere i debattflatene. Samtidig viser dataene hvordan både debatt og nyheter spiller viktige roller når dagsorden settes gjennom det totale nyhets- og aktualitetsbildet.

Figur 34 viser kildefordelingen i 21-nyhetene på NRK og TV 2. Analysen viser at de to kanalene gjør ulike valg, og at de utfyller hverandre når det gjelder bruken av kilder. Dagsrevyen 21 hadde en jevnere fordeling i bruk av ulike typer kilder,

mens TV 2-nyhetene hadde betydelig flere såkalte ordinære borgere i sine sendinger på denne tiden av døgnet. TV 2 hadde også flere barn og unge i sine sendinger, mens NRK hadde flere posisjonspolitikere, virksomhetsledere, kommunepolitikere og representanter for organisasjoner. Til sammen utgjorde makteliten 52 prosent av kildene i NRK, mot 42 prosent i TV 2. Forskjellene viser at NRK ga mer plass til stemmer som har nærhet til samfunnsmessig og politisk makt, mens TV 2 var mer preget av et «nedenfra- og opp»-perspektiv. TV 2 har opplyst til Medietilsynet at kanalen har en ambisjon om å tilby et bredere gjestegalleri enn andre medier, og å fokusere ekstra på stemmer som ikke alltid når opp, mens NRK har opplyst at debattsendingene i større grad enn nyhetssendingene har kilder i maktposisjoner.¹⁴⁵ Dette samsvarer med flere analyser av nyhetene til de to allmenkringkasternes innhold og form, og viser at disse forskjellene har holdt seg stabile over tid.¹⁴⁶

Figur 34 – prosentvis kildefordeling i nyhetssendingene på NRK og TV 2 i 2020 (n=1920) (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021).



¹⁴⁵ Medietilsynet (2021). NRKs bidrag til mediemangfoldet – En analyse av NRKs bidrag til innholds- og bruksmangfoldet, NRKs samarbeid med andre medieaktører og konkurransemessige virkninger av NRKs nyhets- og aktualitetstilbud på nett.

¹⁴⁶ Wahldal, Ragnar, Michael Bruun Andersen og Helge Rønning (2002). Nyheter først og fremst – Norske tv-nyheter, myter og realiteter; Sand, Gunnar og Knut Helland (1998). Bak Tv-nyhetene – Produksjon og presentasjon i NRK og TV 2.



DEL 2

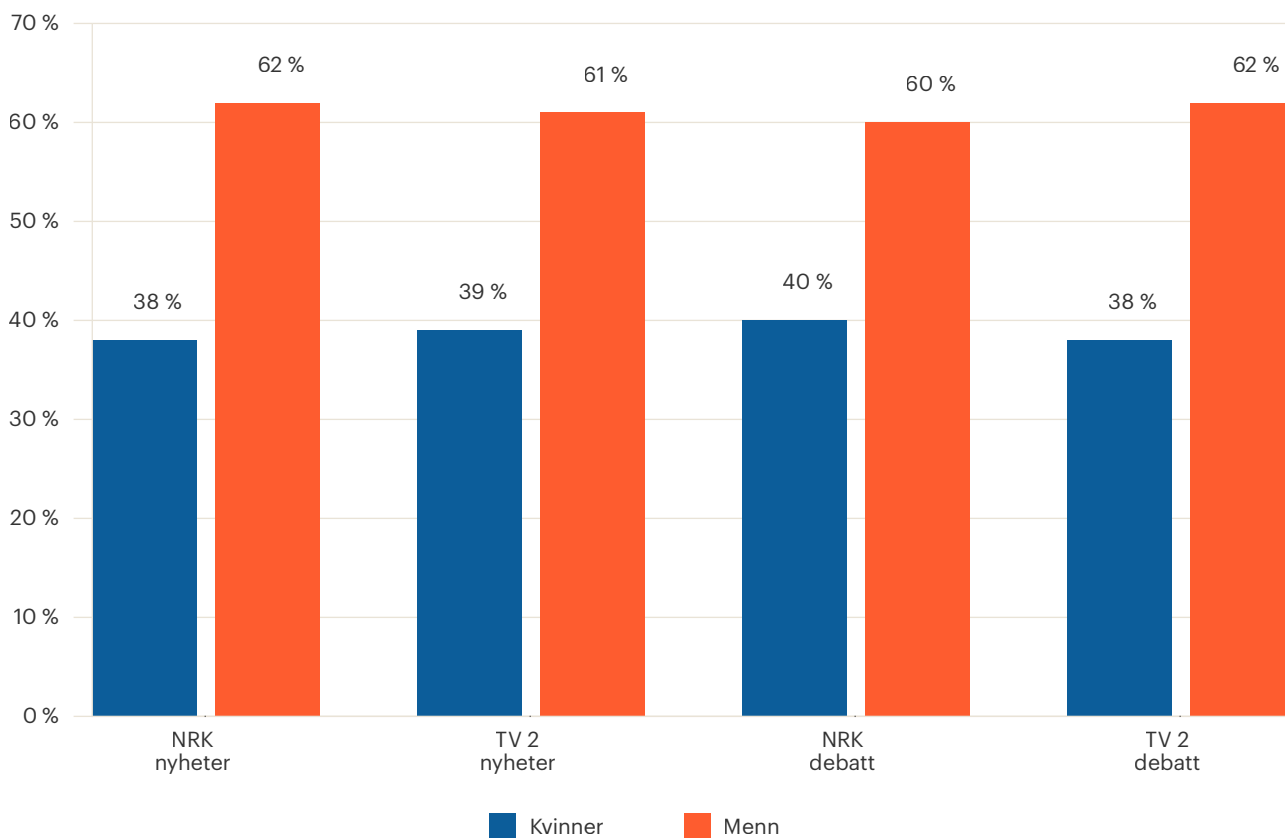
9.2 FLEST MENN ER KILDER I NRKS OG TV 2S DEBATTPROGRAM OG NYHETER

Menn deltok gjennomgående mer enn kvinner både i debatt- og nyhetssendinger i NRK og TV 2 i 2020. Figur 35 viser at fordelingen jevnt over var 40 prosent kvinner og 60 prosent menn,

både for de to kringkasterne og for debatt- og nyhetssendinger. Figuren viser altså en stabil kjønnsfordeling på tvers av aktører og programformater.

Figur 35 – kjønnsfordeling kilder i debatt- og nyhetsprogram i NRK og TV 2 i 2020 (n=3056) (tall i prosent)

Kilde: Solvoll og Olsen (2021).





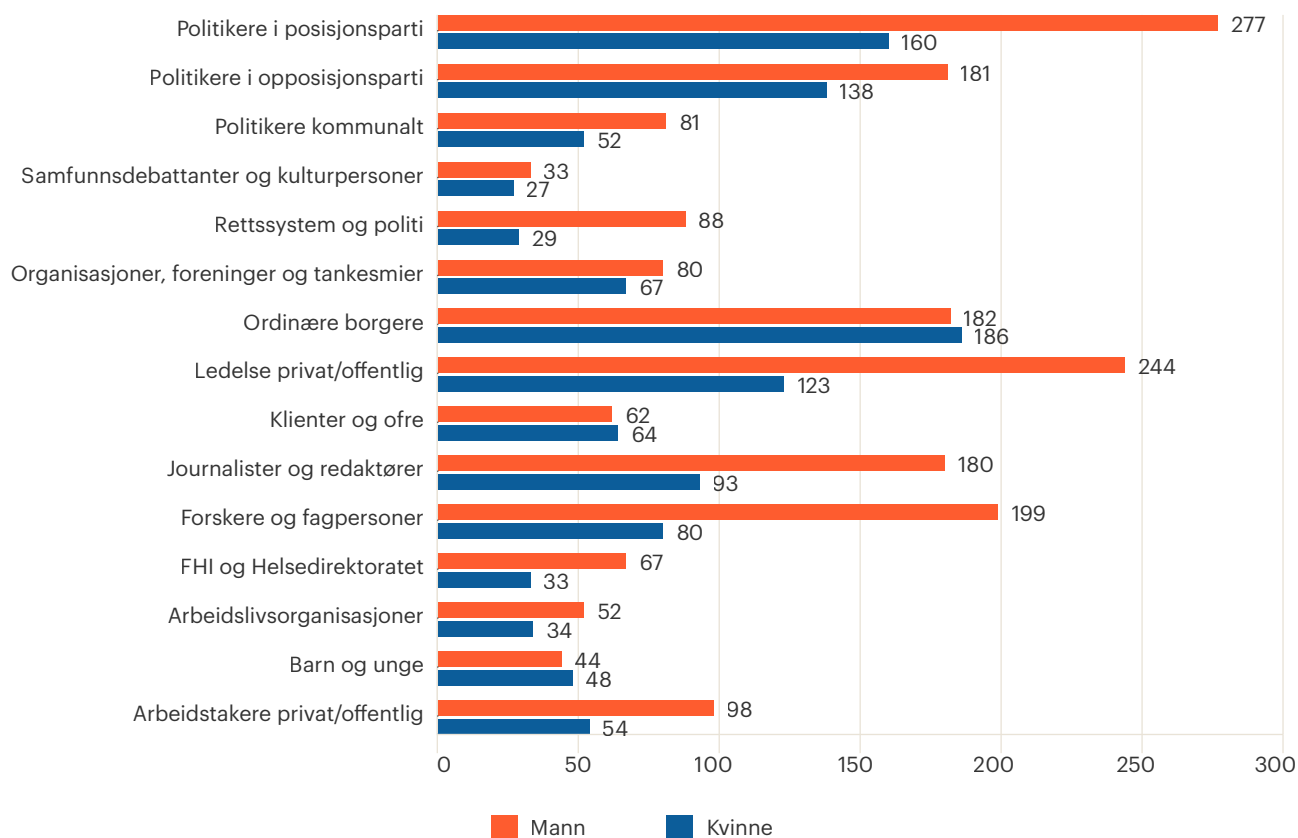
DEL 2

Mens den totale fordelingen av kvinner og menn var omtrent den samme hos begge aktører, var det langt større forskjeller innad i de enkelte kildekategoriene. Dobbelt så mange menn som kvinner representerte ledere, posisjonspolitikere, forskere/eksperter, arbeidstakere og rettssystemet, men også blant mediefolk var det dobbelt så mange mannlige som kvinnelige kilder. Kjønnforskjellen var dermed størst i grupper i maktposisjoner. Aller størst var forskjellen blant forskere og fagpersoner, der 71 prosent var

menn. Det viser at hvilke kildegrupper som slipper til, også henger sammen med hvilket kjønn kildene har.

Mindre forskjeller var det blant kilder fra kulturfeltet, organisasjoner, fagbevegelse, kommunepolitikere og opposisjonspolitikere. Minst var forskjellene blant ordinære borgere og gruppen klienter og ofre, som også er de eneste kategoriene der kvinnelige kilder var i flertall.

Figur 36 – kjønnsfordeling kilder i NRKs og TV 2s debatt- og nyhetssendinger i 2020 (n=3056) (antall kilder) Kilde: Solvoll og Olsen (2021)





DEL 2

Det er imidlertid flere forskjeller mellom debattprogram og nyhetssendinger når kildene er brutt ned på kategorier. Mens kvinneandelen i kategoriene ordinære borgere og barn/unge er overrepresentert i debattprogrammene med henholdsvis 77 og 60 prosent kvinner, er kjønnsfordelingen langt mer balansert i nyhetssendingene, med 49 og 52 prosent kvinner. Kildekategoriene arbeidstakere og FHI/Helsedirektoratet har en høyere kvinneandel i nyhetssendingene, med henholdsvis 37 og 38 prosent, enn i debattprogrammene, med 26 prosent. For kategoriene kommunale politikere, rettssystem/politi, journalister/redaktører og fagbevegelse er mønsteret motsatt. Her er kvinneandelen vesentlig lavere i nyhetssendingene enn i debattprogrammene. Størst er forskjellen for kilder fra rettssystemet og politiet. Mens kvinneandelen i denne kildegruppen utgjør 58 prosent i debattprogrammene, er andelen kvinner fra rettssystem og politi kun 21 prosent i nyhetssendingene.

Blant kommunepolitikere er kvinneandelen 54 prosent i debattprogrammene og 35 prosent i nyhetssendingene.

Det kan være flere grunner til at det er slik, men det viser at sjanger og format er relevant for kjønnsrepresentasjonen i mediene. Videre gjør debatt- og nyhetsredaksjonene til dels ulike kildevalg, og programformatene utfyller hverandre til en viss grad. Journalisters evne til å finne kvinnelige kilder, til tross for en lavere kvinneandel i arbeidslivet, har betydning for hvordan dette bildet ser ut. Selv om kjønns sammensetningen i de ulike kildekategoriene kan være ubalansert også i virkeligheten, bør journalister gjøre en aktiv innsats for å finne kvinnelige kilder til saker der menn vanligvis uttaler seg i media. En av mediens oppgaver er å bidra til en balansert og bred representasjon i nyhetsdekningen, og da er det viktig å også synliggjøre kvinner med ledende posisjoner i politikk og næringsliv.



9.3 REPRESENTASJON BLANT JOURNALISTER

Målet om kjønnsmangfold gjelder ikke bare for kilder, men er også relevant for journalister, som produserer innholdet i mediene. De redaktørstyrte journalistiske mediens samfunnsrolle er forankret i en publisistisk tradisjon, som skal sikre at redaktører og journalister følger pressens prinsipper om objektivitet, og at ulike syn kommer til uttrykk. Like fullt kan hvem som arbeider i redaksjonene, ha betydning for hvilke saker som settes på dagsordenen, og hvilke perspektiver og kilder som velges. At det er et mangfold blant journalistene, har også betydning for i hvilken grad ulike grupper er representert og kan identifisere seg med det verdensbildet som mediene formidler.¹⁴⁷

I forbindelse med koronapandemien har Medietilsynet analysert den redaksjonelle deknin-

gen av pandemien (kapittel 10). Her har vi også registrert kjønnsfordelingen blant journalistene i et utvalg artikler hentet fra nettavisene til NRK, Aftenposten, VG, Sunnmørsposten og Nordlys i 2020.¹⁴⁸

Med utgangspunkt i korona som tema er det mulig å si noe om hvilken betydning kjønnsfordelingen blant journalistene har for kjønnsbalansen blant kildene. En slik analyse dreier seg ikke nødvendigvis om hvorvidt innholdet er relatert til korona eller ikke, men fordi den knyttes opp til en bestemt tematikk, er det mulig å utelukke at det er temaet som påvirker ulikheter i kjønnsfordelingen blant kildene. I analysen er det brukt den samme kategoriseringen av kildegrupper som i analysen av NRK og TV 2.

¹⁴⁷. Et mangfold i redaksjonene omfatter derfor ikke bare kjønn, men også representasjon av ulike sosioøkonomiske bakgrunner, funksjonsnedsettelse og andre minoritetsbakgrunner.

¹⁴⁸. Totalt ble det kodet 400 artikler fra hver nettavis. Medieforskerne Mona Solvoll og Ragnhild Olsen (Handelshøyskolen BI) har bistått i kodingen, sammen med analytikere fra Infomedia Norge.



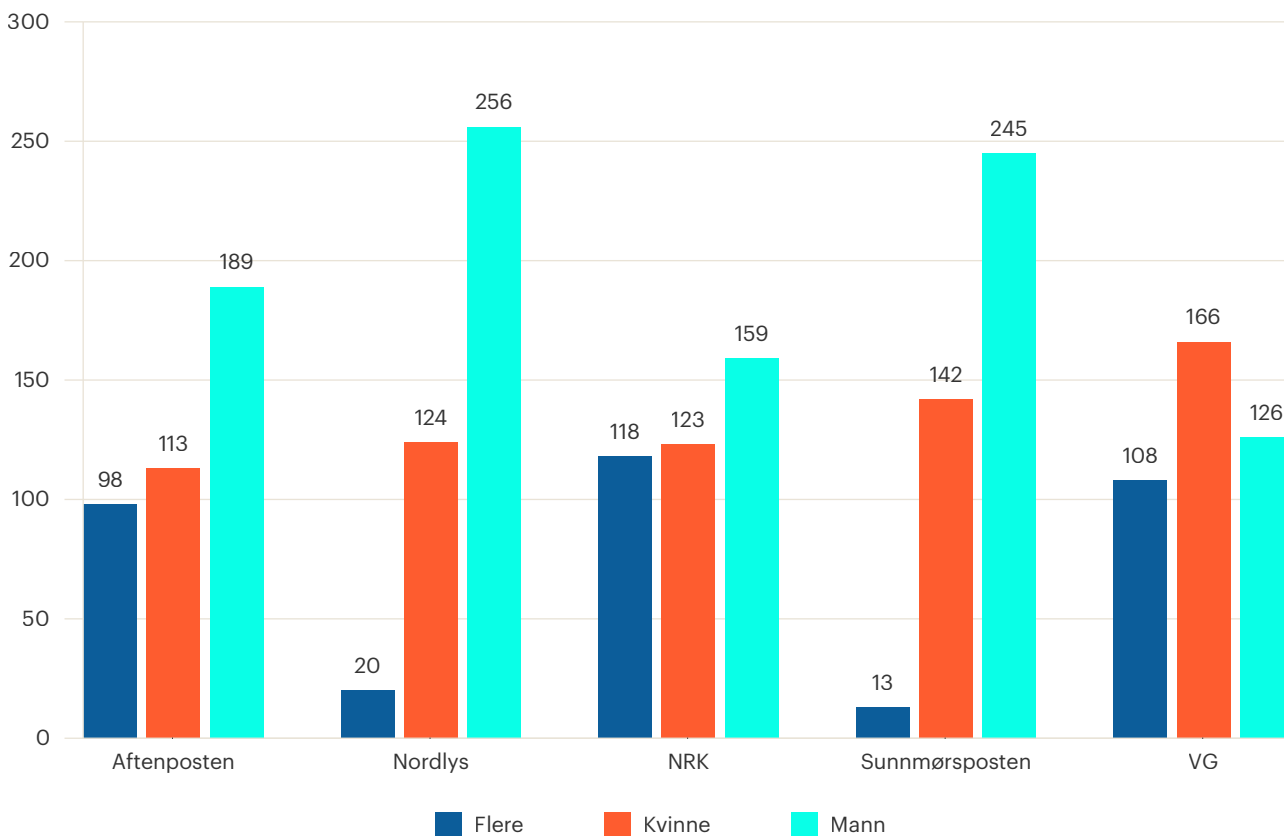
DEL 2

Nesten halvparten (49 prosent) av sakene som handlet om koronapandemien, var produsert av mannlige journalister, enten alene eller sammen med andre mannlige journalister. 33 prosent av sakene var laget av kvinnelige journalister eller av grupper med kun kvinnelige journalister. De resterende 18 prosent av sakene var produsert av både kvinnelige og mannlige journalister som jobbet sammen, altså grupper der begge kjønn var representert.

Blant nettavisene som var med i undersøkelsen, skiller VG seg ut som det eneste mediet der kvinnelige journalister var i flertall i dekingen av pandemien. Både VG og NRK hadde jevnere fordeling enn Sunnmørsposten, Nordlys og Aftenposten. Av sakene fra Nordlys var omtrent dobbelt så mange artikler produsert av menn som av kvinner, mens Sunnmørsposten hadde en fordeling med 37 prosent kvinner og 63 prosent menn. Disse to var også de nettavisene som hadde lavest andel saker der kvinnelige og mannlige journalister arbeidet sammen om en sak.

Figur 37 – kjønnsfordeling blant journalistene. Koronasaker i 2020 (n=2000) (antall journalister)

Kilde: Medietilsynet





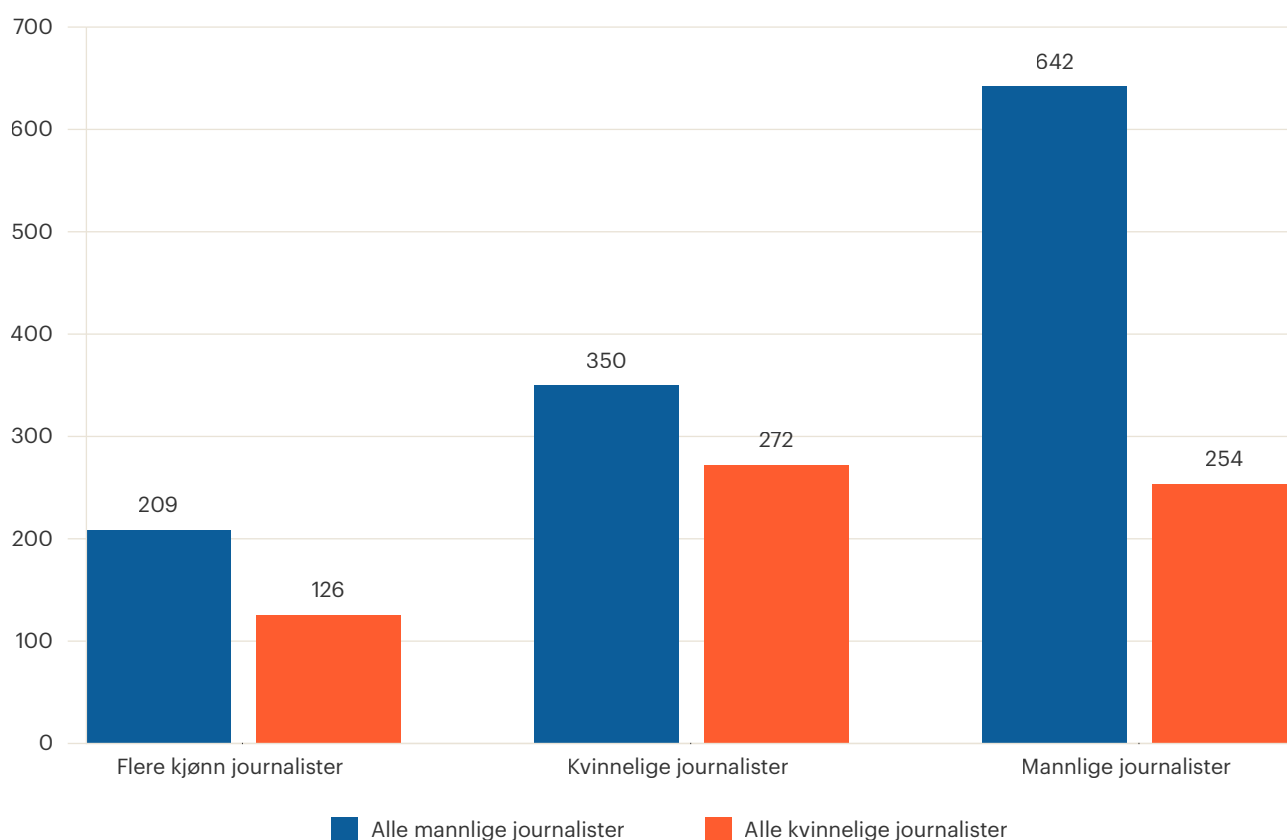
DEL 2

Figur 38 viser mannlige og kvinnelige kilder og hvordan journalistgrupper av ulik kjønnsammensetning siterer dem. Saker produsert av kun kvinnelig(e) journalist(er) har jevnest kjønnsammensetning i kildebruken, mens saker laget av bare mannlige(e) journalist(er) har en vesentlig

større bruk av mannlige kilder. Saker der mannlige og kvinnelige journalister jobbet sammen, har en noe jevnere fordeling, men ikke like jevn som i saker produsert av bare kvinner. Dette indikerer at mannlige journalister bidrar til en økt andel mannlige kilder.

Figur 38 – kjønnsfordelingen blant kildene. Koronasaker i Aftenposten, Nordlys, nrk.no, VG og Sunnmørsposten i 2020 (n=1853) (antall journalister)

Kilde: Medietilsynet



Undersøkelsen viser at mannlige journalister langt oftere oppsøker mannlige ledere enn det kvinnelige journalister gjør. Når kvinnelige journalister siterer kvinnelige kilder, er kildene ofte barn, frilansere (kunstnere, forfattere og selvstendig næringsdrivende kulturpersoner), ofre og mediefolk. Også kvinnelige kilder i FHI og Helsedirektoratet er mer sitert av kvinnelige journalister enn av mannlige.

I de analyserte artiklene har kvinner sjelden jobbet alene eller kun sammen med andre kvinnelige journalister når opposisjonspolitikere er sitert. De har også i liten grad sitert kvinner i rettssystemet, med mindre de har jobbet sammen med mannlige journalister. Mannlige journalister står derimot for halvparten av all siteringen av kvinnelige kilder fra rettssystemet. De har også sitert en stor andel kvinnelige ledere, posisjonspolitikere og representanter for arbeidslivsorganisasjoner.



DEL 2

Fordelingen er jevn når det gjelder å sitere ordinære borgere, arbeidstakere, organisasjonsmedarbeidere og eksperter/forskere.

Undersøkelsen viser dermed at kvinnelige og mannlige journalister til dels bruker ulike typer kilder, både når det gjelder kjønn og rolle. Det forteller også at mangfold i den journalistiske arbeidsstokken er viktig for å få frem ulike interesser, perspektiver og virkelighetsforståelser i nyhetene, og at mangfold blant journalistene også påvirker mangfoldet i kildebruken.

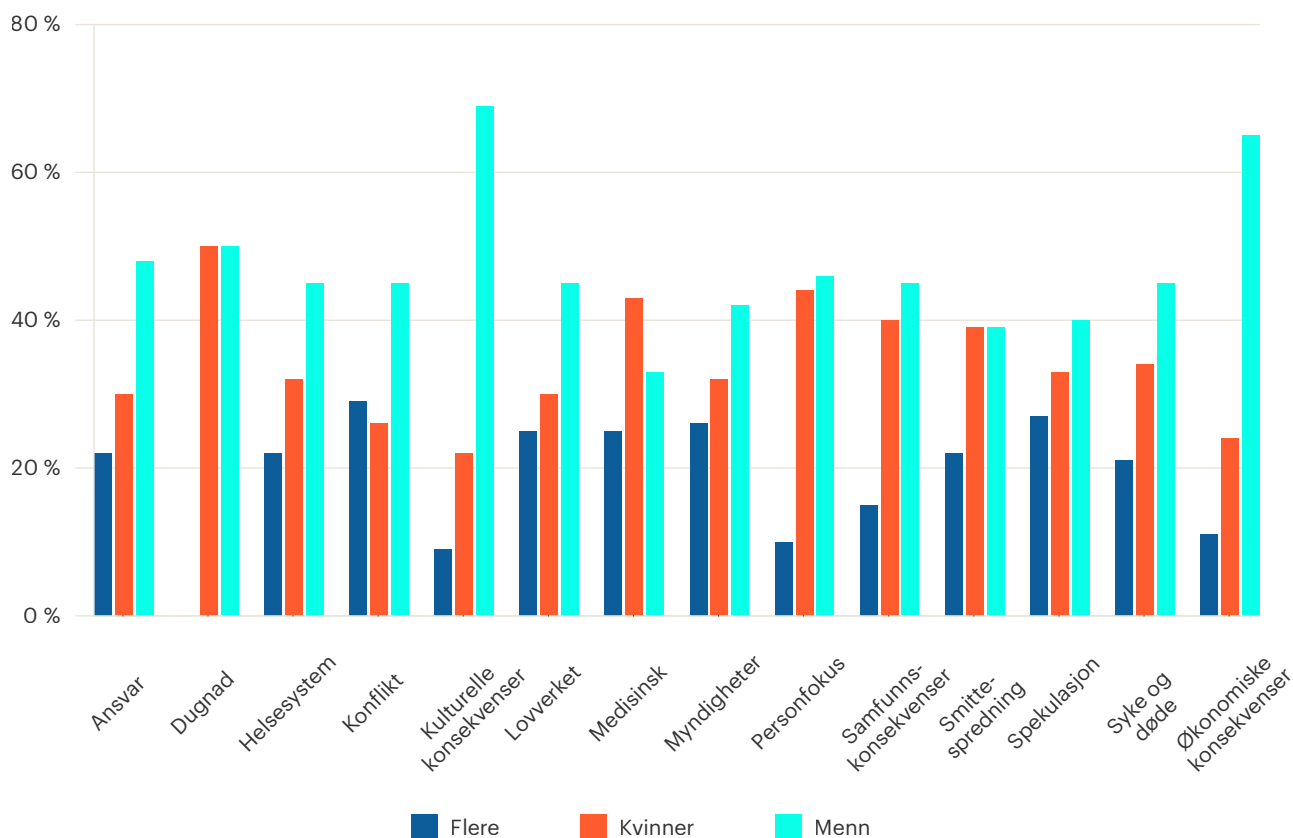
Undersøkelsen viser også hvilken tematikk kvinnelige og mannlige journalister har produsert saker om i forbindelse med dekingen av koronapandemien. I artikler som er skrevet kun av kvinnelige journalister, er smittespredning (23

prosent) og samfunnskonsekvenser (17 prosent) de to største temaene. Mannlige journalister skrev derimot mest om kulturelle konsekvenser (23 prosent), etterfulgt av smittespredning (15 prosent). Menn skrev også i større grad om økonomiske konsekvenser (13 mot sju prosent).

Fordelingen innenfor hver enkelt tematiske ramme gir derimot et annet bilde. Figur 39 viser fordelingen av journalistenes kjønn innenfor hvert enkelt tema. Av artikler som handler om kulturelle eller økonomiske konsekvenser, er henholdsvis 69 og 65 prosent skrevet av én eller flere menn. Også artikler som handler om helse-systemet, konflikter, myndigheter og ansvar, har en langt større andel skrevet av menn enn av kvinner, mens kvinnelige journalister i større grad enn menn skrev om medisinske perspektiver.

Figur 39 – tema fordelt på journalistenes kjønn. Koronasaker i Aftenposten, Nordlys, nrk.no, VG og Sunnmørsposten i 2020 (n=2000) (tall i prosent)

Kilde: Medietilsynet





DEL 2

Den manuelle analysen sier ikke noe om kulturdekningen utenom koronadekningen. Det er likevel interessant at artikler om kultur i så stor grad er skrevet av mannlige journalister. At menn i mye større grad enn kvinner skriver om kulturelle og økonomiske konsekvenser av pandemien, bryter med tidligere funn. En innholdsanalyse av lokale og regionale nyhetsmedier i 2017, viste at kvinnelige journalister i større grad enn mannlige dekket næringsliv og kultur.¹⁴⁹ Også en innholdsanalyse av svenske nyhetsmedier fra 2018

viste at kvinner i større grad enn menn skriver om kulturstoff, mens en omtrent like stor andel menn som kvinner skriver om næringsliv (51 mot 49 prosent).¹⁵⁰ Kulturelle konsekvenser er i Medietilsynets analyse definert som *konsekvenser for spesielle bransjer/sektorer, som idrett, kultur, fritid og religion/livssyn*. Tidligere analyser viser at kvinnelige journalister i større grad skriver om såkalte «myke» temaområder, deriblant kultur, mens sportshendelser i hovedsak dekkes av menn.¹⁵¹

149. Morlandstø, Lisbeth og Hege Lamark (2019). «Lokale kjønnsbilder» i Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø (red.) *Blindsoner og mangfold*, side 205.

150. Hirdman, Anja (2019). «Kön, källor och ämnen i nyhetsjournalistiken» i Andreas Widholm mfl. *Nyheter – allt mer en tolkningsfråga : mediestudiers innehållsanalys 2007–2018*, s. 90.

151. Morlandstø, Lisbeth og Hege Lamark (2019), side 206.

9.4 TIDLIGERE UNDERSØKELSER OM KILDEBRUK I NORSKE AVISER

Stordataanalysen har ikke sett på kildebruken i nyhetsinnholdet til de norske nettavisene. Imidlertid har flere tidligere undersøkelser kartlagt kildebruk og kildemangfold i norske aviser.

Medieforskerne Nina Kvalheim og Helle Sjøvaag analyserte i 2016¹⁵² kildene i 67 papir- og nettaviser, inkludert åtte riksaviser, fem regionaviser og 54 lokalaviser.¹⁵³ Forskerne fant at organisasjoner var den største kildegruppen (16 prosent), etterfulgt av politikere (13 prosent) og barn/familie/venner (tolv prosent). Minst representert var ildsjeler (to prosent), klienter/ofre (to prosent) og journalister (én prosent). Kvalheim og Sjøvaag brukte andre kildekategorier enn det som ble brukt i analysen av nyhetssendingene til NRK og TV 2. Dette gjør at det er vanskelig å sammenligne de to undersøkelsene. Basert på analysen av NRKs Dagsrevyen 21 og 21-nyhetene i TV 2, kan det likevel se ut til at politikere oftere opptrer som kilder i tv-nyheter enn i aviser og nettaviser, mens organisasjoner oftere er kilder i aviser/nett-aviser.

Ettersom stordataanalysen ikke forteller noe om kildebruk, er det ikke grunnlag for å sammenligne ulike mediegrupper på dette området. Kvalheim og Sjøvaag fant imidlertid flere forskjeller mellom ulike typer medier. Barn/familie/venner, ordinære innbyggere og offentlige tjenestemenn utgjorde henholdsvis fem, tre og to prosent av kildene i riksavisene. Samtidig utgjorde de samme kildegruppene 12–13 prosent i regionmediene og 13–15 prosent i lokalmediene. Til forskjell fra de nasjonale mediene har de fleste lokale og regionale medier redaksjonell tilstedeværelse utenfor hovedstadens maktsentrum. Ifølge Kvalheim og Sjøvaag kan en slik geografisk avstand trolig forklare hvorfor lokale og regionale medier, i langt større grad enn nasjonale medier, baserer seg på andre offentlige kilder enn kilder

tilknyttet regjering, storting og andre statlige myndigheter i Oslo.¹⁵⁴ Politikere utgjorde en mindre kildegruppe i regionmediene (ti prosent) enn i riksmediene (15 prosent) og lokalmediene (13 prosent). Sportssektoren (14 prosent), eksperter (ni prosent), PR/talspersoner (ni prosent) og journalister (fem prosent) var mer brukt som kilder i riksmediene enn i regionale og lokale medier, der de samme kildegruppene til sammen utgjorde henholdsvis 15 og tolv prosent. Totalt tyder dette på at riksmediene har et smalere utvalg av kilder, med mindre rom for vanlige borgere og folk som ikke uttaler seg i kraft av sin stilling.¹⁵⁵ Undersøkelsen viser at lokalavisene har en viktig rolle i å inkludere stemmer som ikke kommer til uttrykk i de nasjonale mediene, i tillegg til å ha en utjevne effekt når det gjelder stemmer i offentligheten.¹⁵⁶

Basert på det samme materialet, har Helle Sjøvaag analysert det politiske kildemangfoldet.¹⁵⁷ En av journalistikkens kjerneoppgaver er å sette søkelys på samfunnsproblemer og rette kritiske spørsmål til politikere og andre makthavere. På den måten bidrar den politiske journalistikken til å sikre den politiske forvaltningens legitimitet.¹⁵⁸ Sjøvaag fant at den mest fremtredende politiske kilden var kommunestyrerepresentanten, etterfulgt av ordførere. Ikke overraskende var lokale folkevalgte primært omtalt i lokalmediene, mens nasjonale medier i størst grad brukte stortingspolitikere og statsråder som kilder. Stortingspolitikere opptrådte imidlertid oftest som kilder i regionale medier, mens fylkeskommunale politikere var relativt fraværende. Kun én prosent av de politiske kildene i nasjonale medier var fylkeskommunerepresentanter, mens andelen var noe høyere i regionale (fire prosent) og lokale (seks prosent) aviser. Dette kan tyde på en lav interesse for det fylkeskommune nivået i redaksjonene.

¹⁵². Kvalheim, Nina og Helle Sjøvaag (2016). «Journalistikkens blindsoner». Rapport på vegne av Mediemangfoldsutvalget.

¹⁵³. Se side 14 i Nina Kvalheim og Helle Sjøvaag (2016) for en full oversikt.

¹⁵⁴. Kvalheim, Nina og Helle Sjøvaag (2016). «Journalistikkens blindsoner». Rapport på vegne av Mediemangfoldsutvalget, side 49.

¹⁵⁵. Ibid.

¹⁵⁶. Kvalheim, Nina og Helle Sjøvaag (2016).

¹⁵⁷. Sjøvaag, Helle (2018). «Journalistikkens attraksjon til makten. Politisk kildemangfold i norske nyhetsmedier».

¹⁵⁸. Ibid. side 9.

DEL 2

Medieforskere ved Nord universitet gjorde i 2018 en kvantitativ innholdsanalyse av 24 lokale og regionale nyhetsmedier.¹⁵⁹ Analysen omfattet fire regionale mediehus, seks lokale dagsaviser, tolv fådagersaviser og to av NRKs distriktskontorer¹⁶⁰ og inkluderer redaksjonelle saker på papir og nett for avisene, og på nett, radio og tv for NRK.

Undersøkelsen viser at ledere i privat og offentlig sektor utgjorde den største kildegruppen (26 prosent). Deretter fulgte idrettsutøvere/trenere (18 prosent) og grasrotkilder (13 prosent).¹⁶¹ I likhet med Kvalheim og Sjøvaag (2016) fant forskerne at kildevalget i stor grad var eliteorientert. Ledere (26 prosent), politikere (ti prosent) og politi (fem prosent) utgjorde til sammen 41 prosent av kildene. Forskerne konkluderte med at mennesker med makt, myndighet og posisjoner langt oftere er kilder i lokale og regionale medier enn vanlige folk. Samtidig påpekte forskerne at 27 prosent av kildene var kilder som representerte seg selv, som grasrotrepresentanter (13 prosent), vanlige ansatte (åtte prosent), representanter for frivillige organisasjoner (seks prosent) og brukere/klienter/pasienter (0,7 prosent). Dette er noe lavere enn i analysen av kildebruken i nyhetssendingene til NRK og TV 2. Samtidig kan det likevel

tyde på at fordelingen mellom ulike typer elitekilder og kilder som representerer seg selv, er noenlunde lik på tvers av plattformer.

Videre viser undersøkelsen at kildene i overveiende grad var voksne i yrkesaktiv alder, 93 prosent. Barn og ungdom utgjorde fem prosent av kildene, mens eldre over 70 år kun utgjorde to prosent av kildene. Dette sammenfaller med en innholdsanalyse gjort av Hilde Kristin Dahlstrøm, Nina Nesheim og Bjørg Nyjordet ved NLA Høgskolen.¹⁶² I en innholdsanalyse av 911 artikler fra 14 norske mediehus i 2015 fant forskerne at åtte prosent av kildene var under 20 år, 86 prosent var i alderen 20–66 mens to prosent av kildene var eldre enn 66 år.¹⁶³ Forskerne konkluderte med at den lave andelen eldre og unge kilder gjør at en kan snakke om en marginalisering av disse gruppene i nyhetsmediene.¹⁶⁴ Den lave andelen barn og unge i tidligere studier sammenfaller med den lave andelen barn og unge i nyhetssendingene til NRK og TV 2 i 2020, mens andelen barn og unge i debattsendingene er enda lavere (0,4 prosent). Dette tyder på at barn og unge marginaliseres som kilder på tvers av nasjonale, regionale og lokale nyhetsmedier og på tvers av plattformer.

159. Mathisen, Birgit Røe og Lisbeth Morlandstø (red.) (2019). *Blindsoner og mangfold – en studie av journalistikken i lokale og regionale medier.*

160. Se side 33 i Birgit Røe Mathisen og Lisbeth Morlandstø (red.) (2019) for en full oversikt.

161. Forskerne har kun registrert den viktigste kilden. Det kan derfor være nyanser som undersøkelsen ikke gir svar på.

162. Dahlstrøm, Hilde Kristin, Nina Nesheim og Bjørg Nyjordet (2017). «Barn og eldre marginaliseres som kilder i mediene. Kildebruk i norske nyhetsmedier 2015».

163. I tillegg er fire prosent av kildene registrert som «uklar».

164. Dahlstrøm, Hilde Kristin, Nina S. Nesheim og Bjørg Nyjordet (2017), side 13.



10. Innholdsmangfold i norske nettavisers koronadekning





Koronapandemien startet i 2020 og medførte et stort informasjonsbehov for både innbyggere, politikere og helsemyndigheter. Dette førte til en økning i nordmenns nyhetskonsument. Innhold om pandemien dominerte i mediene og overskygget veldig mye annet. Også oppslag som ikke nødvendigvis handlet om korona, hadde ofte referanser til pandemien.

De redaktørstyrte mediene hadde en sentral rolle i å formidle myndighetenes håndtering av pandemien og pandemiens konsekvenser for ulike deler av samfunnet. Samtidig har mediene gjennom sin rolle som nyhetsformidlere stor innflytelse på hvordan befolkningen opplever og erfarer store hendelser som en pandemi, og på den politiske håndteringen av slike hendelser.¹⁶⁶ Gjennom valg av ord, vinklinger, kilder og illustrasjoner er nyhetsmediene uvilkårlig med på å konstruere bestemte forståelser, enten det gjelder vitenskap, smittekanismer, sykdomshåndtering eller andre ting.¹⁶⁷

Stordataanalysen egner seg i liten grad til å si noe spesifikt om mediernes dekning av enkelttemaer. For å få større kunnskap om mediernes koronadekning, har Medietilsynet gjennomført en casestudie av fem nettaviser.¹⁶⁸ Analysen bygger på en innholdsanalyse av tre nasjonale aktører og to regionale, der avisenes omtale av koronapandemien i 2020 er kartlagt. I tillegg er kildebruken analysert. Dataene som ligger til

grunn, er en manuell analyse av 2000 artikler hentet fra nettavisene til NRK, VG, Aftenposten, Sunnmørsposten og Nordlys. Artiklene, 400 fra hver kilde, er hentet fra perioden fra 24. februar til og med 31. desember 2020.¹⁶⁹

For å kunne si noe om bruken av ulike perspektiver kodet vi artiklene etter 14 forskjellige variabler. Tre perspektiver angår konsekvenser av pandemien (økonomiske konsekvenser, samfunnskonsekvenser og kulturelle konsekvenser), tre perspektiver handler om selve pandemien (medisinsk, smittespredning, syke og døde), fire perspektiver handler om respons (myndigheter, lovverk, helsesystem og dugnad) og fire andre er typiske generiske rammer hentet fra faglitteraturen (personfokus, konflikt, ansvar og spekulasjon).

De øvrige variablene som ble brukt i analysen av koronadekningen, er de samme som ble brukt i innholdsanalysen av NRK og TV 2.¹⁷⁰

165. Medietilsynet (2021). Mediemanngfold i et bruksperspektiv.

166. Ogbodo, Jude Nwakpoke mfl. (2020). Communicating health crisis: a content analysis of global media framing of COVID-19

167. Hågvær, Yngve Benestad (2021). Fire diskurser om korona. Autoritet, ansvar og virkelighetsbilder i helsejournalistikk om covid-19 i VG og Dagbladet.

168. Analysen er gjennomført med bistand fra medieforskerne Mona Solvoll og Ragnhild Olsen fra Handelshøyskolen BI, sammen med analytikere fra Infomedia Norge.

169. Se kapittel 11 for mer informasjon om hvordan artiklene ble valgt ut.

170. Se kapittel 7-9



DEL 2

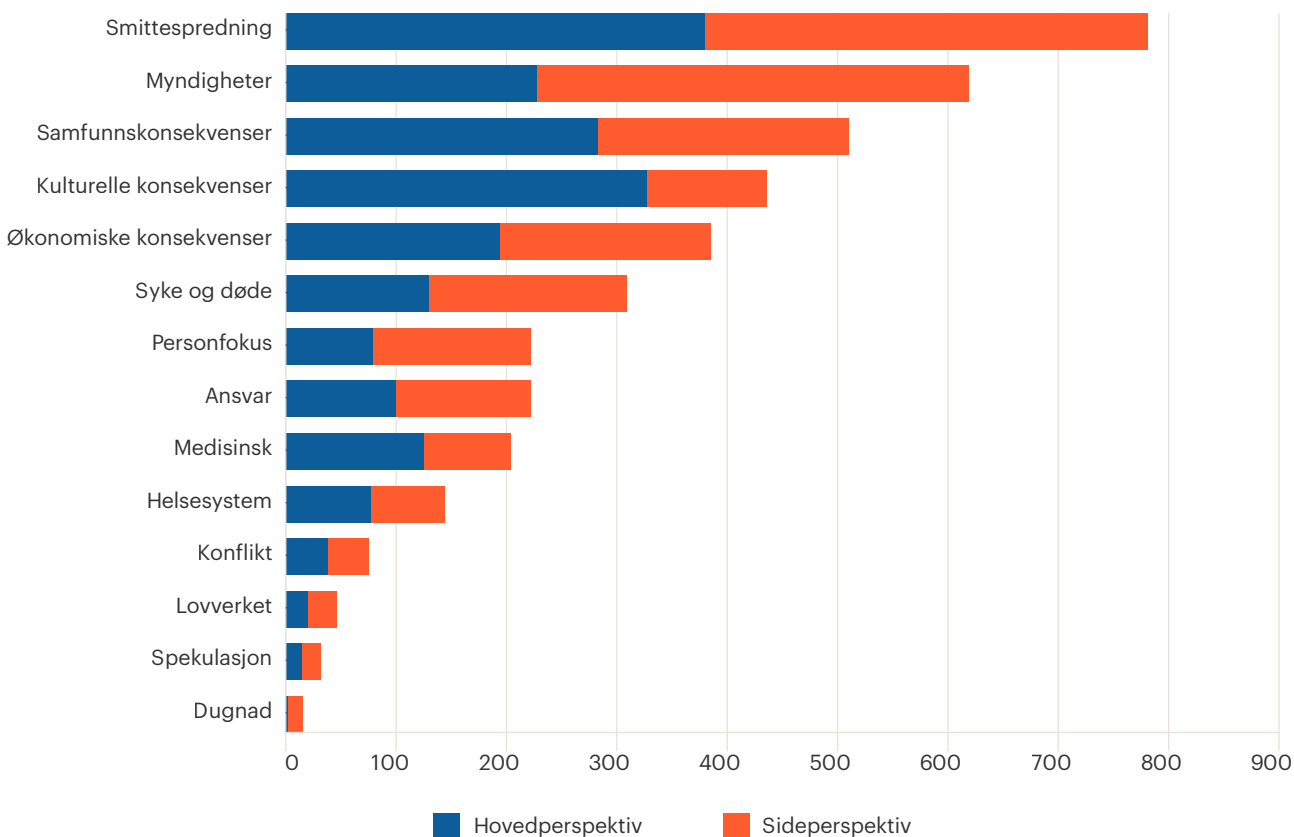
10.1 SMITTESPREDNING PREGET NETTAVISENES KORONADEKNING

Hvilke perspektiver som ligger til grunn i nyhetsartiklene om koronapandemien, forteller nærmere om hva de enkelte artiklene handler om. Ettersom en artikkel kan inneholde flere perspektiver, er det kodet to perspektiver for hver artikkel: et hovedperspektiv og et sideperspektiv. I de tilfellene der det ikke har vært et tydelig sideperspektiv, er samme variabel brukt som både hoved- og sideperspektiv.

Smittespredning var tema for hovedandelen av innholdet om koronapandemien, både som hovedperspektiv og som sideperspektiv i forskjellige nyhetssaker. 380 av de 2000 analyserte artiklene hadde dette som hovedperspektiv og 401 hadde det som sideperspektiv. Totalt hadde 39 prosent av de analyserte artiklene smittespredning som enten hoved- eller sideperspektiv. Myndighetenes tiltak mot spredning var det nest mest fremtredende perspektivet totalt sett, men temaet opptrer i betydelig større grad som sideperspektiv i en sak enn som sakens hovedperspektiv.

Figur 40 – koronaperspektiver i Aftenposten, Nordlys, nrk.no, VG og Sunnmørsposten i 2020 (n=4000) (antall artikler)

Kilde: Medietilsynet





DEL 2

Samfunnskonsekvenser og kulturelle konsekvenser, altså konsekvenser for kultur og idrett, var også et stort tema i koronadekningen i 2020. Ofte handlet det om arrangementer som ble utsatt eller avlyst, men noen saker omtalte også de periodevise gjenåpningene av samfunnet. Samfunnskonsekvenser omfatter 13 prosent av perspektivene, jevnt fordelt som sakenes hovedperspektiv og sideperspektiv. Deretter følger konsekvenser for kultur, som i stor grad opptrer som hovedperspektiv, med elleve prosent.

Figur 40 viser de mest fremtredende koronaperspektivene i nettavisene i 2020, og i hvilken grad perspektivene fordeler seg som hovedperspektiv og/eller et sideperspektiv i de ulike artiklene. Figuren viser hvor ofte de ulike perspektivene er utgangspunktet for saker, uavhengig av om de er hovedperspektiv eller sideperspektiv. Vi kan derfor ikke lese av figuren i hvilken grad hovedperspektiv og sideperspektiv opptrer sammen i de 2000 artiklene som er analysert. Fordi både hovedperspektiv og sideperspektiv ble registrert, er antallet i figuren det dobbelte, totalt 4000.



10.2 KORONASAKENES VINKLING

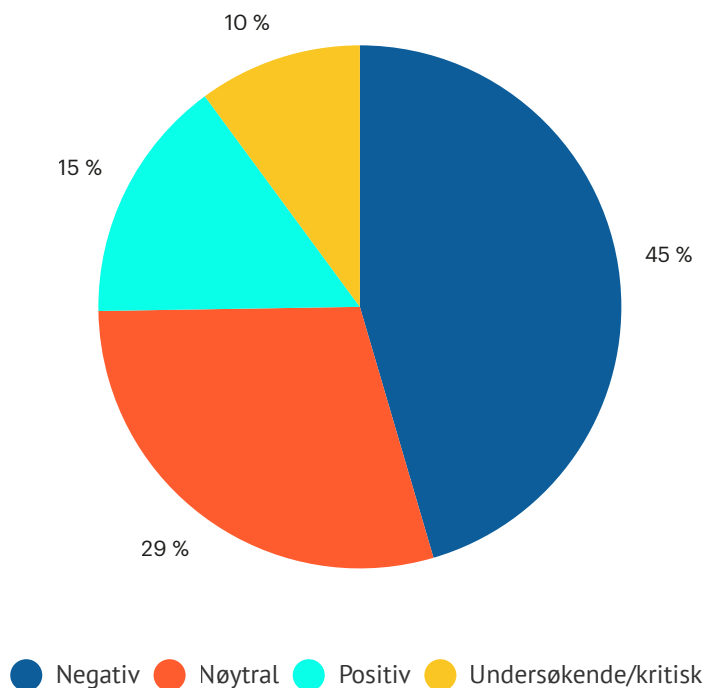
På samme måte som i innholdsanalysene av nyhetssendinger og debattprogrammer har vi målt i hvilken grad sakene om korona i nettavisenes koronadekning hadde en negativ, positiv, nøytral eller kritisk/undersøkende vinkling. Definisjonene er de samme, se kapittel 8.

Figur 41 viser hvor stor andel av sakene om koronapandemien som hadde en negativ, positiv, nøytral eller kritisk/undersøkende vinkling. I underkant av halvparten av sakene, 45 prosent,

ble registrert med et negativt budskap, mens 15 prosent hadde et positivt budskap. 29 prosent av sakene var nøytrale i fremstillingen, og ti prosent hadde et kritisk og/eller undersøkende preg. Negative og nøytrale vinklinger gjorde seg altså gjeldende i flest saker. Den høye andelen negative vinklinger kan trolig forklares med pandemiens store påvirkning på samfunnet, med tiltak som nedstenginger, hjemmeskole og store begrensninger på næringsliv, kultur og idrett.

Figur 41 – vinkling i koronasakene, Aftenposten, Nordlys, nrk.no, VG og Sunnmørsposten i 2020 (n=2000) (tall i prosent)

Kilde: Medietilsynet



DEL 2

Sammenlignet med analysene av nyhetssendingene i NRK og TV 2 var det en langt høyere andel kritiske/undersøkende vinklinger i nettavisenes koronadekning. Kun tre prosent av alle nyhetsinnslagene i NRK og TV 2 hadde en kritisk vinkling, mot ti prosent i nettavisene. Det var også en høyere andel kritiske vinklinger i nettavisenes nasjonale (tolv prosent)¹⁷¹ og lokale (sju prosent) saker enn i nasjonale og lokale saker i tv-nyhetene. Forskjellen i andelen kritiske saker med lokal forankring kan skyldes at analysen av koronadekningen både omfatter regionale aviser og nasjonale aktører, til forskjell fra analysen av nyhetssendingene.¹⁷² Det er naturlig å anta at lokale og regionale medier i større grad enn riksdekkende medier publiserer kritisk journalistikk på saker og hendelser som er lokalt eller regionalt forankret. Blant annet viser en tidligere analyse en høyere andel kritiske, lokale saker i dekningen til NRKs distriktskontorer enn det som er tilfelle for analysen av NRKs nasjonale nyhetssending klokken 21.¹⁷³ Flest lokale saker med kritisk vinkling har regionavisen Nordlys, etterfulgt av Aftenposten.

Analysen av nettavisene har kun undersøkt artikler som er relatert til korona, til forskjell fra analysen av nyhetssendingene, der flere temaer er omfattet. Det kan stilles spørsmål om artikkelformatet gir noe større rom for kritiske og undersøkende perspektiver enn formatet til tv-nyhetssendingene. En tidligere sammenlignende analyse av tv-nyhetene på NRK og TV 2 i perioden 1993 til 2000 viste imidlertid at konkurransen mellom NRK og TV 2 ikke hadde resultert i en økt tabloidisering i form av kortere og raskere nyheter, og at det ikke hadde skjedd endringer i forholdet mellom lengre reportasjer og kortere nyhetsnotiser i favør av nyhetsnotisen.¹⁷⁴ Tvert imot viste analysen at det gjennomsnittlige nyhetsinnslaget var lengre i 2000 enn i 1993, både på NRK og TV 2, noe som tilsier at de to allmenningkasterne prioriterer dybde fremfor bredde.¹⁷⁵ Ytterligere 20 år har passert etter denne tidsserien med sammenlignende

analyser av tv-nyhetenes form og innhold i de to allmenningkasterne. Et interessant spørsmål er om tv-nyhetene som sjanger har endret seg mer i retning av kortere og raskere nyheter i denne perioden, der konvergensen har ført til at nesten alle nyhetsaktører er til stede på samtlige formater (lyd, bilde og tekst), og at formatene kan ha blitt nærmere alternativer som kilder til nyheter for publikum. Når samtlige nyhetsmedier tilbyr nyhetstjenester på nettet, påvirker dette tilgjengeligheten av løpende oppdatert nyhetstilbud, og endrer befolkningens preferanser og nyhetsbruk. Det er ikke usannsynlig at dette også påvirker formatet for tv-nyhetene. Det er problematisk i et mediemangfoldsperspektiv dersom de mediebrugerne som har tv-nyheter som sin primære nyhetskilde, får mindre kritiske og undersøkende perspektiver i nyhetsdekningen.

Som vist i punkt 8.1 gir debattsendingene på tv og radio større plass til undersøkende og kritiske perspektiver enn nyhetssendingene. Undersøkelsene i denne rapporten gir ingen informasjon om forskjellene mellom nyhetssendingene og nettavisene skyldes at det generelt er mer kritisk journalistikk i nettavisene enn i tv-nyhetene, eller om forskjellene skyldes at pandemien førte til en økning i andelen kritisk journalistikk. En tidligere undersøkelse av 24 lokale og regionale medier fant imidlertid at andelen kritisk journalistikk utgjorde fem prosent av innholdet.¹⁷⁶ Det er litt mindre enn i analysen av koronadekningen i Nordlys, men mer enn i Sunnmørsposten. Dette kan indikere at pandemien ikke nødvendigvis førte til mer kritisk journalistikk i regionale medier. Ettersom undersøkelsen av koronadekningen kun omfatter to regionale aviser, er det likevel ikke mulig å si om pandemien førte til en økning eller nedgang i den kritiske journalistikken i lokale- og regionale medier. Når alle artikler med en kritisk vinkling legges til grunn, er det flest kritiske artikler i de nasjonale nettavisene VG, Aftenposten og NRK.

171. Andelen kritiske artikler samsvarer med funn i en lignende undersøkelse av koronadekningen i Aftenposten og Dagsavisen. Den viser at åtte prosent av artiklene om pandemien hadde en kritisk og undersøkende vinkling, jf. Birgitte Kjos Fonn og Anja Naper (2021) *Media Consensus and Divergences in Norway During the Second Wave of Coronavirus Infection*.

172. Selv om NRKs distriktskontorer også lager saker til de nasjonale nyhetssendingene, er Dagsrevyen først og fremst et riksdekkende format.

173. Jf. Mathisen, Birgit Røe og Lisbeth Morlandstø (2019) *Blindsoner og mangfold*

174. Wahldal, Ragnar, Bruun Andresen og Rønning Helge (2002) *Nyheter først og fremst – Norske tv-nyheter: myter og realiteter*, kapittel 5 Fellesnyheter.

175. Ibid.

176. Mathisen, Birgit Røe og Lisbeth Morlandstø (2019). *Blindsoner og mangfold*.



DEL 2

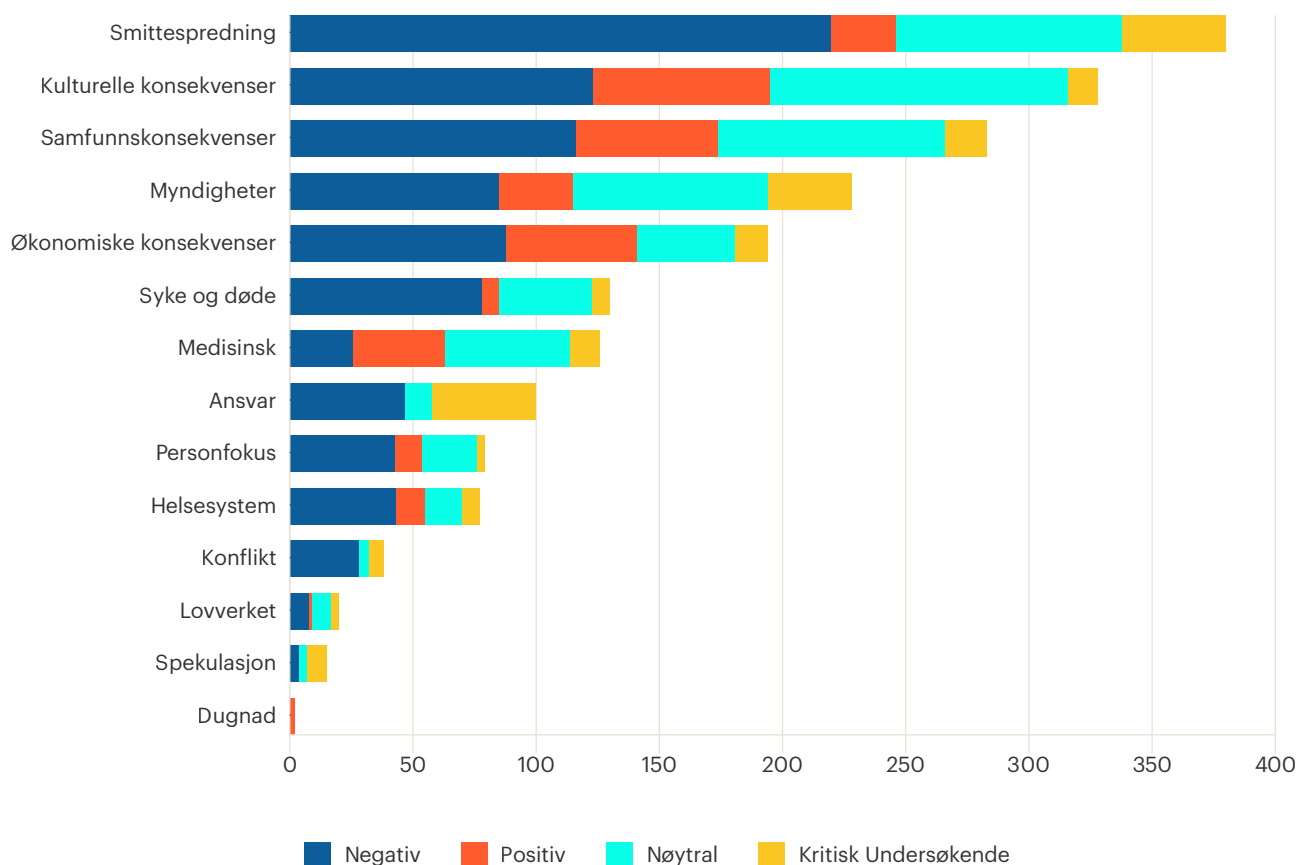
Hvordan vinklingen i koronasakene fordeler seg på de ulike tema-perspektivene, illustreres i figur 42. Her er det kun tatt hensyn til hovedperspektivene.

Saker om smittespredning er naturlig nok spesielt preget av en negativ vinkling. Av sakene som handler om smittespredning og syke/døde, utgjør artikler med negativ vinkling henholdsvis 58 og 60 prosent. I tillegg har mer enn halvparten av sakene om helsesystemet en negativ vinkling (56 prosent). En kritisk/undersøkende fremstilling gjør seg betydelig mer gjeldende i saker

som handler om ansvar for pandemien og dens konsekvenser. For artikler med en kritisk/undersøkende vinkling alene utgjør artikler om ansvar, smittespredning og myndigheter til sammen 57 prosent av sakene. Å granske maktinstitusjoner og myndighetspersoner er en sentral del av journalistikkens samfunnsoppdrag og rolle. Kritisk journalistikk om ansvar og myndigheter går dermed rett i kjernen av journalistikkens samfunnsoppdrag. Dette kan være med på å forklare hvorfor artikler om ansvar og myndigheter i en nasjonal krisesituasjon utgjør en stor andel av artiklene med en kritisk/undersøkende vinkling.

Figur 42 – vinkling fordelt på hovedperspektiver i koronasaker, Aftenposten, Nordlys, nrk.no, VG og Sunnmørsposten i 2020 (n=2000) (antall artikler)

Kilde: Medietilsynet





DEL 2

I den manuelle innholdsanalysen er det også vurdert om artiklene har et alarmerende preg, det vil si om artiklene fokuserte på fremtiden og risiko, påvirkning av noe som skjedde, mulige alvorlige konsekvenser, en ukjent utvikling eller advarte mot noe som enda ikke var en realitet.¹⁷⁷ Av sakene i nettavisenes koronadekning hadde 32 prosent et alarmerende uttrykk.

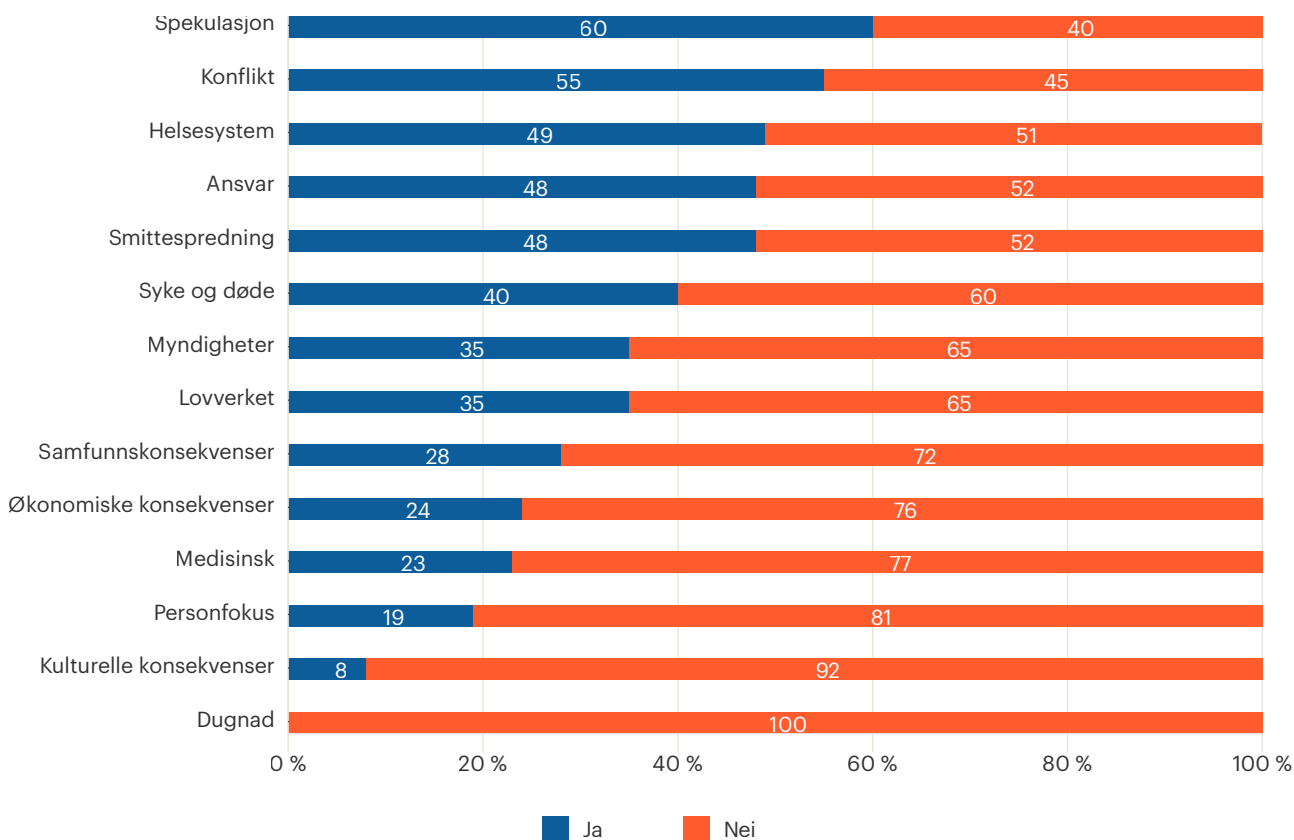
Figur 43 viser fordelingen av alarmerende vinklinger innenfor hvert koronaperspektiv. Av saker som hadde spekulasjon som hovedperspektiv, hadde 60 prosent et alarmerende preg. At majoriteten av sakene er vinklet slik, er som forventet ut fra at «spekulasjon» i denne analysen er definert som *panikkskapende innhold, falske nyheter og konspirasjonsteorier, samt spekulasjoner som er ikke-konspiratoriske*. Videre er det heller ikke

uventet at saker som omhandlet analyser av fremtidsscenarioer for koronapandemien som hadde alvorlige virkninger både på mikro- og makronivå, i stor grad vinkles og tar høyde for det som i verste fall kunne skje. Av saker som handlet om konflikt mellom ulike samfunnsgrupper eller -lag, hadde 55 prosent en alarmerende vinkling. Andelen er høy også for saker som handlet om helsesystemet (49 prosent), ansvar (48 prosent) og smittespredning (48 prosent).

I saker der kulturelle konsekvenser var hovedperspektiv, var kun åtte prosent vinklet på en alarmerende måte, og for innhold som handlet om dugnad, var slike vinklinger fraværende. Relativt lavt var andelen også for saker der samfunnsmessige (28 prosent) og økonomiske konsekvenser (24 prosent) var hovedperspektiv.

Figur 43 – alarmerende vinkling i nyheter om korona, Aftenposten, Nordlys, nrk.no, VG og Sunnmørsposten i 2020 (n=2000) (tall i prosent)

Kilde: Medietilsynet



¹⁷⁷ I forkant av kodingen ble det gjennomført en opplæring av alle kodere, totalt seks personer, for å sikre en minst mulig subjektiv vurdering av hver enkelt artikkel. Det ble også gjennomført testkodinger for å sikre at alle kodere hadde en felles forståelse for hva som er en alarmerende vinkling.



10.3 KILDENE I KORONADEKNINGEN VAR I HOVEDSAK LEDERE

I de 2 000 analyserte artiklene ble det til sammen registrert 4680 kilder. Av det totale kildeutvalget var 1484 ledere for private og offentlige virksomheter. Denne gruppen utgjorde dermed 32 prosent av alle kildene.

Sammenlignet med kildeutvalget i nyhetssendingene i NRK og TV 2, som også omfatter andre typer nyhetsinnslag enn nyheter om pandemien, er kildesammensetningen i avisenes koronadekning smalere. Det er særlig andelen ledere i offentlig og privat virksomhet som skiller seg ut. Dette kan tyde på at pandemien forårsaket en forhøyet andel ledere i nyhetene, og særlig i deknningen av koronapandemien – som i stor grad preget nyhetsbildet både i tv og aviser. Journalistikkens rolle er å avdekke saker om forhold som er vesentlige for samfunnet. Det er derfor naturlig at en høy andel av mediernes kilder er personer med ansvarsposisjoner i kraft av sin stilling.¹⁷⁸ Analysen tyder på at pandemien og det store

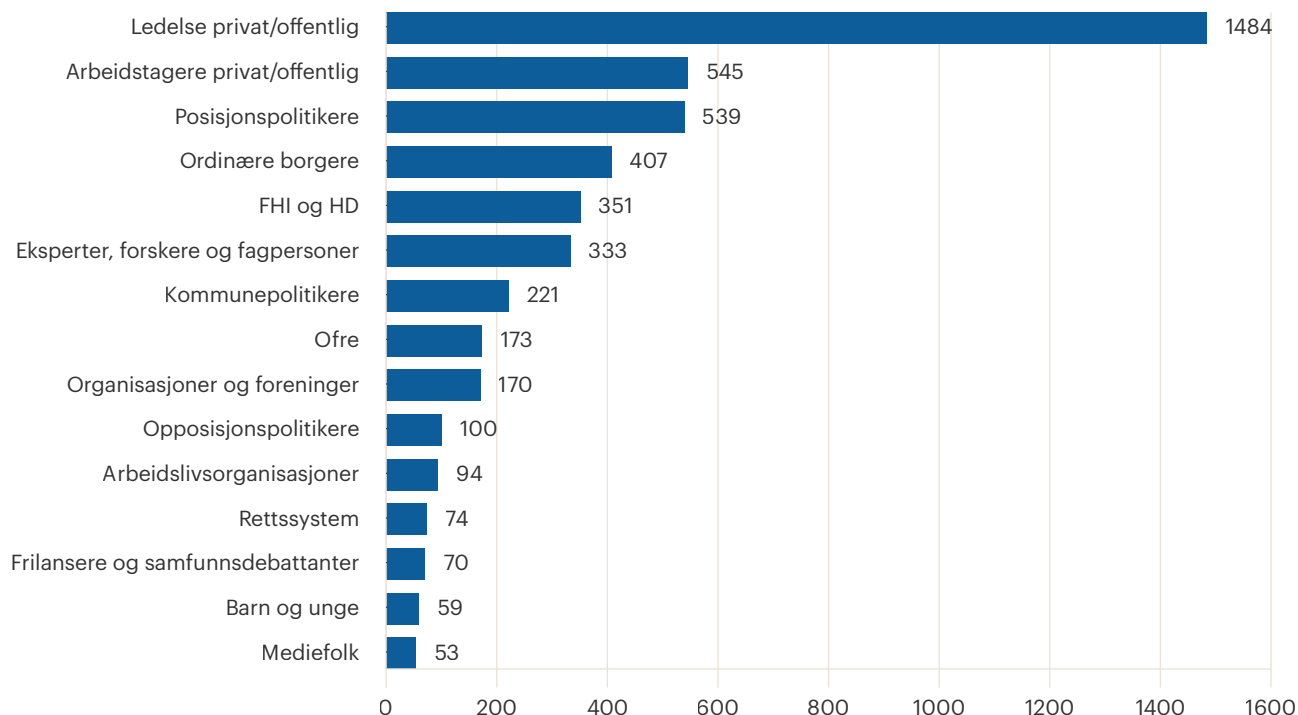
informasjonsbehovet som fulgte med den, blant annet med tanke på nedstengninger, smittesituasjoner og påvirkningen på nærings- og arbeidsliv, økte behovet for uttalelser fra personer med ledende posisjoner i samfunnet.

Til sammenligning var arbeidstakere og posisjonspolitikere representert i langt mindre grad i nettavisenes koronadekning, med henholdsvis 11,6 og 11,5 prosent av kildegrunnet. Borgere er den fjerde største gruppen, og er representert med ni prosent av kildene.

Personer fra Folkehelseinstituttet (FHI) og Helse- og helsedirektoratet (HD) ble registrert i en egen kategori, og de utgjør den femte største kildekategorien i undersøkelsen av koronadekningen (åtte prosent). Dette kan kanskje virke mye, men det er her viktig å ta med i betraktningen at alle sakene handlet om noe som var relatert til koronapandemien.

Figur 44 – alle kilder i koronasaker, Aftenposten, Nordlys, nrk.no, VG og Sunnmørsposten i 2020 (n=4680) (antall kilder)

Kilde: Medietilsynet



¹⁷⁸ Dahlstrøm, Hilde, Nina Nesheim og Bjørg Nyjordet (2017). Barn og eldre marginaliseres som kilder i nyhetsmediene.



DEL 2

Figur 45 viser en sammenligning av kilder i nyhetssendinger på tv i et generelt utvalg, mot kilder i nyheter om korona i nettaviser for samme år. Kilder i debattprogrammene er ekskludert, slik at dette er en sammenligning av kilder i nyhetsbildet i tv og nettaviser. At datagrunnlaget er hentet fra to ulike formater, altså nettavis og tv, kan påvirke resultatet. Som allerede nevnt gir ikke analysen grunnlag for å si om årsaken til forskjellene kun skyldes temaet (korona) eller om også andre årsaker spiller inn.¹⁷⁹

Merk at data fra nyhetssendingene også inkluderer koronarelevante saker (om lag 20 prosent). Kildegruppen fra FHI og Helsedirektoratet er derfor noe høyt representert også her.

Den tydeligste forskjellen i kildebruk mellom nettavis og tv er andelen ledere i saker om korona, se figur 45. Mens kategorien ledere utgjør 32 prosent av kildegrunnet i nettavisenes koronadekning, utgjør den samme kategorien 13 prosent i det generelle utvalget av nyhetssendinger på tv.

Selv om de har en forholdsmessig begrenset tilstedeværelse sammenlignet med ledere, har arbeidstakere en betydelig forhøyet representasjon i det koronarelaterte innholdet. Denne gruppen er registrert med tolv prosent i koronasakene, mot sju prosent i nyhetssendingene på tv. Andelen arbeidstakere er også høyere enn det som tidligere er funnet i lokale og regionale medier,¹⁸⁰ der andelen arbeidstakere sammenfaller med andelen i analysen av tv-nyhetene. At andelen

arbeidstakere er høyere i de koronarelaterte sakene, kan ha sammenheng med de store konsekvensene pandemien har hatt for kultur, samfunn og økonomi. Ettersom disse konsekvensene hadde betydelig innvirkning på store grupper av befolkningen, kan pandemien ha gjort det mer aktuelt for journalistene å oppsøke flere grupper arbeidstakere i omtalen av nettopp korona.

Andelen vanlige borgere som kilde i saker om korona i nettavisene er bare halvparten så stor som i de generelle nyhetssakene på tv (ni mot 18 prosent). Det samme gjelder gruppen opposisjonspolitikere, som i koronasaker i nettavisene utgjør kun to prosent, mot sju prosent i de mer generelle nyhetssakene på tv. Gruppene rettsystem og politi, mediefolk og barn og unge har også tatt betydelig mindre plass i dekingen av koronapandemien enn i det generelle nyhetsinnholdet på lineær tv.

At gruppen posisjonspolitikere ikke er forhøyet i koronadekingen, kan ha sammenheng med at tv-nyhetene var plattform for kommunikasjon fra myndigheter til folket, og at andelen posisjonspolitikere på den måten allerede var forhøyet i nyhetssendingene på tv. I tillegg medførte pandemien et større behov for politisk enighet på tvers av partigrensene, noe som trolig gjorde at regjeringen i liten grad ble kritisert av opposisjonen den første tiden av pandemien. At det i en periode var stor grad av tverrpolitisk samarbeid, kan være en av flere forklaringer på hvorfor opposisjonspolitikere i svært liten grad ble brukt som kilder i koronadekingen.¹⁸¹

179. Det kan for eksempel være grupper av kilder som er mer komfortable med å uttale seg til et skriftlig medium enn til en tv-kanal. En slik faktor vil i så fall påvirke kildebruken også innenfor andre temaer enn bare korona. Det kan heller ikke utelukkes at journalister i nettaviser gjør andre prioriteringer enn journalistene i tv.

180. Mathisen, Birgit Røe og Lisbeth Morlandstø (red.) *Blindsoner og mangfold*.

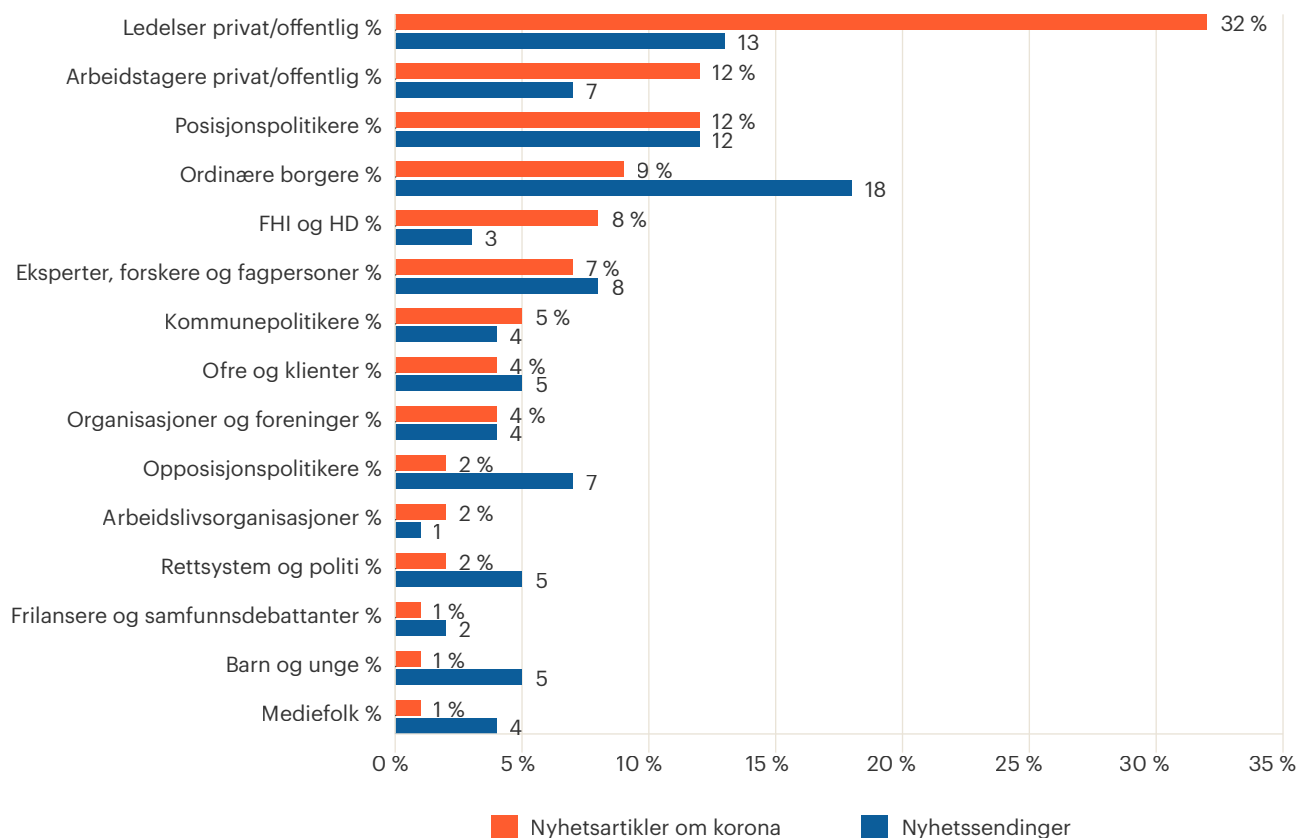
181. Noe av forklaringen kan også være at tv-nyhetene omfatter flere temaer. Ofte er det ulike politikere som uttaler seg om forskjellige temaer. Det kan derfor tenkes at en analyse av koronadekingen særskilt utelukker politikere som til vanlig uttaler seg om andre temaer.



DEL 2

Figur 45 – Fordelingen av kilder i NRKs og TV 2s nyheter i 2020 (n=1920) og nettavisenes koronanyheter i 2020 (n=4680) (tall i prosent)

Kilde: Medietilsynet



Basert på datagrunnlaget i de to analysene av nyhetssendingene på tv og nettavisenes koronadekning, kan vi anta at koronapandemien medførte at personer i ledende posisjoner i samfunnet, altså ledere og posisjonspolitikere, i betydelig større grad ble brukt som kilder for mediene i 2020 enn i årene forut for pandemien. Vanlige borgere og representanter for opposisjonspolitikken er tydelig underrepresentert i nettavisenes dekning av pandemien sammenlignet med de generelle nyhetssendingene på lineær tv. Analysene gir ikke grunnlag for å konkludere med at årsaken til forskjellene kun handler om temaet korona. Deler av forskjellene kan for eksempel skyldes at det generelt kan være ulik kildebruk i nettavis og tv. Noen av forskjellene er likevel så store at det er grunn til å tro at koro-

nadekningen førte til en reell endring i bruken av noen kildegrupper, og særlig gjelder dette økningen i andelen ledere. Ettersom koronapandemien var en omgripende krisesituasjon som både fordret høy grad av ekspertkunnskap og statlige tiltak som grep inn i hverdagen for de aller fleste, er det naturlig at koronarelatert tematikk kommer høyt opp på nyhetsmedienes dagsorden. Når et tema blir så omfattende i nyhetsbildet, er det også naturlig at de særskilte egenskapene ved temaet gir føringer for kildevalget. Selv om det kunne forventes at kildegruppen i en periode var både helseekspert- og regjeringstung, er det likevel grunn til å stille spørsmål ved om andre relevante kilder og perspektiver i for liten grad ble hørt i en situasjon som hadde så store konsekvenser på både makro- og mikronivå.



DEL 2

Kjønns sammensetningen blant kilder i nettavisenes dekning av koronapandemien var noe skjevere enn i de generelle nyhetsinnslagene på tv, som til sammenligning omfatter en bredere tematisk dekning. I gruppene ledere, posisjonspolitikere, opposisjonspolitikere og kommunepolitikere var det en høyere andel mannlige kilder i nettavisene enn i tv-nyhetene.¹⁸² Også blant organisasjoner og frilansere/samfunnsdebattanter var det en høyere andel menn i koronadekningen enn i de generelle nyhetssendingene på tv. For eksperter og fagpersoner var det derimot en litt høyere andel kvinnelige kilder enn i tv-nyhetene.¹⁸³ Det samme gjelder andelen kvinner i gruppene arbeidslivsorganisasjoner og arbeidstakere.

Gruppene ofre og barn/unge er de eneste kildegruppene i nettavisenes koronadekning med

en tydelig overrepresentasjon av kvinner. I saker om koronapandemien er i tillegg differansen mellom andelen kvinnelige og mannlige kilder større innenfor disse to kildegruppene enn i nyhetssendingene der flere temakategorier er inkludert. I de generelle nyhetssendingene utgjør andelen kvinner 45 prosent av kildegruppen klienter/ofre. I dekningen av koronapandemien var kvinneandelen derimot 59 prosent innenfor den samme kildegruppen. For gruppen barn/unge var andelen kvinner enda høyere.

Totalt var det en større skjevhet i kjønns sammensetning i koronadekningen i nettavisene enn i de generelle tv-nyhetene. Menn kom i større grad til orde som ledere for politikk og næringsliv, mens kvinner enda oftere opptrådte som ofre.

182. Forskjellen er særlig stor for kildegruppen kommunepolitikere. Mens 65 prosent av kommunepolitikerne var menn i tv-nyhetene, var andelen mannlige kommunepolitikere 76 prosent i koronadekningen.

183. Mens andelen menn utgjorde 71 prosent av ekspertene i tv, utgjorde menn 65 prosent i nettavisenes koronadekning.



11. Metode





11.1 STORDATAANALYSE

For å analysere innholdsmangfoldet i de norske nettavisene er metoden Latent Dirichlet Allocation (LDA) benyttet. Dette er en algoritme som brukes innen temakategoriseringer i datasett med store mengder tekst, og som gir en modell over tematiske strukturer. Algoritmen kategoriserer og setter sammen temaer ved å gruppere ord som ofte forekommer sammen i tekstene som analyseres. Slike sammensetninger av ord fremstår gjerne som et tema fordi mange temaer omtales ved bruk av karakteristiske vokabular. Deretter blir temaene gjenstand for menneskelig tolkning, basert på ordsammensetningen i hvert tema. Det er ikke uvanlig i en LDA-analyse at det

kan oppstå enkelte temaer som er inkoherente, det vil si at temaene ikke gir klare kategoriseringer.¹⁸⁴ Ettersom slike «annet»-kategorier ikke gir et tydelig bilde på det tematiske innholdet, har vi valgt å holde disse temaene utenfor i fortolkningen av LDA-analysene.¹⁸⁵ En viktig forutsetning for en LDA-analyse er at modellen trenger menneskelig input på hvor mange temaer modellen skal generere. LDA-algoritmen finner ikke selv hvor mange tema som er til stede i et korpus.¹⁸⁶

Eksempler på ordsammensetninger i noen temakategorier:

Nyhetstema	Undertema	Topp 30 ord
Utdanning	Forskning	Universitetet forskning professor studien forskerne forskere studier forskere forsker resultatene studie universitet publisert funn ring effekt institutt funnene medisin spesifikke Norge undersøkt resultater påvirker metoder kunnskap tyder effekten studiene moderat faktorer
Næring	Strøm	Prisen strøm energi prisene høye øre strømmen kraft Norge priser strømprisene pris betale strømpriser forbruk dyrere betaler forbruk avgifter vindkraft lave koster fornybar billigere vinteren regningen året dyrt Europa spare
Næring	Hotell	Hotell gjester hotellet gjestene hotel oppholdet direktøren opphold direktør rommet servert grand sesongen stengt kurs forlate lokalet ankom bo servering dørene sesong oppleve besøke opplevelse sjekket sentrum Norge telt bodde
Beredskap	Ulykke	Skader ulykken skadet skade skadene sykehus ødelagt fraktet skadde skadd truffet traff tilstanden alvorlig knust materielle ryddet påført oppsto involverte sykehuset hendelse smerter forårsaket involvert front årsaken ambulanse kritisk rydde
Idrett	Fotball	Mål kampen ballen scoret United omgang pause Manchester league ledelsen kamp laget keeper Liverpool city premier kamper minutt poeng hjemmelaget Chelsea scoring Solskjær banen spilte spilt sesongen NTB omgangen sjanser
Politikk	Partier	Krf venstre rødt stemme stemmer valget partiet partiene samiske partier flertall regjering stemte oppslutning parti stemmene velgere stemt velgerne stortingsvalget kandidater partileder representanter september leder danne stortinget resultat flertallet fremskrittspartiet

^{184.} Et eksempel i analysen som omfatter alle nettavisene, er undertema 14, hvor de første ti ordene er: Jon regi øvre Linda king love kommersielle ane innslag tjue.

^{185.} I analysen av alle nettavisene var ett av 31 nyhetstemaer navngitt som «annet»

^{186.} Sjøvaag, Helle og Truls André Pedersen (2018). NRKs bidrag til mediemangfoldet. Rapport fra Universitetet i Bergen.



I rapporten her det brukt fem modeller av ulik størrelse. Den første og største modellen analyserer innholdet i 252 norske nettaviser. To mellomstore modeller analyserer alt innholdet i henholdsvis lokale/regionale nettaviser og nasjonale nettaviser. Til slutt er det gjort analyser av nasjonale breddemedier og nasjonale nisjeaviser. Hver modell tilsvarer med andre ord én enkelt analyse.

Når flere modeller brukes, blir temaene i hver modell unikt bygget opp på ulike måter. Dette innebærer at temaene i de forskjellige modellene er bygget opp på ulikt grunnlag. Sammenligningsgrunnlaget på tvers av modellene er derfor

svakere enn når enkeltmedier sammenlignes innenfor en og samme modell. Dette gjør også at det kan bli noen variasjoner mellom for eksempel lokalavisene i den fulle modellen og i modellen som bare ser på lokale og regionale medier og så videre.

Store analyser av medieinnhold på tvers av medier gir ikke nødvendigvis en helt presis innholdsprofil for de enkelte mediene. Analysene kartlegger likevel det totale innholdsmangfoldet i de mediene som er omfattet i de forskjellige modellene, og viser enkeltmedienes bidrag til det totale innholdsmangfoldet.



Oversikt over nyhets- og undertemaene som utgjør analysen av alle nettavisene:

Nyhetstema	Undertemaer	Nyhetstema	Undertemaer
Næring	Selskap, børser, boligmarked, handel, marked, arbeidsliv, skipsfart, næring, korona, hjemmekontor, bolig, landbruk, offentlig sektor, restaurant, strøm, servering, styre, produksjon, teknologi, reise, hotell, dagligvare og eiendom	Politikk	Kommune, partier, klima, storting, EU, politikk, rødgrønn regjering, ungdom, USA, skatt, forsvar, Solberg-regjeringen og helse
Idrett	Idrett, fotball, OL, NM, håndball/ fotball, friidrett, golf, landslag, tennis, norsk fotball og hopp	Helse	Korona, trening, psykisk, eldreomsorg, sykehus, vaksiner, helse og Skandinavia
Beredskap og ulykker	Sikkerhet, hendelse, ulykke, brann, Røde Kors, politi, drap og legevakt	Samferdsel	Trafikk, kollektivtransport, vei, bil, tog, trafikkkontroll og parkering
Familie	Hverdag, barn, familie, forhold og hytteliv	Offentlig adm.	Byggeprosjekt, tilsyn, kommune og velferd
Kultur	Musikk, teater, arrangementer, museum og bibliotek, film og tv, litteratur, kunst og litteratur	Geografi	Fylker, Sørlandet, Trøndelag, Telemark, Møre og Romsdal, Vestfold, Romerike og geografi
Internasjonalt	Internasjonalt, beredskap og Afghanistan	Justis	Domstol, krim, overgrep, lover og regler og justis
Aktivitet	Aktivitet	Religion	Kristendom og kirke/jul
Media	Sosiale medier og medier	Klima	Grønn omstilling
Samfunn	Samfunn og kvinner	Årstid	Måneder
Utdanning	Skole, forskning og studier	Kultur/helse	Litteratur og rus
Bygg	Hjem	Mat og drikke	Vin og mat
Dyr	Hund	Høytid	Påske/jul
Byliv	Byliv og Oslo	Samisk	Samisk/korona
Distrikt	Distrikt	Vær	Vær
Natur	Friluft og jakt	Annet	Annet
Nynorsk	Nynorsk		



Oversikt over nyhets- og undertemaene som utgjør analysen av nasjonale nettaviser:

Nyhetstema	Undertemaer	Nyhetstema	Undertemaer
Næring	Næring, boligmarked, energi, børser, handel, selskap, reiseliv, bedrift, Norges Bank, restaurant, økonomi og landbruk	Politikk	Internasjonalt, USA, Oslo, finans, EU, regjering, kommune, debatt, stortinget, samferdsel, politikk, næring og forsvar
Internasjonalt	Internasjonalt, Russland, Afghanistan, næring, Nato, Sverige, terror, Danmark og Ukraina	Kultur	Historie, musikk, tv, litteratur, arrangement, film og kultur
Idrett	Idrett, fotball, vintersport og OL	Helse	Korona, psykisk, helse og livsstil
Internasjonalt/helse	Helse	Helse internasjonalt	Korona
Samfunn	Kvinne, likestilling og samfunn	Beredskap	Politi, brann og hendelse
Familie	Familie og barn	Justis	Domstol og lover og regler
Media	Media og sosiale medier	Religion	Religion og kristendom
Utdanning	Forskning og skole	Klima	Klima
Samferdsel	Bil	Kultur og politikk	Historie
Offentlig adm.	Statistikk	Religion og justis	Kirke/overgrep
Geografi	Fylker	Mat og drikke	Mat og drikke
Nynorsk	Nynorsk	Samisk	Samisk
Årstid	Måneder	Vær	Vær
Annet	Annet		



Oversikt over nyhets- og undertemaene som utgjør analysen lokale og regionale nettaviser:

Nyhetsstema	Undertemaer	Nyhetsstema	Undertemaer
Næring	Næring, arbeid, boligmarked, selskap, handel, reiseliv, strøm, teknologi, fiskeri, energi og landbruk	Politikk	Politikk, kommune, partier, økonomi, finans, samferdsel, EU og statsminister
Geografi	Nord-Norge, Oslo, Midt-Norge, Vestfold og Telemark, Rogaland, Innlandet, Sørlandet og kommuner	Helse	Korona, helse, sjukehus og trening
Idrett	Idrett, fotball, OL og alpint	Kultur	Arrangement, litteratur, tv, kultur, musikk og film
Beredskap	Hendelse, brann, politi, nødetat og Røde Kors	Offentlig adm.	Offentlig adm., kommune, prosjekt og fylke
Samferdsel	Trafikk, bil, prosjekt og kollektivtransport	Internasjonalt	Internasjonalt, USA og Afghanistan
Utdanning	Skole og studier	Media	Media og sosiale medier
Natur	Natur og friluftsliv	Familie	Familie og barn
Justis	Domstol	Familie/kultur	Familie/kultur
Idrettskultur	Idrettskultur	Religion/næring	Kirke/landbruk
Mat og drikke	Mat og drikke	Samfunn	Kvinner
Statistikk	Statistikk	Vær	Vær
Nynorsk	Nynorsk	Annet	Annet



11.2 MANUELLE INNHOLDSANALYSER

Flere manuelle analyser ligger til grunn for denne rapporten. Medieforskerne Mona Solvoll og Ragnhild Olsen ved Handelshøyskolen BI har bistått Medietilsynet i analysearbeidet av NRK og TV 2, samt i analysen av utvalgte nettavisers dekning av koronapandemien. Lars Halvorsen og Kristin Aker ved Høgskolen i Volda har på oppdrag fra Medietilsynet gjennomført en analyse av den redaksjonelle dekningen av kommunene i dekningsområdene til lokalavisene Romerikes Blad og Glåmdalen (Kongsvinger-regionen).

11.2.1 Nyhetssendinger i tv og radio

Utvalget for undersøkelsen er lineære nyhetssendinger som sendes klokken 21.00 på hovedkanalene til NRK og TV 2. Dette var de sendingene som lignet hverandre mest i format, og som hadde innslag som var mulig å kode etter kodeinstruksjonen. Disse to sendingene ble valgt for hele 2020, og et tilfeldig utvalg ble trukket ut til analyse. For å unngå at noen få store hendelser skulle dominere utvalget, ble det valgt ut ulike dager.

Sendinger i helg ble ikke inkludert i utvalget, kun hverdager.

Hvert enkelt innslag i nyhetssendingen ble kodet som en kodeenhet, og kun tradisjonelle journalistiske innslag, altså saker som er presentert av reporter, er inkludert i utvalget. Veldig korte saker, for eksempel reklame for nettsider eller saker som kun presenteres av nyhetsanker og verken har journalist eller intervjuobjekter, er ikke inkludert. Kodeboken inneholder detaljerte instruksjoner om hvordan kodeenheter er definert utover dette.

Det ble analysert 258 innslag fra Dagsrevyen 21 og 310 innslag fra TV 2 Nyhetene kl. 21.

For begge kanalene ble det registrert hvilket tema som formidles, geografisk profil, vinkling av saker og kildeutvalg. I tillegg ble det registrert hvilke tolkningsrammer (hvordan) som ble brukt i formidlingen av koronarelaterte saker.



Analysene har basert seg på følgende variabler:

Kode	Operasjonalisering
Geografi	
Internasjonal	Hvis anslaget og en betydelig andel av innslaget er utenriks
Nasjonal	Innslag med nasjonal relevans
Lokal	Saker fra storbyer utenfor Oslo og innslag om Oslo som by
Vinkling	
Positiv	Innslag som hovedsakelig fokuserer på noe positivt som har skjedd / noe som kan bidra til å forbedre en situasjon, løse et problem eller lignende
Negativ	Innslag som hovedsakelig setter søkelys på en hendelse eller noe som er negativt for samfunnet, miljøet eller mennesket
Nøytral	Forhold eller hendelser som verken har tydelige positive eller negative følger for samfunn, miljø eller menneske eller har et tydelig ladet språk
Kritisk/undersøkende	Innslag der journalisten eksplisitt er kritisk og stiller kritiske spørsmål, er kritisk til noe som hadde skjedd, eller har gjort en avsløring
Tema	
Politikk	Krig, terror, demonstrasjoner, offentlig forvaltning og valg
Sosiale tema	Arbeid, utdanning, miljø, forbrukersaker, samferdsel, innvandring og velferd
Krim	Drap, vold, smugling, politisaker og rettssaker
Ulykker	Trafikkulykker, forlis, skred og andre naturkatastrofer
Kultur og underholdning	Kunst, media, kongehus, fritid og populærkultur
Sport	Større idrettshendelser, prestasjoner og saker om personligheter innen idrett
Teknologi og vitenskap	Teknologiutvikling og naturvitenskap inkludert forskningsnyheter, men ikke forbrukersaker eller saker som er økonomi- eller industrirelatert
Helse	Helse inkl. koronasaker som innehar et helseperspektiv
Vær	Varsel og rekorder og hendelser som storm, flom og tørke
Kilder	
Kjønn	Kvinne eller mann
Representasjon	16 kategorier, se 9.2.3



Totalt fordelte tre personer kodingen av materialet mellom seg. For å sikre validitet i undersøkelsene, det vil si at koderne vurderer et materiale på samme måte i et tilfredsstillende omfang, ble det gjennomført jevnlig møter hvor variablene ble diskutert og kodearbeidet sammenlignet. Det ble også gjennomført en intersubjektivitetstest, der flere personer koder de samme innslagene for å se om man koder likt. Testen ble gjennomført av to kodere og omfattet 13 innslag. Resultatet av denne testen viste at de fleste variablene ble kodet likt. Det var noe sprik i innslag som både var lokalisert utenriks og nasjonalt eller nasjonalt og lokalt, totalt tre innslag. Det var også noe sprik i kategorien «sosiale tema». For å redusere ulikheten i koding ble det utviklet tydeligere beskrivelser av hva som faller innunder «sosiale tema». Ettersom kodeboken allerede besto av ti temakategorier, ble det besluttet å ikke legge til flere temaer, men beholde et mer bredt definert «sosiale tema» som en kategori. Størst var forskjellene i forståelsen av innslagenes vinkling (åtte saker). Det ble derfor jobbet ekstra mye med å skape en felles forståelse av hvordan innslagene vinkling skulle forstås, før selve kodingen startet.

11.2.2 Debattprogram i tv og radio

Debattprogrammene ble valgt både på grunnlag av seer- og lyttertall, samtidig som det ble tatt hensyn til bredde i tilbudet – altså var det ønskelig å inkludere begge kringkasterne i undersøkelsen. Debattprogrammene som ble valgt, er sentrale for det offentlige ordskiftet, setter dagsorden og preger også nyhets- og aktuali-

tetsbildet. Det er ikke mange debattprogram i riksdekkende kringkasting, men tre av de mest sette/hørte programmene var å finne på NRK. 1730 er ikke et rent debattprogram i tradisjonelt format, men som et tilnærmet likt program på TV 2 er det inkludert i utvalget av hensyn til avsendermangfoldet.

Utvalget for debattprogrammene er hentet fra forhåndsdefinerte perioder, slik at det skal være mest mulig tilfeldig og fordele seg jevnt over året. Det kan for eksempel være annenhver sending, eller to dager per uke, avhengig av hvor ofte programmet sendes, og hvor lang varighet det har. Flere av debattprogrammene ble ikke sendt i sommerferien, så utvalget omfatter lite innhold fra juli og august. Målet var å få en jevn og tilfeldig fordeling av debattprogrammene i den tid de ble sendt gjennom året 2020. Datagrunnlaget skulle benyttes samlet, eventuelt sett opp mot nyhetssendingene. Med tanke på sendedato er det ikke lagt opp til en større sammenligning av programmene imellom. Dette ville kreve et større utvalg og fordre en mer omfattende studie.

Det ble analysert til sammen 357 innslag: 161 innslag fra Dagsnytt 18, 78 innslag fra Debatten, 65 innslag fra Politisk kvarter og 53 innslag fra 1730. Flere av programmene har begrenset sendetid totalt sett gjennom året, og for noen av dem er derfor utvalget nokså omfattende, selv om antallet kan synes lavt.

Det ble brukt samme kodebok som for kodingen av nyhetsinnslag.



11.2.3 Manuell innholdsanalyse av utvalgte norske nettavisers dekning av koronapandemien i 2020

Datagrunnlaget for denne undersøkelsen består av 2000 artikler jevnt fordelt fra nrk.no (åpen kilde), vg.no (åpen kilde), aftenposten.no (for abonnenter/login), smp.no (Sunnmørsposten, kun pluss-artikler) og nordlys.no (kun pluss-artikler). Altså to store åpne kilder og tre lukkede. Det er hentet et likt antall artikler fra hver kilde (400 per kilde) fra perioden 24. februar til og med 31. desember 2020, utenom måneden april (uforutsette og tilfeldige årsaker).

Med korona som fastsatt tema er det mulig å si en del om innholdet i norske medier og kilde-sammensetningen i nyhetsbildet. Fordi utvalget knyttes opp til en bestemt tematikk, er det mulig å utelukke at temaet påvirker funnene. På den måten kan eksempelet være egnet til å si noe om andre trekk i nyhetsjournalistikken.

Målet med studien var både å kunne si noe om mediernes fremstilling av koronapandemien i 2020 og samtidig noe om journalistikken i nettavisene, som kildemangfold og kjønns mangfold i et koronaperspektiv.

Artiklene er selektert strategisk etter relevans for korona. Forskerne har først gjennomført et søk i en artikkeldatabase. Deretter har de forsøkt å ta et tilfeldig utvalg av artiklene, men saker som tydelig i overskrift og ingress indikerer at de ikke er relevante for søket, er ekskludert. Det er nemlig slik at en del saker innehar ordet «korona» uten videre referanse til pandemien, som for eksempel når det refereres til før eller etter koronautbruddet. Forskerne har altså etterstrebet å ikke påvirke utvalget utover å vurdere om de har relevans for korona eller ikke.

For å definere noen mål for de ulike perspektivene i koronadekningen gjorde forskerne først en kvalitativ forhåndsanalyse av mediedekningen av koronapandemien generelt. I tillegg ble faglitte-ratur om koronapandemien, altså tidlig forskning på pandemien,¹⁸⁷ benyttet som grunnlag for valg av kategorier, eller såkalte generiske rammer.¹⁸⁸

Alle saker ble kodet med et hovedperspektiv og et sideperspektiv. Hovedperspektivet er det som best dekker sakens kjernepunkt, altså hovedtema for saken. Har saken flere perspektiver, kodes det nest mest fremtredende perspektivet som sideperspektiv. Saker som ikke har et sideperspektiv og kun et tydelig hovedperspektiv, ble kodet med dette på både hoved- og sideperspektiv.

¹⁸⁷ Bl.a. Jude Ogbodo mfl. (2020). *Communicating health crisis: a content analysis of global media framing of COVID-19*; Santiago Tejedor mfl. (2020). *Digital Literacy and Higher Education during COVID-19 Lockdown*.

¹⁸⁸ Semetko, Holli og Patti Valkeburg (2000). *Framing European politics: A content analysis of press and television news*; Audun Beyer (2010). *Hvordan studere generiske nyhetsrammer? – Forslag til metodiske forbedringer*.



Analysene har basert seg på følgende variabler:

Kode	Operasjonalisering
Økonomisk konsekvens	Økonomiske konsekvenser for organisasjoner og bedrifter, samt personlig økonomi. Virksomhetsperspektiv. Konsekvenser kan være både positive og negative. Makronivå
Samfunnskonsekvens	Samfunnmessige konsekvenser av korona Konsekvenser på områder innenfor samfunnet, som arbeidsliv (arbeidsledighet, permitteringer og streik), helse, utdanning, skole og politikk. Inkluderer også hjemmekontor.
Kulturelle konsekvenser	Kulturelle konsekvenser Konsekvenser for spesielle bransjer/ sektorer, som idrett, kultur, fritid og religion/livssyn.
Personfokus	Personfokusert vinkling «Human face» eller emosjonell vinkling for å presentere en sak eller et problem (en hendelse) Fokuserer på personer som er berørte av krisen. Mikronivå
Ansvar	Ansvarliggjøring (responsibility) Presenterer årsak eller løsning på en sak ved å fremheve hvem som har ansvaret, land, gruppe eller enkeltperson Også moralsk ansvar og politisk uenighet.
Spekulasjon	Spekulasjon Panikkskapende innhold, falske nyheter og konspirasjonsteorier Tydelig spekulasjon, men også ikke-konspiratorisk.
Konflikt	Gruppekonflikter Fokus på konflikter mellom spesielle grupperinger eller samfunnslag (f.eks. studenter, hyttefolk, utenlandske, bussjåfør), inkludert by versus distrikt, Nord-Norge versus Sør-Norge (tema kan være f.eks. streik og protester).
Medisinsk	Medisinsk risikofokus Faktaramme om epidemien, «klinisk» informasjon, saker om symptomer, behandling og vaksine.
Smittespredning	Sosial adferd og risiko Vinklinger som fokuserer på smittespredning i ulike situasjoner (ferie, grottefest, Hurtigruten, restaurantbesøk, arrangementer, sammenkomster, maske, holde avstand, karantene). Ikke bare generelt om pandemien.
Syke og døde	Syke/ dødelighet/smittede Dødsrate, registrerte smittede, innlagte. Fokus på antall.



Myndigheter	Myndigheters tiltak Praksis, restriksjoner både nasjonalt og lokalt, saker om sporingsapper.
Lovverk	Lovverket Saker som handler om styresett/ demokrati, e.g. personvern og Koronaloven.
Helsesystem	Helsesystemet Saker om helsevesenet, sykehus og helsepersonell, «preparedness» og «public health response»
Dugnad	Nasjonalt innsats/dugnad Saker som maner til felles innsats og nasjonalt bidrag mot pandemien.
Journalist	Kvinne (én eller flere), mann (én eller flere) eller begge
Kilde	Kommunepolitiker (inkl. lokale politikere i andre land, som borgermestere og guvernører), posisjonspolitiker (nasjonalt), opposisjonspolitiker (nasjonalt), organisasjoner og foreninger, ekspert (forskere, akademikere og fagpersoner), ledelse (privat og offentlig sektor), arbeidstaker, PR-byrå, mediefolk (journalister, redaktører og kommentatorer), rettssystem (justis og politi), offer/klienter, barn/unge, ordinære borgere (folk på gata, frivillige o.l.), arbeidslivsorganisasjoner (for arbeidstakere og arbeidsgivere), samfunnsdebattanter (inkl. kjendiser, influensere og kunstnere) og FHI og Helsedirektoratet
Kilde kjønn	Kvinne eller mann
Geografi	Lokal/regional, nasjonal og utenriks (når en betydelig del av artikkelen er utenriksstoff). Det kodes ett geografisk nivå per artikkel. I artikler med flere geografiske nivåer er det nivået som utgjør det meste av artikkelen, som kodes.
Vinkling	Positiv, negativ, nøytral og kritisk/undersøkende
Alarmerende	Ja eller nei

I likhet med i analysen av nyhets- og debattprogrammene ble det gjennomført en intersubjektivitetstest. Testen ble gjennomført slik at det skulle være mulig å gjøre nødvendige endringer i kodebokens beskrivelser før selve kodingen og slik sikre en mest mulig felles forståelse av de ulike variablene. Intersubjektivitetstesten omfattet 20 artikler hentet fra VG og Aftenposten og ble gjennomført av til sammen fem kodere. I kodingen av vinkling var det størst sprik i saker som enten var negative eller nøytrale eller saker som var nøytrale eller kritiske. I tillegg var det noe sprik i kodingen av saker som både var lokalisert nasjonalt og utenriks eller nasjonalt og lokalt. I kodingen av kilder var 80 prosent av kildene kodet likt av minst fire av de fem koder-

ne. 70 prosent var kodet likt av alle fem koderne. I kodingen av hvorvidt artiklene var alarmerende eller ikke, var 75 prosent kodet likt av minst fire kodere.

I kodingen av perspektiver var det størst sprik i forståelsen av perspektivene medisinsk, smittespredning og syke og døde, det vil si i de perspektivene/rammene som omhandler selve pandemien. Det var også noe sprik i forståelsen av perspektivene samfunnskonsekvenser og kulturelle konsekvenser. Av totalt 40 perspektiver var 22 perspektiver kodet likt av minst fire kodere. For å sikre en høyere samforståelse av artiklenes perspektiver ble det jobbet spesielt med å få til en felles forståelse av de ulike perspektivene.



11.2.4 Manuell innholdsanalyse av Romerikes Blad og Glåmdalen

Lars Halvorsen og Kristin Aker ved Høgskolen i Volda har gjennomført casestudier av lokalavisene Romerikes Blad (RB) og Glåmdalen. Den versjonerte RB-publikasjonen Mitt Lørenskog inngår også i undersøkelsen. Datagrunnlaget består av 533 artikler fra RB, 92 artikler fra Mitt Lørenskog og 385 artikler fra Glåmdalen. Artiklene fra RB og Glåmdalen er hentet fra januar og februar i 2019 og 2021, totalt fire måneder, og er tilfeldig trukket ut. Totalt tilsvarende utvalget én ukes utgivelser fra hvert av årene i begge avisene. For Mitt Lørenskog tilsvarende utvalget fire ukers utgivelser, hentet fra avisens første utgivel-

sesmåned (2021). Samtlige artikler er hentet fra lokalavisenes nettaviser.

Målet med casestudiene var å kunne si noe om hvordan noen av Amedias regionaviser dekker kommunene i sitt dekningsområde.

Glåmdalen er hovedavis i de seks kommunene Kongsvinger, Nord-Odal, Sør-Odal, Eidskog, Grue og Åsnes, og dekker ytterligere to kommuner, Våler og Nes. RB er hovedavis i de seks kommunene Lillestrøm, Lørenskog, Ullensaker, Rælingen, Nannestad og Gjerdrum, og dekker også de øvrige kommunene i regionen Romerike. Begge avisene er dagsaviser.

Analysene har basert seg på følgende variabler:

Variabel	Verdier
Stofftype	Nyhet, nyhetsartikkel eller nyhetsreportasje Feature, portrett eller annen reportasje – ikke nyhet Redaksjonelt kommentar/leder (egenprodusert) Kronikk/leserinneleg debatt (ekstern) Byråstoff – har kun byline fra byrå Notis – veldig kort uten byline Konsernstoff – innhold produsert av andre aviser Annet
Egenprodusert	Egenproduserte nyheter/aktualiteter Ekstern produserte nyheter/aktualiteter – byråstoff eller konsernstoff
Stedets betydning	Stedet er viktig Stedet er ikke viktig Usikker
Sted	Kommunenavn (i regionen) Hele regionen Flere kommuner i regionen Grensekommune (Romerikes Blad) Innlandet (Glåmdalen) Annet sted i Norge Nasjonalt/riksstoff Internasjonalt Sted ikke oppgitt Annet



Tema – overordnet	<p>Samfunnsutvikling og samfunnsutfordringer Politikk og organisasjonsliv Næringsliv og økonomi Kunst, kultur og litteratur Naturhendelser og ulykker Politiarbeid og rettsvesen Folkeliv og begivenheter Kjendis og underholdningsstoff Kuriosa, populærhistorie og sensasjonalisme Privatøkonomi og produkttester Kropp, opplevelse og livsstil</p>
Hovedtema	<p>Rikspolitikk Statlig forvaltning Fylkes- og lokalpolitikk Kommunal forvaltning Fylkeskommunal forvaltning Kriminalitet rettsvesen Ulykker i Norge Ulykker, naturkatastrofer i utlandet Trafikk, kommunikasjoner Natur og miljøvern Boligmarkedet Ledelse i næringslivet Næringslivsrapporter Valuta, renter, priser Børs og aksjer Oppkjøp, fusjoner og nedlegging, nyetablering Andre økonomiske forhold Produkter, produkttaler Arbeidsmarkedet Lønn, tariffspørsmål Arbeidsmiljø Levekår / sosiale forhold Skole, utdanning, forskning Barn og ungdom Helse Sykehus, pleiehjem Olje- og energi Landbruk og fiske Kunst, kultur Anmeldelser av litteratur Anmeldelser av bildekunst Medier, mediepolitikk Humanitær organisasjon, innsamling Politisk demonstrasjon/aksjon Data, datateknologi Toppidrett Lokal idrett, mosjonsidrett Populærkultur, underholdningsstoff Kongefamilien, kjendisstoff Annet</p>

Medietilsynet

Nygata 4, 1607 Fredrikstad

post@medietilsynet.no

facebook.com/medietilsynet

twitter.com/medietilsynet

ISBN: 978-82-8428-006-6

Design: Blyas

