

Norske aviser – bedre enn sitt rykte?

En empirisk analyse av stortingsvalgkampen 2013

Thea Bakke Husom



Masteroppgave ved Institutt for statsvitenskap

UNIVERSITETET I OSLO

23.05.2014

Norske aviser – bedre enn sitt rykte?

En empirisk analyse av stortingsvalgkampen 2013

STV4990 – Masteroppgave i statsvitenskap

23. mai 2014

Thea Bakke Husom

© Thea Bakke Husom

2014

*Norske aviser – bedre enn sitt rykte?
En empirisk analyse av stortingsvalgkampen 2013*

Thea Bakke Husom

<http://www.duo.uio.no>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

Det er en oppfatning om at mediene ikke bidrar med fyllestgjørende og informasjonsrik formidling av nyheter til folket. På grunn av økt konkurranse, kommersialisering og et økt fokus på høye opplagstall, er inntrykket gjerne at underholdningsaspektet dominerer over den grundige informasjonsformidlingen av blant annet politisk stoff. Dette er også bekreftet gjennom flere studier. Denne analysen nyanserer dette inntrykket, og viser at norske avisers dekning av politikken anno 2013 er bedre enn tidligere påvist. Avisene bidrar med saksrettet og grundig informasjon om de politiske alternativene, og formidlingen synes å virke som et positivt bidrag til demokratiet. Dette er et mer positivt funn enn tidligere studier har konkludert med. Jeg løfter diskusjonen om et endret medieinnhold kan ha kommet av et forandret mediebilde, der stadig nye, internettbaserte medier får økt oppmerksomhet og betydning blant publikum. Spørsmålet stilles om dette kan ha marginalisert avisenes rolle som tradisjonell nyhetsformidler, slik at avisenes innhold er endret i favør av det demokratiske krav om opplyst forståelse blant velgerne.

Resultatene tyder på at norske aviser er bedre enn sitt rykte, og at utviklingen ser ut til å gå i retning av mer informasjonsrik formidling av politikk. Det er imidlertid klare forskjeller mellom avisene, og abonnementsavisene bidrar med et bedre informasjonsgrunnlag enn løssalgsavisene. Samtidig leses løssalgsavisene av mange velgere. Avisredaksjonene har fortsatt den regisserende rollen og dagsordenmakt, men det kan se ut til at det er et økt fokus på politisk substans, og mindre på spill og sensasjon i spesielt region- og abonnementsavisene. Alt i alt ser det derfor ut til at avisene, som tradisjonelt nyhetsmedium, fungerer som informerende regissører av politiske synspunkt og alternativer.

Forord

Fem års utdanning går mot slutten, og det hele avsluttes med denne analysen. Gjennom studieløpet har jeg blitt mer og mer interessert i norsk politikk, og ettersom et stortingsvalg fant sted i begynnelsen av prosessen med masteroppgaven, passet det svært godt å skrive om nettopp dette. Det har vært en tidkrevende, men veldig lærerik prosess. Det er en rekke mennesker jeg vil takke for at arbeidet er fullført, og for at oppgaven nå er ferdigskrevet.

Først og fremst vil jeg rette en stor takk til veilederen min Bernt Aardal ved Institutt for statsvitenskap, for alle råd, bidrag og inspirerende samtaler gjennom denne prosessen. Jeg har satt stor pris på all den tid som er satt av, for kritiske spørsmål og konstruktive tilbakemeldinger. Det har rett og slett vært veldig hyggelig å være til veiledning hos Bernt! Deretter vil jeg takke mine gode studievenner Marius, Lise, Jesper og Edvard for godt samarbeid, utveksling av kunnskap og kapitler, for korrektur og motivasjon. Det har vært fint å jobbe så tett med dere, noe som har gjort analyse- og skrivearbeidet lystbetont og oppløftende. Jeg vil også takke alle på kullet for morsomme samtaler om alt annet enn fag, for at det er trivelig å være på Blindern, og for at jeg har aldri følt meg alene i denne prosessen. Tusen takk til Ida og Pappa for korrekturlesing, til Mamma for all omsorg og ikke minst til Stian for all tålmodighet og forståelse gjennom dette året. Det er godt å ha så mange som har tro på meg og det jeg driver med!

Eventuelle feil og mangler i oppgaven er mine alene.

Oppgaven teller 33 246 ord.

Oslo, 23.05.2014

Thea Bakke Husom

Innholdsfortegnelse

1 Avisenes dekning av valgkampen 2013	1
1.1 Innledning	1
1.2 Teoretisk rammeverk	2
1.2.1 Dahls demokratiteori – de demokratiske prinsipper	2
1.3 Medienes rolle	4
1.3.1 Medienes effekt på velgerne	5
1.3.2 Dagsordensetting.....	6
1.3.3 Sakseierskap	8
1.4 Medienes endring i et demokratisk perspektiv	9
1.4.1 Økt konkurranse endrer medieinnholdet.....	10
1.4.2 Marginaliseringen av de tradisjonelle mediene	12
1.5 Papiravisene	13
1.5.1 Avisenes betydning i valgkampen	13
1.5.2 Papiravisenes marginalisering	14
1.6 Valgkampen	15
1.7 Analysens problemstillinger og antakelser	16
1.7.1 Informerte velgere	16
1.7.2 Medienes formidling og informasjonsverdi.....	17
1.7.3 Studiens antakelser.....	19
1.8 Analysens disposisjon	21
2 Forskningsdesign og metode	23
2.1 Innledning	23
2.2 Casestudie som forskningsdesign	23
2.3 Datamaterialet.....	24
2.3.1 Valg av aviser	24
2.3.2 Valg av artikler.....	26
2.3.3 Valg av tidsperiode.....	27
2.4 Metode	27
2.4.1 Innholdsanalyse	27
2.5 Operasjonalisering.....	28

2.5.1	Informasjonsbredde	29
2.5.2	Informasjonsdybde	30
2.6	Reliabilitet og validitet	31
3	Avisenes informasjonsbredde	35
3.1	Innledning	35
3.2	Avisenes fordeling mellom spill og sak	36
3.2.1	Spill og sak i valgkampen 2013	37
3.3	Avisenes dekning av saker og partier	41
3.3.1	Kriterier for mangfold av saker og partier satt på dagsorden	42
3.3.2	Sakseierskap	43
3.3.3	Løssalgsavisene	44
3.3.4	Abonnements- og regionavisene	49
3.4	Avisenes informasjonsbredde under ett	59
3.5	Medienes endring i et demokratisk perspektiv	63
4	Avisenes informasjonsdybde	64
4.1	Innledning	64
4.2	Avisenes omtale av partiene	66
4.2.1	Løssalgsavisene	67
4.2.2	Abonnements- og regionavisene	71
4.3	Avisenes informasjonsdybde under ett	81
4.4	Avisenes partiomtale i et demokratisk perspektiv	88
5	Norske aviser – bedre enn sitt rykte?	90
5.1	Medienes rolle i demokratiet	90
5.2	Stortingsvalgkampen i 2013	91
5.3	Avisenes demokratiske verdi	92
5.3.1	Medienes kontroll over dagsorden	93
5.3.2	Veddeløpsjournalistikk	96
5.3.3	Mediedekningen – en positiv spiraleffekt?	97
5.4	Endringen av innholdet i et fragmentert mediebilde	98
	Litteraturliste	102
	Appendiks	108

Tabeller

Tabell 1. Analysens avisutvalg	25
Tabell 2. Sakseierskap i 2009 og i 2013.....	43
Tabell 3. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. VG.	46
Tabell 4. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. Dagbladet.	48
Tabell 5. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. Aftenposten.....	50
Tabell 6. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. Bergens Tidende.	52
Tabell 7. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. Stavanger Aftenblad.	54
Tabell 8. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. Adresseavisen	56
Tabell 9. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. Nordlys.....	58
Tabell 10. Antall saksartikler og saksfelt omtalt i avisene.....	60
Tabell 11. Prosentfordeling for saksfelt. VG.....	67
Tabell 12. Prosentfordeling for parti. VG.....	68
Tabell 13. Prosentfordeling for saksfelt. Dagbladet.	69
Tabell 14. Prosentfordeling for parti. Dagbladet.	70
Tabell 15. Prosentfordeling for saksfelt. Aftenposten.	71
Tabell 16. Prosentfordeling for parti. Aftenposten.....	72
Tabell 17. Prosentfordeling for saksfelt. Bergens Tidende.	73
Tabell 18. Prosentfordeling for parti. Bergens Tidende.	74
Tabell 19. Prosentfordeling for saksfelt. Stavanger Aftenblad.	75
Tabell 20. Prosentfordeling for parti. Stavanger Aftenblad.	76
Tabell 21. Prosentfordeling for saksfelt. Adresseavisen.	77
Tabell 22. Prosentfordeling for parti. Adresseavisen.	78
Tabell 23. Prosentfordeling for saksfelt. Nordlys.....	79
Tabell 24. Prosentfordeling for parti. Nordlys.....	80
Tabell 25. Partienes omtale fordelt på saksfelt. Alle aviser.....	108
Tabell 26. Antall partiomtaler for saksfelt, med grad av grundighet. Alle aviser.	108
Tabell 27. Antall partiomtaler for parti, grad av grundighet. Alle aviser.	109

Figurer

Figur 1. Avisenes prosentvise fordeling mellom spill og sak (N = 951).....	37
Figur 2. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - VG (N = 40)	45
Figur 3. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt Dagbladet (N = 47).....	47
Figur 4. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - Aftenposten (N = 104)	49
Figur 5. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - Bergens Tidende (N = 88)	51
Figur 6. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - Stavanger Aftenblad (N = 99)	53
Figur 7. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - Adresseavisen (N = 111)	55
Figur 8. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - Nordlys (N = 87).....	57
Figur 9. Prosentvis fordeling av saksfelt - alle aviser (N = 576).....	59
Figur 10. Prosentvis fordeling av partiomtaler og valgoppslutning i 2013	61
Figur 11. Antall partiomtaler i de 576 substansielle artiklene. Alle aviser.	81
Figur 12. Grad av grundighet, prosentvis fordeling. Alle aviser.	82
Figur 13. Antall partiomtaler innen hvert saksfelt. Alle aviser.	83
Figur 14. Prosentvis fordeling for hvert saksfelt. Alle aviser.	84
Figur 15. Antall omtaler for hvert parti. Alle aviser.	86
Figur 16. Prosentvis fordeling av partiomtalene for hvert parti. Alle aviser.	87

1 Avisenes dekning av valgkampen 2013

”The voter has a picture of the world of politics in his head, and the nature of this picture is a key to understanding what he does at the polls” (Campbell 1960: 39).

1.1 Innledning

I denne empiriske analysen studerer jeg avisenes dekning av den norske valgkampen frem mot stortingsvalget i 2013. Dette for å vurdere i hvilken grad mediene makter å være informasjonsformidlere overfor velgerne. Bakgrunn for dette er den effekt medieinnholdet har på publikum og den påvirkningskraft pressen har overfor velgerne i dagens demokrati.

Robert Dahl (2000) mener at et demokrati er definert blant annet av velgernes tilgang på informasjon, som et viktig demokratisk prinsipp. Velgerne må ha god og tilstrekkelig tilgang på informasjon om systemet, politikken og alternativene man står overfor. I det moderne samfunnet er det gjerne mediene som fungerer som det informerende bindeledd mellom velgere og politikere. Dermed er det et mål at mediene skal dekke et mangfold av saker som er samfunnsaktuelle og -relevante slik at velgeren kan basere sitt valg på tilfredsstillende kunnskap.

Informasjonssamfunnet vokser stadig, og over tid har nye informasjonskanaler gjort sitt inntog. Valgkampen har blitt mer fragmentert de senere år, og de tradisjonelle mediene som TV, radio og aviser har fått økt konkurranse fra nettaviser og sosiale medier. Debatten foregår nå på flere arenaer. Dette ser vi blant annet i den politiske dekningen; valgkampen i 2013 hadde klare tendenser til sterk fragmentering. Nettavisene var tidlig ute med å publisere nyheter og politikerne fikk ytre seg direkte til velgerne gjennom blant annet *Twitter* og *Facebook*, til og med på *YouTube* (jf. Stoltenbergs taxistunt). Parallelt med at debattene ble vist på TV, gikk den politiske debatten sin gang på sosiale medier. Dette var spesielt synlig i valgkampen i 2013. De tradisjonelle mediene har med dette mistet noe av sin tidligere suverene rolle til nye, internettbaserte kanaler, og vi kan med dette muligens se en forskyvning av innholdet i de tradisjonelle mediene. Med blick på tidligere studier av medieinnholdet, vil denne studien ta for seg innholdet i papiravisene, for å se om innholdet kan ha endret seg med utviklingen. Dette med bakgrunn i den marginalisering og den økte

konkurransen avisene har stått overfor. Jeg vil undersøke om dette kan ha endret avisenes innhold og fokus, og om avisene med dette gir et godt informasjonsgrunnlag for velgerne eller ikke.

I dette første kapitlet redegjøres det for de teorier som legger grunnlaget for studien. Jeg forklarer sentrale begreper for analysen, og den historiske utviklingen til mediene. Til slutt i kapitlet legges analysens antakelser og problemstillinger fram.

1.2 Teoretisk rammeverk

Herunder redegjør jeg for teorien som fungerer som hovedramme for analysen av medieinnholdet i norsk valgkamp. Denne teorien vil være med på å utforme min overordnede problemstilling, som kommer til å være det grunnleggende perspektiv og referanseverktøy for senere empiri og drøftelse. Hovedteorien for studien er Dahls understreking av hvilke behov som bør være tilstede i et demokrati (Dahl 2000). Jeg vil fokusere på prinsippet om opplyste velgere og deres muligheter for å få informasjon om de politiske alternativene.

1.2.1 Dahls demokratiteori – de demokratiske prinsipper

Som nevnt foretas denne undersøkelsen på bakgrunn av et demokratisk perspektiv. Den viktigste, overordnede teorien for studien er Robert A. Dahls prinsipper for et velfungerende demokratisk system. Dahl (2000: 38) mener at det er visse krav en sammenslutning må følge for at det skal være tilstrekkelig og lik deltakelse blant dets medlemmer. Han viser til fem minstekrav for et fullverdig demokrati. Dette omhandler 1) effektiv deltakelse, 2) stemmelikhet, 3) informert forståelse, 4) kontroll over agendaen, og 5) inkludering. Disse kravene definerer hva et demokrati er og kan være. Kort fortalt innebærer prinsippet om effektiv deltakelse at medlemmene av sammenslutningen må ha like og effektive muligheter til å delta og ytre sin mening angående saken det gjelder. Når bestemmelsen skal gjøres, må alle medlemmene ha like og effektive muligheter til å stemme, og alle stemmene må telle likt. Samtidig må alle medlemmene ha like og effektive muligheter til å sette seg inn i, og lære om de relevante alternativene og deres mulige konsekvenser. Medlemmene må ha mulighet til å bestemme hvordan og hvilke saker som settes på den politiske dagsorden, og disse kan endres av medlemmene selv. Disse prinsippene må gjelde for alle i den voksne befolkning, de stemmeberettigede. Kravene er viktige dersom medlemmene skal ha politisk like muligheter til å avgjøre saker på den politiske agenda. Dersom prinsippene ikke følges, vil ikke

medlemmene være politisk likestilte (Dahl 2000: 38), og det vil dermed ikke være et fullverdig demokrati.

En sammenslutning som vist til over, kan være en stat og medlemmene kan være innbyggerne i denne staten – som er et geografisk avgrenset område. Dahl (2000: 41) definerer stat som en spesiell type sammenslutning som skiller seg ut fordi staten kan sikre etterlevelse av lovene og reglene over innbyggerne, gjennom bruken av tvang. Det er myndighetene som besitter denne autoriteten. Prinsippene over kan som fortalt brukes i forbindelse med staten, og blir de oppfylt, vil staten fungere som et demokrati, og regjeringen som styrer landet, vil være valgt på legitimt vis. Det skal nevnes at Dahl (2000: 42) peker på at ingen stat har hatt en myndighet som fullt ut har etterlevd kriteriene om det fullkomne demokrati.¹ Likevel, kriteriene fungerer som standarden for å måle prestasjon og oppnåelse og de mulighetene og avgrensningene et demokratisk styre besitter. Selv tviler Dahl på at det er realistisk å fylle disse kravene absolutt, men at de er svært nyttige som standardmål på et demokratisk ideal.

Det er innbyggerne som velger det politiske styret i demokratiet. For å ta dette valget må velgerne ha en viss kunnskap om politikken og de politiske alternativene. Det tredje kravet om informerte velgere defineres som følgende (Dahl 2000: 37): "Within reasonable limits as to time, each member must have equal and effective opportunities for learning about the relevant alternative policies and their likely consequences". I moderne demokratier er det gjerne mediene som bidrar med informasjon overfor velgerne, og det er derfor essensielt å gå nærmere inn på deres rolle som politiske nyhetsformidlere.

¹ For utdypende forståelse, se Dahl (1971).

1.3 Medienes rolle

Mediene har i dagens samfunn tatt på seg en formidlende rolle når det gjelder politisk informasjon til velgerne.

”Det er en vanlig oppfatning at en aktiv, opplyst og kritisk offentlighet er demokratiets grunnmur. For å skape en slik offentlighet må befolkningen ha tilgang til viktig, riktig og fyllestgjørende informasjon. Demokratiet fungerer best når velgerne uttrykker informerte preferanser” (Jenssen og Aalberg 2007: 245).

Det at avisredaksjonene selv velger hvilke saker de vil omtale, hvilke personer og partier de vil intervju og inkludere og hvilken vinkling de vil ha på innholdet, gjør at mediene kan få en relativt stor makt (Jenssen 2007: 11). Det er redaksjonene selv som sitter med regien – de kan selv velge hvilke saker fokuset skal rettes mot, hvilke kilder og synspunkter som skal komme fram, og hvordan de best skal bearbeide og tolke stoffet for å få fram den vinklingen eller tolkningen de ser som interessant. Dette gir mediene god kontroll over informasjonen publikum står overfor. Samtidig viser forskning at velgerne baserer seg mye på medienes informasjon (Karlsen 2011). Derfor blir det svært viktig at innholdet i mediene dekker visse krav til god informasjonsverdi. Fordi mediene spiller en stor rolle for informasjonen som velgerne baserer sitt valg på, vil det i et demokratisk perspektiv ha stor betydning hva og hvordan mediene formidler de ulike politiske budskapene, alternativer og eventuelle konsekvenser av de ulike alternativene. Gjennom mediene kan velgerne danne seg en selvstendig oppfatning av viktige og aktuelle samfunnsspørsmål som de kan basere sitt valg på (Jenssen og Aalberg 2007: 246). Denne studien er faglig begrunnet i den normative tankegangen om at mediene, i et moderne demokrati, bør bidra til en opplyst velgermasse som kan ta veloverveide valg basert på informasjonsrik og bred kunnskap.

Maktforholdet mellom politikk og media er endret over tid og medienes makt har økt på bekostning av de politiske aktørene (Jenssen 2007: 13). Den norske maktutredningen i 2003 slo fast at “massemediene er blitt den sentrale arenaen for kampen om politisk makt. De er også blitt viktigere i kampen om økonomisk makt. Mediene er blitt mer politisk uavhengige, de er ikke lenger talerør for partier og politiske institusjoner” (NOU 2003: 48). Mediene har med dette fått stor grad av kontroll over politiske utfall. Politikken omtales som medialisert (Jenssen 2007: 11), og det sies at utviklingen har gått i retning av det såkalte *mediokratiet*

(Asp 1986: 361). Med dette menes at journalistene selv både setter dagsorden og er i posisjon til å redigere, tolke og vinkle innholdet – journalistene har stor grad av kontroll over dagsorden. Den norske maktutredningen (NOU 2003: 50) viser også til mediernes styrkede og uavhengige rolle som institusjon og hvordan mediernes frigjøring fra politikken har styrket mediernes premiss- og dagsordenmakt. Ettersom mediene har utviklet seg videre, har et relativt nytt fenomen funnet sted; internett har skapt nye muligheter og arenaer samt en utbredelse av nye mediekkanaler. Sosiale medier som *Facebook* og *Twitter*, og den raske publiseringen som nettavisene foretar, har ført til en fragmentering av den politiske nyhetsformidlingen. Vi kan se at de tradisjonelle mediene som TV, radio og aviser har blitt noe marginalisert på bekostning av nye medier. I de sosiale mediene har politikerne gjenfunnet noe av sin tidligere kontroll, og den tidligere redigerte offentlighet (NOU 2003) ser ut til å gå i en retning av noe mindre redigering. Dette har svekket de tradisjonelle mediernes sterke rolle, noe som kan ha bidratt til å endre innholdet i disse mediene. Mediernes rolle og virkemåte har gradvis utviklet seg, det samme har mediernes innhold. Nedenfor redegjøres det for den effekt mediene og deres innhold har på sitt publikum, samt for mediernes utvikling. Dette er bakgrunnsinformasjon som vil aktualisere studiens problemstilling, og som det vil bli redegjort for før denne blir presentert.

1.3.1 Mediernes effekt på valgene

Sitatet som denne studien starter med, er et godt utgangspunkt for å forstå effekten som mediene har på valgene i demokratiet. Den dekning og informasjonsformidling som mediene foretar seg, påvirker valgenes syn på den politiske verden og dermed også på valgresultatet. Det er dette som er årsaken til at det er interessant å studere mediernes politiske innhold, spesielt i en valgkamp. Hvilke saker og partier som settes på dagsorden blir også viktig for publikum, herunder altså valgene i demokratiet. Kent Asp (1986: 23) hevder at massemediernes effekter beror på tre grunnleggende antakelser: 1) Hvordan et individs politiske standpunkt nærmest bestemmes av hvordan personen oppfatter og vurderer hendelser i politikken, 2) at den politiske verden består av [minst] to sentrale politiske objekter [partiene], og 3) at individet kan komme i kontakt med den politiske virkelighet på tre måter. Dette gjennom egne direkte politiske observasjoner og erfaringer, indirekte gjennom andre personers formidling eller indirekte gjennom en form for teknisk formidling. Asp framhever at massemediernes rapportering av politikken som en teknisk form spiller en

særdeles sentral rolle, og er et faktum som kommer fram gjennom teorien om dagsordensetting. Denne teorien forklares utdypende i det kommende delkapitlet.

Ifølge Asp (1986: 62) er det gjennom samspillet mellom innholdets karakteristikk og individets egenskaper at effektene oppstår. Det er altså tre informasjonsveier for en velger å innhente informasjon på. Dette er egenkommunikasjon (observasjon og erfaringer), personkommunikasjon (andre personers formidling) og mediekommunikasjon (gjennom en form for teknisk kanal). Asp (1986: 64) omtaler også en fjerde informasjonsvei, den intellektuelle, der velgeren gjennom egen tankevirksomhet opparbeider seg ny kunnskap, som tidligere er innhentet ved hjelp av de tre første informasjonsformene. Disse veiene kan dermed kalles årsaksfaktorene til hvordan individet oppfatter, vurderer og handler i den politiske virkelighet. Da mediernes rolle er sterk i vårt samfunn, vil mediekommunikasjon påvirke velgerne i stor grad. Dette forklarer teorien om agendasetting eller dagsorden, som er essensiell å kjenne til for å forstå den kontrollerende rolle mediene har tilegnet seg.

1.3.2 Dagsordensetting

I moderne demokratier er det mediene som produserer problemstillingene og stridsspørsmålene i stor grad, og er med på å påvirke innbyggernes tanker om hvilke saker som er viktigere enn andre (McCombs, Shaw og Weaver 1997: 156). Det er dette som kalles agendasetting, eller dagsordensetting. Sakene som får størst oppmerksomhet i nyhetsmediene, blir temaene som offentligheten ser på som de viktigste, dagsaktuelle sakene i sitt samfunn. Korrelasjonen mellom sakene som velgerne så på som de viktigste, og de sakene som mediene hadde satt på dagsorden var 0.97, og meget høy (McCombs m.fl. 1997).

Teorien om dagsordensetting hevder at nyhetsmediene styrer den offentlige saksprioriteringen ved å fortelle folk hva de skal mene noe om. Dagsordensetting blir omtalt som den politiske prosess der massemediene spiller en avgjørende rolle i å få sosiale problemer til å bli anerkjent som viktige tema (Dearing og Rogers 1996: 22). Denne prosessen kan ha betydning både overfor valgresultatet og overfor myndighetenes prioriteringer og gjennomføringer. Dagsordensettingen har med dette stor påvirkning over utfallet av politiske resultater. Ikke bare hvilke stridsspørsmål som får oppmerksomhet, men også hvordan de blir dekket, er avgjørende for hvordan publikum ser på spørsmålet, og hva slags forhold og syn de får til

saken og saksfeltet. Denne påvirkningen forklares gjennom bruken av tolkningsrammer og assosiasjonseffekter, som viser hvordan mediernes tone og vikling har en effekt på publikum.

Tolkningsrammer og assosiasjonseffekter

Som nevnt over, er det gjerne to dimensjoner som er viktige for å forstå makten som følger med dagsordensetting; hvilke saker publikum skal tenke på, og hva vi skal tenke om dem. Dette er altså dagsordensetting, og bruken av tolkningsrammer (*framing*). Som en forlengelse av begrepet dagsordensetting, har Iyengar og Reeves (1997) sammen med sine medforfattere også inkludert bruken av assosiasjonseffekter (*priming*). Tolkningsrammer og assosiasjonseffekter tar for seg fokuset, tonen og vinklingen på innholdet. Det ene virkemiddelet i omtalen av en sak er *priming*, altså assosiasjonseffekter, også omtalt som ”metaforenes makt”. Å skape assosiasjonseffekter er evnen til å påvirke hvordan individer ser på en sak, kriterier som kan skape folks oppfatning av den aktuelle saken (Rogers, Hart og Dearing 1997: 235). Assosiasjonseffekter er med andre ord evnen nyhetsmedier har til å påvirke kriteriene som politikere blir vurdert etter (Iyengar og Simon 1997: 250). *Priming* er en videreføring av begrepet dagsordensetting og viser til vekten som legges på spesifikke saker for å ta politiske vurderinger.

Den andre dimensjonen og virkemidlet av dagsordensetting er *framing*, på norsk tolkningsramme, og dreier seg om valget av aspekter i sakene som blir omtalt i media (Rogers m.fl. 1997: 235). Noen aspekter ved en sak blir viktigere og mer fremtredende ved at disse blir vektlagt framfor andre. Tolkningsramme er en måte å gi en sak en mening på, og har gjerne et tematisk eller episodisk format (Iyengar og Simon 1997: 250). Episodiske rammer beskriver saker gjennom konkrete hendelser, som for eksempel bruk av enkeltpersoners historier rundt en spesiell sak; en arbeidsløs person, en hjemløs, eller en som føler seg diskriminert. Tematiske rammer plasserer en enkeltsak inn i en mer generell eller abstrakt kontekst, i et større nyhetsperspektiv. Ifølge forfatterne (Iyengar og Simon 1997: 251) er episodiske tolkningsrammer ofte det mest brukte i politiske nyhetsdekninger. Episodiske og tematiske tolkningsrammer er de generelle rammene i nyhetsdekningen. Det finnes også konkrete tolkningsrammer. I denne oppgaven omhandler dette blant annet dekningen av spill og sak, og hvilke spesifiserte rammer innholdet kan plasseres i.

Teorien om dagsordensetting og mediernes effekt på velgerne kan illustreres gjennom tidligere forskning i norsk valgkampkontekst (Aardal, Krogstad og Narud 2004: 393). Mediene har

stor dagsordenmakt, og både mediernes saksprioritering og tolkningsrammer påvirker debatt og velgere i norsk politikk. Hvilke saker som ble satt på dagsorden i mediene ble undersøkt systematisk i 2001. I dette valget var utdannings- og skolespørsmål, miljø- og energipolitikk og skatter og avgifter sakene som fikk relativt størst oppmerksomhet i mediene (Waldahl og Narud 2004: 188). Hvilke politiske, substansielle saker som opptar velgerne varierer mellom valgene. Mens noen saker er sentrale og viktige ved ett valg, går de større velferdssakene som skole, utdanning, helse og omsorg igjen (Aardal og Karlsen 2011: 134). Det siste tiåret har skole- og utdanningspolitikk og miljø- og klimapolitikk stått høyt på velgernes prioritering. I 2001 dominerte skatter og avgifter som den viktigste saken for velgerne (Aardal og Karlsen 2011: 135). Saksbetydningen over viser hvordan det er samsvar mellom mediernes dekning og velgernes syn på viktige saker. Eksemplet om norske valgkamper støtter opp under teorien om dagsordensetting, gjennom sakene som mediene setter på dagsorden, og hva velgerne oppfatter som viktige saker før et valg.

1.3.3 Sakseierskap

Mediernes prioritering av saker (dagsordensetting), hvordan sakene fremstilles (assosiasjonseffekter) og den tolkningsrammen som legges til grunn, har en påvirkningskraft på den enkelte velger. Dette bidrar til at det kan bli avgjørende for partiene å få sine kjernesaker på dagsorden (Aardal og Karlsen 2011: 131). Mediene har påvirkning på velgernes tiltro til partiene på viktige saksområder. Dette er dokumentert i norsk valgkamp (Aardal og Waldahl 2004: 275). Det viser seg at velgerne legger større vekt på hvor mye partiene slipper til, enn hvor positiv omtalen er. Det viktigste for partiene er å komme til orde i de sakene som anses sentrale for partiet, slik at velgerne kjenner deres standpunkt. Dette er spesielt relevant sett i lys av store velgervandringer i norsk politikk, samtidig som velgerne i stor grad stemmer ut ifra partienes syn i aktuelle saker (Aardal 2011a: 97). Teorien om sakseierskap forklarer hvordan partiene oppnår sakseierskap dersom deres kjernesaker blir satt på dagsorden og velgerne assosierer partiet med saken og standpunktet, slik at partiet oppnår troverdighet. Et parti har sakseierskap dersom partiet har stor tillit blant velgerne på saksfeltet. Lykkes partiene med å få sine sakseierskap på dagsorden kan dette positivt påvirke deres oppslutning.

Kontrollen over dagsorden har gradvis blitt større, og har vært et resultat av hvordan mediene har blitt mer uavhengige aktører med større spillerom. Den historiske utviklingen som nå vil

redegjøres for, setter mediernes dagsordenmakt inn i et perspektiv som tydelig viser den kontroll som pressen har tilegnet seg i vårt demokrati.

1.4 Mediernes endring i et demokratisk perspektiv

Dagens mediesamfunn omtales gjerne som et mediokrati, kjennetegnet av at medieaktørene både setter dagsorden og i stor grad regisserer og tolker informasjonen. Asp (1986: 361) betegner situasjonen som en medialiseringsspiral der politikerne og journalistene konkurrerer, nærmest kriger, om å vinne kontrollen og adgangen til publikum. Slik var situasjonen allerede i 1986, men det har ikke alltid vært tilfellet.

I etterkrigstiden og fram til 1960-årene dominerte partipressen som en *kanal* for politisk kunnskap og informasjon. Politikerne hadde kontrollen over innholdet, og de partiløse avisene var talerør for partiene. Den sterke relasjonen mellom parti og avis er over tid blitt sterkt svekket, omtrent forsvunnet. Mediene utviklet seg til å bli mer konkurransepregede og mer nøytrale over tid. Fra 1960-årene ble mediene en viktig *arena* for politikken, og fra 1970-tallet ble mediene stadig mer uavhengige *aktører* (Allern 2004: 142), der mediene har sittet med kontrollen. Båndene mellom parti og avis ble brutt ned på 1970-tallet og avisene fikk mer preg av selvstendig meningsbryting (Jenssen og Aalberg 2007: 251). Fra begynnelsen av 1970-tallet begynte litteraturen å omtale massemediene som mektige (Asp 1986: 44), da journalistikken ble mer uavhengig av politikerne, TV fikk sitt inntog og mediene økt dagsordenmakt.

Fra og med inngangen til 1980-tallet begynte mediene å spille en større og mer selvstendig rolle vis-à-vis politiske partier og institusjoner – de begynte å legge press på politikerne og de begynte å gripe raskere inn i politiske prosesser (Jenssen 2007: 9). NRK-TV fikk i 1987-1988 konkurranse fra TV3 og TVNorge, men den virkelige konkurransen om nyhetsmediene kom med TV2 i 1992. Dette året ses på som det store skiftet for politikken i mediene. TV økte på bekostning av aviser, og på slutten av 1990-tallet begynte opplagsnedgangen til avisene (Jenssen og Aalberg 2007: 251). I denne perioden begynner også en ny fase; mediernes rolle som *regissør*. ”Nyhetsmediene er ikke lenger underlagt de tradisjonelle politiske institusjonene, men kan i stedet karakteriseres som en selvstendig, politisk institusjon der mediene forener rollene som kanal, arena og aktør” skriver Allern (2004: 144). Jenssen og Aalberg (2007: 252) kaller dagens uavhengige medier for regissører og hevder at mediene har

opinionsmakt. Denne utviklingen har vært med på å endre pressens innhold, hvor fokuset på spill og strategi har fått større plass på bekostning av politikkenes substans.

1.4.1 Økt konkurranse endrer medieinnholdet

Ettersom at mediene har opplevd økt konkurranse, har også innholdet endret seg i retning av mer spill-orientert dekning, såkalt *Horse Race Journalism*, eller *veddeløpsjournalistikk*. Dette innebærer den delen av medieinnholdet som dreier seg om spill, strategi og kampen om velgerne. Ordet stammer fra metaforen om hesten, som gjerne bedømmes etter sammenlikning med farten til andre hester. Det er ikke dens absolutte fart eller ferdigheter som er avgjørende, men hesten vurderes etter dens seiere og tap (Broh 1980: 515). Dersom dette overføres til den politiske virkelighet, ser man hvordan situasjoner blir sett i et konkurranseperspektiv, hvordan politikere må svare motkandidater, og at det å utrope en vinner er svært fremtredende. Løpet blir historien, og dette har blitt et omfattende tema i mediene. Denne teorien tilsier at politikernes personlighet, relasjoner og strategi blir et hovedfokus (Broh 1980: 515).

Typiske karakteristikk ved denne type journalistikk inkluderer også det som på engelsk betegnes *forecasting* – altså prognoser og det å forutse noe (Broh 1980: 517). Det innebærer en risiko for journalistene å predikere ettersom svaret vil komme for en dag, men spådommer kan vekke interesse for prosessen og kan vise hvordan journalistene har mulighet til å påvirke utfallet (Broh 1980: 517). I Broh sin studie av den amerikanske valgkampen i 1976 fant han kun to tilfeller av prediksjon av vinneren. Det han derimot fant mer av, og som også er en typisk karakteristikk ved veddeløpsjournalistikken, er bruk av statistiske data og meningsmålinger (Broh 1980: 518). Et annet trekk ved journalistikken er å rapportere fra spesielle valgkamphendelser, som for eksempel de større TV-debattene eller gjennom spesielle, muligens strategiske intervjuer.

Allern (2001b: 210) beskriver hvordan nyhetsverdier ikke bare er knyttet til journalistiske normer, men er også nært forbundet med kommersielle målsettinger, og at redaksjonene må ta hensyn til motstridende interesser. På den ene siden står kravet om kritisk og gravende journalistikk og på motsatt side, opplagstall. Redaksjonene må ta hensyn til interessene til lesere, annonsører og eiere, i tillegg til journalistiske og etiske normer som for eksempel den norske Vær Varsom-plakaten.

Spill-orientert journalistikk er synlig også i Norge. I valgkampen i 2001 og 2005 var *spillet* tema i omtrent 60 prosent av alle valgkamprelevante artikler, og utgjorde 40 prosent av alle sakene (Waldahl og Narud 2004: 184; Aalberg og Brekken 2007: 185). Av den spill-orienterte dekningen i 2001, fordelte det seg mellom partienes kamp om velgerne, regjeringsalternativene og til mediernes vurdering av politikerne, såkalt personifisering. Analysen viste at valgkampen virket lite klargjørende for de ulike politiske alternativene (Waldahl og Narud 2004: 186), da fokuset på spill gikk på bekostning av politisk substans. Konklusjonen fra 2005 var pessimistisk; mediene tegnet ”et lite flatterende bilde” (Jenssen og Aalberg 2007: 248). Den omfattende bruken av terningkast har også inntatt valgkampen gjennom den politiske journalistikken. Anne Krogstad (2004: 203) mener at fenomenet var større enn forventet i valgkampen 2001, og var primært å finne i VG og Dagbladet. Denne type journalistikk befinner seg i sjangerskillet mellom anmeldelse og rangering, mellom kommentar og underholdning. Krogstad (2004: 209) hevder at denne formen for journalistikk beveger seg langt fra refererende sannhetsformidling. Slik type journalistikk hevdes av noen å virke negativt på velgerne, mens andre mener at all oppmerksomhet om politikken i seg selv har en mobiliserende kraft.

Mobiliserende eller demotiverende?

I hvilken grad makter mediene å inspirere velgerne til å sette seg inn i politikken og oppnå kunnskap om alternativene og prosessene? Dette er det delte meninger om. Teorien om media-malaise (Norris 2000) hevder at mediene mislykkes med den mobiliserende rollen. Dette blant annet fordi fokuset på negativitet og spill bidrar til demotiverte og apatiske velgere. Motsatt hevder Norris at nyhetsmediene kan bidra i en slags positiv sirkel der velgerne mobiliseres gjennom eksponering og kunnskapsutvikling. Ifølge Norris (2000: 311) er det ikke belegg for å hevde at teorien om media-malaise har noe for seg, på tross av at mye dekning har fokus på konflikt, skandale og mistillit. Hun mener at dette ikke er med på å skape apatiske og uinteresserte velgere, slik teorien om media-malaise tilsier. Derimot mener hun at mediernes formidling, uansett type journalistikk, bidrar til å øke velgernes interesse for, og kunnskap om, samfunnsaktuelle spørsmål og politikk. Informasjonen kan vekke interesse og bidra til at man oppsøker mer informasjon andre steder, og at det dermed dannes en positiv spiraleffekt.² Den selvforsterkende effekten mediene skaper, betyr at mediernes dekning og omtale fører til sivil engasjement som igjen fostrer interesse for blant annet samfunnsaktuelle

² Oversettelse av begrepet *a virtuous circle* (Norris 2000).

spørsmål og politikk (Norris 2000: 311). Samtidig viser undersøkelser over tid og på tvers av land, at de som følger med på nyhetsmediene er mer kunnskapsrike, har større tillit til myndigheter og politiske systemer, i tillegg til at de har større sannsynlighet for å delta ved valg. Selv med negativt fokus og veddeløpsjournalistikk viser undersøkelser at det verken fører til apati, kynisme eller uvitenhet blant leserne (Norris 2000: 315–318). På det teoretiske planet tilsier tesen om den positive spiral- og mobiliseringseffekt dermed at de som har størst politisk kunnskap, tillit og deltakelse er de som med størst sannsynlighet følger med på nyhetsdekningen, og at de som er mest oppmerksomme på dekningen blir mer engasjerte. Effekten er derimot mindre for de som fra begynnelsen av ikke er interesserte. Dekningen har likevel ingen negativ effekt på denne gruppen. Spiraleffekten representerer derfor en gjentakende prosess som gradvis bidrar til en positiv effekt på demokratiet.

Tidligere forskning på norsk medievalgkamp viser at dekningen ikke fører til apatiske velgere, slik media-malaise-teorien hevder (Aardal m.fl. 2004: 396), men at den snarere fører til en mobilisering av velgerne når det gjelder valgkampens saksinnhold. Velgerne påvirkes til å endre standpunkt, som har konsekvenser for stemmegivningen. Mediene spiller dermed en svært viktig rolle for velgernes preferanser, selv om det selvsagt har ulik effekt på forskjellige velgere og velgergrupper.

1.4.2 Marginaliseringen av de tradisjonelle mediene

De seneste årene har vi sett en tendens til inkludering av stadig nye medier, som ser ut til å endre de tradisjonelle, redigerte mediene til å bli noe mindre mektige.³ Digitalisering og internett har muliggjort nye kommunikasjonsformer (NOU 2003: 48): “Medieutvikling og digitalisering har samtidig skapt en mer splittet offentlighet, der valgfrihet og spesialisering har erstattet det samlede nasjonale publikum i kringkastingsmonopolets tid”. Politikken er stadig blitt mer fragmentert og foregår på flere arenaer og gjennom ulike kanaler. De senere årenes utvikling mot økt digitalisering kan virke mindre redigerende på offentligheten. Sosiale medier fungerer som en direkte form for ytring mellom politikere og velgere, og det ser ut til at den redigerte offentligheten er noe svekket gjennom den økte blant annet bruken av sosiale medier. Politikere og velgere kan lettere diskutere direkte med hverandre over internett, og enkle søk blant annet på partienes hjemmesider kan gi velgerne lettvinnt og god

³ Nye medier består gjerne av hjemmesider, nettmøter og blogger (Krogstad 2007), men også sosiale nettverk som *Twitter* og *Facebook*. Jeg plasserer også nettaviser i denne kategorien av nye medier. Redigerte medier er papiraviser, radio og TV.

tilgang på informasjon. Internett har gjort det enklere for velgerne å oppsøke informasjonen og politikken, og nettet har blitt en kanal som er mer eller mindre allemannseie i vårt samfunn. Politikerne behøver ikke å kommunisere via journalistene slik det er i de tradisjonelle massemediene (Hestvik 2004: 239), en egenskap som også gjelder sosiale medier der direkte kontakt og debatt med politikere er lettere og mer oppnåelig.

I 2001 hadde internettbaserte medier ikke skapt noen revolusjon for verken britisk eller amerikansk politikk (Hestvik 2004: 234), men man så at de ble stadig mer brukt. I det norske stortingsvalget ble nye medier ansett for å være et medium på høyde med de mer tradisjonelle massemediene i en norsk valgkamp (Hestvik 2004: 230), og i 2009 fikk sosiale medier mye oppmerksomhet (Karlsen 2011: 54). Partiene vektlegger bruk av sosiale medier i sin valgkampstrategi, og spesielt yngre velgere opplever sosiale medier som en viktig kommunikasjonskanal i valgkampen. Likevel var det bare åtte prosent av velgerne som hadde benyttet seg av blogger eller *Facebook* for informasjon. I dette valgåret (2009) skåret internett, utenom nettaviser, en gjennomsnittsverdi blant velgerne på 2.1 (mellom 1 og 5) i betydning. Karlsen (2011: 55) poengterer at denne kanalen blir stadig mer utbredt og en del av mediehverdagen. Det er grunn til å anta at vi vil få bekreftet dette i valgundersøkelsen for 2013, ettersom bruken av internett har blitt hyppigere og mer ekspansiv de senere årene. Aldri før har nordmenn brukt mer tid på internett, viser tall fra Statistisk sentralbyrå (SSB 2013).

1.5 Papiravisene

Papiravisene inngår i gruppen av tradisjonelle medier, sammen med TV og radio. Disse mediene har hatt stor betydning for velgernes politiske valg, og tradisjonelt er det disse tre som skiller seg ut når det gjelder tidsbruk og interesse (Schwebs og Østbye 2007: 21). Dette er kanaler som når ut til omtrent hele befolkningen hver eneste dag.

1.5.1 Avisenes betydning i valgkampen

Over flere tiår har den norske valgundersøkelsen blant annet studert velgernes syn på mediens rolle for stemmegivningen. Den nyeste publiserte forskningen er fra stortingsvalgkampen i 2009 (Aardal 2011b), og disse resultatene beskriver den påvirkning og effekt dekningen har på velgerne i norsk kontekst. I Norge regnes TV som det viktigste og dominerende mediet i en valgkamp (Karlsen 2011: 42), mens sosiale medier i økende grad fungerer som en ny type politisk kommunikasjon, spesielt blant yngre velgere. På en skala fra

1 til 5 plasserer TV seg som det viktigste mediet, med en gjennomsnittlig verdi på 3.7. Riks- og regionsaviser følger etter som det nest viktigste mediet, med en verdi på 3.3. I 2009 mente 59 prosent av respondentene at papiraviser var viktigste type avis, mens 21 prosent mente at nettavisene var et viktigere medium (Karlsen 2011: 51). Dette viser hvordan de tradisjonelle mediene fortsatt har dagsordenmakt, og at papiravisene i dagens samfunn fortsatt har relativt stor betydning for velgerne. Samtidig har internett og avisenes nettutgaver skapt nye muligheter for å nå raskt ut til publikum, noe som den senere tid har bidratt til å marginalisere papiravisenes rolle som nyhetsformidlere.

1.5.2 Papiravisenes marginalisering

Tidligere studier viser hvordan økt konkurranse over tid har endret mediernes innhold mot veddeløpsjournalistikk og et økt fokus på spill og strategi. Vi har sett at utviklingen har fortsatt, og at de tradisjonelle mediernes rolle har blitt marginalisert. Dette grunnet en sterkere fragmentering av valgkampen, der informasjonen formidles og debatten foregår gjennom flere kanaler. Internett har skapt nye, allmenne muligheter, der spesielt nettaviser og sosiale medier har fått økt betydning for stadig flere velgere. Papiravisene er et medium som relativt sett er tregere i formidlingen, da avisen utgis én gang i døgnet, om ikke mindre. Siden de nye mediene tar for seg politikk og debatt i et hurtig tempo, er det interessant å analysere om dette kan ha hatt innvirkning på de tradisjonelle kanalene og deres formidling. Dette kan føre med seg et annet fokus og innhold, da de andre mediene gjerne har formidlet nyhetene før papiravisen går i trykken. Med dette kan papiravisene ha endret dekningen i et stadig mer fragmentert mediebilde, der avisene har blitt mer marginalisert over tid. Velgerne omtaler fortsatt de tradisjonelle mediene, inkludert papiravisene, som de viktigste. Likevel har de tapt noe av sin sterke rolle til de nye mediene – som gjerne er mindre redigerte.

En utvikling mot økt konkurranse, førte til mer veddeløpsjournalistikk i mediene. En utvikling mot et mer fragmentert mediebildet og marginalisering av de tradisjonelle kanalene kan ha ført til en endring av innholdet i blant annet papiravisene. En slik eventuell forandring kan ha ført til et bedre *eller* et dårligere informasjonsgrunnlag for demokratiets velgere. Denne tendensen vil jeg komme tilbake til under kapitlets del om problemstillingene for denne analysen. Først vil jeg redegjøre for den perioden da mediernes fokus på politikken er mest intensiv, nemlig den korte valgkampen. Dette er en periode som er spesielt viktig for

velgernes oppmerksomhet om politikken, og det er da essensielt at mediens informasjonsverdi er tilfredsstillende – sett i et demokratisk perspektiv.

1.6 Valgkampen

Politisk stoff blir spesielt viktig før valget, siden dette er perioden da velgerne har økt behov for informasjon. Innbyggerne har et valg å foreta, og dette skal optimalt sett være veloverveid. Det er altså først når sommeren er over og valget nærmer seg at valgkampen tar seg opp. De siste fire ukene betegnes gjerne som den korte valgkampen: ”Det er i disse ukene at partiene og mediene for alvor retter blikket mot valgdagen, nye velgere kan vinnes og gamle mobiliseres, og det er nå valget blir avgjort” (Waldahl og Narud 2004: 182). Denne perioden er en intensiv periode som får fram tydeligheten i politikkenes alternativer. Oppmerksomheten i mediene er stort, og mange velgere venter gjerne til de siste ukene eller dagene før valget med å bestemme seg. Den korte valgkampdekningen er altså av relativt stor betydning for velgerne. Norske valgundersøkelser viser at mange velgere ikke bestemmer seg for partivalg før under valgkampen. Spesielt i den siste delen bestemmer mange velgere seg, og en del bestemmer seg ikke før de står i valglokalet. Intensiteten fortsetter dermed helt fram mot valgdagen. Det som skjer i denne perioden har derfor potensielt stor betydning (Karlsen 2011: 57), spesielt med tanke på at velgere over tid er blitt mindre knyttet til bestemte partier og gjerne stemmer ulikt fra valg til valg. Velgerne selv mener valgkampen er viktig, særdeles de yngre velgerne.⁴

I den korte valgkampen blir oppmerksomheten til politikk større både i mediene og blant politikere og velgere. Etter stortingsvalgkampen i 2009 svarte 63 prosent av Norges befolkning at de fulgte svært eller nokså godt med på valgkampen i mediene (Karlsen 2011: 47). Interessen for valget blir av Karlsen (2011: 48) betegnet som stor og interessen har ikke avtatt over tid. At velgerne mener at mediene har stor betydning for deres valg, betyr at den rollen mediene spiller i valgkampen, og dekningen de bidrar med, kan være avgjørende for mange velgeres standpunkt. Det kan være avgjørende for demokratiet, og kan bidra til at en studie av papiravisenes innhold kan være svært interessant.

⁴ 73 prosent av velgerne under 24 år, og 60 prosent av velgerne over 45 år mener valgkampen har betydning for deres valg (Karlsen 2011: 58).

1.7 Analysens problemstillinger og antakelser

Gjennomgangen over viser hvordan økt konkurranse har endret mediernes rolle og innhold; et økt fokus på politisk spill i deknningen har vært en utvikling som vi over tid har vært vitne til. I de senere år har utviklingen gått i retning av å bli enda mer fragmentert, noe som har bidratt til å marginalisere de tradisjonelle mediene som TV, radio og papiraviser i større grad. Kan dette ha bidratt til å endre innholdet ytterligere?

Ovenfor beskriver jeg hvordan mediernes kontrollerte rolle har blitt noe svekket med inntoget av nye, internettbaserte medier. Dette er en utvikling som det er interessant å se nærmere på, ved å undersøke om dette kan ha endret innholdet i papiravisene som tradisjonell nyhetsformidler. Det kan være slik at fragmenteringen og marginaliseringen av de tradisjonelle mediene har endret deres rolle som informasjonsformidlere. Mediernes utvikling mot økt fragmentering og en marginalisering av avisene kan ha gitt velgerne et bedre *eller* dårligere informasjonsgrunnlag. Jeg mener det er interessant å studere dette empirisk. Valgkampen i 2013 er et godt case i dette henseendet, da dette var en valgkamp med sterk fragmentering og hvor de internettbaserte mediene hadde sterke innslag. Sosiale medier ble aktivt brukt av politikere for å sette deres politikk på dagsorden også i de tradisjonelle kanalene, noe blant andre Venstre-kandidat Sveinung Rotevatn bekrefter (Aftenposten 2013a). *Twitter* brukes strategisk av politikerne, det samme blir *Facebook* (Aftenposten 2013b). Dette er innslag som bidro til å fragmentere valgkampen i 2013.

1.7.1 Informerte velgere

Gjennom Vær Varsom-plakaten er det en norm om at avisene, som del av den norske presse, blant annet bør informere om det som skjer i samfunnet, og å ivareta at ulike syn kommer til uttrykk. Dette inkluderer også informasjon om det politiske bildet, og det å få fram politiske standpunkter slik at de kommer til uttrykk i og for offentligheten. Dersom pressen følger disse verdiene, kan de bidra positivt til valget og til demokratiet som sådan. Analysen baserer seg på Dahls (2000) tredje demokratiske prinsipp – om informerte velgere, og jeg vil finne ut mer om avisene bidrar tilfredsstillende for å oppnå dette kravet. Det er med dette interessant å undersøke om norske aviser oppfyller prinsippet på et tilfredsstillende vis, primært om effektive muligheter for informasjon. Ved å undersøke hvordan papiravisene som tradisjonelle nyhetsformidlere har dekket valgkampen i 2013, kan jeg lettere sette dette inn i

konteksten om mediernes utvikling, og empirisk undersøke om innholdet i dette mediet har endret seg fra tidligere valgår.

Robert A. Dahl sitt prinsipp om informerte velgere, som del av hans demokratiteori danner grunnlaget for min overordnede problemstilling i analysen:

1. *Hvordan, og i hvilken grad ga papiravisene et godt informasjonsgrunnlag for norske velgere i perioden før stortingsvalget i 2013?*

Dahls demokratiteori sier lite om hvordan man kan måle hvor god informasjon velgerne står overfor. For å komme nærmere et svar på denne noe abstrakte problemstillingen, utformes to mer konkrete underspørsmål om mediernes informasjonsformidling. Forklaringen under vil bidra til å definere, avklare og operasjonalisere hva som gir nyhetene god informasjonsverdi, og vil delvis brukes som bakgrunn for konkretiseringen av underproblemstillingene.

1.7.2 Mediernes formidling og informasjonsverdi

Mediene har i vårt samfunn en utpreget rolle hva gjelder informasjonsformidling, også i politikken og før valg. Samtidig har velgerne et informasjonsbehov, forklart blant annet gjennom Asp (1986) sin rasjonelle beslutningsmodell. Han forklarer at velgerne tar stilling i politiske saksspørsmål som et resultat av en beslutningsprosess der den enkelte velger er beslutningsfatter. I denne modellen krever en rasjonell beslutning eller valg tilgang til et så bredt og korrekt informasjonsgrunnlag som mulig. Med dette kan velgerne fatte sin beslutning på et selvstendig grunnlag. Asp benytter seg av denne modellen for å kartlegge hvilke informasjonsbehov velgerne har. Det grunnleggende kravet er tilgangen på beslutningsrelevant informasjon, altså et godt informasjonsgrunnlag å basere sitt valg på, som gir god informasjonsverdi for velgerne.

Asp (1986: 153) viser til visse delkrav på massemediernes informasjonsgrunnlag; tetthet, bredde og dybde. Dersom kravene oppfylles, vil velgeren ha tilgang på beslutningsrelevant informasjon. Disse kravene vil bidra til å forme design og metode, og kravene knyttes dermed til de utformede underproblemstillingene til en viss grad.

Tetthet, bredde og dybde

Delkravet om informasjonstetthet omhandler mengden av beslutningsrelevant informasjon (Asp 1986: 153). Dette innebærer at det må være en viss frekvens på informasjonen, så den ikke forsvinner i annen, irrelevant informasjon. Informasjonstetthet omhandler hvor mye man bør ha tilgang på av et visst innhold for å ha beslutningsrelevant informasjon. Informasjonstetthet kan også være tilstede dersom visse argumenter om ulike stillingsspørsmål gjentas flere ganger. Delkravet om informasjonstetthet må derfor kombineres med delkravet om informasjonsbredde. En god informasjonsbredde betyr at samtlige relevante argumenter for og mot et bestemt stillingsspørsmål foreligger (Asp 1986: 154). Det er et mål på forholdet mellom antall typer argumenter som et medium dekker og det totale antallet argumenter som er teoretisk relevant for å kunne ta et rasjonelt og selvstendig valg i saken (Asp 1986: 157). Det blir da et spørsmål om avisene tar for seg de ulike argumentene i en sak, slik at velgerne har informasjon om de ulike alternativene i de ulike politiske sakene og saksfeltene. Informasjonsdybde betyr å gi god nok informasjon til at velgeren selv kan vurdere fakta og motiv som de ulike argumentene baseres på, for så å kunne vurdere argumentenes holdbarhet, og å kunne ta et selvstendig standpunkt til saken (Asp 1986: 154). Det vil si at mediene setter debatten inn i en sammenheng og kontekst, og tar for seg forskjellige konsekvenser av de ulike alternativene.

På bakgrunn av disse delkravene er det utformet to underproblemstillinger. Disse spør om hvilke, hvor mange og hvor ofte politiske saker og partier settes på dagsorden og hvor grundig redegjørelsen for sakene og partiene er. Begrepene følger ikke Asp (1986) sine absolutt, men er inspirert av hans prinsipper om god informasjonsverdi. Sammen vil svarene på disse to spørsmålene gi oss en indikasjon på hvor god informasjonsverdi og hvor godt informasjonsgrunnlag papiravisene har bidratt med. Problemstilling 2.a tar for seg avisenes informasjonsbredde om saksspørsmål og partier, mens problemstilling 2.b omhandler informasjonsdybden i avisenes formidling av politiske argumenter, for parti og sak. De to konkrete underproblemstillingene lyder som følgende:

2.a) Hvor stort mangfold av saker og partier ble satt på dagsorden gjennom avisene i stortingsvalgkampen i 2013?

2.b) I hvilken grad makter avisene å informere om partienes standpunkter på en grundig måte i stortingsvalgkampen i 2013?

Kort fortalt har medieaktørene en utpreget utvalgsfrihet og tolkningsfrihet (Asp 1986: 363). De har kontroll over sakene som blir satt på dagsorden. Norsk presse sørger for å informere om det som skjer i samfunnet, og jobber for å ivareta ulike synspunkter omkring ulike samfunnsspørsmål. Mediene har stor kontroll over informasjonsverdien og en stor del av velgernes informasjonsgrunnlag, likevel er noe av den regisserende rollen tapt til sosiale medier. Dermed er det interessant å se om innholdets informasjonsbredde og -dybde, og dermed informasjonsverdien og -grunnlaget, er endret.

Selv om analysen ikke vil være lik studien fra stortingsvalgkampen i 2001 (Waldahl og Narud 2004) eller 2005 (Aalberg og Brækken 2007), vil disse studiene fungere som sammenlikningsgrunnlag. Dette fordi studiene tok for seg de tradisjonelle mediernes dekning, samtidig som disse tre valgkampene vil fungere som kasus før og etter det sterke inntoget av de nye, internettbaserte mediene. Jeg mener at studiene kan sammenliknes i et overordnet, demokratisk perspektiv, selv om de konkrete studiene ser noe ulike ut. Ved å knytte empiri fra 2013 med funn fra 2001 og 2005, kan jeg si noe om utviklingen jeg beskrev tidligere. Valgkampen i 2013 kan med dette representere noe nytt, at innholdet til avisene som tradisjonelle nyhetsformidlere har endret seg med tiden og med inntoget av de nye mediene.

1.7.3 Studiens antakelser

Én av antakelsene til analysens funn er at utviklingen med økt fragmentering og økt marginalisering av de tradisjonelle mediene har ført til en positiv endring av avisenes innhold – at informasjonsgrunnlaget har blitt noe bedre. Dette fordi jeg tror at de nye, internettbaserte mediene tar for seg de mer akutte og sensasjonelle nyhetene når de dukker opp, slik at papiravisene kan bruke mer tid og plass på substansen i politikken. Dette kan i så fall ha bidratt til bedre informasjonsverdi om det politiske nyhetsstoffet. Med dette er min antakelse at avisene dekker politikken noe mer informasjonsrikt enn tidligere. Dette hovedsakelig i sammenlikning med stortingsvalgkampene i 2001 og 2005.

Jeg tror at en utvikling mot økt fragmentering har ført til at nettavisene nå tar for seg veddeløpsjournalistikken i større grad, med positivt resultat for papiravisene. Tanken bak dette er at papiravisene da dekker den politiske substansen mer omgående. Hvis dette er tilfellet, er det blitt et bedre informasjonsgrunnlag. Utviklingen mot økt bruk av sosiale medier kan også ha endret papiravisenes innhold i positiv forstand, siden blant annet sosiale

medier gjerne tar tak i mer konkrete og akutte hendelser og debatter, der aktørene mer spontant og direkte kan svare på tiltale. Dermed kan avisene ha mistet noe av sin tidligere debatterende rolle, og papiravisene vil kompensere med å dekke politikkenes substansielle innhold i større grad.

Antakelsene overfor er noe generelle og ser på hvordan innholdet kan ha endret seg, og hvordan valgkampen i 2013 muligens kan vise dette. På det mer detaljerte planet antar jeg at det er forskjeller mellom avisene. Jeg har en forventning om at norske aviser har relativt god informasjonsverdi, men at det finnes mangler og at dekningsgraden varierer mellom de ulike avisene i analysen. Jeg forventer at visse aviser dekker de politiske alternativer mer tilfredsstillende enn andre aviser, og at det dermed danner seg et skille i kvalitet om dekningsgraden av politisk substans. Jeg antar at en stor del av materialet i de norske avisene fortsatt er såkalt veddeløpsjournalistikk, slik Broh (1980) forklarer det. Dette kan være tilfellet selv om det kan ha blitt noe mindre av denne typen journalistikk. Bruk av meningsmålinger, terningkast, personkarakteristikker, spill, strategi og konkurranse er kjennetegn som jeg tror jeg vil finne. Dette hensynet kan gå på bekostning av god politisk informasjonsformidling. Min antakelse er at det er mer av denne typen journalistikk i løssalgsavisene enn i abonnementsavisene. Dette fordi løssalgsavisene er mer avhengig av spennende historier og sensasjoner for å selge enn abonnementsavisene.

Funnene på mine underordnede problemstillinger vil brukes i diskusjonen om den overordnede problemstillingen om papiravisene dekker informasjonsgrunnlaget til velgerne som et demokratisk prinsipp. Jeg vil vie ett kapittel til denne drøftingen, og knytte empirien basert på Asp sitt rammeverk opp mot Dahls demokratiteori. Dette vil settes inn i kontekst med den utvikling mediene har stått overfor. På bakgrunn av økt marginalisering og fragmentering de senere år, er jeg interessert i å se om avisene som tradisjonelt medium har endret innhold og fokus om mediene gir et bedre substansielt informasjonsgrunnlag for norske velgere gjennom å dekke politisk substans både bredt og dypt. Jeg håper denne empiriske analysen kan gi et nærmere svar på om dette er tilfellet eller ei.

1.8 Analysens disposisjon

For å oppsummere benytter jeg meg av rammeverket til Robert A. Dahl (2000) og delvis Kent Asp (1986) sitt for å analysere empiri; et utvalg av norske papiraviser og deres dekning av den korte valgkampen ved stortingsvalget 2013. I kapittel to redegjøres det for metodebruken og operasjonaliseringen av analysen, inkludert forskningsdesign, utvalget av dataenheter, bakgrunnen for valget av disse samt kodingen av innholdsanalysen. Validitet og reliabilitet blir også drøftet. Med dette på plass, forklares de empiriske funnene i kapittel tre og fire. Analysedelen vil deles inn i to kapitler, der det ene tar for seg informasjonsbredden, problemstilling 2.a, mens det andre tar for seg funnene rundt problemstilling 2.b, om informasjonsdybden. I det femte kapitlet vil jeg veve mine funn sammen i en større diskusjon om avisenes innhold og dekning av valgkampen 2013 i et demokratisk perspektiv. Funnene vil plasseres inn i et historisk perspektiv basert på en utvikling mot økt fragmentering av valgkampen, og en marginalisering av de regisserende, tradisjonelle massemediene.

2 Forskningsdesign og metode

2.1 Innledning

I dette kapitlet vil jeg behandle de metodiske valgene som denne avhandlingen står overfor. Jeg vil først redegjøre for valg av forskningsdesign og -metode. Deretter vil jeg behandle metodiske utfordringer for analysen og hvordan jeg velger å løse disse med tanke på å sikre pålitelige og nøyaktige resultater. Jeg vil begynne med å redegjøre for forskningsdesign og datautvalg, før jeg inngående tar for meg metoden og avklarer operasjonaliseringen. Til slutt vil jeg diskutere analysens validitet og reliabilitet.

2.2 Casestudie som forskningsdesign

Den følgende studien skal gjennomføres som en casestudie av den norske stortingsvalgkampen i 2013. En casestudie er av George og Bennett (2005: 17) definert som: "the detailed examination of an aspect of a historical episode to develop or test historical explanations that may be generalizable to other events". Et slikt opplegg gjør det mulig å gå i dybden på kun ett valgår. Jeg ønsker å benytte dette valgåret for å studere avisenes formidling i et stadig fragmentert og konkurransepreget mediebilde. Hensikten med studien er å se på en eventuell endring i avisinnholdet, for å kunne si noe om utviklingen. Siden det er gjort liknende studier i 2001 (Waldahl og Narud 2004) og 2005 (Aalberg og Brekken 2007), velger jeg å bruke disse til å forsøke å si noe om endringer over tid. Siden 2013 er det seneste valget, fungerer caset godt for å undersøke de seneste utviklingstrekkene. Fordelen med å benytte seg av kun én stortingsvalgkamp er at jeg får muligheten til å gå i dybden på valgkampdekningen. Ett av casestudiens fortrinn er nettopp muligheten til å kunne gå i dybden om et kompleks fenomen. Forskningsdesignet har dermed en styrke med tanke på indre validitet, å forklare en historisk tendens inngående og detaljert (George og Bennett 2005: 19, 22). Casestudiet har derimot svakheter når det gjelder den ytre validiteten, muligheten til å generalisere. Ettersom caset i denne studien er valgt ut på bakgrunn av å kunne forklare valgkampens innhold inngående og om det er en endring fra foregående valg basert på tidligere litteratur, har jeg kommet fram til at lavere ytre validitet ikke er en trussel for hensikten og målet med denne analysen.

2.3 Datamaterialet

Aviser, artikler og tidsperiode er bevisst valgt, og er dermed ikke et tilfeldig utvalg. I denne delen vil jeg redegjøre for datamaterialet som benyttes i analysen.

2.3.1 Valg av aviser

Jeg har valgt ut syv norske aviser som datagrunnlag for analysen. Selv om avisene ikke er representative for alle norske aviser, er det likevel et stort og bredt utvalg, ettersom de utvalgte avisene dekker et bredt spekter av norske velgere. Dette gjør at analysen kan bidra med både relevante og interessante perspektiver.

Jeg har valgt ut avisene basert på to kriterier; geografisk plassering og størrelse. Avisutvalget er altså gjort med tanke på å dekke landet geografisk. Jeg har plukket ut de største, meningsbærende avisene i regionene. Grunnen til at jeg har valgt å dekke regionavisene framfor de aller største riksavisene⁵, er fordi jeg ønsker å studere avisenes politiske innhold i et demokratisk perspektiv; jeg vil undersøke om avisene bidrar med et godt informasjonsgrunnlag for velgerne før valget. Jeg ser det derfor som mer hensiktsmessig å studere et bredt geografisk spekter av Norges aviser, nettopp fordi regionavisene har en mye tydeligere nærhet til velgerne enn riksavisene med hovedsete i hovedstaden. Samtidig kan jeg studere hvordan saker og geografisk plassering henger sammen, ved å se hvilke saksfelt som avisene prioriterer høyest. Utvalget av regionsaviser har jeg altså gjort med tanke på å inkludere de større avisene i landet samtidig som jeg dekker landet relativt godt geografisk; Oslo-området og Østlandet (Aftenposten), Sør-Vestlandet (Stavanger Aftenblad), Vestlandet (Bergens Tidende), Midt-Norge (Adresseavisen) og Nord-Norge (Nordlys). Avisene i utvalget er regionenes største med tanke på opplagstall (Høst 2013), og de er alle abonnementsaviser. Samtidig har jeg valgt ut to riksaviser, nettopp fordi de har bred rekkevidde og har et stort antall lesere; VG og Dagbladet. Disse er også løssalgsaviser, og jeg kan dermed sammenlikne innholdet i abonnements- og løssalgsavisene, med tanke på teoriene og perspektivene som ble presentert i kapittel én. Dagens Næringsliv har større opplagstall enn Dagbladet (Høst 2013), men er utelatt fordi det er en nisjeavis. Nordlys er betydelig mindre enn de øvrige i utvalget, men er inkludert på bakgrunn av den geografiske plasseringen; Nordlys er den avisen med størst opplagstall i Nord-Norge. Det er en forholdsvis stor del av Norges befolkning og velgere som leser én eller flere av de utvalgte avisene; de har alle en relativt stor

⁵ Med VG og Dagbladet som unntak.

markedsandel, og en stor mulighet til å påvirke sine lesere og dermed landets velgere før et valg. Det er derfor grunn til å tro at den politiske dekningen og informasjonen de bidrar med, har relativt stor verdi i et demokratisk perspektiv.

Utvalget er som nevnt riks- og løssalgssavisene VG og Dagbladet og abonnements- og regionsavisene Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, Adresseavisen og Nordlys. Tabellen under oppsummerer en del informasjon om avisene i utvalget. Avisene er rangert etter opplagstall.

Tabell 1. Analysens avisutvalg

Avis	Region	Type	Opplag	Eier	Dager	Artikler
Aftenposten	Østlandet	Abonnement	225 981	Schibsted Norge	7	145
VG	Riksavis	Løssalg	188 354	Schibsted Norge	7	103
Dagbladet	Riksavis	Løssalg	88 539	Aller Media	7	110
Bergens Tidende	Vestlandet	Abonnement	76 817	Schibsted Norge	7	163
Adresseavisen	Midt-Norge	Abonnement	70 089	Polaris Media	6	163
Stavanger Aftenblad	Sør-Vestlandet	Abonnement	61 636	Schibsted Norge	6	145
Nordlys	Nord-Norge	Abonnement	23 379	Amedia	6	122

VG og Dagbladet er de eneste riksdekkende løssalgssavisene i analysen. De fem andre er regionbaserte abonnementsaviser. Aftenposten kalles både for riksavis og regionavis – jeg har valgt å kategorisere avisen som regionavis med hovedsete i Oslo og på Østlandet, fordi det er i dette området at avisen selger mest. Bergens Tidende er plassert i Hordaland og dekker i mitt utvalg Vestlandet, mens Stavanger Aftenblad primært dekker Rogaland og Sør-Vestlandet. På grunn av begrensninger har jeg måtte utelate Fædrelandsvennen og dermed Sørlandet. Adresseavisen er en Trøndelagsbasert avis som dekker Midt-Norge i mitt utvalg, mens Nordlys er den største avisen i Nord-Norge og er plassert i Tromsø. Jeg mener at dette utvalget dekker norsk avisformidling på en god måte.

Stavanger Aftenblad, Adresseavisen og Nordlys utgis ikke på søndager. Siden de andre avisene gis ut hver dag, betyr det at det er ulik utgivelsesfrekvens, noe som kan påvirke antallet artikler. Ut fra det empiriske materialet ser det ikke ut til at dette har ført til lavere antall relevante artikler, og antas ikke å representere et problem. Jeg vil også nevne avisenes eierskap og tidligere politisk ståsted, selv om disse karakteristikene ikke antas å utgjøre noen trussel for analysen. Avisene VG, Aftenposten, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad er eid av Schibsted Norge. Adresseavisen eies av Polaris Media, mens Dagbladet eies av Aller

Media og Nordlys av Amedia. Tradisjonelt har Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Adresseavisen hatt en posisjon på høyresiden i norsk politikk mens Nordlys tidligere var plassert på venstresiden. Dagbladet har gjerne blitt kalt en kulturradikal avis, mens VG fra sin oppstart i 1945 har vært en uttalt partinøytral avis. Alle avisene er i dag politisk uavhengige. Tidligere politiske ståsted er ikke relevant for min analyse av informasjonsbredde og informasjonsdybde, og jeg vil derfor ikke diskutere avisenes politiske ståsted og eierskap ytterligere.

2.3.2 Valg av artikler

Etttersom jeg ønsker å analysere informasjonsgrunlaget som avisene bidrar med, har jeg kun valgt ut enhetene som er i artikkelformat. Dette ekskluderer kommentarer, ledere, notiser og leserbrev. Jeg satte et krav om at artiklene måtte være del av avisenes hoveddeler; altså ikke lokaldel eller helgebilag. For å ta Aftenposten som eksempel: avisen har en nyhetsdel, en kulturdel og økonomidel. Avisen hadde også en lokaldel (Osloby) og helgebilag som A-magasinet. Hos Aftenposten er dermed de tre førstnevnte inkludert, men ikke de to sistnevnte. Dette på grunn av tidsbegrensinger og fordi det er hoveddelene som er primære kilder til nyheter. Lokaldelene dekker nyheter om småsteder og bydeler, framfor det regionale eller riksdekkende, og anses derfor ikke som like relevante. Derfor valgte jeg å utelukke disse delene fra utvalget. Lokal politikk er imidlertid også inkludert i hoveddelene, og disse er dermed med i utvalget, ettersom avisene har prioritert dette stoffet i disse delene.

Et annet kriterium var at partier eller politikere ble nevnt eller omtalt i artikkelen. Dette fordi det er viktig for analysen at sak koples til parti slik at velgerne er klar over hva partiene står for; altså opplyst forståelse om politikkenes alternativer. Dette er sentralt for studiens problemstilling. Jeg anser derfor kun artikler med partiomtaler som relevante, og ekskluderer artikler uten partitilknytning. Det var flere artikler som tok for seg politikk uten å omtale parti. Eksempler på dette er flere av avisenes artikler som var del av opplegget ”min stemme” hvor målet var å få unge til valglokalene. En del av disse artiklene tok for seg valghrelaterte spørsmål uten å omtale parti eller politiker, og ekskluderes fra utvalget. De artiklene som hadde partiomtale, inkluderes derimot.

2.3.3 Valg av tidsperiode

Jeg har avgrenset tidsperioden for studien til å gjelde de siste fire ukene før valget. Det er i denne perioden fokuset og oppmerksomheten rundt valget øker (Waldahl og Narud 2004: 182). Avisartikler fra og med 12. august 2013 til og med valgdagen 9. september 2013 er inkludert. På bakgrunn av dette kriteriet, og kriteriene over, ble 951 artikler ansett som relevante og kodes i analysen. Jeg valgte å abonnere eller kjøpe avisene i denne perioden, for så å velge ut de aktuelle artiklene. Slik er jeg sikker på at alle relevante artikler er del av utvalget. Medieverktøyet Retriever kunne med fordel blitt benyttet, spesielt med tanke på omfanget, men fordi jeg ville ha større mulighet for å vurdere relevansen til hver artikkel, mener jeg at søk i Retriever ikke ville sikre at kriteriene ble fulgt tilstrekkelig.

2.4 Metode

I den empiriske analysen undersøker jeg som nevnt avisenes grad av informasjonsbredde og informasjonsdybde i det politiske innholdet og formidlingen. Med dette for øyet, finner jeg det mest hensiktsmessig å utføre innholdsanalyse; primært kvantitativ, men kombinert med kvalitative vurderinger. En kombinasjon av kvantitativ analyse og kvalitative vurderinger gir de beste resultatene (Krippendorff 2012). I kodeinstruksjonene i vedlegget har jeg skrevet ned hvilke kategorier jeg har delt innholdet inn etter og hvilke grensetilfeller som har gjort seg gjeldende i kategoriseringen av både informasjonsbredde og informasjonsdybde. Jeg vil derfor redegjøre for de fastsatte kategoriene og de mer kvalitative vurderingene jeg har gjort underveis i kodingen av datamaterialet.

2.4.1 Innholdsanalyse

I analysen benytter jeg primært kvantitativ innholdsanalyse. Dette er en systematisk gjennomgang av innholdet i dokumenter, der datainnholdet blir vurdert ut ifra et strukturert skjema av kategorier som på forhånd er utviklet og spesifisert (Grønmo 2004: 193). Jeg vurderer hver artikkel ut ifra fastsatte kategorier, for deretter å systematisere datamaterialet slik at jeg kan se forekomsten av fenomener og tendenser. Valget av metode var hensiktsmessig ettersom jeg systematiserer og teller forekomsten innen avisene og på tvers av avisene. Siden jeg må utføre mer kompliserte tolkninger for å kunne bedømme innholdet, er kodingen dermed også vurdert kvalitativt (Bergström og Boréus 2000: 45). De kvalitative vurderingene brukes for å kode i riktig kategori, og for å underbygge funn og tolkninger underveis i teksten.

I kvantitativ innholdsanalyse foretas gjerne utvelgelsen av tekstutvalget i sin helhet før kodingen, og kategoriene er spesifisert før datainnsamlingen (Grønmo 2004: 193). Tekstene vurderes, for så å plassere innholdet i kategoriene, i kodeskjemaet. Jeg koder 951 artikler, og registrerer innholdet i de spesifiserte kategoriene. I kvantitative innholdsanalyser starter ikke selve analysen av datamaterialet før datainnsamlingen er avsluttet (Grønmo 2004: 193). Gjennomgangen av artiklene og kodingen av disse er dermed mer strukturert enn hva den ville ha vært dersom jeg hadde utført en ren kvalitativ innholdsanalyse. Kodeinstruksene baserer seg på teoriene om dagsordensetting og veddeløpsjournalistikk, på tolkningsrammer og assosiasjonseffekter, med informasjonsbredde og informasjonsdybde som overordnet mål for kodingen. Jeg kommer nærmere inn på dette senere i kapitlet.

Jeg deler analysen inn i to kapitler, ett som fokuserer på informasjonsbredden og ett der jeg undersøker informasjonsdybden. Selve kodingen utføres samtidig; jeg koder både bredde og dybde i materialet samtidig for hver artikkel. Dette er mest hensiktsmessig fordi jeg blir godt kjent med artikkelen da jeg koder den, og det er dermed tolkningsmessig mest praktisk. Jeg har valgt å kode alle artiklene manuelt. Fordelen med dette er at mer kompliserte tolkninger kan finne sted, og nyansene kan brukes for bedømmingen (Bergström og Boréus 2000: 46). Ulempen er at antall kodingsenheter må begrenses. Jeg koder materialet selv. Etter kodingen, vil jeg bruke Microsoft Excel for å regne ut forekomstene, og figurer og tabeller benyttes for lettere å se tendensene i datamaterialet. Utrekningene avrundes til nærmeste hele prosenttall, og dersom visse utregninger blir over 100 prosent, er dette årsaken. Jeg anser ikke dette som et problem ettersom det kun er snakk om desimaler. De fleste tabeller og figurer er satt inn i løpende tekst, mens noen ligger som vedlegg.

2.5 Operasjonalisering

Grønmo (2004: 196) definerer fire måleenheter for å spesifisere kategorier i kvantitativ innholdsanalyse; retning, intensitet, frekvens og tekstvolum. I analysen om bredden benytter jeg meg primært av frekvens (hyppighet), mens i dybdedelen koder jeg også etter intensitet (grundighet). Retning (objektivitet) og tekstvolum (sideantall) kodes også, men anses ikke like viktige og sentrale i analysen. Jeg vil redegjøre for hvordan jeg har valgt å kategorisere materialet på bakgrunn av disse måleenhetene, først for informasjonsbredden, deretter for

informasjonsdybden. Kodeinstruksen, hvor jeg har beskrevet kategoriene og kodingen mer inngående og detaljerte, er vedlagt.

2.5.1 Informasjonsbredde

Informasjonsbredden har jeg valgt å måle etter frekvens, altså hvor ofte en variabel forekommer (Grønmo 2004). Jeg har først valgt å kode artiklene med tanke på spill og substans, for deretter å kode denne inndelingen i underkategorier. Jeg koder også innholdet etter retning, altså om partiomtalen er nøytral, positiv eller negativ, og tekstvolumet. I analysedelen benytter jeg meg ikke av denne kodingen i spesielt stor grad, da det ikke er like hensiktsmessig gitt mine problemstillinger. Jeg bruker denne kodingen for egen tolkning, men ikke som empiriske hovedfunn i analysen. Det er altså mer til hjelp for meg til å få fram nyansene og gi dybde til teksten.

I kodingen av informasjonsbredden klassifiseres artiklene etter om de har spill eller substans som overordnet tema. Deretter koder jeg type spill, eventuelt type politisk saksfelt i artiklene med substans. Noen artikler har en blanding av spill og substans. I disse tilfellene koder jeg ut fra om det er noe politisk substans i teksten eller ei; i visse tilfeller er det klart at spill er hovedfokuset, mens det i andre artikler kommer fram politisk substans, som derfor kodes som saksfelt. Som undergrupper for spill koder jeg fokus på a) partienes kamp om velgerne og valgkampens forløp, b) regjeringalternativene og c) enkeltpersoner. Tabellene viser ikke disse fordelingene, men benyttes for å få fram avisenes ulike fokus.

I kodingen av politisk substans har jeg 16 ulike kategorier om saksfelt, og primært ni partier. De utvalgte kategoriene om substans er basert på de som er ansett som viktige saksfelt for velgerne, og etter hvilke saker som er å finne i artiklene: helse og omsorg/eldreomsorg, skole og utdanning/forskning, justis og asyl/innvandring, samferdsel, energi, økonomi, klima og miljø, mat og landbruk, distrikt og reform, byråkrati, kultur, familie og verdi, arbeid og sosial, utenriks/bistand/forsvar, sametingsvalget, og en kategori med flere saksfelt. For å gjøre tabeller og figurer mer oversiktlige forkorter jeg navnene underveis. Partiene jeg primært inkluderer er de som lå an til å vinne plass på Stortinget; Arbeiderpartiet, Høyre,

Fremskrittspartiet, Sosialistisk Venstreparti, Senterpartiet, Kristelig Folkeparti, Venstre, Miljøpartiet de Grønne og Rødt.⁶

Et problem som gjerne inntreffer i kvantitative undersøkelser, er den kvalitative tolkningen av innholdet (Grønmo 2004: 200). Siden jeg registrerer innholdet blant annet etter saksfelt, må jeg kode saksfeltene kun som ett felt. Fordi noen artikler omhandler flere enn ett saksfelt, oppstår en utfordring med kodingen. Et eksempel på dette er artikler som tar for seg lover og praksis om el-biler. Disse kan kodes både som samferdsel i tillegg til klima og miljø. Et annet eksempel er kutt i oljeproduksjon, eller oljeboring i Lofoten, Vesterålen og Senja. Disse sakene kan kategoriseres innen energi og innen klima og miljø. Jeg løser dette ved å kode artikkelen innen den kategorien jeg føler er dominerende i innholdet og gitt den konteksten debatten har foregått i, både med tanke på hvilke politikere som omtales og hvordan sakene kommer fram i samfunnsdebatten forøvrig. Der jeg er usikker, velger jeg å kommentere at innholdet har flere substansielle sider i løpet av analysekapitlet. På denne måten blir leseren oppmerksom på at kategoriseringen ikke alltid bør ses på som absolutt, og at resultatene må ses i forhold til frekvensen i andre kategorier. Jeg informerer også nærmere om vurderingene i kodeinstruksen (vedlegg B).

2.5.2 Informasjonsdybde

Informasjonsdybden kodes etter grad av grundighet i den politiske argumentasjonen. Jeg koder med dette intensiteten for å se hvor grundig artikkelene omtaler de ulike partienes politikk i de kategoriserte saksfeltene. Når jeg systematiserer dette blir det også en frekvensfordeling, slik at jeg kan se tendensene om informasjonsdybden i tabeller og figurer. Analysen av informasjonsdybden er noe mer kvalitativ enn informasjonsbredden fordi jeg i større grad må vurdere grundigheten i argumentasjonen. Jeg koder altså artikkelene basert på mer kvalitative vurderinger. Jeg har delt kategoriene inn i tre nivåer etter grundighet i argumentasjonen; 1) ingen, 2) nokså grundig og 3) svært grundig. Forskjellene i artikkelene kan være nokså nyanserte, og kan havne i én kategori, selv om den ikke befinner seg langt fra å kunne passe i en annen kategori. Omtalene uten grundighet er nokså klare å tolke, mens omtalene nokså og svært grundig vurderes mer nyansert.

⁶ I visse aviser kodes også omtalene til andre enn de ni primære partiene, der disse omtales. Dette gjelder Pensjonistpartiet (Stavanger Aftenblad), Demokratene og Norges Kommunistiske Parti (Adresseavisen). Samiske partier (Nordlys) ekskluderes.

Enhetene i denne delen er antall partiomtaler i de 576 substansielle artiklene, av totalt 951. Jeg utelater artiklene om spill fordi disse artiklene ikke har fokus på redegjørelse av politiske argumenter om ulike saksfelt. Jeg teller hvilke partier som nevnes i hver artikkel, kun én gang for hvert parti i hver artikkel. I de 576 artiklene er det 1564 partiomtaler. Dette antallet er såpass mye større enn antallet artikler fordi flere partier gjerne omtales i hver artikkel. Gjennomsnittlig er 2,7 partier omtalt i hver artikkel. Jeg systematiserer graden av grundighet for hvert parti opp mot hvilket saksfelt partiene er omtalt i. I analysen kan man dermed se hvor grundig hvert parti er omtalt, og grundigheten om saksfeltene basert på partiomtale. Resultatene er redegjort for i kapittel fire og som tabeller i vedlegg A i tilfellene der jeg ønsker å vise til mer informasjon enn jeg gjør underveis i teksten.

Mine valg i studien er gjort for å forsøke å sikre reliabilitet og validitet. Jeg vil herunder drøfte disse utfordringene og de valgene jeg gjør med tanke på å sikre nøyaktig og pålitelig forskning.

2.6 Reliabilitet og validitet

I innholdsanalyse er reliabilitet koplet til vurderinger og tolkninger av teksten – at det er nøyaktighet, objektivitet og presisjon. Jeg vil nå redegjøre for de utfordringer som kan oppstå, og hvordan jeg har løst dette. Jeg vil herunder bruke kriteriene fra Bryman (2004) for å sikre validitet og reliabilitet i kvalitative studier; ytre og indre reliabilitet, og indre og ytre validitet.

Med ytre reliabilitet menes om en studie kan repliseres, et nokså utfordrende kriterium å møte i kvalitative studier (Bryman 2004: 273). I dette kapitlet har jeg derfor redegjort for hvilke aviser og hvilke kriterier jeg har gjort for utvalget av artikler. Denne åpenheten bidrar til at man kan finne tilbake til de aktuelle artiklene. Jeg har gjennomgående forklart hvordan jeg har kategorisert mine variabler, og dermed hvordan jeg klassifiserer artiklene. Alt materialet kodes i et eget skjema med tilhørende kommentarer i eget dokument.

Indre reliabilitet betyr at observasjonene er konsekvente, og dersom det er flere forskere, at det er enighet om hva man faktisk observerer (Bryman 2004: 273). Siden jeg koder alt materialet selv, vil problemet med ulike personers subjektive tolkninger utelukkes. Derimot kan det oppstå inkonsekvens på bakgrunn av egne subjektive kodinger. Derfor har jeg gjort visse grep for å sikre at jeg koder konsekvent. For å vite at kodeinstruksjonene virket

optimalt, pretestet jeg et lite utvalg av tekstmaterialet. Dette gjorde jeg fordi Bergström og Boréus (2000: 50) mener det er lurt å utføre en pilotstudie. I tillegg har jeg jobbet tett med materialet gjennom hele prosessen, og er med dette sikker på at kodingen av materialet er konsekvent. I visse tilfeller har jeg endret på kodingen i ettertid. Dette er i de situasjonene der jeg har innsett at artikkelen kunne vært kodet annerledes sett i lys av kodingen av andre artikler. Jeg fant det mer hensiktsmessig å endre der jeg så inkonsekvens enn å teste et utvalg tilfeldige artikler om igjen. Jeg har også vurdert hver artikkel i et eget dokument, og kategorisert i et skjema i Excel. På denne måten kan jeg gå tilbake og se hvordan jeg har vurdert artikkelen før kodingen, og kan dermed kontrollere ved usikkerhet. I kodeinstruksen (vedlegg B) redegjør jeg for hvordan jeg har valgt å kode i usikre tilfeller.

Validitet vil si å måle det en faktisk sier at en gjør (Bryman 2004: 273). Indre validitet innebærer å ha samsvar mellom observasjonene og det teoretiske rammeverket. For å forklare om avisene bidrar med opplyst forståelse og et godt informasjonsgrunnlag til velgerne i et demokratisk perspektiv, bruker jeg kriteriene om informasjonsbredde og informasjonsdybde. Informasjonsbredde operasjonaliseres som det å sette et mangfold av relevante saker og partier på dagsorden, mens informasjonsdybde operasjonaliseres som det å omtale sakene og partiene grundig. Jeg klassifiserer innholdet etter disse kravene. Jeg utformet kategoriene ut fra det teoretiske rammeverket og eksisterende litteratur, og dermed ut ifra hensikten med studien. Før jeg utformet kodeinstruksen, gikk jeg også gjennom og så på utvalget av artikler, slik at jeg i tillegg til det teoretiske bakteppet hadde innblikk i hva som ventet meg. Basert på teori og tidligere forskning, hadde jeg innsikt i hva jeg ville se etter, men for detaljnivåets skyld, valgte jeg å få et overordnet helhetsbilde før den endelige utformingen av kodeskjemaet og –instruksen. Det er ikke uvanlig at forskeren spesifiserer ytterligere gjennom prosessen med datainnsamlingen, slik at man knytter det sterkere opp mot det teoretiske rammeverket (Bryman 2004: 269). Ved å gjøre dette, blir også kodingen min mer konsekvent. Etter at jeg har samlet inn dataene og kodet materialet, analyserer jeg funnene ut ifra det teoretiske bakteppet; et godt informasjonsgrunnlag – altså informasjonsbredde og informasjonsdybde.

Ytre validitet handler om muligheten til å generalisere (Bryman 2004: 273). Selv om det hadde vært optimalt med et representativt utvalg aviser, var dette vanskelig med tanke på studiens tid og omfang. Avisenes nedslagsfelt er likevel relativt bredt, både med tanke på geografi og opplagstall. Materialet er relativt stort, slik at analysen burde kunne si noe

interessant og relevant om avisenes informasjonsverdi for velgerne. Valgkampen i 2013 er valgt for å se om jeg finner endringer sammenliknet med andre studier av medieinnhold, og jeg kan med valget av ett valgår gå i dybden på caset.

Etter at jeg nå har redegjort for forskningsdesign, metode og operasjonalisering, vil jeg i de neste to kapitlene ta for meg analysens resultater; kapittel tre om informasjonsbredde og kapittel fire om informasjonsdybde. I kapittel fem knytter jeg funnene opp mot demokratiteori og resultatene fra 2013 inn i den medieutvikling vi har sett i forskningen.

3 Avisenes informasjonsbredde

3.1 Innledning

I dette kapitlet ser jeg nærmere på avisdekningens informasjonsverdi, med vekt på informasjonsbredde. Jeg undersøker i hvilken grad avisene setter et mangfold av saker og relevante partier på dagsorden under stortingsvalgkampen i 2013, og analyserer graden av informasjonsbredde som avisene har i sin politiske saksdekning. Med dette forsøker jeg å svare på den første av mine to underproblemstillinger:

2.a) Hvor stort mangfold av saker og partier ble satt på dagsorden gjennom avisene i stortingsvalgkampen i 2013?

I teorikapitlet redegjorde jeg for hvilke forventninger jeg hadde til resultatene av den empiriske analysen. På bakgrunn av dette har jeg valgt å konkretisere tre antakelser. Disse vil jeg benytte for å relatere mine funn til hva jeg antok at jeg ville finne. Slik vil jeg mer systematisk kunne knytte det opp mot problemstillingen, og dermed til mitt mål for denne analysen. Antakelsene jeg beskriver i dette kapitlet omhandler grad av informasjonsbredde i avisenes politiske valgkampdekning. Før jeg avklarer disse vil jeg definere brukte uttrykk og redegjøre for hvorfor antakelsene er utformet slik de er gjort.

Forventningene er spesielt knyttet til skillet mellom 1) løssalgs- og riksavis, og 2) abonnements- og regionavis. Med løssalgsaviser menes aviser som leserne kjøper i utsalgssted, og som ikke leveres til vedkommende. VG og Dagbladet er slike aviser, i tillegg til at de er riksaviser. Med digitaliseringen av avisene er det mulig å abonnere på disse på internett, men som papiraviser må de kjøpes daglig. Motsatt finner man abonnementsavisene, som daglig blir levert hjem til den enkelte som betaler for dette. I mitt utvalg gjelder dette Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, Adresseavisen og Nordlys, aviser som også er regionaviser. Selv om avisene kan kjøpes i utsalgssted, er ikke disse avhengige av daglige salgstall, siden de på forhånd er betalt for gjennom abonnementet. Dette bidrar til at avisene ikke må belage seg like mye på å være daglig attraktive overfor leseren. Kravet om økt profitt, som løssalgsavisene står overfor, gjør at konkurransen om publikum blir større. Spill og sensasjon antas å være mer spennende for leseren (Patterson 2000), og vil derfor

bidra til høyere opplagstall. Konsekvensen av kommersialisering er ifølge Patterson (2000) at politiske saker taper oppmerksomhet til meningsmålinger, fokus på person og konflikt. Basert på dette forventer jeg dermed mer av denne typen innhold i løssalgsavisene enn i abonnementsavisene.

Innholdet i den empiriske analysen forventes å fordele seg mellom såkalt *veddeløpsjournalistikk* og artikler med politisk substans. *Veddeløpsjournalistikk* tar for seg spill, taktikk og fokus på enkeltpolitikere (Broh 1980), mens politisk substans gjelder de artiklene som tar opp politiske saker og saksfelt; partienes politikk. Jeg vil heretter omtale disse to typene journalistikk primært for *spill* og *sak* eller *substans*. Mine antakelser eller forventninger for analysen lyder dermed som følger:

Antakelse én: Løssalgsavisene har større grad av spill-orientert innhold enn abonnementsavisene, derfor også mindre saksdekning.

Antakelse to: Som helhet setter avisene et mangfold av politiske saker og partier på dagsorden i stortingsvalgkampen i 2013, det er altså informasjonsbredde.

Antakelse tre: Løssalgsavisene har lavere grad av informasjonsbredde enn abonnementsavisene.

Disse forventningene vil danne utgangspunktet for den følgende analysen. Jeg vil derfor begynne med å se på avisenes fordeling mellom spill og substans.

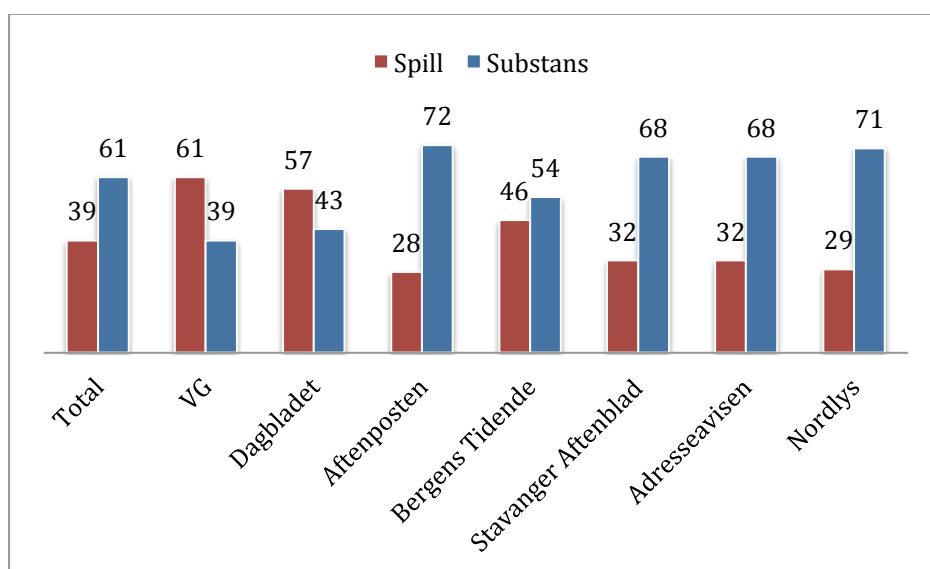
3.2 Avisenes fordeling mellom spill og sak

Analysen tar for seg innholdet i syv norske aviser, og omfatter totalt 951 relevante artikler. Som konkret tolkningsramme fordeles disse artiklene mellom et innhold med saks- og spillramme. Med saksramme menes artikler med saksfelt, politiske standpunkt, stridsspørsmål og løsninger. Artikler med en spillramme tar gjerne for seg det politiske bildet, aktørene i politikken og de ulike alternativer velgerne står overfor, uten å dekke selve det politiske saksinnholdet. At spillet dekkes, er ikke nødvendigvis negativt i et demokratisk perspektiv, da mye av dette innholdet kan ha en informerende funksjon. Hvordan partiene ligger an før valget, hvilke regjeringsalternativer som er aktuelle, og hvilke enkeltpolitikere som ønsker og

ligger an til å få stortingsplass, er informasjon som kan være viktig for velgerne. Samtidig har deler av spill-innholdet lavere demokratisk verdi fordi sensasjon gjerne er drivkraften. Uavhengig av verdien for spill-innholdet, skapes det mindre rom for den substansielle politikken. Dersom en avis har et relativt stort fokus på spill, vil dette med stor sannsynlighet gå på bekostning av selve saksinnholdet, og dermed også saksbredden. Dette kan være problematisk i et demokratisk perspektiv.

3.2.1 Spill og sak i valgkampen 2013

Under valgkampen i 2013 dekket den politiske substansen forholdsvis mer enn spillet. 39 prosent av dekkningen i utvalget hadde fokus på spill, mens 61 hadde fokus på sak. Dette betyr at en stor del av artiklene har politisk substans. Som vi ser av figuren under, varierer dette fra avis til avis og forskjellen er størst mellom løssalgs- og abonnementsavisene.



Figur 1. Avisenes prosentvise fordeling mellom spill og sak (N = 951)

Mens de to løssalgsavisene VG og Dagbladet har en klar dekning i favør av spill, har abonnementsavisene større grad av fokus på den politiske substansen. VG og Dagbladet trekker dermed andelen med spill betydelig opp i totaloversikten. Aftenposten og Nordlys er de avisene med relativt minst fokus på spill. I figur 1 er den største kontrasten derfor å finne mellom Aftenposten og VG. Oversikten viser at den første antakelsen får støtte – løssalgsavisene har større grad av spill-orientert dekning i løpet av valgkampen. Dette kommer jeg nærmere tilbake til når jeg beskriver avisenes innhold mer inngående.

Det kan være positive egenskaper knyttet til *veddeløpsjournalistikk*, spesielt ved at konkurransefokus kan vekke interesse blant velgerne, slik mobiliseringsteorien hevder (Norris 2000). Fokuset på enkeltpolitikere kan i tillegg skape engasjement og kunnskap om politikerne i sitt nærmiljø. På den andre siden kan deknningen av politisk spill gå på bekostning av sak ved at den trekker oppmerksomheten bort fra politikkenes substans. Med et svekket fokus på politisk sak, vil valgkampen kunne virke lite klargjørende for de politiske alternativene, slik det ble konkludert med i analysen av den norske valgkampen i 2001 (Waldahl og Narud 2004: 186). Samtidig kan fokuset på kritikk og negativitet, virke demotiverende på velgerne, med referanse til teorien om media-malaise (Norris 2000). Som forklart i teorikapitlet, er det belegg for å hevde at mobiliseringsteorien har mer for seg enn teorien om media-malaise for norske velgere (Aardal m.fl. 2004: 396), og at artikler med spill også kan være med på å mobilisere velgere og dermed ikke er fullt så negativt sett i et demokratisk lys. Likevel vil jeg hevde at et stort fokus på spill kan gå på bekostning av informasjonsbredden.

Jeg vil nå gå nærmere inn på fordelingen av spill- og saksinnhold i hver avis for å se nærmere på forskjellene mellom løssalgsavisene og abonnementsavisene. Jeg har valgt å redegjøre for avisene i en rekkefølge der jeg begynner med riksavisene og løssalgsavisene VG og Dagbladet. Deretter tar jeg for meg abonnements- og regionavisene. Dette fordi antakelsene mine skiller mellom løssalgs- og abonnementsaviser med tanke på innhold og informasjonsverdi.

Løssalgsavisene

Som tidligere nevnt, er løssalgsavisene mer avhengige av daglige opplagstall. Dette kan ha innvirkning på hvordan avisens ledelse og redaksjon prioriterer og utformer dagsavisene. En god forside selger gjerne mer enn en uinteressant forside (Allern 2001: 213), og bilder og farger kan virke mer tiltrekkende på leseren. Av innhold selger sensasjon godt, og deknningen preges gjerne av dette (Patterson 2000). Er dette også gjeldende for norske løssalgsavisers dekning av valgkampen i 2013?

Jeg hadde en antakelse om at løssalgsaviser som VG og Dagbladet villa ha mer *veddeløpsjournalistikk* enn abonnementsavisene i valgkampen i 2013. Av figur 1 ser vi at 61 prosent av artikkelutvalget i VG, og 57 prosent i Dagbladet, var orientert rundt spill. Avisene hadde en relativt hyppig bruk av meningsmålinger og partibarometre som kan være viktig

informasjon for velgerne. Basert på målingene publiseres artikler om hvilke partier og politikere som er inne og ute av Stortinget, og om hvilke regjeringsdannelser som muliggjøres og sannsynliggjøres. Det er intervjuer med Erna Solberg og Jens Stoltenberg om partienes plassering på målingene, og om SVs partileder Audun Lysbakken som er i krisestemning etter lav oppslutning. Noe av dette innholdet har noe politisk substans, men dette forsvinner i fokuset på målingene. Det som ble kalt Stoltenbergs strategi om å kritisere den borgerlige siden og Solbergs ”lite klargjørende” regjeringsalternativer ble hyppig omtalt. På valgdagen sto de ulike borgerlige regjeringsalternativene sentralt (omtalt som plan A, B, C, D og E). På tross av fokuset på spill, vil jeg hevde at deler av dette innholdet har informasjonsverdi fordi det gir leseren kunnskap om, og et perspektiv på det politiske bildet.

VG og Dagbladet hadde også spill-innhold som hadde mindre eller liten informasjonsverdi. Eksempler på dette er bruken av terningkast der avisene vurderte innsatsen, egenskapene og retorikken til politikerne – spesielt etter de større TV-sendte debattene. Terningen ble ofte kastet i løpet av disse fire ukene. I VG ble politikerne vurdert av ”eksperter” som kommenterte politikernes retorikk, kroppsspråk, holdning og utstråling. Statsministerkandidatene Jens Stoltenberg og Erna Solberg ble grundig analysert, og fikk følgelig mye publisitet. Dette gjaldt spesielt VG. I den siste uken før valget hadde VG flere oppslag der de utfordret Stoltenberg til å utdype hva han skulle gjøre dersom han, Arbeiderpartiet og den rødgrønne regjeringen tapte valget. Mye omtale, både positiv og negativ, fikk Stoltenberg også gjennom sitt *taxi-stunt* der han overrasker taxikundene med å være sjåføren deres. Stuntet skapte glede og positiv omtale, før det kom fram at kundene var utvalgt og fikk betalt. Da valgte avisen å bruke relativt stor plass og flere artikler på å kritisere dette. Alle kjendisene som støttet eller bidro i valgkampen fikk også mye plass. Selv om slike saker er underholdende for leseren, bidrar de ikke særlig til at velgerne får forståelse og økt kunnskap om politikken.

Av innhold med spill med lite demokratisk verdi i Dagbladet finner vi blant annet artikler som tar for seg politikere i *reality*-program (TV2s *Valgcamp*), KrfU-politikere som kler av seg i Karl Johans gate, FrP-politiker Aina Stenersen som skal holde politisk innlegg på arrangementet *Sexhibition*, om ”Ernas nakenstunt”, der Erna Solberg og Fabian Stang er med i filminnspilling til støtte for friluftslivet, om striden rundt tidligere Ap-politiker Grete Knudsens person- og ledelseskritiske bok samt en rap som kritiserer FrPs innvandringspolitikk. Siste lørdag før valget pryder Erna Solberg og hennes ektemann Sindre

Finnes avisens forside, der ektemannen proklamerer sin kjærlighet til sin kone. Slår man opp på side åtte og ni, får man en god og fyldig forklaring på hvorfor, med tilhørende fargerike bilder. Dagbladet hadde i denne valgkampen også en beskrivelse av og intervju med partienes typiske kjernevelgere. Karakteristikker og geografi var i fokus, snarere enn politisk substans.⁷

VG og Dagbladets relativt høye grad av spill tar opp mye plass, og gir mindre rom for politisk substans. Mye av innholdet har lav informasjonsverdi, og jeg vil hevde at det dermed også er av liten demokratisk verdi. Innholdet er lite klargjørende for det politiske bildet. Mens noe av spill-dekningen er informasjon som kan være viktig for mange velgere, har VG og Dagbladet også mye underholdende, men lite informerende lesestoff. Dette er med på å ”stjele” plass fra den politiske substansen, som har større informasjonsverdi. Dette kan gå på bekostning av informasjonsbredden, noe jeg vil komme tilbake til senere. Først vil jeg imidlertid se nærmere på abonnementsavisenes fordeling mellom spill og substans.

Abonnements- og regionavisene

Jeg hadde innledningsvis en antakelse om at abonnements- og regionavisene hadde høyere grad av politisk substans og saksinnhold enn løssalgavisene, og dermed mindre spill. Dette viste seg å stemme. Abonnementsavisene har en andel med spill som ligger mellom 29 og 45 prosent – Aftenposten med lavest andel, og Bergens Tidende med høyest. Bergens Tidende kan dermed plasseres mellom VG, Dagbladet og de øvrige abonnementsavisene når det gjelder dekningsforholdet mellom spill og artikler med politisk substans. Bergens Tidende hadde et relativt stort fokus på enkeltpolitikere ved at avisen hadde et daglig kort intervju med regionale politikere som lå an til å få stortingsplass. Dette kan være noe av årsaken til at prosentandelen av *veddeløpsjournalistikk* ble relativt høyere enn hos for eksempel Aftenposten. Hadde disse uteblitt fra utvalget, ville kun 33 prosent av innholdet hatt spillramme. Å vise fram hvilke kandidater regionen har, vil kunne være positivt for demokratiet, og tallene bør derfor tolkes med dette i tankene. At politikere fikk oppmerksomhet kan virke positivt, men intervjuene dreide seg mer om ambisjoner og personlige forhold, og bidro med lite informasjon om partienes politiske standpunkt og løsninger. Det skal nevnes at også Adresseavisen hadde korte intervjuer med lokalpolitikere, kalt ”Kandidaten” der det var noe politikk, men med størst fokus på personen og politikerens politiske liv og ambisjoner. Bergens Tidende hadde, i likhet med Aftenposten og Stavanger

⁷ Kjernevelgeren til Rødt og MdG ble ikke omtalt.

Aftenblad ingen praksis med å trille terningen for politikernes innsats i denne valgkampen. Adresseavisen og Nordlys trillet begge terninger ved én anledning.

Store deler av spill-innholdet i abonnementsavisene kan betraktes som mer faktabaserte artikler enn det som finnes i VG og Dagbladets artikler med spillramme. Abonnementsavisene hadde hyppige partibarometre og meningsmålinger, og store deler av spill-artiklene hadde noe informasjonsverdi. Jeg har tidligere forklart hvordan en høy grad av spill-innhold stjeler plass fra politisk substans, og at rommet for informasjonsbredde dermed blir mindre. I den kommende delen redegjør jeg for hvor god saksdekning og informasjonsbredde som avisene bidrar med. I tilknytning til dette diskuterer jeg i hvilken grad det reduserte rommet for substans påvirker grad av informasjonsbredde. Er det slik at informasjonsbredden blir mindre ved at plassen er redusert, eller klarer løssalgsavisene å ha bred saksdekning på tross av en relativt høy andel spill? Lav andel spill er heller ikke ensbetydende med informasjonsbredde. Derfor er det interessant å finne ut om abonnements- og regionavisene klarer å utnytte den relativt store plassen for substans til å dekke både saksfelt og partier bredt og hyppig. For å kunne diskutere disse spørsmålene vil jeg begynne med å definere kriteriene for bred informasjonsbredde om substans og parti, for deretter å redegjøre for resultatene av undersøkelsen. Også her vil jeg dele inn redegjørelsen etter løssalgs- og riksavis og abonnements- og regionavis, men jeg vil gå nærmere inn på hver enkelt avis.

3.3 Avisenes dekning av saker og partier

I det foregående har jeg vist hvordan avisene fordeler seg i dekningen av spill og substans. Dette sier noe om hvordan avisens redaksjon prioriterer, og i hvor stor grad fokuset på spill har gått på bekostning av sak. En bred og dyp politisk saksdekning er i denne analysen vurdert som positivt i et demokratisk perspektiv. Dersom flere saksfelt blir dekket relativt hyppig, med flere relevante partier som får omtale, kan informasjonsgrunnet og den demokratiske verdien være god. Tidligere i studien ble det redegjort for to egenskaper som bidrar til god informasjonsverdi og -formidling, informasjonsbredde og -dybde. Jeg vil nå vise til de empiriske resultatene når det gjelder saks- og partibredden. Aller først vil jeg avklare kriteriene for informasjonsbredde.

3.3.1 Kriterier for mangfold av saker og partier satt på dagsorden

Jeg har tidligere definert informasjonsbredde som det å dekke et mangfold av saker, og at dekningen omhandler flere og varierte politiske saksfelt. Samtidig bør relevante partier være inkludert i saksinnholdet. Det er altså disse to konkrete kriteriene som bør tilfredsstilles; 1) at avisene dekker flere saker og saksfelt relativt hyppig – at avisene setter et mangfold av politiske saker på dagsorden, og 2) at de politiske partiene er knyttet til saksfeltene – at et bredt spekter av partier får omtale på de relevante feltene. Dette vil jeg knytte til partienes sakseierskap. Er disse kriteriene tilstede, gir avisene god informasjonsbredde til velgerne, og muligens større opplyst forståelse. Mens noen saker er viktigere for visse velgere, kan helt andre saksfelt være avgjørende for en annen del av velgermassen. Dette gjør at det er viktig at avisene gir informasjon om et bredt saksinnhold og om partienes standpunkt, løsninger, ideologiske og pragmatiske profil.

Ett kriterium er at sakene som dekkes bør være relevante for velgerne. Det er visse saksfelt som de senere år har vært de viktigste. Basert på valgundersøkelsene fra 2001 til 2009 (Aardal og Karlsen 2011: 134) er disse saksfeltene først og fremst skole og utdanning, helse og omsorg og økonomisk politikk (spesifikt skatter og avgifter). I 2009 var også klima og miljø samt innvandring blant de viktigste sakene for velgerne. Ut fra Ipsos MMI sin meningsmåling i valgkampen 2013 (Dagbladet 2013) viste det seg at velgerne anså visse saker som viktigst, i denne rekkefølgen; helse-, sosial- og omsorgspolitik, skole- og utdanningspolitikk, økonomi, utenrikspolitikk, innvandrings- og asylpolitikk, og klima- og miljøpolitikk. Deretter kommer samferdselspolitikk, arbeid og sysselsetting, barne- og familiepolitikk, landbruk- og fiskeripolitikk, og kulturpolitikk.⁸ På bakgrunn av dette har jeg en forventning om at disse sakene ofte vil være dekket i valgkampen 2013. Det er ikke likegyldig hvilke partier som får omtale under hvilke saker, og jeg vil nå redegjøre for det kriterium jeg har satt for inkludering av partier i analysen – basert på hvilke sakseierskap partiene innehar.

⁸ Rangeringen bygger på sakene velgerne har nevnt først, som nummer to eller nummer tre av de viktigste sakene.

3.3.2 Sakseierskap

I det første kapitlet redegjorde jeg for teorien om sakseierskap. Sentralt i denne teorien står betydningen det er for partiene å få sine kjernesaker på dagsorden. Dersom et parti har eierskap til en sak, har velgerne tiltro til partiet i saken. Dermed er det ønskelig for et parti å bli inkludert i mediernes dekning av nettopp denne saken, siden det kan påvirke partiets valgoppslutning (Aardal og Karlsen 2011: 131). Partienes sakseierskap bør derfor dekkes for å tilfredsstille kravet om informasjonsbredde.

I et flerpartisystem som Norge er sakseierskap lite statisk, og endrer seg gjerne fra valg til valg, mens noen sakseierskap holder seg mer stabile enn andre. Jeg vil bruke sakseierskap som grunnlag for å si noe om partiene har fått slippe til der jeg anser det som viktigst. Ideelt sett burde det være slik at partiene med sakseierskap bør få komme til i de aktuelle sakene. De politiske partiene som blir ansett som relevante i analysen er Arbeiderpartiet (Ap), Høyre (H), Fremskrittspartiet (FrP), Sosialistisk Venstreparti (SV), Senterpartiet (Sp), Kristelig Folkeparti (KrF), Venstre (V), Miljøpartiet de Grønne (MdG) og Rødt. Grunnen til dette er at partiene lå an til å få stortingsplass ved valget. Tabellen under oppsummerer hvilke sakseierskap som fant sted i 2009 og i 2013. Høyre og Arbeiderpartiet anses som mer *allroundere* enn de øvrige partiene. Visse partier er de som først og fremst har sakseierskapet (primærparti), mens andre partier har noe mindre eierskap, ofte ved at de har mistet noe tillit på feltet over tid eller står svakere enn andre partier med sakseierskap (sekundærparti).

Tabell 2. Sakseierskap i 2009 og i 2013

Saksfelt	Sakseierskap, primær	Sakseierskap, sekundær
Eldreomsorg (helse)	Ap, H, FrP	
Asyl og innvandring (justis)	FrP	Ap
Skole og utdanning	Ap, H	SV, V
Økonomi, skatter og avgifter	Ap, H, FrP	
Arbeid	Ap, H	V
Familie	Ap, KrF	
Klima og miljø	SV	V, Ap
Distrikt	Sp	
Samferdsel	Sp, Ap, H, FrP	

Kilde: Aardal og Karlsen (2011: 136) og Ipsos MMI, publisert i Dagbladet (2013)

Rødt og MdG er ikke nevnt med sakseierskap, men ut fra deres ideologiske profil og valgprogram, er det naturlig å anta at Rødt sine kjernesaker er innenfor økonomiske spørsmål og arbeid (Rødt 2012), mens miljø, klima og en grønn økonomi er MdG sine hjertesaker (Miljøpartiet De Grønne 2013). Selv om disse partiene ikke har opparbeidet seg noe sakseierskap blant velgerne er dette to partier som i 2013 lå an til stortingsplass, og er dermed viktige partier å inkludere i min undersøkelse.

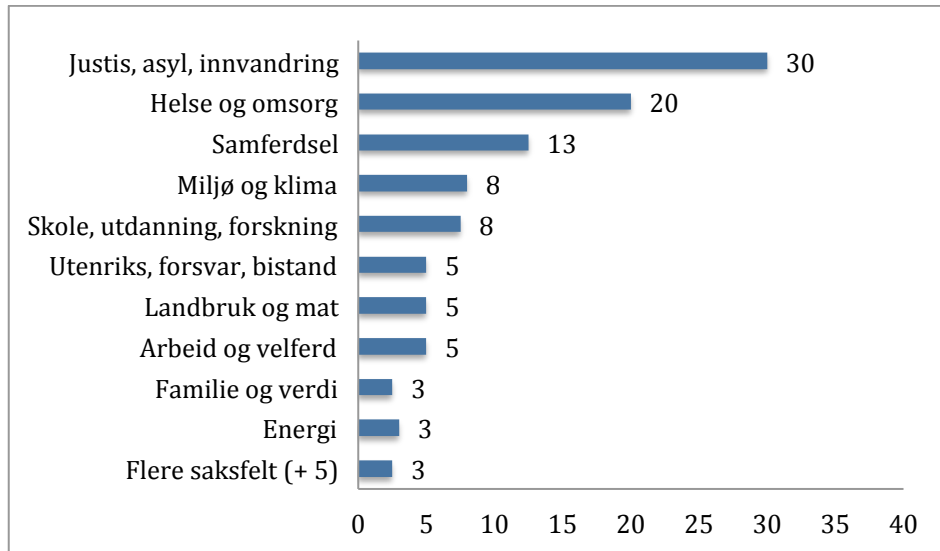
Bredden og mangfoldet av saksfelt er vurdert ut ifra de artiklene som omhandler politisk substans, og de spill-orienterte artiklene er dermed ikke del av dette utvalget. 576 av de 951 artiklene er politisk substansielle artikler, og jeg vil redegjøre for hvordan dette innholdet fordeler seg på saksfelt, og i hvor stor grad de ulike partiene er omtalt i tilknytning til disse. Jeg vil begynne med å redegjøre for hver enkelt avis og deres innhold, før jeg viser hvordan dette fordeles samlet for avisene. Det er fjorten saksfelt som er aktuelle for mitt utvalg av artikler. I tillegg blir sametingsvalget kategorisert som en femtende kategori, og én kategori med artikler med flere saksfelt. Denne kategorien tar ikke for seg én enkelt sak.

3.3.3 Løssalgsavisene

Som vi så tidligere var VGs og Dagbladets dekning i favør av spill. Dette har skapt et redusert rom for politisk substansielle artikler, og kan ha bidratt til å svekke informasjonsbredden om sak og parti. Antakelsen er at VG og Dagbladet med dette har en lavere grad av informasjonsbredde. Jeg vil herunder undersøke om dette er tilfellet.

VG

Som vi ser av figur 2, er det to saksfelt som får mye dekning i VG, og som gir et relativt stort gap mellom disse to og de øvrige sakene.



Figur 2. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - VG (N = 40)

Hele 30 prosent av VG sitt saksinnhold er innenfor kategorien justis- og asylpolitikk. Som saksfelt er justispolitikken stort sett dekket ut ifra konkrete hendelser, ofte som kritikk av daværende justisminister Grete Faremo (Ap). Den relativt omfattende dekningen av justispolitikken er knyttet til Arbeiderpartiet, Høyre og FrP. Det er disse partiene som primært har sakseierskap på feltet, og de viktigste partiene er dermed dekket i VG. Den andre hyppig dekkede saken i VG er helse- og omsorgspolitik. Avisen tar ofte fram enkelthistorier for å vise til det de mener er løftebrudd fra den rødgrønne regjeringen. Kritikk rettes også fra opposisjonspolitikere, som gjerne legger inn sitt syn på saken og hvordan deres parti vil bedre situasjonen. Det er utelukkende Arbeiderpartiet, FrP og i en viss grad Høyre som slipper til. Samferdsel er også dekket relativt hyppig. Deretter dekkes skole og utdanning, og miljø og klima. Da justis- og asylpolitikk og helse- og omsorgspolitik dekkes såpass mye, skapes det et gap mellom disse sakene og de mindre dekkede. Dette er med på å svekke bredden ettersom mye plass går til få saker.

VG omtaler ti saksfelt gjennom den korte valgkampen, i tillegg til én artikkel der flere saker blir tatt opp. Tre saksfelt dekkes over ti prosent, mens flere av kategoriene omtales i mindre grad. Graden av spill-orientert dekning er som nevnt forholdsvis høy, og dette ser ut til å gå ut

over bredde og mangfoldet av saksfelt som VG setter på dagsorden. Det er kun 40 artikler med substans, og hvert saksfelt dekkes dermed nokså lite.

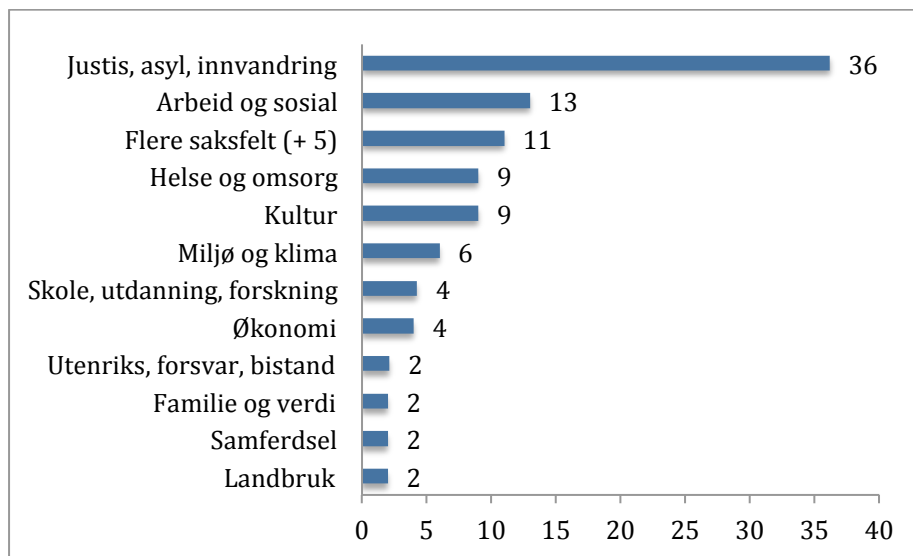
Tabell 3. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. VG.

Saksfelt	AP	H	FrP	SV	Sp	KrF	V	Rødt	MdG	Totalt
Justis, asyl	11	5	4			1	1			22
Helse	6	2	3							11
Samferdsel	1	4	4	2	1	1				13
Miljø				1	1				1	3
Utenriks	2									2
Landbruk		2	1		2					5
Arbeid	2	1		1						4
Skole	1	2	1	3	1	1	2			11
Familie		1				1	1			3
Energi	1	1	1							3
Flere saksfelt	1	2	1	1	1	1	1	1	1	10
Totalt	25	20	15	8	6	5	5	1	2	87

Undersøkelsen viser at VG omtaler de store partiene Arbeiderpartiet, FrP og Høyre mye mer enn de mindre partiene, og at de mindre partiene omtrent ikke omtales i de større sakene; justis- og asylpolitikk samt helse- og omsorgspolitikk. Styrken er at de fleste partiene blir omtalt i de sakene som er deres kjernesaker; MdG og SV om klima og miljø (her er ikke Venstre omtalt), SV om skole og utdanning, Arbeiderpartiet om arbeidspolitikk, Senterpartiet om mat og landbruk og KrF om familie- og verdspørsmål. Senterpartiet blir kun omtalt i samferdselspolitikken én gang, på tross av at partiet hadde statsrådposten for samferdsel, et viktig saksfelt for partiet.

Dagbladet

Dagbladet dekker elleve saksfelt i løpet av valgkampen, men bredden er svekket ved at én sak er dominerende, mens mange saker kun dekkes noe. Justis- og asylpolitikk er omtalt i nesten tre ganger så mange artikler som arbeids- og sosialpolitikk, som er den nest hyppigst dekkede saken. Det er kun to konkrete saksfelt som dekkes over ti prosent (den tredje tar for seg flere felt), mens seks saker er dekket i fire prosent eller færre av artiklene. Dette danner et gap som er med på å svekke bredden i informasjonsformidlingen.



Figur 3. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt Dagbladet (N = 47)

I kategorien justis- og asylpolitikk handler flere artikler om personvern i lys av ”Snowden-avsløringene” der det har kommet fram at USA har drevet massiv overvåking av digital kommunikasjon. Andre justispolitiske saker som dekkes inkluderer bruken av våpen i politiet og kjøp av helikoptre, og asylpolitikk som var temaet i halvparten av artiklene i denne kategorien. I justis- og asylspørsmål er det primært Arbeiderpartiet, FrP og Høyre som får uttale seg, men også SV, KrF og Venstre er å finne – dette hovedsakelig i tilknytning til personvern.

Tabell 4. Antall partiotaler fordelt på saksfelt. Dagbladet.

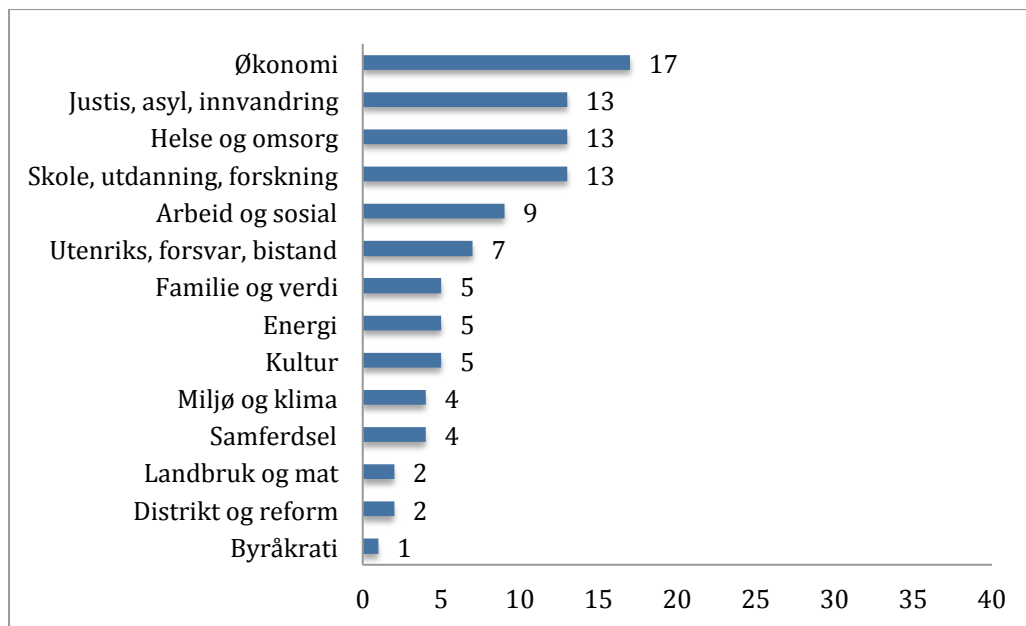
Saksfelt	Ap	H	FrP	SV	Sp	KrF	V	Rødt	MdG	Totalt
Justis	9	3	12	4		4	3			35
Arbeid	6	3	1	1						11
Flere saksfelt	2	3	3	1		3	3			15
Helse	2	2	2							6
Kultur	4	2	2	2	1				1	12
Miljø	1	2		1			2			6
Skole	1	1		2			1			5
Økonomi	2	2			1					5
Landbruk	1	1	1							3
Samferdsel	1	1			1					3
Familie	1	1	1	1		1		1		6
Utenriks	1									1
Totalt	31	21	22	12	3	8	9	1	1	108

Arbeids- og sosialpolitikk er dekket i relativt stor grad i Dagbladet. Innholdet tar primært for seg enkeltsaker i en episodisk tolkningsramme; én episode der NAV kritiseres for feil saksbehandling av en kreftsyk mann, og én sak omkring overvåking av arbeidstakere. Arbeiderpartiet får i Dagbladet mest omtale på sitt sakseierskap, men omtalen er negativ og kritisk rettet. Videre dekker Dagbladet kulturpolitikk i større grad enn VG gjør. Regjeringens framleggelse av *Kulturløftet tre* får omtale samt kultursektorens og opposisjonspartiers syn på denne. Arbeiderpartiet, Høyre og FrP får omtale angående helse- og omsorgspolitikken. I artiklene om økonomi (mer spesifikt skatter og avgifter) er det primært Arbeiderpartiet samt Høyre som dekkes. Rødt får argumentere for sin familiepolitikk, sammen med SV, Arbeiderpartiet, Høyre, KrF og FrP. I klima- og miljøspørsmål får Venstre og SV mer spillerom enn i andre saker, men MdG får ikke omtale på feltet. Senterpartiet slippes ikke til om mat- og landbrukspolitikken. Venstre, SV, Arbeiderpartiet og Høyre omtales i skole- og utdanningspolitikken, og Høyre og Senterpartiet får argumentere for sin sak i samferdselspolitikken. Det er kun Arbeiderpartiet i statsrådssposisjon som omtales om utenrikspolitikken. Av partier som er inkludert på de ulike saksfeltene, er det i favør av de større partiene Arbeiderpartiet, Høyre og FrP. De mindre partiene kommer mindre til orde, og bredden blir noe mindre ved dette. Under visse saksfelt dekkes partiens hjertesaker, men det finnes unntak. Eksempler på dette er Senterpartiet som er utelatt i mat- og landbrukspolitikken, og MdG i miljø saker. At Dagbladet har en del artikler med flere saksfelt, styrker bredden til Dagbladet.

3.3.4 Abonnements- og regionavisene

Aftenposten

Aftenposten har et betydelig større antall artikler (104) som tar for seg politisk substans enn VG og Dagbladet. Disse fordeler seg på fjorten saksfelt. Ulike temaer blir i lys av dette dekket hyppigere enn hva vi så for løssalgssavisene. VG, Dagbladet og Aftenposten dekker de samme saksfeltene oftest, i tillegg til at økonomiske spørsmål blir satt høyt på dagsorden i Aftenposten.



Figur 4. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - Aftenposten (N = 104)

Aftenposten dekker et mangfold av politiske spørsmål i valgkampen 2013. Fordelingen mellom saksfeltene er jevnere, som vil si at gapet mellom sakene er relativt lite. Mens det hyppigst dekkede saksfeltet, økonomi, er å finne i sytten prosent av artiklene, dekkes de tre neste sakene med tretten prosent. Det er altså fire saker som er dekket mer enn ti prosent. Aftenposten har også en del saksfelt som er dekket lite, med åtte saker med en prosent på fem eller mindre.

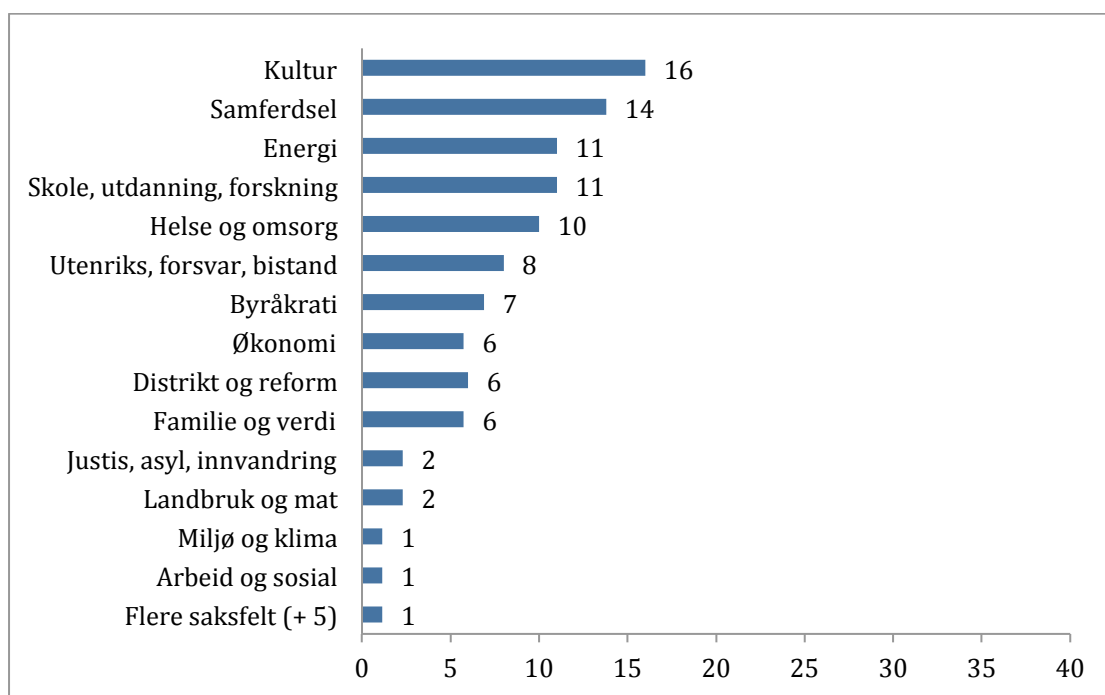
Tabell 5. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. Aftenposten

Saksfelt	Ap	H	FrP	SV	Sp	KrF	V	Rødt	MdG	Totalt
Økonomi	15	7	8	6	5	5	6	2	3	57
Justis	12	7	6	2	2	3	4	2	2	40
Helse	13	8	3	4	4	6	3			41
Skole	7	10	7	10	4	6	7	1	1	53
Arbeid	8	6	3	2	1	1	1	1	1	24
Utenriks	5	4	4	3		1	2			19
Familie	2	4	4	2	2	5	4		2	25
Energi	3	2	2	2	2	1	1	1	2	16
Kultur	5	3	2	3	2	1	1		1	18
Miljø	1	1	1	2		1	2		1	9
Samferdsel	4	2	1	1	1					9
Landbruk	1	1	1	2	2	1	1			9
Distrikt	1	3				2				6
Byråkrati	1									1
Totalt	78	58	42	39	25	33	32	7	13	327

Av partier som ble inkludert, har Aftenposten dekket partiene relativt bredt, det vil si at avisen har inkludert de fleste partier innen mange saksfelt. Alle partiene er dekket innen økonomiske spørsmål, justis- og asylpolitikk, skole- og utdanningspolitikk og energipolitikk. Det skal nevnes at Arbeiderpartiet, Høyre og FrP får mest oppmerksomhet, og at partiene er dekket i ulik grad. Dette med unntak av skolepolitikken der alle partiene er jevnt fordelt, noe mindre for Senterpartiet, Rødt og MdG. Innen helse- og omsorgspolitikken og mat- og landbrukspolitikken dekkes alle partiene bortsett fra MdG og Rødt, i arbeids- og sosialpolitikken er alle omtalt, og i kulturpolitikken blir alle bortsett fra Rødt synliggjort. Rødt er også ekskludert fra miljø- og klimafeltet, et saksfelt der Venstre og SV får noe mer omtale. KrF får mest omtale innen familie- og verdifeltet, mens alle unntatt Rødt slipper til. I utenrikspolitikken dominerer Arbeiderpartiet, sammen med Høyre og FrP. Høyre, Arbeiderpartiet og Senterpartiet omtales oftest i samferdselspolitikk. Høyre er partiet som er omtalt flest ganger i distriktspolitikken, men også Arbeiderpartiet og KrF nevnes her. At Senterpartiet ikke dekkes i distriktspolitikken, et saksfelt de har eierskap på, er påfallende. I stor grad dekkes de fleste partier på de fleste saker, også med hensyn til partienes sakseierskap. Disse resultatene viser at de fleste partiene har kommet til på de fleste saksfelt, og er med på å definere Aftenpostens dekning som en avis med informasjonsbredde.

Bergens Tidende

Bergens Tidende har 88 artikler som omhandler politisk substans. Disse fordeler seg på de 14 saksfeltene som analysen tar for seg. Dette gir bredde fordi det er et mangfold av saker som dekkes. Bergens Tidende kommer tilsynelatende like godt ut som Aftenposten. I tillegg har avisen ett saksfelt mer som er dekket over ti prosent, men det skal imidlertid nevnes at artikkelantallet er lavere i Bergens Tidende. Som figur 5 viser, fordeler saksfeltene seg noe annerledes enn de avisene som det hittil er redegjort for.



Figur 5. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - Bergens Tidende (N = 88)

Bergens Tidende skiller seg ut fra avisene ovenfor ved å ha et stort oppmerksomhet på samferdselspolitikk og kulturpolitikk; bro- og veibyggning og åpninger av ferdige prosjekter ble relativt hyppig omtalt. Senterpartiet, Høyre, Arbeiderpartiet og FrP er de mest omtalte partiene, selv om alle partiene er omtalt på feltet. Kulturbevilgninger til musikk, film og litteratur, og forskjellene i politiske prioriteringer på kulturfeltet ble satt på dagsorden ved flere anledninger. Alle partiene er til en viss grad omtalt innen kulturpolitikk, mest for den rødgrønne regjeringen og Høyre. Senterpartiet og Arbeiderpartiet er hyppig omtalt innen energipolitikk. Ulike former for energi er innen denne kategorien. Både oljesektoren og fornybar energi er med, og noen saker er overlappende med kategorier som miljø, klima og økonomi. Kategoriene bør derfor ikke ses på som absolutte og utelukkende da kategoriene økonomi og klima og miljø er relativt lite dekket i sammenlikning. Skole- og utdanningsfeltet

og helse- og omsorgspolitiske temaer er også i Bergens Tidende dekket hyppig, begge kategoriene med ti-elleve prosent.

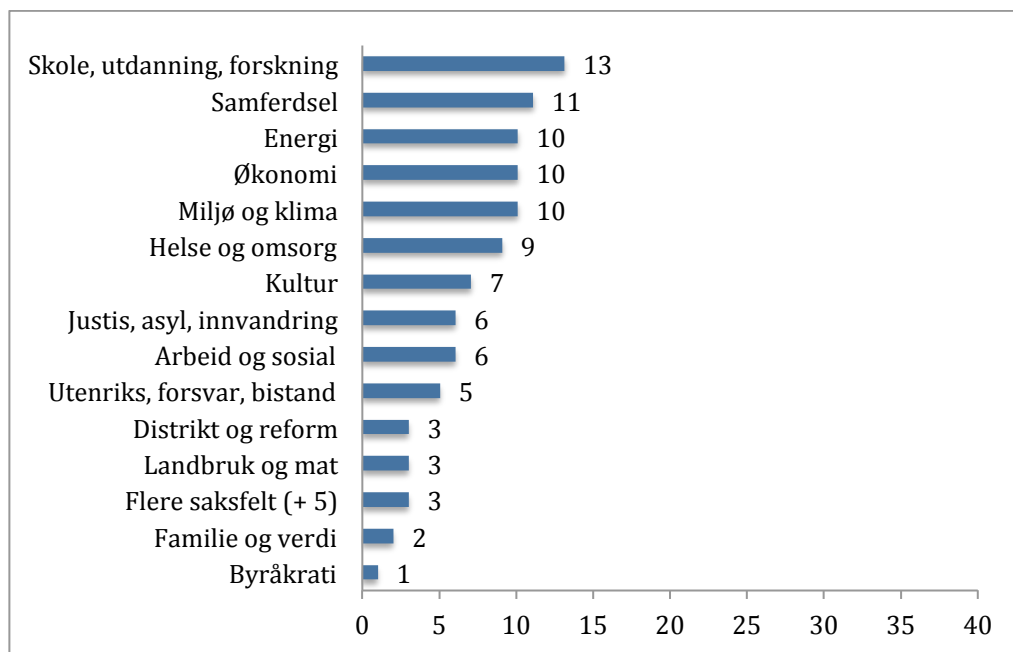
Tabell 6. Antall partiotaler fordelt på saksfelt. Bergens Tidende.

Saksfelt	Ap	H	FrP	SV	Sp	KrF	V	Rødt	MdG	Totalt
Kultur	13	10	6	7	7	5	6	4	3	61
Samferdsel	7	9	6	2	8	5	3	2	2	44
Energi	5	4	4	3	5	2	3	1	2	29
Skole	4	7	5	6	4	4	4			34
Helse	8	6	3	3	4	4	3			31
Utenriks	6	5	2	1		2				16
Distrikt	3	2	2	1	1	3				12
Byråkrati	3	1	2	3	1	1	1		2	14
Økonomi	2	2								4
Familie		2		3		2	1			8
Justis	2	1								3
Miljø			1	1						2
Landbruk			1		2					3
Arbeid	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Flere saksfelt		1	1			1	1			4
Totalt	54	51	34	31	33	30	23	8	10	274

SV og Høyre er omtalt flest ganger i skole- og utdanningspolitikken, og bare Rødt og MdG er utelatt. Dette gjelder også i helse- og omsorgspolitikken, der Arbeiderpartiet og Høyre får mest oppmerksomhet. Utenrikspolitikk har fått en del omtale, og det er primært Arbeiderpartiet og Høyre som omtales. I økonomiske spørsmål og i justis- og asylpolitiske spørsmål er det kun Arbeiderpartiet og Høyre som får omtale. I familiepolitikken får blant annet KrF dekning. Alle slippes til innen klima og miljø, kun Senterpartiet og FrP i mat- og landbrukspolitikken. Alle kommer til orde innen arbeids- og sosialpolitikk. Oppsummert viser tabellen at sakseierskapene dekkes nokså godt i Bergens Tidende.

Stavanger Aftenblad

Stavanger Aftenblad dekker også alle saksfeltene i analysen. Avisen har 99 artikler med politisk substans, både nasjonale, regionale og lokale saker.



Figur 6. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - Stavanger Aftenblad (N = 99)

Stavanger Aftenblad sin dekning fordeles mellom mange saker, uten at noen saker dominerer nevneverdig. Fem saksfelt er dekket med ti prosent eller mer, men det er også flere saksfelt som dekkes forholdsvis lite. Innen skole og utdanning er Høyre det partiet som blir omtalt klart mest, men også Arbeiderpartiet, SV og Venstre er omtalt flere ganger. Dette stemmer godt overens med sakseierskapene til partiene. Samferdselspolitikk er satt på dagsorden i stor grad, og omtalen av de større partiene er relativt likt fordelt. Rødt og MdG inkluderes ikke, men det gjør imidlertid Pensjonistpartiet. Energispørsmål settes høyt på dagsorden, noe som er naturlig ettersom Stavanger og Rogaland er hovedsete for olje- og gasssektoren. Senterpartiet, som regjeringsmedlem og med statsrådpost på feltet, blir mye omtalt. Miljø- og klimaspørsmål blir dekket tilsvarende hyppig og da har fullskala-anlegget og karbontesting ved teknologisenteret på Mongstad vært hett tema, sammen med oljeboring utenfor Lofoten, Vesterålen og Senja. MdG dekkes ofte og dette mer enn de andre miljøpartiene Venstre og SV. Stavanger Aftenblad skiller seg derfor fra de øvrige avisene ved å ha et relativt stort fokus på energi, klima og miljø. Statoil trekkes fram i flere artikler, også tilknyttet arbeidslivspolitik, som Arbeiderpartiet dominerer.

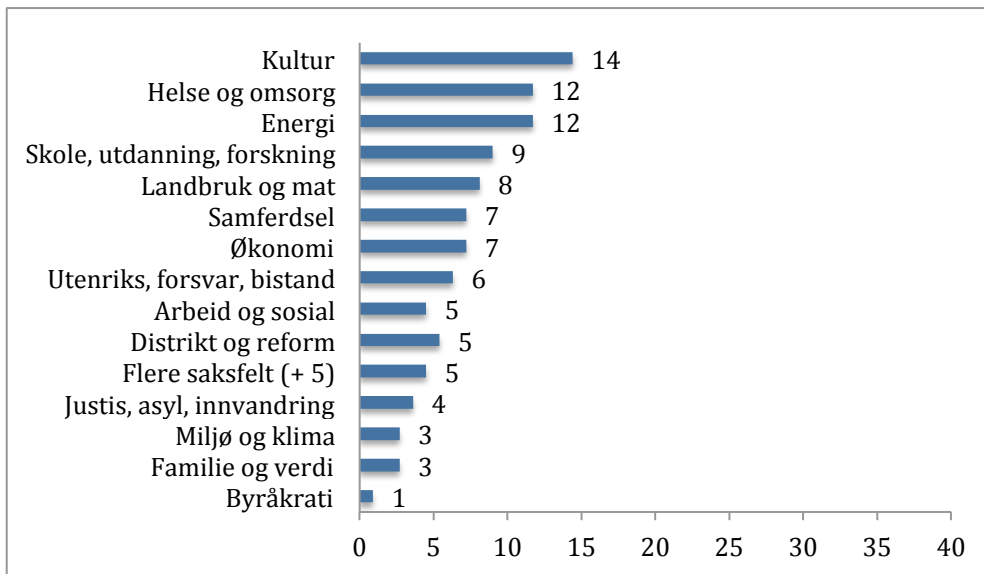
Tabell 7. Antall partiotaler fordelt på saksfelt. Stavanger Aftenblad.

Saksfelt	Ap	H	FrP	SV	Sp	KrF	V	Rødt	MdG	Pensjonist	Totalt
Skole	4	10	3	5	2	3	7				34
Samferdsel	6	4	3	4	5	3	1			1	27
Energi	5	4	1	4	8	1	1				24
Økonomi	5	8	7	7	4	4	4	3	4	1	47
Miljø	4	2	2	3	5	2	2	1	5		26
Helse	4	4	3	3	2	4	2				22
Kultur	7	6	3	2	2	1	1	1	1		24
Justis	5	6	6	5	3	4	6				35
Arbeid	3	1	1	1							6
Utenriks	3	4	4	2	2	3	3	1	1		23
Distrikt	1	3	2	1	3	1	1				12
Landbruk	2	3	1	2	2	1	1	1	1		14
Flere saksfelt	2	3	3	1	2	3	3	1	1		19
Familie	1	1	1	1	1	1	2	1	1		10
Byråkrati	1	1	1								3
Totalt	53	60	41	41	41	31	34	9	14	2	326

I helse- og omsorgspolitikken og i kulturpolitikken dekkes Høyre og Arbeiderpartiet hyppigst. Sammenliknet med andre aviser dekker Stavanger Aftenblad justis- og asylpolitikk i liten grad. MdG og Rødt er heller ikke inkludert i deknningen av justis- og asylpolitikken; fordelingen er jevn for de øvrige partiene. Avisen dekker økonomi i en forholdsvis stor grad; og da spesifikt fremtidsperspektivet. Flere artikler tar for seg overordnede spørsmål rundt Norge som velferdsstat, om generasjonsperspektivet, økonomiske prioriteringer og arbeids- og pensjonsutsikter. I disse artiklene får alle partiene omtale; Høyre får mest, deretter SV. De borgerlige partiene får så vidt mer omtale i utenrikspolitikk, noe overraskende, siden det er Arbeiderpartiet som innehar statsrådsposisjonen. Høyre og Senterpartiet får mest omtale innen distriktpolitikken og i mat- og landbrukspolitikken. Alle dekkes i familie- og verdipolitikk. De mindre partiene MdG og Rødt er ekskludert fra mange temaer i Stavanger Aftenblad. Ellers er avisen nokså gode på å inkludere partiene i de saksfeltene der de har eierskap.

Adresseavisen

Adresseavisen dekker 14 saksfelt, med en jevn prosentfordeling – gapet mellom saksdekningen er lite. Tre saksfelt er dekket over ti prosent, og syv felt med fem prosent eller mindre.



Figur 7. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - Adresseavisen (N = 111)

Adresseavisen skiller seg ut fra de øvrige avisene i analysen ved at de satte mat- og landbrukspolitikk høyere på dagsorden; landbruket og bøndernes situasjon var da stort sett temaet. Senterpartiet får mest omtale innen mat- og landbrukspolitikk. Kultur er det saksfeltet som dekkes mest i Adresseavisen. Igjen er det *kulturløftet* til regjeringen som bringes fram, og flere partier får muligheten til å fortelle om sine politiske ønsker for kulturfeltet. Alle partiene er omtalt, men i ulik grad; mest omtalt er Arbeiderpartiet, Høyre og KrF. Energi som kategori får også mye oppmerksomhet. Dette er primært tilknyttet Ola Borten Moe, daværende olje- og energiminister, stortingskandidat for Sør-Trøndelag, bonde og nestleder i Senterpartiet. Her omtales også de andre partiene, bortsett fra KrF, MdG og Rødt. Helse og omsorg dekkes hyppig. Noe er lokal og regional politikk, mens noen artikler tar for seg helsedebatten fra sentralt hold. Arbeiderpartiet og Høyre får mest omtale. Alle partiene er omtalt i skole- og utdanningspolitikk; Arbeiderpartiet og Høyre hyppigst. Utenrikspolitikk dekkes omtrent som i de øvrige abonnementsavisene, og omhandler hovedsakelig Syria, men også problematikken i Midtøsten. Her omtales Arbeiderpartiet i størst grad. I samferdselspolitikken får Høyre mest omtale, mens Senterpartiet, med sakseierskap er omtalt deretter. Adresseavisen har flere artikler der flere temaer blir tatt opp i en og samme artikkel.

Her er ungdomspolitikere fra flere partier med; stortingspartiene, MdG, Rødt samt Norges Kommunistiske Parti (NKP) og Demokratene.

Tabell 8. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. Adresseavisen

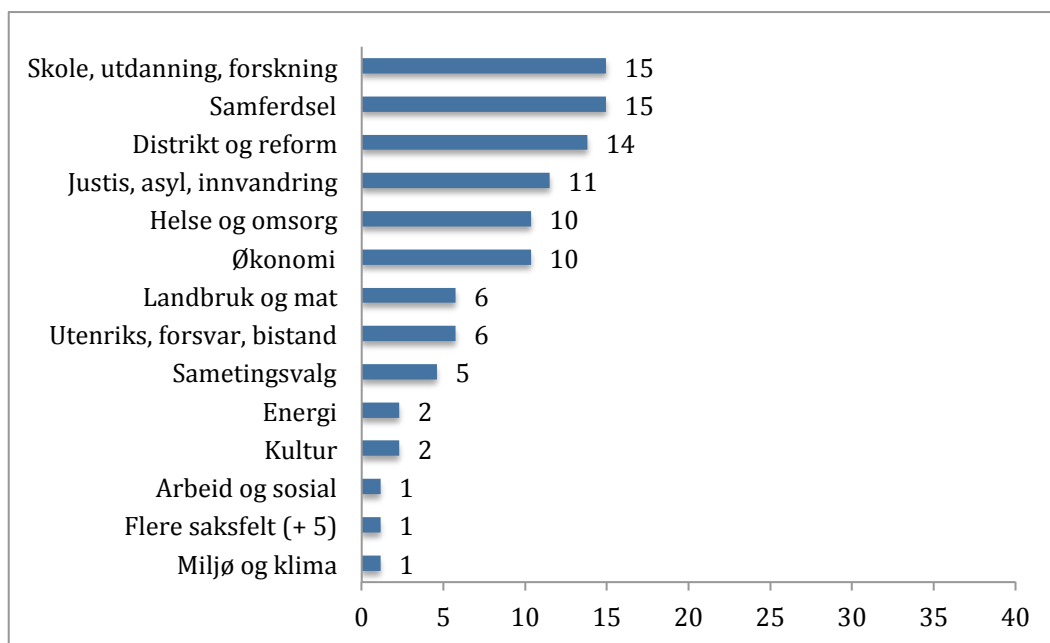
Saksfelt	Ap	H	FrP	SV	Sp	KrF	V	Rødt	MdG	Demokratene	NKP	Totalt
Kultur	10	6	4	4	2	6	4	1	3			40
Helse	9	9	4	2		3	4					31
Energi	4	1	1	1	11		1					19
Landbruk	3	3	4	3	6							19
Skole	8	6	3	4	3	2	2	1	1			30
Samferdsel	3	6	2	1	4	2	3					21
Økonomi	5	5	5	3	2	4	5	1	2			32
Utenriks	6	2		1	1							10
Arbeid	2	4	2			1	1					10
Flere saksfelt	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	11
Justis	1	1	2				2					6
Miljø	2	1	2	3	1	1	2	1	3			16
Distrikt	2	2	2	2	4	1						13
Familie	2	2	1	1	1	3	1					11
Byråkrati		1										1
Totalt	58	50	33	26	36	24	26	5	10		1	270

I kategorien økonomi får Arbeiderpartiet og de borgerlige eller ikke-sosialistiske partiene mest omtale. Arbeiderpartiet og Høyre dominerer også arbeids- og sosialpolitikken. Distriktpolitikk er nokså hyppig dekket, og her er flere partier nevnt, inkludert Senterpartiet. Rovdyrdebatten var en del av diskusjonen, og ble omtalt flere ganger den første uken i valgkampen, med Marit Arnstad (Sp) og Bård Vegar Solhjell (SV) i førersetet. Det er kun Arbeiderpartiet, Høyre og FrP som omtales innen justis- og asylpolitikk, en kategori som er relativt lite satt på dagsorden i Adresseavisen. Her skiller Adresseavisen seg ut fra de øvrige.⁹ MdG og SV nevnes mest i klima- og miljøspørsmål, som er deres kjernesak, men saken er lite omtalt i Adresseavisen. KrF nevnes oftest i familie- og verdspørsmål, men også denne saken får lite oppmerksomhet. Oversikten viser likevel at Adresseavisen satte mange saksfelt på dagsorden, og at mange partier er relativt bredt dekket.

⁹ Dette med unntak av Bergens Tidende som kun hadde én artikkel med justis- og asylpolitikk.

Nordlys

Nordlys omtaler den politiske substansen i 71 prosent av all dekningen, noe som tilsvarer 87 artikler. Mye av innholdet er lokal og regional politikk, og ofte med noe kortere tekster enn de øvrige regionavisene.



Figur 8. Prosentvis fordeling av politiske saksfelt - Nordlys (N = 87)

Avisen omtaler tretten saksfelt i løpet av valgkampen, og hele seks saksfelt dekkes ti prosent eller mer. Det er også flere saksfelt som kun så vidt er dekket. Nordlys er den eneste avisen som tar opp sametingsvalget, en naturlig konsekvens av avisens geografiske plassering. Som figur 8 viser, er skole og utdanning og samferdsel hyppigst dekket. Høyre er partiet som får mest omtale innen skole- og utdanningspolitikk, deretter SV; to partier som innehar sakseierskap. Arbeiderpartiet dekkes deretter. Om samferdselspolitikk omtales alle partiene unntatt KrF, MdG og Rødt; Senterpartiet er her hyppig dekket. Justis- og asylpolitikk er dekket primært med bakgrunn i asylbarna, og spesifikt til Yalda som ble ført ut av landet sammen med sin familie. Her har de politiske motsetningene vært store, og oppmerksomheten og støtten Yalda fikk, var stor. Justispolitikk kommer også til syne i artikler om reindrift og om det ulovlige ”reindriftspolitiet” som praktiserer på Finnmarksvidda. FrP og Arbeiderpartiet er omtalt relativt mer enn de øvrige partiene i justis- og asylpolitikk, og Rødt og MdG er utelatt.

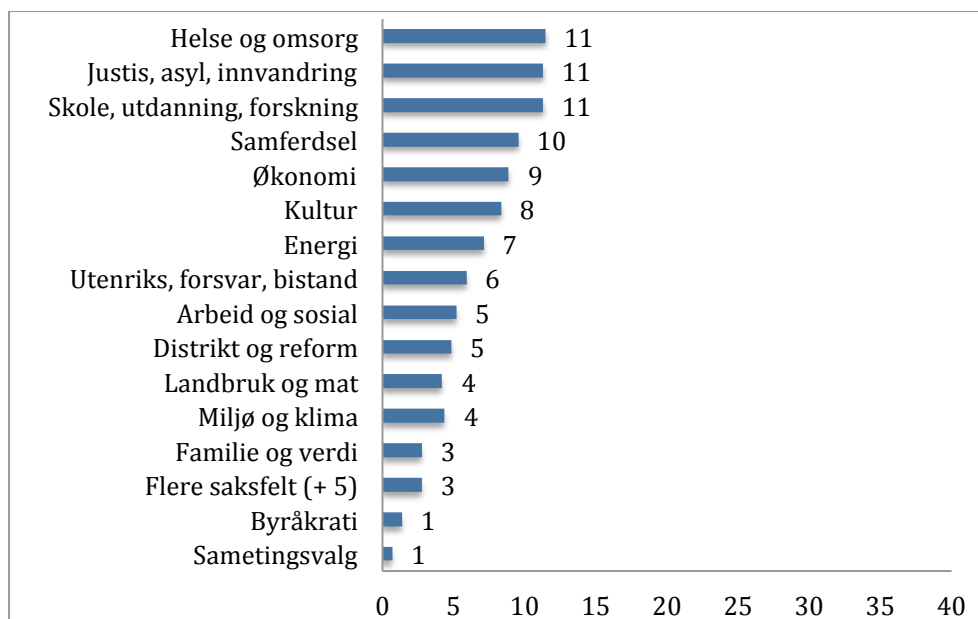
Tabell 9. Antall partiomtaler fordelt på saksfelt. Nordlys

Saksfelt	AP	H	FrP	SV	Sp	KrF	V	Rødt	MdG	Totalt
Skole	4	9	2	5		1	2	1		24
Samferdsel	5	6	6	7	3		1			28
Distrikt	6	8	5	4	2	1	1	2		29
Justis	6	3	6	4	2	2	3			26
Helse	8	2	1			1				12
Økonomi	5	7	4	2	1		1			20
Landbruk	3	1		1	3					8
Utenriks	5	2	2	2	1			1		13
Energi		1		1	2				1	5
Kultur	2		1	1						4
Arbeid	1									1
Miljø									1	1
Flere saksfelt							1			1
Totalt	45	39	27	27	14	5	9	4	2	172

Kommunal- og distriktpolitikk er et relativt hyppig tema, og dekker et spenn av kommunale saker; bygging av boliger, plasseringen av en skytebane og opparbeidet kommunal gjeld. Den debatterte reformen om kommunesammenslåing og fylkesnedleggelse ble også dekket. Innen distriktpolitikken omtales alle partiene med unntak av MdG. Senterpartiet er kun omtalt som regjeringsmedlem, og ikke på bakgrunn av egen politikk, selv om distriktpolitikk er en viktig sak for partiet. Fokuset innen økonomi er på næringsliv og innovasjon, i tillegg til handlingsregelen. I økonomiske spørsmål er det Høyre og Arbeiderpartiet som dominerer. Arbeiderpartiet er det desidert mest omtalte partiet innen helse- og omsorgspolitikk. Klima og miljø er lite dekket, og det er kun MdG som får uttale seg om miljøspørsmål. Artikkelen om utenrikspolitikk tar for seg intervensjonen i Libya og Afghanistan, EU og nordområdene. Med unntak av KrF, Venstre og MdG er alle partiene omtalt i kategorien. Mat- og landbrukspolitikk er primært knyttet til fiskeri, og det er Senterpartiet og Arbeiderpartiet som dominerer. Arbeiderpartiet, FrP og SV er nevnt innen kulturpolitikk, et saksfelt som er lite dekket. Nordlys er som nevnt den eneste avisen som dekker sametingsvalget. Siden det er andre partier enn stortingspartiene som gjelder her, har jeg ikke undersøkt hvilke partier som er omtalt. Gjennomgangen viser at mye av innholdet i Nordlys er preget av avisens geografiske plassering – eksempelvis fiskeri, nordområdene, reindrift og sametingsvalget. Nordlys dekker politikken relativt bredt med et spekter av saker på dagsorden. Flere av de små partiene er mye utelatt, men er stort sett omtalt i sine kjernesaker.

3.4 Avisenes informasjonsbredde under ett

Jeg har hittil gjennomgått dekningen avis for avis. Jeg vil nå oppsummere resultatene på tvers av avisene. Som forventet innledningsvis ble saksområdene som det seneste tiår er blitt ansett som de viktigste for velgerne, hyppig dekket i avisene i stortingsvalgkampen 2013. Redegjørelsen og figurene over viser at avisene dekker forskjellige saker i ulik grad. Figur 9 gir oss et helhetsbilde på hva utvalget av norske aviser har satt på dagsorden i valgkampen.



Figur 9. Prosentvis fordeling av saksfelt – alle aviser (N = 576)

Som vi ser av figur 9, er tre saksfelt dekket med en andel på ti prosent eller mer; helse- og omsorgspolitik, justis- og asylpolitikk, skole- og utdanningspolitikk og samferdselspolitikk. Deretter kommer økonomisk politikk og kulturpolitikk. Ellers er det en jevn dekning mellom fem og syv prosent på noen saksfelt; energipolitikk, utenrikspolitikk, arbeids- og sosialpolitikk og distriktpolitikk. Seks kategorier har blitt satt på dagsorden med en andel på mindre enn fem prosent; mat- og landbrukspolitikk, miljø- og klimapolitikk, familie- og verdipolitikk, sametingsvalget og byråkrati, i tillegg til kategorien med flere saksfelt. Resultatene viser at den andre antakelsen også synes å få støtte; avisene setter et mangfold av saksfelt på dagsorden. Noen temaer er imidlertid omtalt oftere enn andre, også på tvers av aviser. Andelen av saksdekning er relativt jevnt nedadgående, men informasjonsbredden blir noe svekket av at kun fire saksfelt dekkes med ti prosent eller mer, og flere saksfelt dekkes lite. Likevel, det er ikke noe stort gap mellom saksfelt, slik vi for eksempel så i Dagbladets store dekning av ett saksfelt (figur 2).

Tabellen under oppsummerer hvor mange saksfelt de ulike avisene har satt på dagsorden, og hvor mange artikler disse fordeler seg på. Jo flere antall artikler, og jo flere antall saker, desto bedre kommer avisene ut på mangfold og bredde. Det kommer tydelig fram av tabell 10 at løssalgsavisene VG og Dagbladet har langt færre artikler med substans enn de øvrige avisene. Nordlys og Bergens Tidende, som begge er avisene med lavest antall artikler av abonnementsavisene, har over dobbelt så mange saksartikler enn VG. Av disse har Nordlys færrest antall saksartikler og færrest antall saker på dagsorden, og kommer med dette noe svakere ut enn de andre abonnementsavisene. Aftenposten, Stavanger Aftenblad og Adresseavisen har like mange saker på dagsorden, og er de avisene med flest artikler, og dekker dermed det politiske saksinnholdet noe bredere enn Bergens Tidende og Nordlys.

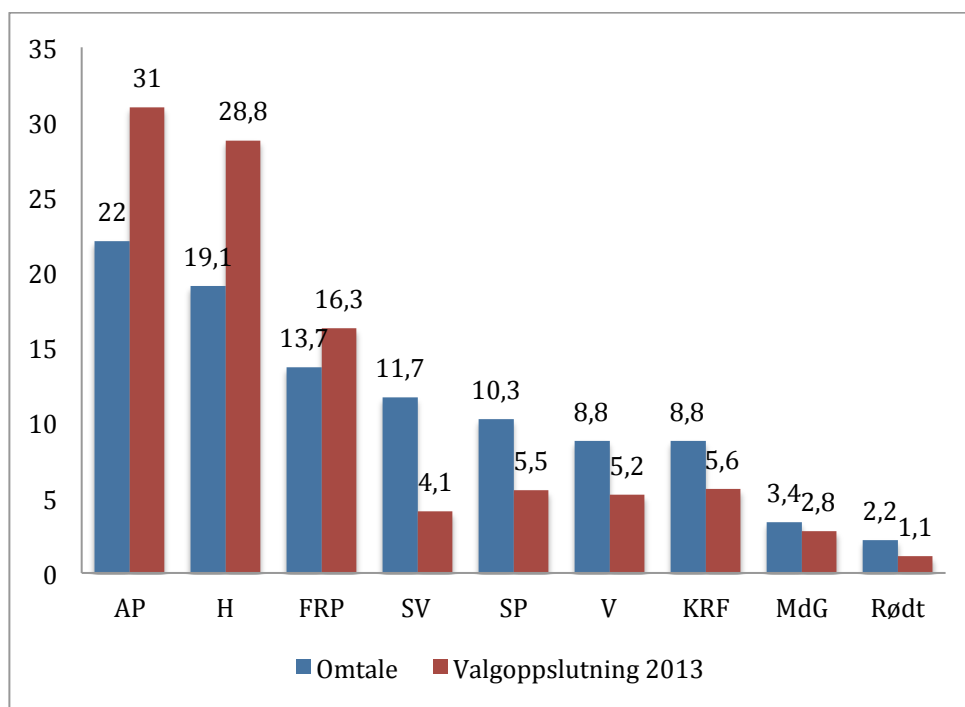
Tabell 10. Antall saksartikler og saksfelt omtalt i avisene

Avis	Antall saksartikler	Antall saksfelt
VG	40	10
Dagbladet	47	11
Aftenposten	104	14
Bergens Tidende	88	14
Stavanger Aftenblad	99	14
Adresseavisen	111	14
Nordlys	87	13

Som nevnt over er det abonnements- og regionavisene som i størst grad har dekket politikken bredest og som har det største mangfoldet av saker og saksfelt på dagsorden. Avisene dekker flere saker, og har en høy grad av fokus på politisk substans framfor innhold med spillramme. Bergens Tidende og Nordlys har færre antall artikler enn Aftenposten, Stavanger Aftenblad og Adresseavisen, men dekker vel så mange saker. Abonnementsavisene har alle relativt god fordeling mellom saksfeltene, mens Dagbladet og VG skårer lavest på grad av mangfold, både ved å ha en større del av dekningen som fokuserer på spill og ved å dekke visse saksfelt og partier oftere enn andre – informasjonsbredden er mindre i sammenlikning. Det ser vi av tabellen over. Disse funnene støtter den tredje antakelsen – løssalgsavisene har mindre mangfold og dermed informasjonsbredde i sin saksdekning enn abonnementsavisene.

I hvilken grad avisene omtaler de politiske partiene, har som tidligere nevnt også en innvirkning på hvor god informasjonsbredden til avisene er. I redegjørelsen for hver avis har jeg vist hvor godt partiene slapp til under de ulike saksfeltene. Figur 10 viser hvordan omtalen

varierer fra parti til parti, på tvers av avis og på tvers av saksfelt, dette sammenliknet med partiens oppslutning ved valget.



Figur 10. Prosentvis fordeling av partiomtaler og valgoppslutning i 2013

At Arbeiderpartiet og Høyre får mest omtale kan forklares med at det er de to partiene flest velgere føler tilhørighet til. Samtidig er de ansett som *allroundere* i politikken og inkluderer flere politiske saksfelt. Likevel, disse to partiene, i tillegg til FrP, fikk faktisk mindre omtale enn oppslutning. Dette er imidlertid kun for artiklene med substans. Det er verdt å nevne at disse partiene var mye omtalt i innholdet med spill, og spesielt om regjeringalternativene. SV, Senterpartiet, Venstre, KrF, MdG og Rødt får mer omtale enn hva valgoppslutningen skulle tilsi. Partiene er stort sett inkludert på de saksfeltene som er viktige for dem. Ut ifra dette materialet kan man ikke konkludere med at et svakt valgresultat er resultat av lite medieomtale (jf. SV). Det kan derimot blant annet grunne i at deres hjertesaker i liten grad er satt på dagsorden. Som vi ser av tabellene med saksomtale for hver avis, omtaler avisene partiene relativt godt etter sakseierskap. Dette er med på å skape bredde, og er positivt for informasjonsverdien. Det er viktig å være synlig i mediene omkring sakene som er viktigst for partiene, slik at velgerne får vite hva partiet står for (Waldahl og Narud 2004: 190). Tabellene viser at avisene dekket sakseierskapene i relativt stor grad. Likevel, kjernesakene til de mindre partiene blir sjeldnere dekket i avisene. Saker som mat og landbruk, klima og miljø, familie og verdi er eksempler på dette. Selv om de små partiene er

nokså hyppig omtalt (figur 10), er deres hjertesaker forholdsvis lite dekket. Dette er et problem for de mindre partiene.¹⁰ Deres saker blir lite satt på dagsorden, og de større sakene som de større partiene har eierskap til, dominerer det politiske nyhetsbildet. Flere av deres hjertesaker er satt lite på dagsorden i forhold til de større partienes kjernesaker, og kan dermed virke negativt inn på partioppslutningen til disse partiene.

De tre antakelsene jeg beskrev i begynnelsen av kapitlet, ser ut til å få støtte. Det kan se ut til at avisene dekker et relativt stort antall saker, selv om det er variasjon mellom avisene. Avisene dekker også partienes sakseierskap i nokså stor grad, men de mindre partienes hjertesaker er forholdsvis lite dekket. Løssalgavisene skiller seg markant ut ved å ha et stort fokus på *veddeløpsjournalistikk* som går på bekostning av informasjonsbredden. Det helhetlige bildet viser imidlertid en nokså god informasjonsbredde i avisenes formidling.

3.5 Medienes endring i et demokratisk perspektiv

Hvordan ser disse resultatene ut i et utviklingsperspektiv? Har dekningen endret seg over tid? I stortingsvalgkampene i 2001 og 2005 utgjorde spillet hele 60 prosent av all valgkampdekning, mot nærmere 40 prosent i 2013. Datamaterialet i 2001-studien var betydelig større, og omfattet både TV-sendinger og flere aviser (Waldahl og Narud 2004), mens studien fra 2005 (Aalberg og Brekken 2007) hadde et mindre utvalg. Sammenlikningsgrunnlaget er ulikt, og man kan derfor ikke si at utviklingen har gått i retning av mindre spill og mer substans. Selv om utvalget i analysene er ulikt, og denne studien dekker forholdsvis flere regionaviser, så kan det likevel *tyde på* at utviklingen i alle fall ikke har beveget seg mot mer fokus på spill. Utviklingen ser heller ut til å ha gått i retning av mer substans. Det er som nevnt tidligere et krav at partiene bør få argumentere for sine saker grundig for at en kan argumentere for at mediene bidrar med et godt informasjonsgrunnlag for velgerne. Informasjonsdybde er derfor tema for neste kapittel

¹⁰ Når jeg omtaler de små partiene tenker jeg på SV, Senterpartiet, KrF, Venstre, MdG og Rødt.

4 Avisenes informasjonsdybde

4.1 Innledning

I forrige kapittel viste jeg i hvilken grad avisene bidro med informasjonsbredde; hvor mange saksfelt og partier avisene satte på dagsorden. I dette kapitlet vil jeg redegjøre for funnene innen det andre kravet for god informasjonsformidling, nemlig informasjonsdybde. Dette fordi grundig omtale kan bidra til opplyste velgere. Jeg vil svare på den andre underproblemstillingen som ble presentert i teorikapitlet:

2.b) I hvilken grad makter avisene å informere om partienes standpunkter på en grundig måte i stortingsvalgkampen i 2013?

Denne problemstillingen spør om hvor grundig avisene dekker argumentasjonen til partiene innen saksfeltene, altså om avisene bidrar med politisk informasjonsdybde. Dybde er definert som det å omtale partienes politikk grundig, og det er dette begrepet jeg primært vil bruke gjennom kapitlet. Jeg vil undersøke hvor grundig partiene får underbygge politikken og argumentere for sine synspunkter om politiske saksfelt. Dette gjøres uavhengig av om politikken beskrives gjennom journalistene eller direkte fra politikerne selv.

I metodekapitlet forklarte jeg hvordan jeg undersøker informasjonsdybden. Jeg har operasjonalisert og kategorisert den politiske dekningen i tre nivåer av grundighet: 1) ingen, 2) nokså grundig og 3) svært grundig. Det er nyanseforskjeller mellom disse kategoriene, men jeg har visse kvalitative kriterier for kategoriseringen. Artiklene som ikke har grundig redegjørelse har ingen politisk substansiell argumentasjon. Dette er typisk for de spillorienterte artiklene. Likevel forekommer det også i saksartikler der det er fokus på sak, men ikke på argumentasjonen til politikerne. Dette plasseres gjerne i en episodisk tolkningsramme, fordi det er en spesiell episode eller situasjon som ofte omtales. I artiklene med nokså grundig underbyggelse av argumentene redegjøres det i noen grad for politikken. Dette er gjerne kritikk av andre partier eller korte svar på kritikk, der politikerne får underbygge sin argumentasjon noe, men langt fra utdypende. Deretter har vi kategorien med svært grundig redegjørelse og politisk argumentasjon. Typisk for kategorien er artikler der flere saker er tatt opp, og som til sammen gir grundig informasjon om temaet. Kategorien

inneholder også artikler der det gjennomgående er svært grundig forklaring på partienes politikk på saksfeltet, med redegjørelse av både hvordan og hvorfor politikken skal gjennomføres. Typiske eksempler er der ett parti får forklare sitt standpunkt og løsninger om ett tema om gangen. Da får partiet argumentere svært grundig. Sakskategoriene er inndelt på samme måte som i kapitlet om informasjonsbredde, og jeg vil relatere resultatene til funnene fra breddedelen av analysen. Artiklene som er relevante for denne delen av analysen, er kun de som omhandler substans. Siden spill-innholdet har mer fokus på sensasjon enn på sak, og fordi artiklene stort sett ikke har politisk argumentasjon, har jeg valgt å utelate disse 375 artiklene fra dybdeundersøkelsen. Da gjenstår 576 saksartikler i utvalget. Jeg vil vurdere hvor grundig den politiske redegjørelsen og argumentasjonen for partiene er i de ulike artiklene, og telle hvor ofte hvert parti får underbygge sine argumenter grundig på hvert saksfelt og i hver avis.

Antakelsene når det gjelder informasjonsdybden følger samme mønster som analysen om informasjonsbredden. Som helhetlig bilde antar jeg at omtalen er grundig, men at løssalgsavisene har lavere grundighet enn abonnementsavisene. Dette av samme årsak som beskrevet i kapittel tre; at spill og sensasjon selger (Patterson 2000; Allern 2001), i tillegg til at analysen om informasjonsbredde viste at løssalgsavisene hadde mindre bredde enn abonnementsavisene. Det er grunn til å tro at dette også vil gjelde for informasjonsdybden. Siden løssalgsavisene hadde færre artikler med politisk substans, kan dette føre til lavere grad av grundig politisk redegjørelse innen hvert saksfelt fordi det da også kan være færre partiomtaler. Man kan forvente at løssalgsavisene har større dekning av konkrete hendelser og situasjoner, mens abonnementsavisene dekker de større politiske debattene om tematiske saksfelt i større grad. Stor forekomst av episodiske tolkningsrammer og bilder kan virke negativt på grundig omtale. Samtidig antas det at de hyppigst dekkede saksfeltene og partiene har grundigst omtale. Mine forventninger for informasjonsdybden lyder dermed nokså likt som antakelsene for informasjonsbredden:

Antakelse én: Avisene har en relativt grundig omtale.

Antakelse to: Løssalgsavisene har mindre grundighet enn abonnementsavisene.

Antakelse tre: De hyppigst dekkede saksfeltene har også grundigst omtale.

Antakelse fire: De mest omtalte partiene, er også grundigst omtalt.

Dette kapitlet følger samme struktur som det foregående, og jeg vil dele inn resultatene etter avis, for deretter å redegjøre for funnene på tvers av avisene senere i kapitlet. Jeg vil gå inn på de saksfeltene som de ulike avisene tar for seg, og redegjøre for graden av grundighet i partiomtalene.

4.2 Avisenes omtale av partiene

Når jeg analyserer graden av grundighet, redegjør jeg for funnene i en rekkefølge basert på antall partiomtaler. Det må påpekes at tabellene ikke tar for seg antall artikler, men at de tar for seg antall ganger partiene er inkludert i artiklene, dette basert på tabellene om partiomtale jeg beskrev i forrige kapittel.¹¹ Tabellene i dette kapitlet viser i hvilken grad partiene har fått underbygge sine argumenter innen de ulike saksfeltene og i de ulike avisene. De er utformet slik at vi kan se prosentfordelingen av grundig omtale innen hvert saksfelt og for hvert parti. Dette for å se hvordan avisene har omtalt saksfeltene og partiene med tanke på grundighet. Deretter har jeg regnet ut prosentfordelingen innen hver av kategoriene i totalraden. Disse er regnet ut fra absolutte tall, i parentes, og for det totale antallet partiomtaler (grandtotalen) i avisen. I den første delen av kapitlet vil jeg redegjøre for avisenes informasjonsdybde, før jeg i andre del tar for meg avisene sett under ett. Fordelingen med absolutte tall for avisene under ett er å finne som vedlegg (tabell 26 og 27). Da resultatene varierer med antall og andel, vil jeg underveis kommentere begge verdiene, og jeg vil dermed måtte referere til tabellene i vedlegget. Jeg følger samme disposisjon som i kapittel tre, og begynner med løssalgsavisene.

¹¹ Et parti som er omtalt i en artikkel, telles kun som én omtale, selv om partiet kan være nevnt flere ganger i samme artikkel. Det er altså antall ganger partiene er inkludert i artiklene substans. Da flere partier som gjerne er omtalt i hver artikkel og innen hvert saksfelt, er det dermed flere partiomtaler enn det er artikler.

4.2.1 Løssalgsavisene

VG

I kapittel tre viste jeg at VG hadde lavere informasjonsbredde enn de øvrige avisene, og dekket færre saksfelt. Tabell 11 viser hvor grundig VG har dekket saksfeltene. Partiomtalene underbygges nokså grundig i hele 62 prosent av partiomtalen i avisen, mens den politiske argumentasjonen underbygges svært grundig i 29 prosent av tilfellene. Av partiene som omtales, er det Arbeiderpartiet, Høyre og FrP som kommer mest til orde.

Tabell 11. Prosentfordeling for saksfelt. VG.

Saksfelt	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Justis-asyll	32	45	23	100	22
Samferdsel		62	38	100	13
Helse-omsorg		73	27	100	11
Skole-utdanning		91	9	100	11
Flere saksfelt			100	100	10
Mat-landbruk		100		100	5
Arbeid-sosial		100		100	4
Klima-miljø		67	33	100	3
Familie-verdi		100		100	3
Energi		100		100	3
Utenriks	50	50		100	2
Totalt	9 (8)	62 (54)	29 (25)	100	87

Totalprosent utgår fra grandtotal (N = 87). Absolutte tall i parentes.

Med 87 partiomtaler har VG lavest antall omtaler, og som vi ser av tabell 11 er det justis- og asylpolitikk som har flest. Deretter er samferdsel, helse og omsorg, skole og utdanning, i tillegg til kategorien flere saksfelt omtalt med parti nokså ofte. De øvrige saksfeltene er omtalt mellom to og fem ganger. Med unntak av kategorien med flere saksfelt, er samferdsel grundigst dekket, med 38 prosent svært grundig. Klima og miljø er prosentvis grundig dekket, men antall partiomtaler er kun tre. Fire av de fem mest omtalte saksfeltene er grundigere omtalt enn de øvrige, som andel og absolutte tall. Det er kun to saksfelt som er dekket uten grundighet. Justis- og asylpolitikk var det hyppigst dekkede temaet i VG, og som vi ser av tabellen har saksfeltet også flest partiomtaler. Likevel, justis- og asylpolitikk er det saksfeltet som oftest redegjøres for uten grundighet, og andelen med grundig omtale blir dermed lavere. Etersom at det er flere partiomtaler innen justis- og asylpolitikk, har feltet

likevel høyest antall grundige partiomtaler. Utenrikspolitikk har høyere andel uten grundig omtale, men det bør nevnes at det bare er to omtaler om saksfeltet.

Tabell 12. Prosentfordeling for parti. VG.

Parti	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Arbeiderpartiet	16	68	16	100	25
Høyre	10	55	35	100	20
FrP		73	27	100	15
SV		63	38	100	8
Senterpartiet		83	17	100	6
KrF	20	40	40	100	5
Venstre	20	60	20	100	5
MdG			100	100	2
Rødt			100	100	1
Totalt	9 (8)	62 (54)	29 (25)	100	87

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 87). Absolutte tall i parentes.

Ut ifra tabell 12 ser vi at det er de tre største partiene Arbeiderpartiet, Høyre og FrP som får mest omtale. Deretter er SV, Senterpartiet, KrF og Venstre omtalt noe sjeldnere, mens MdG og Rødt så vidt er omtalt i VG. Disse to partiene er omtalt svært grundig når de er inkludert. Sammen med MdG og Rødt, har SV og FrP størst andel grundig omtale, deretter Senterpartiet. Arbeiderpartiet, Høyre, KrF og Venstre er alle omtalt uten grundighet, størst andel for KrF og Venstre. I absolutte tall er det de tre største partiene, Arbeiderpartiet, Høyre og FrP som er grundigst omtalt. Da er det Arbeiderpartiet som omtales grundigst,¹² men Høyre har imidlertid flere svært grundigere omtaler. Arbeiderpartiet har størst antall omtaler uten grundighet. Dette henger sammen med at asyl- og justispolitikk hadde høy andel uten grundighet, og Arbeiderpartiet var ofte inkludert i disse artiklene.

Det er kun 25 ganger at et parti er omtalt svært grundig om politikken, noe som er lite sammenliknet med abonnentsavisene i analysen. Noe av dekningen har preg av å ha et episodisk format, og som ikke redegjør for politikken.¹³ Som antall er omtalen betydelig større for de største partiene Arbeiderpartiet, Høyre og FrP, men som andel for hvert parti kommer ikke disse grundigere til orde. Sammenliknet med analysens aviser, har VG relativt

¹² Samlet for kategoriene ”nokså grundig” og ”svært grundig”.

¹³ Dette var en tendens som fant jeg i gjennomgangen av artiklene, men funnene presenteres ikke i analysen.

liten andel uten grundighet i partiomtalene (ni prosent). VG omtaler imidlertid politikken svært grundig i mindre grad enn de øvrige. VG bruker mye bilder og illustrasjoner i artiklene, som tar plass fra selve teksten.

Dagbladet

Dagbladets informasjonsbredde var også lavere enn abonnentsavisene. Av tabell 13 og 14 ser vi at antall ganger partiene omtales og får underbygge sine argumenter svært grundig, er noe høyere enn i VG. Arbeiderpartiet, Høyre og FrP får underbygge sin politikk grundig flest ganger, men som andel for partiets omtaler kommer disse dårligere ut enn flere andre partier.

Tabell 13. Prosentfordeling for saksfelt. Dagbladet.

Saksfelt	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Justis-asyl	34	51	14	100	35
Flere saksfelt			100	100	15
Kultur		75	25	100	12
Arbeid-sosial	45	45	9	100	11
Helse-omsorg		33	67	100	6
Klima-miljø	33	33	33	100	6
Familie-verdi		67	33	100	6
Skole-utdanning		100		100	5
Økonomi	20		80	100	5
Samferdsel		100		100	3
Landbruk		67	33	100	3
Utenriks		100		100	1
Totalt	19 (20)	47 (51)	34 (37)	100	108

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 108). Absolutte tall i parentes.

Justis- og asylpolitikk var et hyppig dekket tema i Dagbladet, og som tabell 13 viser, saksfeltet har også flest partiomtaler. Deretter har kategorien med flere saksfelt, kultur og arbeid og sosial relativt mange partiomtaler tilknyttet saksfeltene. De øvrige kategoriene har færre partiomtaler. Kategorien med flere saksfelt bidrar med både informasjonsbredde og informasjonsdybde, da Dagbladet dekker kategorien svært grundig både som andel og antall. Som andel for hvert saksfelt er også helse og omsorg, familie og verdi, skole og utdanning, mat og landbruk og kultur og utenrikspolitikk grundig omtalt. I prosentvis fordeling har arbeid og sosial størst omtale uten grundig redegjørelse, i tillegg har justis og asyl, klima og miljø og økonomi stor andel uten grundighet. Dette er mye på fordi disse artiklene har en episodisk tolkningsramme som går på bekostning av den politiske underbyggelsen av sakene,

spesielt for justis- og asylpolitikk, i tillegg til arbeid- og sosialpolitikk der episoder med NAV har blitt satt relativt mye på dagsorden. I absolutte tall er bildet noe annerledes. Fordi justis- og asylpolitikk har langt flere partiomtaler, har saksfeltet også flest partiomtaler som er grundig omtalt og flest uten grundighet. Også kategorien med flere saksfelt og kultur kommer godt ut med tanke på grundig omtale i absolutte tall.

Tabell 14. Prosentfordeling for parti. Dagbladet.

Parti	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Arbeiderpartiet	29	42	29	100	31
FrP	14	55	32	100	22
Høyre	14	48	38	100	21
SV		67	33	100	12
Venstre	22	33	44	100	9
KrF	38	25	38	100	8
Senterpartiet		33	67	100	3
Rødt		100		100	1
MdG		100		100	1
Totalt	19 (20)	47 (51)	34 (37)	100	108

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 108). Absolutte tall i parentes.

Antall omtaler er i favør av de større partiene, Arbeiderpartiet, Høyre og FrP. Som tabell 14 viser, er disse partiene omtalt oftest, deretter SV, Venstre og KrF. Senterpartiet, MdG og Rødt er lite omtalt i Dagbladet, men derimot grundig. Som andel får Senterpartiet grundigst omtale, men også SV, MdG og Rødt skårer høyt. KrF har størst andel uten grundighet, deretter Arbeiderpartiet. I absolutte tall er får de tre største partiene, Arbeiderpartiet, FrP og Høyre grundigst omtale; Arbeiderpartiet mest grundig, men partiet er også oftest omtalt uten grundighet.

Det meste av den politiske redegjørelsen er underbygget nokså grundig, i 47 prosent av alle omtalene i Dagbladet. 34 prosent av partiomtalen har svært grundig underbyggelse, mens hele 19 prosent er uten grundig omtale. Dagbladets andel uten grundighet er høyere enn den var i VG. Dagbladets politiske dekning bærer preg av episodiske tolkningsrammer og mye bilder og illustrasjoner, noe som kan ha bidratt til lavere grad av grundig omtale.

4.2.2 Abonnements- og regionavisene

Aftenposten

Aftenposten hadde stor informasjonsbredde og mange artikler med substans. Aftenposten har også mer svært grundig omtale enn VG og Dagbladet, og langt flere partiomtaler. Aftenposten inkluderer alle partiene i relativt stor grad.

Tabell 15. Prosentfordeling for saksfelt. Aftenposten.

Saksfelt	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Økonomi	2	21	77	100	57
Skole-utdanning		42	58	100	53
Helse-omsorg		37	63	100	41
Justis- asyl	8	55	38	100	40
Familie-verdi		16	84	100	25
Arbeid-sosial		58	42	100	24
Utenriks	11	58	32	100	19
Kultur	28	11	61	100	18
Energi		100		100	16
Klima-miljø	67	22	11	100	9
Samferdsel	11	67	22	100	9
Mat-landbruk		22	78	100	9
Distrikt	17	83		100	6
Byråkrati		100		100	1
Totalt	6 (19)	41 (134)	53 (174)	100	327

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 327). Absolutte tall i parentes.

Sammenliknet med VG og Dagbladet omtaler Aftenposten partienes politikk med større grundighet. Det er flere svært grundige partiomtaler enn det er omtaler uten eller med nokså grundig underbyggelse av argumenter til sammen, som vi ser av tabell 15. Aftenposten hadde også langt flere partiomtaler, tre til fire ganger flere enn VG og Dagbladet. Økonomi, skole og utdanning, helse og omsorg og justis og asyl har flest omtaler. Klima og miljø, samferdsel, mat og landbruk og distrikt og byråkrati er saksfeltene med færrest omtaler. Som andel er familie- og verdispørsmål saksfeltet som er grundigst omtalt i Aftenposten, deretter mat- og landbrukspolitikk. Klima og miljøpolitikk skiller seg ut som et saksfelt med lite grundig omtale; 67 prosent av fordelingen er uten politisk grundighet. Dette indikerer lite informasjonsdybde om saksfeltet i Aftenposten. Ut ifra absolutte tall er de hyppigst omtalte saksfeltene økonomi, helse og omsorg og skole og utdanning grundig omtalt, og aller

grundigst for økonomi. Klima og miljø er fortsatt saksfeltet med størst antall uten grundighet, på tross av relativt få omtaler.

Tabell 16. Prosentfordeling for parti. Aftenposten.

Parti	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Arbeiderpartiet	12	50	38	100	78
Høyre	3	48	48	100	58
FrP	7	43	50	100	42
SV	5	36	59	100	39
KrF	6	36	58	100	33
Venstre	3	28	69	100	32
Senterpartiet		32	68	100	25
MdG		31	69	100	13
Rødt		29	71	100	7
Totalt	6 (19)	41 (134)	53 (174)	100	327

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 327). Absolutte tall i parentes.

Av tabell 16 ser vi at Arbeiderpartiet og Høyre fikk mest omtale i Aftenposten. Samtidig ser vi at de minst omtalte partiene Senterpartiet, MdG og Rødt fikk grundig omtale. Dette er de eneste partiene som er klassifisert kun i kategoriene nokså og svært grundig. Av de øvrige partiene kommer Venstre og Høyre grundigst til orde. Arbeiderpartiet har klart størst andel uten grundighet. I absolutte tall er Arbeiderpartiet likevel partiet som får grundigst omtale, deretter Høyre. Samtidig er Arbeiderpartiet oftest omtalt uten grundighet.

Tabellen viser at i Aftenposten som helhet fikk alle partiene argumentere relativt grundig for sin politikk. Det er mange omtaler og lav andel uten grundighet. Samtidig er det interessant å se hvordan andelen med svært grundig redegjørelse stiger med færre omtaler. Vi ser av tabell 16 at jo færre omtaler partiet har fått, desto grundigere er de omtalt i fordelingen for hvert parti. Dette er positivt for de mindre partiene som sjeldnere blir inkludert i avisene, men som kommer grundig til orde der de er omtalt. Aftenposten bidrar med grundig underbyggelse på en rekke saksfelt og for de fleste partier; hele 53 prosent av partiomtalene i Aftenposten er svært grundige, mens 41 prosent av omtalene har nokså grundig underbyggelse av politikken. Kun seks prosent er dekket i kategorien uten politisk argumentasjon, den laveste andelen blant avisene.

Bergens Tidende

I forrige kapittel nevnte jeg at Bergens Tidende hadde stor informasjonsbredde, men at avisen hadde noe høyere andel med spill enn de øvrige abonnementsavisene. Bergens Tidende har nokså mange partiomtaler, og en stor grad med grundig formidling av partienes standpunkter. Også i Bergens Tidende ser vi at de hyppigst dekkede saksfeltene, også har grundigst omtale i absolutte tall, men at andelene varierer.

Tabell 17. Prosentfordeling for saksfelt. Bergens Tidende.

Saksfelt	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Kultur	7	36	57	100	61
Samferdsel	5	52	43	100	44
Skole-utdanning	3	24	74	100	34
Helse-omsorg		26	74	100	31
Energi	10	24	66	100	29
Utenriks	50	13	38	100	16
Byråkrati	43		57	100	14
Distrikt		58	42	100	12
Arbeid-sosial		78	22	100	9
Familie-verdi		63	38	100	8
Økonomi	25	75		100	4
Flere saksfelt			100	100	4
Justis-asyl		100		100	3
Mat-landbruk		100		100	3
Klima-miljø	100			100	2
Totalt	10 (27)	36 (98)	54 (149)	100	274

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 274). Absolutte tall i parentes.

Kulturpolitikk er saksfeltet med flest partiomtaler i Bergens Tidende; som også var det hyppigst dekkede feltet. Som andel er kategorien med flere saksfelt og helse- og omsorgspolitikk grundigst omtalt. Distrikt, familie og verdi, arbeid og sosial, justis og asyl og mat og landbruk kommer også godt ut. Klima- og miljøpolitikk er et lite omtalt tema i Bergens Tidende, samtidig som saksfeltet ikke er omtalt med noe politisk grundighet. Videre er utenrikspolitikk og omtalene om byråkratiet mye omtalt uten grundighet. Sett ut fra absolutte tall er de mest omtalte saksfeltene grundigst omtalt, spesielt kultur og samferdsel. Utenrikspolitikk har flest omtaler uten grundighet. Andelen i denne kategorien er relativt lav (10 prosent), og bidrar til at Bergens Tidende har informasjonsdybde.

Tabell 18. Prosentfordeling for parti. Bergens Tidende.

Parti	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Arbeiderpartiet	17	39	44	100	54
Høyre	12	37	51	100	51
FrP	9	32	59	100	34
Senterpartiet	3	52	45	100	33
SV	16	32	52	100	31
KrF	3	37	60	100	30
Venstre		17	83	100	23
MdG	10	30	60	100	10
Rødt	13	25	63	100	8
Totalt	10 (27)	36 (98)	54 (149)	100	274

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 274). Absolutte tall i parentes.

Som tabell 18 viser, kommer Arbeiderpartiet og Høyre oftest til orde. Alle partiene får argumentere nokså grundig; fordelingen av omtaler er relativt stabilt nedadgående, og minst for Rødt og MdG. Som andel er Venstre partiet som har fått grundigst omtale, deretter KrF og Senterpartiet. Arbeiderpartiet og SV har størst andel uten grundig omtale. I absolutte tall får Høyre og Arbeiderpartiet grundigst redegjøre for sin politikk, men det er også disse to partiene som oftest omtales uten grundighet. I Bergens Tidende har Rødt og MdG større andel uten grundighet enn tilfellet var i de øvrige avisene. Tabellen viser at alle partiene grundig får underbygge sine argumenter. Det er imidlertid visse saksefelt som har lavere andel av grundig politisk dekning. Helhetsbildet for Bergens Tidende viser at 54 prosent av partiomtalene er svært grundige, 36 prosent nokså grundig og ti prosent uten politisk argumentasjon. Bergens Tidende har med dette stor informasjonsdybde.

Stavanger Aftenblad

Stavanger Aftenblad hadde god informasjonsbredde, og det samme finner jeg for informasjonsdybden. Avisen har mange partiomtaler. Samtidig kommer alle partiene grundig til orde ved flere anledninger, og en rekke saksfelt er svært grundig redegjort for.

Tabell 19. Prosentfordeling for saksfelt. Stavanger Aftenblad.

Saksfelt	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Økonomi	9	9	83	100	47
Justis-asyl		51	49	100	35
Skole-utdanning	3	47	50	100	34
Samferdsel	33	59	7	100	27
Klima-miljø	27	62	12	100	26
Energi	4	96		100	24
Kultur	8	46	46	100	24
Utenriks		22	78	100	23
Helse-omsorg	5	9	86	100	22
Flere saksfelt		26	74	100	19
Mat-landbruk		21	79	100	14
Distrikt		25	75	100	12
Familie-verdi			100	100	10
Arbeid-sosial	50	33	17	100	6
Byråkrati		100		100	3
Totalt	9 (28)	39 (127)	52 (171)	100	326

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 326). Absolutte tall i parentes.

De fleste saksfeltene i Stavanger Aftenblad har nokså mange partiomtaler; økonomiske spørsmål har flest, selv om dette ikke var det saksfeltet som var hyppigst dekket. Familie- og verdipolitikk er saksfeltet som er grundigst omtalt ettersom andelen med svært grundig omtale er 100 prosent. Justis- og asylpolitikk, utenrikspolitikk, kategorien med flere saksfelt, mat og landbruk, distrikt og byråkrati er også grundig omtalt. Selv om økonomi og helse og omsorg har noe omtale uten grundighet, har saksfeltet derimot stor andel med svært grundig omtale. Arbeid- og sosial, samferdsel og klima og miljø har størst andel uten grundighet. Disse baserer seg også på et nokså stort antall partiomtaler, med unntak av arbeid- og sosialpolitikk. Ut ifra absolutte tall er økonomi grundigst omtalt, deretter skole- og utdanning. Samferdsel og klima og miljø er oftest omtalt uten grundighet. Flere av de mindre dekkede saksfeltene fra kapittel tre, har flere partiomtaler og større grundighet enn hyppigere saksfelt i Stavanger Aftenblad. Mat- og landbrukspolitikk har eksempelvis flere partiomtaler og

grundigere omtale enn arbeids- og sosialpolitikk, som ble dekket i større grad. Dette viser at hvor ofte saken er omtalt ikke samsvarer med grundig dekning av den.

Tabell 20. Prosentfordeling for parti. Stavanger Aftenblad.

Parti	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Høyre	12	38	50	100	60
Arbeiderpartiet	11	47	42	100	53
FrP	7	39	54	100	41
SV	5	46	49	100	41
Senterpartiet	7	49	44	100	41
Venstre	3	32	65	100	34
KrF	10	32	58	100	31
MdG	14	7	79	100	14
Rødt		11	89	100	9
Pensjonistpartiet	50	50		100	2
Totalt	9 (28)	39 (127)	52 (171)	100	326

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 326). Absolutte tall i parentes.

I tabell 20 ser vi at i Stavanger Aftenblad har Høyre flere partiomtaler i artiklene enn Arbeiderpartiet. Dette skiller den fra de øvrige avisene, der Arbeiderpartiet har flest omtaler. Som andel for hvert parti har Rødt som har grundigst omtale, Venstre er deretter grundigst omtalt. Høyre og Arbeiderpartiet har nokså lik omtale med tanke på grundighet, mens SV, FrP og Senterpartiet som andel har noe grundigere omtale. Med unntak av Pensjonistpartiet som bare er nevnt to ganger, er det MdG som med størst andel er inkludert uten politisk redegjørelse, deretter Arbeiderpartiet og Høyre. MdG har imidlertid høy andel med svært grundig omtale. I absolutte tall er Høyre omtalt oftest både grundig og uten grundighet, etterfulgt av Arbeiderpartiet.

Stavanger Aftenblad skårer høyt med tanke på grundig omtale. Prosentutregningene baserer seg også på flere partiomtaler enn flere av de andre avisene, slik tilfellet også var med Aftenposten. Bare ni prosent av partiomtalene var uten grundighet mens 52 prosent hadde svært grundig redegjørelse, og 39 prosent hadde nokså grundig underbyggelse. Saksfelt som ble mindre dekket, hadde gjerne grundigere politisk omtale enn andre hyppig dekkede sakfelt.

Adresseavisen

Vi har sett at Adresseavisen hadde god informasjonsbredde gjennom sin valgkampdekning. I løpet av valgkampen i 2013, dekket Adresseavisen partienes politikk grundig. De mindre partiene har større andel med grundig omtale enn de større, men samtidig langt færre partiomtaler.

Tabell 21. Prosentfordeling for saksfelt. Adresseavisen.

Saksfelt	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Kultur	5	15	80	100	40
Økonomi		28	72	100	32
Helse-omsorg	19	58	23	100	31
Skole-utdanning	7	20	73	100	30
Samferdsel	14	48	38	100	21
Energi	42	37	21	100	19
Mat-landbruk	21	32	47	100	19
Klima-miljø	25	13	63	100	16
Distrikt	15	38	46	100	13
Flere saksfelt		100		100	11
Familie-verdi		27	73	100	11
Utenriks	40	20	40	100	10
Arbeid-sosial		30	70	100	10
Justis-asyl		17	83	100	6
Byråkrati		100		100	1
Totalt	13 (35)	33 (90)	54 (145)	100	270

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 270). Absolutte tall i parentes

Kultur var det hyppigst dekkede feltet i avisen, og har flest partiomtaler. Kultur er grundig dekket, selv om feltet også er omtalt uten grundighet. Økonomiske spørsmål er omtalt grundig i 100 prosent av omtalen, men har lavere andel svært grundig enn kultur. Familie og verdi, justis og asyl, samt arbeid og sosial har høy andel med grundig omtale. Dette gjelder også kategorien med flere saksfelt. Energipolitikk og utenrikspolitikk er saksfeltene som har høyest andel uten grundighet. I Adresseavisen er det relativt mange saksfelt som har en høy andel uten grundighet, som blant annet helse og omsorg, mat og landbruk, klima og miljø. Det skal nevnes at dette er saksfelt som gjerne knyttes til spesifikke partier med sakseierskap, noe som dermed er negativt for disse partiene. Samtidig er en stor andel på tvers av saksfelt svært grundig omtalt. I absolutte tall er kultur og økonomi grundigst omtalt, mens energi og helse- og omsorg har flest omtaler uten grundighet.

Tabell 22. Prosentfordeling for parti. Adresseavisen.

Parti	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Arbeiderpartiet	21	38	41	100	58
Høyre	8	30	62	100	50
Senterpartiet	11	47	42	100	36
FrP	15	15	70	100	33
SV	19	27	54	100	26
Venstre	12	31	58	100	26
KrF	8	38	54	100	24
MdG		30	70	100	10
Rødt		40	60	100	5
Demokratene		100		100	1
NKP		100		100	1
Totalt	13 (35)	33 (90)	54 (145)	100	270

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 270). Absolutte tall i parentes.

Av tabell 22 ser vi at også i Adresseavisen er Arbeiderpartiet og Høyre de mest omtalte partiene. MdG og Rødt er de to partiene med størst andel med grundig omtale, men KrF og Høyre kommer også grundig til orde. Arbeiderpartiet er oftest omtalt uten politisk grundighet, men også SV og FrP har stor andel omtale uten noen underbyggelse av deres politikk. I absolutte tall er Høyre, Arbeiderpartiet og Senterpartiet like ofte omtalt i nokså og svært grundig grad, men Høyre oftere svært grundig. Adresseavisen skiller seg ut med å inkludere Senterpartiet ofte og relativt grundig. Det er Ola Borten Moe som oftest får uttale seg på vegne av partiet. Arbeiderpartiet er samtidig det partiet som oftest er omtalt uten grundighet, klart oftere enn de øvrige partiene.

Adresseavisen har grundig partiomtale, og selv om noen saksfelt er mindre grundige, er tendensen at avisen bidrar med stor informasjonsdybde. Avisen har grundig inkludering av alle partiene, på tross av ulikt antall partiomtale. Adresseavisen har en andel på 54 prosent med svært grundig dekning, mens 33 prosent ble dekket med nokså grundig underbyggelse av politikken. 13 prosent er uten politisk argumentasjon. Dette er noe mer enn for Aftenposten, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad.

Nordlys

Nordlys hadde noen færre artikler med substans enn de fleste andre abonnentsavisene, men avisen hadde likevel nokså god informasjonsbredde. Sammenliknet med de andre abonnementsavisene, er graden av grundig politisk redegjørelse en del mindre, og Nordlys plasserer seg dermed mellom løssalgsavisene og de øvrige abonnementsavisene når det gjelder informasjonsdybden. Andelen uten grundighet er større, og Nordlys har større andel med nokså grundig enn svært grundig underbyggelse av politiske argumenter.

Tabell 23. Prosentfordeling for saksfelt. Nordlys.

Saksfelt	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Distrikt	24	34	41	100	29
Samferdsel	25	36	39	100	28
Justis- asyl	35	50	15	100	26
Skole-utdanning	13	63	25	100	24
Økonomi	10	75	15	100	20
Utenriks	15	77	8	100	13
Helse-omsorg	8	67	25	100	12
Mat-landbruk		88	13	100	8
Energi		80	20	100	5
Kultur			100	100	4
Arbeid-sosial			100	100	1
Flere saksfelt			100	100	1
Klima-miljø			100	100	1
Totalt	18 (31)	53 (92)	28 (49)	100	172

Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 172). Absolutte tall i parentes.

Slik vi ser av tabell 23 har fem saksfelt flest partiomtaler. Som andel dannes et skille mellom saksfeltene med mange omtaler og de med færre. Mat og landbruk, energi, kultur, arbeid og sosial, kategorien med flere saksfelt og klima og miljø har størst andel grundig omtale; med mat- og landbrukspolitikk som har flere omtaler enn de andre. Justis- og asylpolitikk har størst andel uten grundig omtale, og også samferdsel og distrikt har forholdsvis stor andel i denne kategorien. I absolutte tall ser derimot mønsteret annerledes ut. På grunn av mange partiomtaler, kommer samferdsel og distrikt grundigst ut, i tillegg til helse og omsorg. Samtidig har samferdsel og distrikt også flest omtaler uten grundighet, etter justis- og asylpolitikk som har størst antall uten grundighet.

Tabell 24. Prosentfordeling for parti. Nordlys.

Parti	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Sum	N =
Arbeiderpartiet	24	44	31	100	45
Høyre	15	56	28	100	39
FrP	11	67	22	100	27
SV	19	59	22	100	27
Senterpartiet	21	43	36	100	14
Venstre	22	33	44	100	9
KrF	20	60	20	100	5
Rødt		75	25	100	4
MdG		50	50	100	2
Totalt	18 (31)	53 (92)	28 (49)	100	172

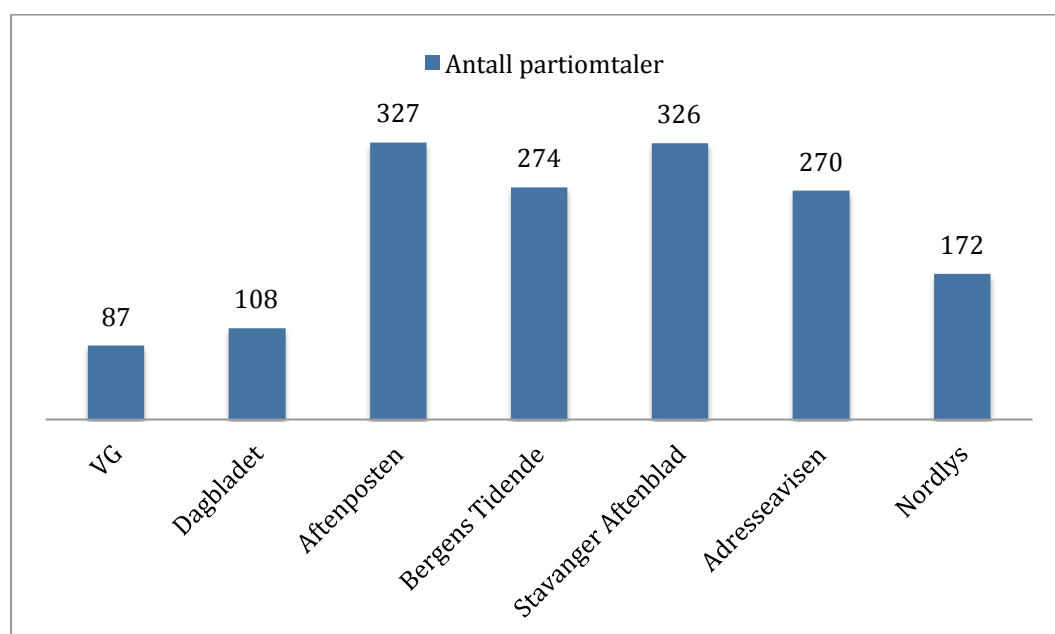
Totalprosenten utgår fra grandtotal (N = 172). Absolutte tall i parentes.

Arbeiderpartiet og Høyre er mest omtalt, deretter FrP og SV. Med unntak av Senterpartiet som får noe mer omtale, dannes det et skille mellom disse partiene og de øvrige, som er lite omtalt. KrF får relativt beskjeden omtale i Nordlys sammenliknet med andre aviser. Rødt og MdG har størst andel med grundig omtale. Andelen uten grundig redegjørelse er nokså stor for alle partiene med unntak av MdG og Rødt, og andelen er størst for Arbeiderpartiet. I absolutte tall har Arbeiderpartiet og Høyre grundigst omtale, deretter Frp og SV. Arbeiderpartiet er i tillegg oftest omtalt uten grundighet, en tendens vi også har sett i de fleste andre aviser.

Nordlys er den abonnementsavisen som har lavest antall partiomtaler, og det ser ut til at dette også er med på å gi mindre grundighet i absolutte tall enn vi så for de andre abonnementsavisene. Som nevnt har Nordlys lavere andel med svært grundig dekning, i 28 prosent, mens politikken underbygges oftere nokså grundig, i 53 prosent. Sammenliknet med de andre abonnementsavisene, skiller Nordlys seg ut med å ha størst andel i kategorien med nokså grundig argumentasjon. Nordlys har også en forholdsvis større andel uten grundighet, i 18 prosent av omtalen. Når det gjelder informasjonsdybde ligger Nordlys faktisk nærmere VG og Dagbladet i andel, men avisen har et større antall partiomtaler enn begge løssalgsavisene. Dermed kommer Nordlys bedre ut i absolutte tall.

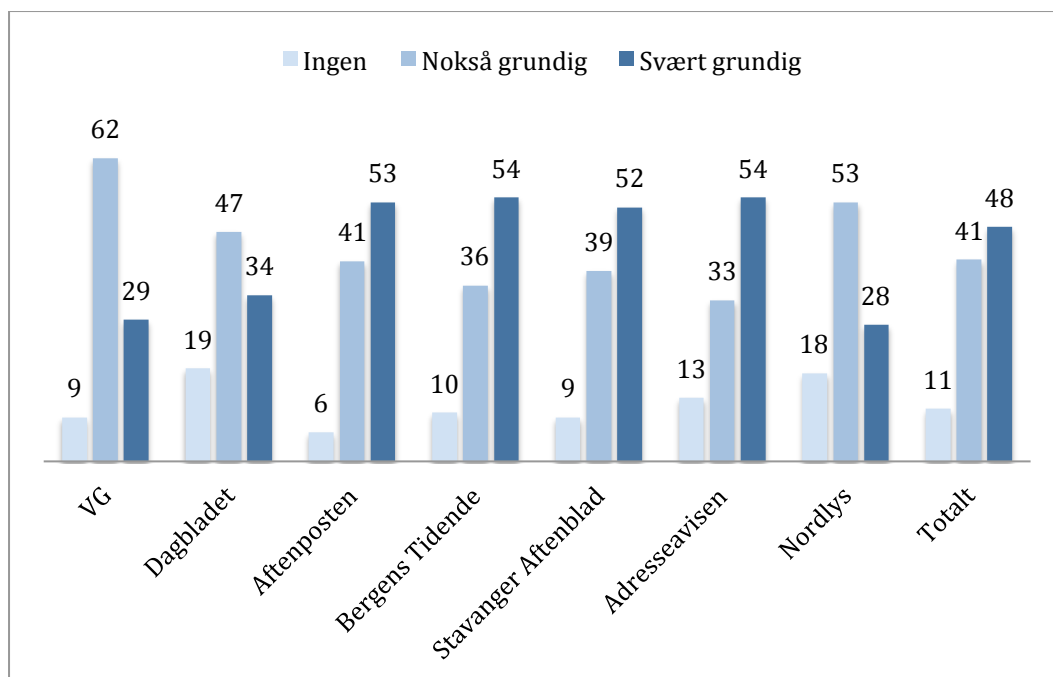
4.3 Avisenes informasjonsdybde under ett

Jeg har hittil beskrevet graden av grundig partiomtale i det politiske innholdet; fordelingen for saksfelt og parti, avis for avis. Jeg har vist at det er forskjell mellom avisene, og at abonnementsavisene hadde flere partiomtaler, og større grad av grundig redegjørelse av politikken enn hva løssalgsavisene hadde. Nordlys ble derimot plassert midt i mellom. Jeg vil herunder redegjøre for avisenes grundighet innen saksfelt og for partiene under ett, og sammenlikne avisene. Underveis vil jeg ta for meg antakelsene jeg gjorde rede for innledningsvis.



Figur 11. Antall partiomtaler i de 576 substansielle artiklene. Alle aviser.

Figur 11 viser forskjellene mellom avisene i antall partiomtaler i artiklene med politisk substans. Aftenposten og Stavanger Aftenblad har flest partiomtaler, etterfulgt av Bergens Tidende og Adresseavisen. Nordlys har en del færre partiomtaler i de utvalgte artiklene, noe som bidrar til at andelene jeg har redegjort for ikke har like stort antall å basere seg på – dette kan bidra til å svekke informasjonsdybden. Dagbladet og VG har færrest partiomtaler, noe som kan ses i sammenheng med langt færre substansielle artikler. Figuren illustrerer hvordan tallgrunnlaget mellom avisene varierer. Dette er et viktig perspektiv å ha med seg i analysen av avisenes informasjonsdybde. Med dette in mente vil jeg nå gå inn på fordelingen i hver avis, og se hvor grundig avisene har omtalt den politiske substansen, for parti og innen saksfelt. Deretter vil jeg se på fordelingen for sak og parti i avisene under ett.



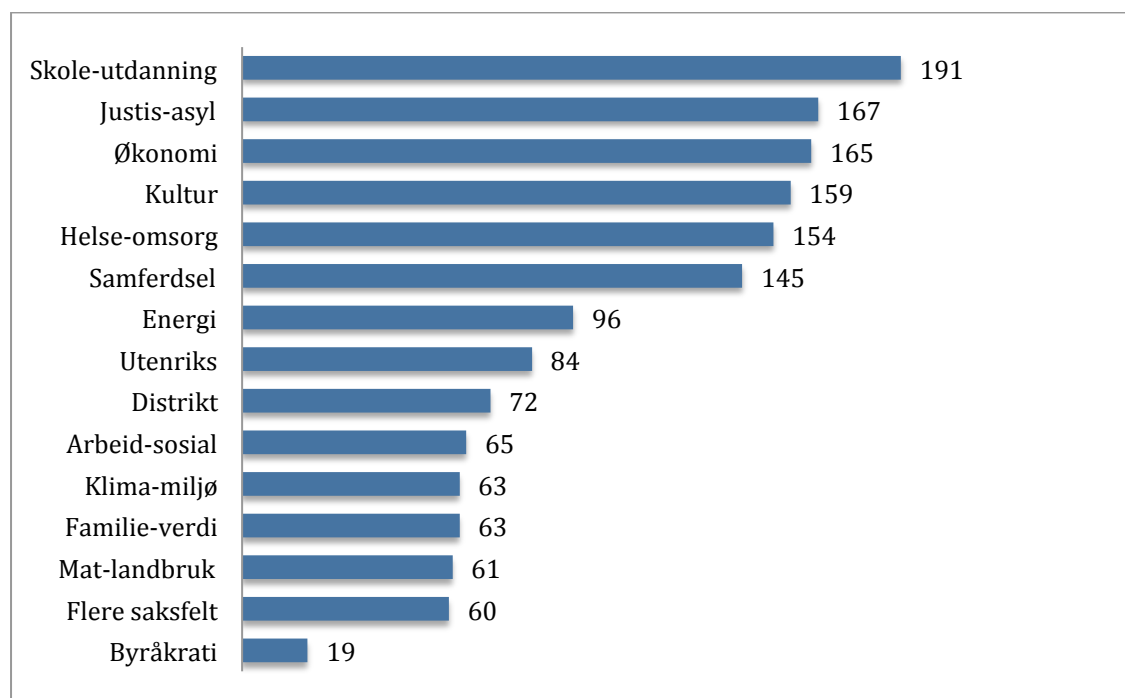
Figur 12. Grad av grundighet, prosentvis fordeling. Alle aviser.

Av figur 12 kommer det fram at nesten 50 prosent av avisenes omtale om sak og parti er vurdert som svært grundig. Samlet er 89 prosent av dekningen på tvers av avisene dekket nokså grundig eller svært grundig. Avisenes dekning er med andre ord preget av god informasjonsdybde. Selv om det er forskjeller mellom avisene, kan dette tyde på at antakelse én får støtte; avisene bidrar med grundig politisk omtale. Av redegjørelsen og figuren over ser vi imidlertid at abonnementsavisene har grundigere partiomtale enn løssalgsavisene. Aftenposten og Stavanger Aftenblad grundigst, både med tanke på antall ganger partier er omtalt nokså eller svært grundig, og innen et bredt spekter av saksfelt, mens Bergens Tidende og Adresseavisen har vel så god dekning med grundighet når vi ser på andelene innad i avisene. Nordlys er abonnementsavisen som kommer svakest ut i analysen om informasjonsdybden. Dette ser vi ved at Nordlys dekker politikken nokså grundig i større grad enn svært grundig, og at andelen uten grundig omtale er større.

Av alle avisene i utvalget, har løssalgsavisene VG og Dagbladet minst grundig omtale. Dette var som antatt; selv om det prosentvis ikke viser like stor forskjell, er tallgrunnet i tillegg betydelig lavere som jeg nevnte i tilknytning til figur 11. Likevel, VG har nokså lav andel uten grundighet, og ligger under totalandelen i denne kategorien. Det er Dagbladet og Nordlys som har høyest andel uten politisk grundighet. Løssalgsavisene, sammen med Nordlys, omtaler kategorien nokså grundig i større grad enn svært grundig, til forskjell fra

abonnementsavisene. Det betyr at antakelse to får støtte ettersom løssalgsavisene har lavere grad av grundighet enn abonnementsavisene.

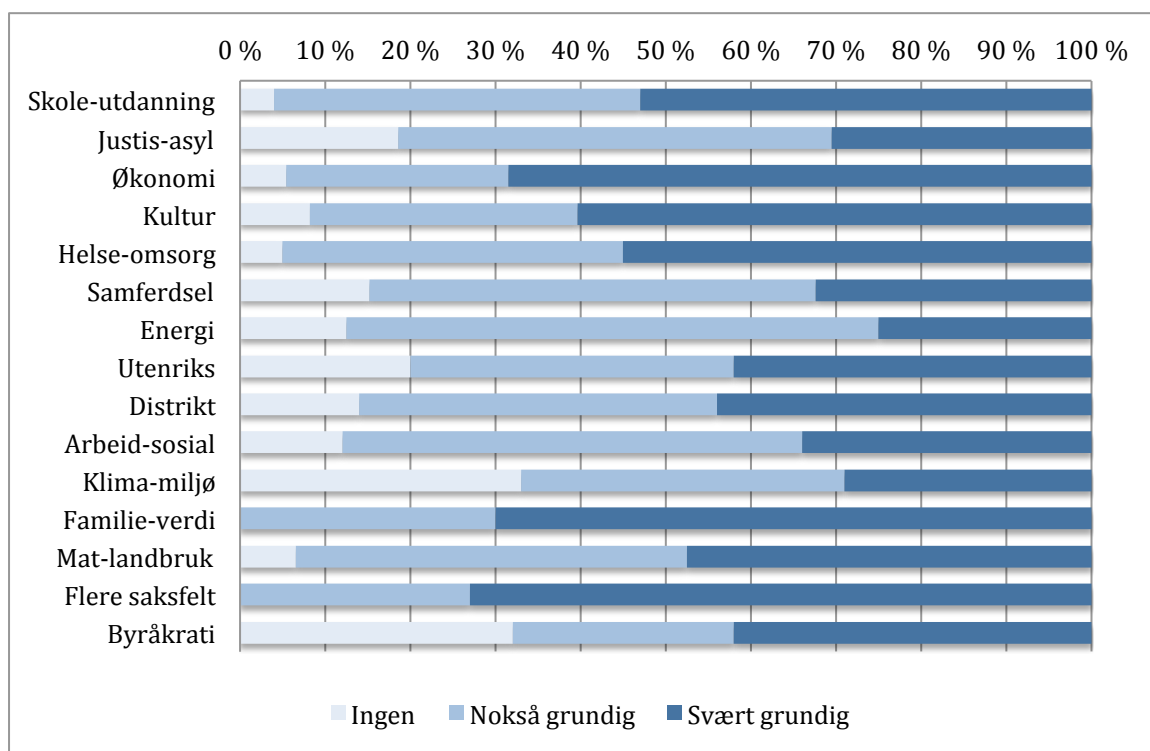
Løssalgsavisene har store bilder og illustrasjoner som tar opp mye plass, og ser ut til å gå på bekostning av teksten og informasjonsdybden. Som nevnt tidligere, hadde også VG og spesielt Dagbladet mange artikler med et episodisk format. Enkelthistorier og -situasjoner var ofte grunnlaget for artikkelen, og dette gikk ofte på bekostning av grundig politisk redegjørelse. Dette gjaldt også Nordlys til en viss grad. Selv om de øvrige abonnementsavisene også hadde innslag av episodiske tolkningsrammer, så koplet disse avisene i en større grad politikken til situasjonen eller episoden, slik at artiklene likevel fikk mer tematisk preg. Det at løssalgsavisene har mer episodisk format enn abonnementsavisene, synes å virke negativt på grundig dekning. Til sammenlikning hadde abonnementsavisene mer tematiske artikler med grundigere argumentasjon og grundig underbyggelse av politiske argumenter. At løssalgsavisene hadde færre artikler og færre partiomtaler, synes også å gi mindre grundig partiomtale og informasjonsdybde.



Figur 13. Antall partiomtaler innen hvert saksfelt. Alle aviser.

Figur 13 viser antallet partiomtaler for hvert saksfelt i avisene som helhet. Skole- og utdanningspolitikk har flest partiomtaler. Som vi ser av søylene, har seks saksfelt relativt mange flere partiomtaler enn de øvrige. Dette er også de saksfeltene som var dekket i størst

grad, som vist i kapittel tre; mønsteret er nesten tilsvarende informasjonsbredden. Deretter er det åtte ulike saksfelt med færre partiomtaler, etterfulgt av byråkrati, som har betydelig færre partiomtaler. Hvor hyppig dekningsen av saksfeltene er, følger antall partiomtaler i stor grad. Andelen med grundig omtale følger derimot ikke samme rekkefølge, men i absolutte tall er mønsteret nokså likt. Figur 14 viser nyansene i dekningsen; hvordan fordelingen innen hvert saksfelt ser ut. Jeg vil begynne med å ta for meg andelene innen hvert saksfelt, før jeg trekker inn mønsteret for absolutte tall (tabell i vedlegg A). Ettersom dette viser ulike tendenser, ser jeg det som nødvendig å kommentere begge, slik jeg også har gjort for hver enkelt avis tidligere i kapitlet.



Figur 14. Prosentvis fordeling for hvert saksfelt. Alle aviser.

Saksfeltet som kommer best ut med tanke på grundig omtale, er familie- og verdipolitikk, i tillegg til kategorien med flere saksfelt. Kategoriene har ingen omtaler uten grundighet, og er i tillegg oftest omtalt svært grundig. Disse har dermed stor informasjonsdybde. Økonomi er grundigst dekket av de mye omtalte sakene, med kultur og helse- og omsorgspolitik og skole- og utdanningspolitikk rett bak. Justis- og asylpolitikk er derimot dekket mindre grundig, ettersom andelen med omtaler uten grundighet er relativt stor, og mer av dekningsen er nokså grundig omtalt mer enn svært grundig. Den noe svakere verdien om justis- og asylpolitiske artikler er en tendens jeg har vist til gjennom hele analysen, da mye av

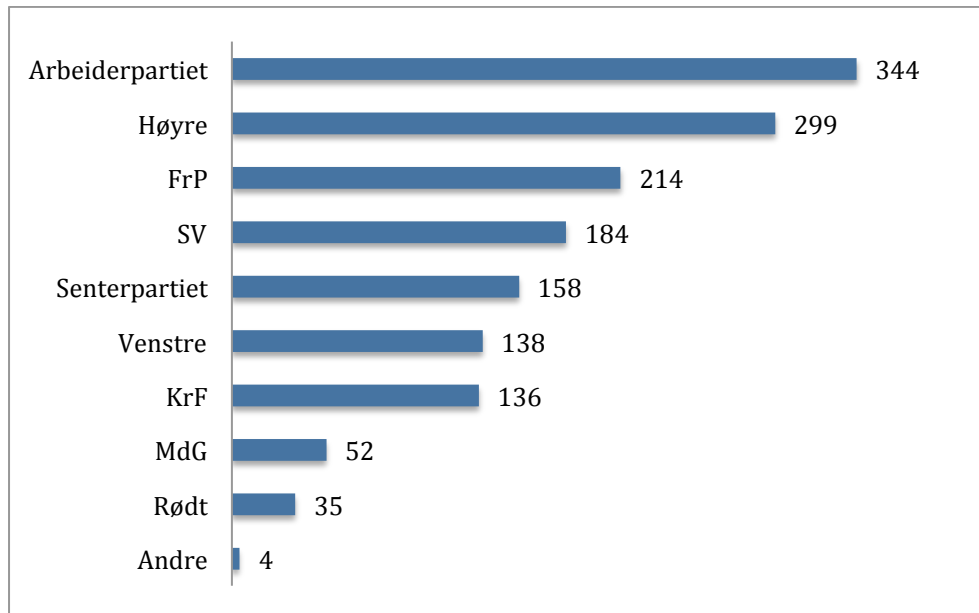
dekningen er i et episodisk format. Klima- og miljøpolitikk, i tillegg til byråkrati, har størst andel omtale uten grundighet.

Det viste seg imidlertid at graden av grundighet som andel innad i saksfeltene ikke følger rekkefølgen til antall omtaler eller hyppighet. Flere av de mindre hyppige saksfeltene er grundigere omtalt. I absolutte tall er derimot de mest omtalte og de hyppigst dekkede saksfeltene, også i større grad de grundigste (se tabell 26 i vedlegg A). Skole- og utdanning har grundigst omtale, deretter økonomi. Sistnevnte var imidlertid ikke dekket like ofte som flere av de andre saksfeltene (se figur 9 i kapittel tre). Justis- og asylpolitikk var mindre grundig omtalt enn graden av hyppighet og antall omtaler skulle tilsi. Likevel, saksområdet er relativt grundig omtalt i absolutte tall. Dette kan henge sammen med at VG og Dagbladet, i tillegg til Aftenposten dekket saksfeltet ofte, men det viste seg å ikke ha like grundig omtale. Med unntak av omtalene om byråkrati, som var lite dekket og omtalt, kommer klima og miljø dårligst ut om grundighet i absolutte tall.

Jeg hadde en antakelse om at de hyppigst dekkede sakene som jeg redegjorde for i kapittel tre, ville være de saksfeltene med flest partiomtaler og de grundigst omtalte saksfeltene, da det er flere artikler. Dette stemmer til en viss grad. I absolutte tall er det stort sett samsvar. De hyppigst dekkede, er også de med flest partiomtaler og flest antall med grundig omtale. De mindre dekkede saksfeltene, er også de saksfeltene som er omtalt i minst grundig grad i absolutte tall, derimot ikke som andeler, slik tabellene (25 og 26) i vedlegget illustrerer. Saksfelt som er mindre dekket og omtalt med parti, er grundigere i fordelingen av omtalene. Delvis støtter disse funnene antakelse tre; de hyppigst dekkede saksfeltene er også grundigst i absolutte tall, og omvendt for de mindre omtalte sakene. Som andel grundig omtale er de mindre dekkede saksfeltene imidlertid grundigere omtalt.

Dette er resultatet for avisene som helhet. Det er unntak i helhetsbildet, noe som gjør at antakelse tre bare delvis får støtte. Eksempelvis omtales økonomi grundigere enn andre felt som ble dekket hyppigere, og omvendt for blant annet justis- og asylpolitikk som var ett av de hyppigst dekkede feltene, men som har noe mindre grundighet enn de andre hyppig dekkede saksfeltene. Innen de ulike avisene fant jeg motstridende tendenser. Det er bare Aftenposten og Bergens Tidende som mer eller mindre hadde samsvar i graden av hyppighet og grundighet i saksfeltene. Adresseavisen hadde saksfelt med grundighet som både var hyppige og mindre hyppige omtalte saksfelt. VG, Dagbladet, Stavanger Aftenblad og

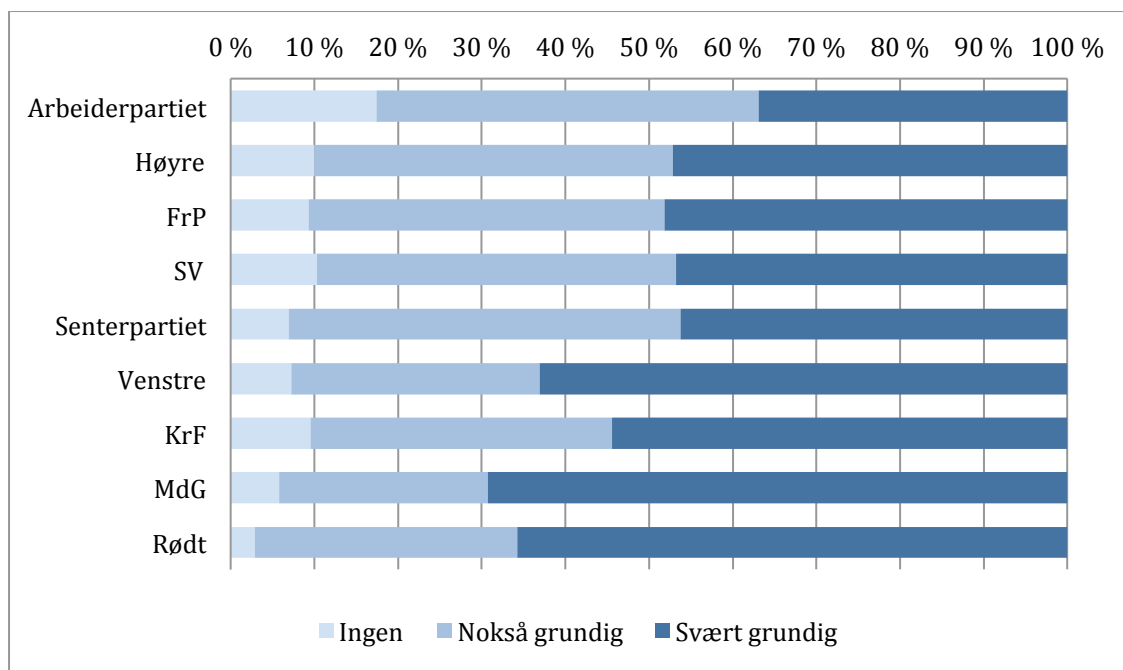
Nordlys fulgte heller ikke graden av hyppighet like mye. Jeg vil nå redegjøre for resultatene for hvordan partiomtalene fordeler seg med tanke på grundighet i en sammenlikning mellom partiene.



Figur 15. Antall omtaler for hvert parti. Alle aviser.

Figur 15 viser antall partiomtaler for hvert parti i avisene sett under ett. Arbeiderpartiet og Høyre har flest omtaler, mens MdG og Rødt har færrest. I redegjørelsene for hver avis har det vist seg at et større antall partiomtaler ikke nødvendigvis betyr grundigere omtale, i alle fall ikke i fordelingen som andel for hvert parti, noe jeg vil komme tilbake til. I absolutte tall derimot, følger graden av grundighet også antallet partiomtaler i større grad, ettersom det er flere omtaler.

En fjerde antakelse jeg hadde for analysen, var at de hyppigst omtalte partiene, de største, også var partiene som fikk redegjøre grundigst for sin politikk. Denne antakelsen får delvis støtte. I absolutte tall kan dette stemme, da de større partiene får mest og grundigst omtale. I antall partiomtaler fikk Høyre og Arbeiderpartiet oftest omtalt sin politikk med grundighet. Høyre får så vidt mer enn Arbeiderpartiet selv om Arbeiderpartiet fikk mest dekning i valgkampen. De mindre partiene, og spesielt SV, får underbygge sin politikk grundig og følger med dette samme tendens som med informasjonsbredden. Som andel av den omtale som partiene imidlertid får, gir ikke antakelsen støtte. Dette ser vi av tabell 16. Jeg vil derfor redegjøre nærmere for fordelingen som andel for hvert parti.



Figur 16. Prosentvis fordeling av partiomtalene for hvert parti. Alle aviser.

Figur 16 viser nyanseforskjellene i fordelingen for hvert parti etter andel av grundig omtale. Tendensen er at andelen med svært grundig omtale er større for de partiene som er mindre omtalt; denne er størst for MdG, Rødt, Venstre og KrF. Arbeiderpartiet har samtidig størst andel uten grundighet. Dette kan henge sammen med at Arbeiderpartiet er regjeringsparti og ofte omtalt i artikler der det ikke er fokus på partiets politikk men på saker og hendelser der partiet nevnes som regjeringspartner og med inneværende statsrådsposisjoner. Dette gjelder i større grad for Arbeiderpartiet enn for regjeringspartnerne SV og Senterpartiet. Figuren viser at mye omtale ikke er ensbetydende med tilsvarende andel grundig dekning. Arbeiderpartiet har større andel omtale nokså grundig enn med omtale der partiet får argumentere svært grundig for sin politikk. Både Høyre og FrP får argumentere svært grundig med større andel. Faktisk er den prosentvise fordelingen for hvert parti bedre for alle andre partier enn for Arbeiderpartiet, og Arbeiderpartiet er også partiet som prosentvis er dekket i størst grad uten grundig underbyggelse. Det er ikke slik at jo mindre dekning det er, desto mindre er andelen grundig omtale. I prosentfordelingen ser vi at jo sjeldnere et parti er omtalt, desto større er andelen grundig omtale. Det skal nevnes at antallet er særdeles lavere for de minste partiene, men de mindre partiene får utdype sin politikk grundig når de er omtalt. Dette er positivt for de mindre partiene, selv om de inkluderes sjeldnere.

4.4 Avisenes partiotale i et demokratisk perspektiv

I dette kapitlet har jeg redegjort for hvor grundig avisene har omtalt den partipolitiske argumentasjonen og redegjørelsen innen de aktuelle saksfeltene og for partiene. Helhetsbildet av avisene viser at deknningen var grundig, med nærmere 90 prosent av partiotale i nokså eller svært grundig grad, mens 48 prosent alene var omtalt svært grundig. Dette varierer imidlertid mellom avisene. Samtidig fikk visse saksfelt og visse partier grundigere underbyggelse av politikken enn andre.

Til en viss grad fulgte funnene tendensen jeg også fant med tanke på informasjonsbredde; antakelsene jeg innledet med, får delvis støtte. Helhetsbildet viser grundighet (antakelse én), med løssalgsavisene i mindre grad enn abonnementsavisene (antakelse to). I absolutte tall samsvarte graden av hyppig dekning og grundig omtale nokså godt, imidlertid ikke som andel (antakelse tre). I visse aviser var det ikke slik at hyppig dekkede saksfelt hadde størst grad av grundighet, mens andre fulgte rekkefølgen i større grad. Noen saksfelt ble grundigere dekket enn antatt, eksempelvis familie- og verdipolitikk og økonomi, og noen mindre grundig enn antatt, blant annet justis- og asylpolitikk. Antakelse tre får dermed bare delvis støtte. Det samme gjelder om partienes grad av grundig redegjørelse (antakelse fire). De største partiene omtales mest og grundigst, men som andel av omtale for hvert parti, kommer de mindre partiene bedre ut. Ikke alle antakelsene får med dette entydig støtte. Graden av grundighet er imidlertid nokså stor på tvers av avisene, og jeg vil med dette konkludere med at avisene som helhet omtaler politikken grundig.

Grundig omtale av partienes politikk på ulike saksfelt kan bidra til mer opplyste velgere, slik at de kan fatte et demokratisk valg basert på kunnskap. Dette er både med på å gi valget og demokratiet legitimitet, samtidig som det styrker folkestyret. Som Dahl (2000) beskriver, er opplyst forståelse et kriterium som bør være tilstede for å kunne oppnå et fullverdig demokrati. Norske aviser omtaler politikkenes alternativer med god informasjonsdybde, samme tendens som vises om informasjonsbredde. Dermed kan det tyde på at utviklingen har gått i retning av mer opplysende mediedekning. Denne tråden vil jeg komme nærmere tilbake til i det neste kapitlet. Da vil jeg knytte empirien om informasjonsverdien tettere til det demokratiske perspektiv og til diskusjonen jeg begynte i kapittel én om medienes rolle og utvikling, sett i lys av avisenes marginalisering og medienes fragmentering.

5 Norske aviser – bedre enn sitt rykte?

5.1 Medienes rolle i demokratiet

”Mediene lever av å underholde sitt publikum, politikerne vil påvirke velgere. Bare sekundært er de opptatt av om de bidrar til å gi publikum viktig, riktig og fyllestgjørende informasjon” (Jenssen og Aalberg 2007: 258).

Den rådende oppfatning bærer preg av at mediene er mer opptatt av sensasjon enn av opplysning, slik også sitatet over tilsier. I det moderne samfunnet har mediene tatt på seg en aktiv rolle som politiske informasjonsformidlere hvor de er med på å sette den politiske dagsordenen. Samtidig er velgerne avhengige av den informasjonen og formidlingen som mediene bidrar med for å oppnå kunnskap om de politiske alternativene. Opplyst forståelse og informert kunnskap er nødvendig for at en velger skal fatte et bevisst politisk valg, som ambisjonen jo er i et demokratisk system. For å oppnå et fullverdig og legitimt demokrati, er det derfor et prinsipp at velgerne må kunne få god informasjon om politikken: ”Within reasonable limits as to time, each member must have equal and effective opportunities for learning about the relevant alternative policies and their likely consequences” (Dahl 2000: 38). I denne analysen har jeg utfordret tanken om at mediene ikke oppfyller dette kravet. I lys av den senere tids utvikling, der internetbaserte og sosiale medier utfordrer tradisjonelle medier med henhold til dekningen av politiske spørsmål, er det interessant å finne svar på følgende problemstilling:

1. *Hvordan, og i hvilken grad ga papiravisene et godt informasjonsgrunnlag for norske velgere i perioden før stortingsvalget i 2013?*

Som Campbell (1960: 39) beskriver,¹⁴ er bildet velgeren har av politikken, nøkkelen til å forstå det valg som gjøres i valglokalet. Ettersom mediene er med på å skape den politiske forståelsen, er deres rolle og innhold dermed av avgjørende betydning for demokratiet. Litteraturen på feltet beskriver hvordan økt konkurranse og medialisering av politikken har ført til at medienes politiske dekning har gått i retning av økt fokus på spill, snarere enn mer

¹⁴ Se utsagn i innledningen, kapittel én.

informerende dekning om de politiske standpunkt, løsninger og alternativer (Broh 1980: 515; Jenssen og Aalberg 2007: 253). Denne utviklingen har også vært synlig i Norge, blant annet fordi mediene over tid har blitt stadig mer selvstendige aktører som konkurrerer om publikums oppmerksomhet. Samtidig har digitalisering skapt et mer fragmentert mediebilde og en mer splittet offentlighet (NOU 2003: 48). Internettbaserte medier har utviklet seg til å bli et viktig medium for velgerne (Hestvik 2004: 230), og spesielt sosiale medier har gjort sitt inntog som arena for politiske meninger (Karlsen 2011: 55). Dette har blant annet vært med på å marginalisere den rolle de tradisjonelle mediene som TV, radio og papiraviser har hatt som politiske informasjonsformidlere. Debatten foregår på flere arenaer og gjennom ulike kanaler parallelt. Mitt bidrag tar for seg avisens informasjonsverdi i lys av denne utviklingen.

Problemstillingen fordrer en drøfting av innholdet og formidlingens informasjonsverdi før et demokratisk valg. Dette må ses i lys av den utviklingen jeg har redegjort for, både med tanke på økt konkurranse, medienes fragmentering og marginalisering av papiravisene. Men først vil jeg redegjøre for de empiriske funn jeg har presentert tidligere i oppgaven.

5.2 Stortingsvalgkampen i 2013

Jeg har utført en innholdsanalyse av syv norske avisers valgkampdekning fram mot stortingsvalget i 2013, og undersøkt hvor mye av innholdet som tok for seg spillet, og hvor stor andel som dreide seg om politikkenes substans. Jeg har studert graden av informasjonsbredde – hvilke og hvor mange sakfelt og partier avisene satte på dagsorden. Jeg har også undersøkt graden av grundighet i omtalen av partiene, informasjonsdybden. Resultatene fra analysen kan oppsummeres i følgende punkter:

- Avisene dekket politisk substans (61 %) mer enn spillet (39 %); løssalgsavisene VG og Dagbladet dekket spillet betydelig mer enn abonnementsavisene.
- Avisene dekket et mangfold av politiske saker; abonnementsavisene noen flere enn løssalgsavisene, og abonnementsavisene hadde flere artikler med politisk substans.

- De viktigste sakene for velgerne var også de sakene som oftest ble satt på dagsorden; helse- og omsorgspolitik, justis- og asylpolitikk, skole- og utdanningspolitikk. Mange partier ble omtalt i saksfeltene, og spesielt Arbeiderpartiet, Høyre og FrP.
- Saksfelt som klima og miljø, mat og landbruk, distrikt og familie- og verdspørsmål var relativt lite på dagsorden. Partiene med disse hjertesakene (Senterpartiet, SV, Venstre, KrF og MdG) fikk dermed mindre omtale om sine viktigste saker.
- Det var variasjon i hvilke saker avisene viet mest oppmerksomhet. Mye av dekningen av saksfeltene bar preg av å være lokalt og regionalt forankret.
- Avisene dekket saksfeltene og partienes standpunkter på en grundig måte i nesten 90 prosent av tilfellene. Løssalgsavisene hadde færre partiomtaler og var mindre grundige enn abonnementsavisene.
- Arbeiderpartiet, Høyre og FrP fikk mindre prosentvis omtale enn valgoppslutningen, selv om disse partiene var omtalt oftest. Dette var partiene med størst antall grundig omtale. De mindre partiene hadde mer omtale enn valgoppslutning, og dekningen var grundig i tilfellene der de var inkludert. Andelen var grundigst for Venstre og MdG, og svakest for Arbeiderpartiet.

Ut fra funnene har jeg konkludert med at avisene under ett bidro med god informasjonsbredde og informasjonsdybde, og dermed med et godt informasjonsgrunnlag for velgerne. Dette vil jeg diskutere nærmere i dette kapitlet.

5.3 Avisenes demokratiske verdi

Som nevnt er velgerne avhengige av informasjon fra mediene før de fatter sitt valg. Dette bidrar til at deres formidling kan være avgjørende for demokratiet og for valgets utfall. Mediene har ikke noe formelt ansvar for å sørge for opplyste velgere. De er ikke en del av den parlamentariske styringskjede og mange mener at det derfor stilles for strenge krav til mediene (Jenssen og Aalberg 2007: 246). Selv om de er uavhengige og ikke *må* bidra med spesifikk kunnskap, har de likevel stor påvirkningskraft noe som gjør at det likevel er interessant å studere deres politiske informasjonsformidling til velgerne. Inspirert av Asp

(1986) sitt rammeverk om et godt informasjonsgrunnlag, hevder jeg at dersom avisenes informasjon er bred og dyp, bidrar avisene positivt til velgernes opplyste forståelse og fungerer dermed som en aktør for demokratiet. Som helhet vil jeg hevde at avisenes formidling beriker demokratiet og at avisene som aktør er med på å informere velgerne om politikkenes alternativer og politiske bilde. Avisene satte et mangfold av saksfelt og partier på dagsorden i løpet av valgkampen, de hadde god informasjonsbredde. Samtidig var det relativt grundig partiomtale, og avisene bidro dermed også med god informasjonsdybde. Region- og abonnementsavisene kom imidlertid bedre ut enn riks- og løssalgsavisene.

5.3.1 Mediernes kontroll over dagsorden

Mediene har kontroll over dagsorden. Dette innebærer at mediernes dagsorden også blir publikums dagsorden (McCombs m.fl. 1997). Samtidig har mediene kontroll over hvilke assosiasjonseffekter og tolkningsrammer som benyttes i deknningen og som gjerne videreføres til publikum (Dearing og Rogers 1996). Med assosiasjonseffekter menes hvilke kriterier velgerne baserer sine politiske vurderinger av partier og politikere på, mens tolkningsrammer antas å påvirke hvordan velgerne ser på og forholder seg til politikken. Med dette rammeverket er det interessant å studere hvilke saker og partier som omtales, om de omtales hyppig og grundig innen de sakene som er viktigst for det aktuelle parti og om visse saker og partier er ekskludert fra avisenes formidling. Dette fordi ”det bildet mediene tegner av politikken, blir politiske realiteter i sin konsekvens” (Jenssen og Aalberg 2007: 250).

Ut ifra hvilke saker som er ansett som viktige for velgerne, dekker avisene de relevante sakene i valgkampen 2013. De hyppigst dekkede saksfeltene var de samme som har gått igjen som mye dekket over tid; helse- og omsorgspolitik, justis- og asylpolitikk og skole- og utdanningspolitikk (Aardal og Karlsen 2011: 134). Valgkampen i 2013 har dermed ikke endret seg nevneverdig fra tidligere valg, selv om det gjenstår å se hva valgundersøkelsen fra 2013 påviser. Alle partiene kommer nokså ofte til orde på de hyppigst dekkede saksfeltene. I absolutte tall var det Arbeiderpartiet og Høyre, til dels også FrP, som var oftest og grundigst omtalt. Disse var til gjengjeld også partiene som hadde flest omtaler uten grundighet. Det var noen saksfelt som ble omtalt i mindre grad, som for eksempel miljø- og klimapolitikk, mat- og landbrukspolitik og familie- og verdspørsmål. Dette er saksfelt der de mindre partiene som SV, Senterpartiet, Venstre, KrF og MdG har sine kjernesaker og inneværende sakseierskap. Disse partiene var relativt ofte og grundig omtalt når det gjaldt både disse

sakene og andre, men som nevnt var partienes kjernesaker satt på dagsorden nokså sjelden. Av de lite dekkede saksfeltene jeg nevnte over, så er miljø- og klimapolitikk et saksfelt der SV, Venstre og MdG har sakseierskap eller hjertesak, familie- og verdispørsmål er viktig for KrF og mat- og landbrukspolitikk er et felt der Senterpartiet har sakseierskap. At disse saksfeltene var lite satt på dagsorden, var dermed ikke fordelaktig for disse partiene. Da kreves det at velgerne selv setter seg nærmere inn i partienes politikk gjennom andre kanaler. Mens blant annet familie- og verdipolitikk var formidlet med svært grundig partiomtale, viste spesielt klima- og miljøpolitikk seg å være lite grundig omtalt, sammenliknet med de andre saksfeltene. Jeg vil dermed hevde at klima- og miljøpolitikk var ett av de saksfeltene som var svakest formidlet, på tross av at saksfeltet anses som viktig for velgerne.

Journalistrollen blir stadig referert til som populistisk og at journalistene ofte opptrer som ”flokkdyr” (Allern 2001a); at journalistene jager de samme sakene og politikerne. Jeg ønsker ikke å utfordre teorien om dette fenomenet, men jeg har likevel lyst til å diskutere dette opp mot empirien av denne analysen. I undersøkelsen ser vi at ulike aviser har fokusert på forskjellige saksfelt i ulik grad. Selv om de ”vanlige” saksfeltene som skole- og utdanning, helse- og omsorg og justis- og asylpolitikk gikk igjen som hyppige temaer i avisene, hadde avisene likevel ulik grad av fokus på de forskjellige saksfeltene. Mens Aftenposten var spesielt opptatt av å dekke økonomi, fokuserte VG blant annet relativt mye på samferdsel, Dagbladet på arbeids- og sosialpolitikk, og Bergens Tidende og Adresseavisen på kulturpolitikk. Sistnevnte fokuserte også på mat- og landbrukspolitikk, Stavanger Aftenblad blant annet på energipolitikk mens Nordlys fokuserte mer på distriktpolitikk enn de øvrige. Dette var gjerne basert på både geografisk forankrede saker, og inkluderte gjerne regionale, politiske kandidater. Spesielt regionavisene påvirkes av kontekstuelle forhold. Dette mener jeg at bidrar til å nyansere tendensen om at journalistene jager i flokk. Samtidig så jeg at visse saker fikk mye oppmerksomhet etter at de var satt på dagsorden, slik at det dannet seg en selvforsterkende effekt på disse saksfeltene. Flere aviser dekket de samme sakene ved flere anledninger. For å ta kulturpolitikk som eksempel, så fikk saksfeltet hyppig omtale i flere aviser etter at den daværende rødgrønne regjeringen la fram sitt *kulturloft* for kommende budsjettår (2014). Dette bidro til at andre partier også ble inkludert i artikler om kulturpolitikk, og saksfeltet ble med dette både hyppig og grundig dekket i flere aviser. Når saksfeltet hadde kommet på dagsorden, ble kulturpolitikk ett av de mest omtalte saksfeltene i flere av analysens aviser.

Kulturpolitikk fungerer også som eksempel på at politikerne selv var med på å sette dagsorden, ettersom den rødgrønne regjeringen valgte å gå ut med en av sine budsjettposter før tiden. I de redigerte mediene er det redaksjonene som velger hva som publiseres og ikke, og regjeringens *lekkasje* av kultursatsingen synes derfor å ha vært et strategisk riktig valg fra den rødgrønne regjeringen. Partiene oppnådde omtale på et saksfelt som både er lite betent og lite personlig for befolkningen for øvrig. Omtalen var stort sett positiv, og kritikken var primært rettet mot de borgerlige partiene, gjerne fra kultursektoren. Dette kan virke som et eksempel der politikerne selv har vunnet synlighet i mediene, og der regjeringen brukte de tradisjonelle mediene som kanal.¹⁵ Dette eksemplet representerer politikernes avhengighet og derfor deres evne til å gjøre en sak interessant for mediene. Dette kan knyttes til Asp (1986: 361) sin betegnelse om en *medialiseringsspiral*, altså konkurransen mellom journalister og politikere i å vinne kontroll og adgang til publikum.

I dette eksemplet ser regjeringens strategi om å få satt sin kultursatsing på dagsorden ut til å ha virket tilsynelatende godt. I andre tilfeller har nok ikke nyhetsverdien vært stor nok for avisene til at de har gitt en partipolitisk initiert sak like mye plass. I disse situasjonene kan for eksempel sosiale medier fungere godt for å få oppmerksomhet. Det er som nevnt avisredaksjonene selv som setter dagsorden og som sitter på kontrollen over hvilke saker og partier som blir synlige for publikum. Internettbaserte medier som hjemmesider og sosiale medier, er derimot kanaler for politikerne for å kommunisere direkte med velgerne, der partiene selv velger hva som skal publiseres og debatteres. Dette har over tid blitt en viktig arena med økende innflytelse overfor velgernes informasjonsinnhenting, i tillegg til at de tradisjonelle mediene henter informasjon og kilder ut fra politiske utsagn på internett. Med dette kan det se ut til at politikerne har gjenvunnet noe av kontrollen med hva som kommer fram i medielyset. De sosiale mediene har også økt den direkte kontakten mellom velgere og politikere, og er arenaer der debatten løper kontinuerlig dem imellom.

¹⁵ At de benyttet seg av internettbaserte og sosiale medier i tillegg er svært sannsynlig.

5.3.2 Veddeløpsjournalistikk

Ettersom sensasjon selger, har fokuset på spill, strategi og kampen om velgerne over tid blitt mer synlig og dominerende i mediernes formidling av politikken. Denne type journalistikk refereres til som veddeløpsjournalistikk (Broh 1980) og har et underholdningspreg snarere enn et informerende preg. I valgkampen i 2001 og 2005 var fokuset på spill betydelig større enn oppmerksomheten om politisk substans; begge årene med 60 prosent av dekningen om spill (Waldahl og Narud 2004: 184; Aalberg og Brekken 2007: 185).¹⁶ Mønsteret viser seg å være omvendt i 2013. Da var andelen med spill under 40 prosent, og det var kun VG og Dagbladet som nærmet seg samme andel som tidligere valgår. Sammenliknet med analysene fra 2001 og 2005, tyder dette på at avisene bidrar med mer informativ formidling. En dekning med episodiske format dominerte også over grundige tematiske artikler i 2001 og 2005. Empirien fra 2013 viser at graden av grundighet var stor, og at det tematiske var mer tilstede enn det episodiske formatet – løssalgsavisene hadde imidlertid lavere grad av grundighet og mer episodiske vinklinger enn abonnementsavisene.

Plassen som ble satt av til politisk spill og valgkamp, gikk likevel på bekostning av det rommet som gikk til redegjørelse og argumentasjon om politikkenes substans. Dette var spesielt synlig for løssalgsavisene VG og Dagbladet, som hadde mer spill og mindre informasjonsbredde og informasjonsdybde enn abonnementsavisene. Det spill-orienterte innholdet har gjerne mindre grundig politisk redegjørelse, og derfor lavere informasjonsverdi for valget som skal foretas. Mye av innholdet som dreide seg om spill var i 2013 av en slik karakter, og tok for seg personfokus, konflikt og valgkampen per se. Noe av dette innholdet hadde likevel en informerende verdi overfor velgerne, spesielt den omtalen som tok for seg meningsmålinger og stemningsrapporter, i tillegg til politiske intervjuer med aktuelle stortingskandidater. Det var nokså mange slike intervjuer, også i abonnementsavisene og spesielt i Bergens Tidende. Fordi dette innholdet kan bidra med informasjon, er veddeløpsjournalistikk derfor ikke utelukkende negativt. Dette innholdet kan derimot være med på å gi velgerne et perspektiv på det politiske bildet, samtidig som det kan øke folks interesse for politikk.

¹⁶ Analysene baserer seg på ulikt datamateriale, men all empiri er fra den korte valgkampen.

5.3.3 Mediedekningen – en positiv spiraleffekt?

Det er uenighet i litteraturen om hvilken effekt medieformidlingen, og spesielt veddeløpsjournalistikken, har på velgerne. Mobiliseringsteorien (Norris 2000) hevder at uavhengig av type dekning, fører informasjonen til mer interesserte og mobiliserte lesere og velgere. Motsatt hevder teorien om media-malaise at fokuset på negativitet og konflikt i blant annet veddeløpsjournalistikken skaper apatiske og demotiverte velgere (Norris 2000). Da informasjonsverdien er lavere og konfliktnivået høyere i store deler av innholdet med spill, kan dette støtte teorien om media-malaise. Ettersom norske avisers valgkampdekning likevel har mer fokus på substans enn på spill, og noe av veddeløpsjournalistikken har informasjonsverdi, kan man tenke seg at empirien støtter mobiliseringsteorien – at innholdet kan gi velgerne kunnskap, perspektiv og interesse. Dette er imidlertid ikke undersøkt i denne analysen. Da det er uenigheter om dette i litteraturen, ønsker jeg derfor å diskutere dette nærmere for å kunne antyde en mulig effekt på velgerne.

I medievalgkampen i 2001 (Aardal m.fl. 2004: 396) fikk teorien om media-malaise lite empirisk støtte ettersom velgernes tillit til politikerne økte i løpet av perioden. Funnene fra 2001 tydet på at mobiliseringsteorien derimot fikk delvis støtte ved at velgerne ble påvirket til å endre standpunkt, noe som hadde konsekvenser for deres stemmegivning. Likevel var det små forskjeller mellom de som fulgte godt med og de som ikke gjorde det. Jeg tror ikke dette har endret seg nevneverdig i 2013 fordi avisenes politiske dekning har bidratt med et godt informasjonsgrunnlag overfor velgerne. Det var også mindre fokus på spill enn i 2001 og 2005, og med en nokså god inkludering av, og grundighet om, ulike saker og partier. Det vil derfor være større grunn til å tro at velgerne har blitt mer interesserte og motiverte, snarere enn apatiske, uvitende og uinteresserte.

Sett i lys av de mest pessimistiske påstandene og skeptiske spådommene om mediens informasjonsformidling, viser denne analysen en noe mer positiv tendens. Det kan se ut til at det noe dystre bildet er endret. Likevel skal vi ikke glemme at spesielt VG og Dagbladet hadde stor andel med spill i dekningen. Ettersom disse avisene både er riksdekkende, og er blant de avisene som leses av flest velgere, er den informasjonen flest velgere står overfor, av mindre informerende verdi. Abonnements- og regionavisene dekker derimot sak og parti på en god måte ut fra kravene, og andelen spill er betydelig lavere. Med unntak av Aftenposten, har disse avisene imidlertid også lavere opplagstall (Høst 2013). Analysen viser at VG og

Dagbladet sine lesere står overfor lavere informasjonsverdi enn leserne av Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, Adresseavisen og Nordlys. Da det er flere lesere av disse riksavisene, kan man tenke seg at velgernes informasjonsgrunnlag blir svakere. Det rådende inntrykket er at deres formidling er av lav informasjonsverdi. Med dette in mente er dette ikke så merkelig, ettersom VG og Dagbladet har mer spill i deknningen og lavere informasjonsverdi, samtidig som de har høyere opplagstall. Et argument for at velgerne likevel får opplyst forståelse, kan være at mange i VG og Dagbladets publikum, også er lesere av en regionavis, noe som gjør at de får et bedre informasjonsgrunnlag på bakgrunn av dette. For avisene som helhet, kan det virke som at avisene bidrar med mer informativ formidling enn ryktet tilsier.

5.4 Endringen av innholdet i et fragmentert mediebilde

Sett i lys av utviklingen mot et fragmentert mediebilde, har jeg i denne analysen utfordret tankegangen om at avisene fokuserer mer på underholdning enn informasjon, slik tidligere studier har vist. Jeg har hatt en antakelse om at fragmentering og marginalisering av avisene har resultert i mer informasjonsrik formidling av politikken i nettopp denne kanalen. Dette fordi de internettbaserte mediene er raskt ute med å dekke både sensasjon og mer akutte nyheter, slik at papiravisene bruker mer tid og plass på substansen i politikken. Dette grunner blant annet i at de er senere i formidlingen enn hva som er mulig gjennom internett. Samtidig foregår debatten kontinuerlig og direkte mellom velgere og politikere gjennom kommentarer i nettaviser og spesielt i sosiale medier. Med dette kan avisene ha mistet noe av sin tidligere rolle, og muligens ha kompensert med å dekke politikkens substansielle innhold i en større grad enn hva tidligere studier har vist (Waldahl og Narud 2004; Aalberg og Brekken 2007).

Jeg har tidligere beskrevet hvordan mediene som aktør har utviklet seg, og at spillet har fått økt oppmerksomhet over tid, noe som spesielt gjelder amerikanske og europeiske aviser.¹⁷ Det har vært en rådende hypotese om ”tabloidisering” av pressen. Denne tesen har blitt utfordret og synet er derfor ikke absolutt. Sigurd Allern (2001b: 217-218) konkluderte blant annet med at hans undersøkelse av ti norske aviser i 2001 svekket hypotesen om en tabloid- og populærkultur i norsk dagspresse som har fått utvikle seg gjennom tiår. Han mener at

¹⁷ Daily News (USA), Bild Zeitung (Tyskland), The Sun og Mirror (Storbritannia) brukes gjerne som eksempler på ”tabloide” aviser der underholdning og sensasjon dominerer, såkalte *populars* (Allern 2001b: 27–28).

dersom dette hadde vært tilfellet, ville alle avisene hatt en nyhetsdekning som lå langt nærmere VG sin omtale. Bildet av avisenes nyhetsverdi er dermed noe nyansert. Jeg vil også nyansere det noe pessimistiske synet på medieformidlingen og -utviklingen med denne analysen.

Etter valgkampen i 2005 ble det konkludert med at ulike studier av norske medievalgkamper tegner et "lite flatterende bilde". Det sies at det dominerende fokuset rettes mot det politiske spillet, at det er et sterkt fokus på personlige forhold, på det å fremstille budskapet så medievridd som mulig og at mediene ofte legger større vekt på sin underholdningsfunksjon enn på sitt informasjonsoppdrag (Jenssen og Aalberg 2007: 248–253). Min studie av avisenes informasjonsformidling tegner et annet bilde enn beskrivelsen over. Til forskjell fra ovennevnte tendenser, viser analysen av medievalgkampen i 2013 at informasjon trumfer over underholdningsaspektet, og at avisene som helhet bidrar både med informasjonsbredde og informasjonsdybde i formidlingen til velgerne. Selv om noe av dekningen var orientert rundt spill, og noe politisk informasjon var uten dybde, så vil jeg hevde at avisene opptrer som formidlere av bred informasjon og grundig politisk kunnskap. De moderne mediene omtales gjerne som regissører (Jenssen og Aalberg 2007: 252). Med bakgrunn i mine analyser vil jeg legge til ordet informerende, fordi avisene er formidlere av bred og grundig politisk informasjon samtidig som de også regisserer og velger hvilke saker som settes på dagsorden.

Resultatene fra denne studien kan tyde på at medienes formidling ikke viser et like dystert og pessimistisk bilde som empirisk er funnet tidligere. Det kan se ut til at det har skjedd en endring etter valget i 2005, ettersom konklusjonen av studiene både i 2001 og 2005 var mer pessimistiske. Dette er også noe Merkesdal (kommer) finner i sin studie av TV-debattene fra 2001 til 2013. Mens underholdningsaspektet er størst i de to første valgårene, i tillegg til i lokalvalget 2007, er informasjonsverdien større i 2009 og 2013. Det virker som om utviklingen mot økt fokus på spill og underholdning framfor substans og informasjon har endret seg, og at avisene bidrar med større grad av informasjonsverdi og et bedre informasjonsgrunnlag enn tidligere. Kanskje har mediene endret sin strategi, om det så er bevisst fra redaksjonene eller ei.¹⁸ Analysen gir ikke grunn til å påstå at dette er et resultat av

¹⁸ På grunn av oppgavens begrensinger, har jeg ikke hatt mulighet til å intervju avisenes redaktører om deres prioriteter, hensikter og ambisjoner.

at mediebildet er mer fragmentert. Dette er likevel en tendens som kommer parallelt med inntoget av internettbaserte medier, samtidig som sosiale medier har begynt å fungere som en viktig og effektiv kanal både for politikere og for velgere (Karlsen 2011: 54). Derfor hadde det i fremtiden vært interessant å studere kausalforholdet mellom fragmentering og innhold nærmere, ettersom denne studien kan tyde på en endring i innholdet til avisene som tradisjonelt nyhetsmedium. Denne studien baserer seg på rammeverket til Asp (1986), men er en mindre omfattende studie. Det hadde dermed vært interessant å ta for seg et større utvalg aviser, også gjerne TV-nyheter som tradisjonell nyhetsformidler, for å gjøre utvalget mer representativt. I fremtiden vil det også være interessant å sammenlikne disse opp mot innholdet i de nye, internettbaserte mediene som sosiale medier og nettaviser. Dette for å se eventuelle forskjeller. På grunn av tid og ressurser har ikke denne studien evnet å ta for seg dette materialet; et utvalg av aviser har vært nødvendig. Materialet spenner likevel nokså bredt, både geografisk og etter opplagsstørrelse. Funnene indikerer en tendens det hadde vært interessant å forske mer på – for å kunne si noe mer om det norske medieuniverset.

Mitt bidrag gir et nyansert perspektiv på den politiske nyhetsformidlingen i et endret mediebilde. Dekningen av saker og omtalen av partier ga god informasjonsverdi, og synes å gi et godt informasjonsgrunnlag for velgerne. Vi skal likevel ikke glemme at deknningen til løssalgssavisene er av lavere verdi, og at mange norske velgere leser disse avisene. Totalbildet viser imidlertid at avisene både er saksrettede og grundige, og avisvalgkampen i 2013 tyder på at avisene fyller en viktig demokratisk funksjon ved å gi velgerne informasjon om de politiske alternativer. Samtidig ser utviklingen ut til å ha gått i retning av en mer informasjonsrik valgkamp. Dette er positivt for folkets kunnskap, som nettopp er demokratiets grunnmur.

Litteraturliste

Aalberg, Toril og Tove Brekken (2007). ”Når spill og enkeltepisoder blir viktigst”, kapittel 8 i Toril Aalberg og Anders Todal Jenssen (red). *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.

Aardal, Bernt, red. (2011). “Det politiske landskap – stabile grunnholdninger og skiftende partipreferanser.” kapittel 4 i Bernt Aardal (red.). *Det politiske landskap: en studie av stortingsvalget 2009*. Oslo: Cappelen Damm.

Aardal, Bernt, Anne Krogstad, og Hanne Marthe Narud, red. (2004). “Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet” kapittel 1 i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete. Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Aardal, Bernt og Rune Karlsen (2011). “Kamp om dagsorden og sakseierskap” kapittel 5 i Bernt Aardal (red.). *Det politiske landskap: en studie av stortingsvalget 2009*. Oslo: Cappelen Damm.

Aardal, Bernt, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud, red. (2004). *I valgkampens hete. Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Aardal, Bernt og Ragnar Waldahl (2004). “Velgernes eksponering for valgkampen i mediene” kapittel 11 i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete. strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Aftenposten (2013a). “Disse lytter Twitter-tinget til”, artikkel av Karen Tjernshaugen (06.01.2014). <<http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/politikk/Disse-lytter-Twitter-tinget-til-7422768.html>> [Lesedato: 07.01.2014].

Aftenposten (2013b). “Frp treffer folk flest på Facebook.”, artikkel av Karen Tjernshaugen (07.01.2014). <<http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/politikk/Frp-treffer-folk-flest-pa-Facebook-7422782.html>> [Lesedato: 07.01.2014].

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

Allern, Sigurd (2001b). *Flokkdyr på Løvebakken: søkelys på Stortingets presselosje og politikkens medierammer*. Oslo: Pax.

Allern, Sigurd (2004). “Fra politikermakt til journalistmakt. Programlederroller i fjernsynsvalgkampen 1961 – 2001” kapittel 6 i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete: strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Asp, Kent (1986). *Mäktiga massmedier: studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm : Akademitlitteratur AB.

Bergström, Göran og Kristina Boréus (2000). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Broh, C. Anthony (1980). “Horse-Race Journalism: Reporting the Polls in the 1976 Presidential Election” i *Public Opinion Quarterly* 44 (4): 514–29. The Trustees of Columbia University: Elsevier North-Holland, Inc.

Bryman, Alan (2004). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.

Campbell, Angus (1960). *The American Voter*. New York: Wiley.

Dagbladet (2013). “Derfor vinner Erna.”, artikkel av Kirsten Karlsen og Kjetil Magne Sørensen (29.08.2014). Oslo: Dagbladet.

Dahl, Robert A. (1971). *Polyarchy: Participation and Opposition*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.

Dahl, Robert A. (2000). *On Democracy*. New Haven: Yale University Press.

Dearing, James W. og Everett M. Rogers (1996). *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, California: Sage.

George, Alexander L. Og Andrew Bennett (2005). *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Grønmo, Sigmund (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.

Hestvik, Hanne (2004). “‘valgkamp2001.no’. Partier, velgere og nye medier. Ny kommunikasjon?” kapittel 10 i Bernt Aardal, Anne Krogstad, and Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete. Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Høst, Sigurd (2013). *Avisåret 2012. Rapport 37/2013*. Høgskulen i Volda og Møreforskning Volda.

Iyengar, Shanto og Richard Reeves (1997). *Do the Media Govern?: Politicians, Voters and Reporters in America*. Thousand Oaks, California: Sage.

Iyengar, Shanto og Adam Simon (1997). “News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion. A Study of Agenda Setting, Priming, and Framing.” i Shanto Iyengar og Richard Reeves (red.). *Do the Media Govern?: Politicians, Voters and Reporters in America*. Thousand Oaks, California: Sage.

Jenssen, Anders Todal (2007). ”Den medialiserte politikken”, kapittel 1 i Anders Todal Jenssen og Toril Aalberg (red.) *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.

Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg, red. (2007). ”Den politiske allmenningens tragedie?”, kapittel 11 i Anders Todal Jenssen og Toril Aalberg (red.) *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.

Karlsen, Rune (2011). “Velgernes valgkamp” kapittel 2 i Bernt Aardal (red.). *Det politiske landskap. En studie av stortingslandskapet 2009*. Oslo: Cappelen Damm.

Krippendorff, Klaus (2012). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks, California: Sage.

Krogstad, Anne (2004). “‘En joggedress og en gråpapirpose over hodet, takk’. Valgkamp og terningkast.” kapittel 9 i Bernt Aardal, Anne Krogstad, og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete. Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Krogstad, Anne (2007). “En bok, en blogg og en blondine. Personlig politisk lederskap i nye medier”, *Sosiologisk Tidsskrift (2007), Vol. 15: 195-225*. Oslo: Universitetsforlaget.

McCombs, Maxwell E., Donald L. Shaw og David H. Weaver (1997). *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.

Merkesdal, Lise (kommer). “*Let me entertain you?*” – en studie av informasjonsformidlingen i NRK og TV2s “folkemøter”. Masteroppgave. Oslo: Institutt for statsvitenskap, Universitetet i Oslo.

Miljøpartiet De Grønne (2013). *Arbeidsprogram 2013-2017*. Oslo.

<<http://www.mdg.no/politikk/dybdeinformasjon/>> [Lesedato: 14.03.2014].

Norris, Pippa (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.

NOU 2003: 19: *Makt og demokrati. Sluttrapport fra Makt- og demokratiutredningen*. Oslo: Statens forvaltningstjeneste, Informasjonsforvaltning.

Patterson, Thomas (2000). “The United States: News In a Free Market Society” i Anthony Mughan og Richard Gunther (red.). *Democracy and the Media: A Comparative Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Rødt (2012). *Arbeidsprogram*. Oslo. <<http://rødt.no/politikk/arbeidsprogram/>> [Lesedato: 14.03.2014].

Rogers, Everett M., William B. Hart og James W. Dearing (1997). "A Paradigmatic History of Agenda-Setting Research" i Shanto Iyengar og Richard Reeves (red.). *Do the Media Govern?: Politicians, Voters and Reporters in America*. Thousand Oaks, California: Sage.

Schwebs, Ture og Helge Østbye (2007). *Media i samfunnet*. Oslo: Samlaget.

SSB (2013). "Norsk Mediebarometer, 2012", *Statistisk sentralbyrå*.
<<http://www.ssb.no/medie>> [Lesedato: 29.12.2013].

Waldahl, Ragnar og Hanne Marthe Narud (2004). "Den 'korte' valgkampen. Mediestoffet i månedene før valget" kapittel 8 i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). *I valgkampens hete. Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Appendiks

Vedlegg A: Partiomtaler

Tabell 25. Partienes omtale fordelt på saksfelt. Alle aviser.

Saksfelt	Ap	H	FrP	SV	Sp	KrF	V	Rødt	MdG	Andre	Totalt
Helse	50	33	19	12	10	18	12				154
Justis	46	26	36	14	8	14	19	2	2		167
Skole	29	45	21	35	14	17	25	3	2		191
Samferdsel	27	32	22	17	23	11	8	2	2	1	145
Økonomi	34	31	24	18	12	14	16	6	9	1	165
Kultur	41	27	18	19	14	13	12	6	9		159
Energi	18	13	9	11	28	4	6	2	5		96
Utenriks	28	17	12	9	4	6	5	1	2		84
Landbruk	10	11	9	8	17	2	2	1	1		61
Arbeid	23	16	8	6	2	3	3	2	2		65
Miljø	8	6	6	11	7	4	8	2	11		63
Distrikt	13	18	11	8	10	8	2	2			72
Familie	6	11	7	8	4	13	9	2	3		63
Flere saksfelt	6	10	9	4	4	9	10	3	3	2	60
Byråkrati	5	3	3	3	1	1	1		2		19
Totalt	344	299	214	183	158	137	138	34	53	4	1564
Prosent	22	19,1	13,7	11,7	10,1	8,8	8,8	2,2	3,4	0,26	100

Tabell 26. Antall partiomtaler for saksfelt, med grad av grundighet. Alle aviser.

Saksfelt	Antall omtaler	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig
Skole-utdanning	191	7	82	102
Justis-asyll	167	31	85	51
Økonomi	165	9	43	113
Kultur	159	13	50	96
Helse-omsorg	154	8	61	85
Samferdsel	145	22	76	47
Energi	96	12	60	24
Utenriks	84	17	32	35
Distrikt	72	10	30	32
Arbeid-sosial	65	8	35	22
Klima-miljø	63	21	24	18
Familie-verdi	63		19	44
Mat-landbruk	61	4	28	29
Flere saksfelt	60		16	44
Byråkrati	19	6	5	8
Totalt	1564	168	646	750

Tabell 27. Antall partiotaler for parti, grad av grundighet. Alle aviser.

Partier	Ingen	Nokså grundig	Svært grundig	Totalt
Arbeiderpartiet	60	157	127	344
Høyre	30	128	141	299
FrP	20	91	103	214
SV	19	79	86	184
Senterpartiet	11	74	73	158
Venstre	10	41	87	138
KrF	13	49	74	136
MdG	3	13	36	52
Rødt	1	11	23	35
Andre	1	3		4
Totalt	168	646	750	1564

Vedlegg B: Kodeinstruksjoner

Kapittel tre: Informasjonsbredde

Informasjonsbredde operasjonaliseres gjennom hvor stor grad avisene dekker et mangfold av politiske saker eller saksfelt og politiske partier. Jo flere saker og partier avisene setter på dagsorden, desto større bredde bidrar avisene med. Artikkene deles inn etter type journalistikk; 1) politisk substans og sak, og 2) veddeløpsjournalistikk. Innunder disse to hovedtypene, kategoriseres innholdet. Artikler med en blanding av veddeløpsjournalistikk og politisk substans, kodes ut ifra det dominerende fokuset. Antall ganger partiene har fått uttale seg i de ulike saksfeltene i artiklene, telles. Til sammen utgjør dekning av flere saksfelt og relevante partier, informasjonsbredde.

Tolkningsrammer: politisk innhold

Innholdet i artiklene kodes i en overordnet ramme, enten som veddeløpsjournalistikk eller som politisk substansiell artikkel. I disse overordnede kategoriene klassifiseres flere undergrupper. Forklaringene nedenfor er en blanding av på forhånd gitte instruksjoner og forklaring av funn og grensetilfeller etter kodingen.

1. Veddeløpsjournalistikk

Kategorien kalt veddeløpsjournalistikk omhandler innholdet der spill, strategi og enkeltpolitikere er i hovedfokus. Visse artikler har en blanding av spill og substans, og

dersom det ikke kommer fram noen klar politisk sak, og det dominerende fokuset er på det politiske spillet, er artikkelen kodet som veddeløpsjournalistikk. Hovedkategorien er inndelt i tre undergrupper, spesifiserte spillrammer. Visse artikler er svært overlappende mellom disse gruppene, men kodes ut ifra artikkelens dominerende tema.

Konkrete spillrammer:

a. Partienes kamp og velgerne og valgkampens forløp

Denne underkategorien tar for seg de artiklene som omhandler selve valgkampen, konkurransen mellom partiene, meningsmålinger og andre artikler som tar for seg partiene og politikernes kamp om velgerne. Visse artikler har noe politisk substans, men dersom dette overskygges av spill og strategi, så kodes artiklene innen denne gruppen. Eksempler på artikler som faller innunder denne gruppen er valgkampdeltakelse og partienes stilling overfor velgerne, gjennom meningsmålinger. Denne kategorien har det en del artikler hvor politikere intervjues blant annet på bakgrunn av meningsmålinger, og der fokuset er på målingen, og ikke på politikken. Andre eksempler er aktiviteter politikerne deltar på i valgkampen.

b. Regjeringsspørsmålet

Artiklene som stiller spørsmål rundt de ulike regjeringsalternativene, faller innunder denne gruppen. Hvilke partier som er aktuelle, hvilke mulige koalisjoner som predikeres, og til hvilken sannsynlighet, er typiske temaer i denne spillrammen. Intervjuer med politikere eller ”eksperter” om konstellasjonene klassifiseres her. Kategorien tar ikke for seg de politiske forskjellene mellom partiene i aktuelle og eventuelle regjeringsalternativer, siden dette heller omhandler politiske sakfelt. Mer om dette under kapitlets del om sakfelt. De ulike alternativene som ble trukket fram var på sentrum-høyre siden og på sentrum-venstresiden, i tillegg til eventuelle partier som kunne ligge an til å regjere alene. Visse artikler har også meningsmålinger, men dersom målingen er satt inn i sammenheng med regjeringsalternativene, kodes artikkelen i denne undergruppen.

c. Enkeltpolitikere

Omtalen rundt spesifikke enkeltpolitikere er hovedfokuset i denne kategorien; spesielt intervjuer der person og privatliv er mer fremtredende enn politikk. Avisenes omtale av politikere er også en del av denne gruppen. Eksempler på dette er privatlivet til blant andre

Erna Solberg og Jens Stoltenberg, og intervjuer med regionale kandidaters personlige, politiske ambisjoner, mer enn partiets.

2. Politisk substans

Avisenes informasjonsbredde om saksfelt avhenger av hvor mange artikler som er dekket i relativt stor grad. Artikler med politisk substans er delt inn i 16 kategorier. Artikkelen er kodet ut ifra hvilken sak som er den primære eller dominerende, og det er denne saken som er med tatt med i opptellingen (tabellene). For egen tolkning kodes saksfeltene som primærsak og sekundærsak og ved visse anledninger som saksfelt med flere kategorier (der det er flere saker enn to som er like dominerende). Sistnevnte har jeg valgt å ha som en egen kategori. For å kunne telle forekomsten benyttes primærsaken som det saksfeltet som artikkelen handler om, mens sekundærsaken er til hjelp for koder, for å vite og kommentere at kodingen ikke er absolutt. Primærsaken er den saken som vurderes som dominerende for artikkelen. I redegjørelsen av saksfeltene under, beskrives også de tilfellene der jeg har vurdert hva som er den dominerende primærsaken, og eventuell sekundærsak. Dette fordi artiklene kunne vært kodet i en annen kategori. De ulike på forhånd spesifiserte underkategoriene er som følger:

Konkrete substansielle rammer:

Skole, utdanning og forskning. Omfatter artiklene der skole, utdanning, forskning eller barnehager (med pedagogisk eller funksjonelt tema), er den primære saken. Typiske temaer er: privat- og friskoler, universiteter og høyskoler, turnusordning, makspris i barnehage og SFO, skolemat og leksehjelp, mobbing, kulturskolen, karakterer i barneskolen, lærerkvalitet, -rekruttering og -videreutdanning. Også skolehelsetjenesten er primært i denne kategorien, med helse som sekundærsak.

Energi. Artikler der energispørsmål er tema, enten det er petroleum som olje og gass eller fornybar energi som vind- eller vannkraft. Artikkelen er kodet innen denne kategorien dersom produksjon og virksomhet er temaet, snarere enn klimakonsekvenser eller økonomiske insentiver, løsninger eller konsekvenser. Et artikkel eksempel på klassifisering innen energi er om et nytt forskningssenter om økt oljeutvinning. Artikler med fokus på spørsmålet om oljeutvinning kodes her, mens der klimaspørsmålet er hovedfokus kodes i kategorien klima og miljø. Disse temaene bør derfor ikke ses på som absolutte innen sin kategori.

Miljø og klima. Artikler der miljøhensyn og klimaforandringer har hovedfokus er kategorisert i denne kategorien. Elbil-debatten er kodet primært som samferdsel, men med klima og miljø som sekundærsak. Et utfordrende tema er oljeutvinning i Lofoten, Vesterålen og Senja. Temaet kodes her dersom artikkelen fokuserer på miljø framfor oljeutvinning. Et annet eksempel på utfordrende klassifisering, er teknologiseret på Mongstad, som også har et energi- og klima-/miljø-fokus. Artikkelen er primært kodet som innen klima og miljø, med energi som sekundærsak. Energi og miljø og klima overlapper særdeles, og er som regel hverandres primære og sekundære saker. Disse to saksfeltene bør derfor ikke ses på som absolutte.

Samferdsel. Saksfeltet omhandler de artiklene som tar for seg infrastruktur der vei, bane, båt og bil et temaene. Noen artikler tar for seg politiske standpunkt og løsninger, mens andre tar for seg mer seremonielle hendelser som åpninger av broer og veier. Jeg har kategorisert debatten om elbil-politikk i denne kategorien, selv om innholdet også tar for seg klima og miljø. Dette primært fordi det koples til samferdselspolitikken.

Økonomi. Denne kategorien tar for seg et spekter av økonomiske spørsmål der økonomiske insentiver og utsikter er fokus. Eksempler på saker som faller innunder ”økonomi” er bruken av handlingsregelen, generasjonsperspektivet, pensjoner og lignende. Skatter og avgifter er også tema i denne kategorien; skattenivåer, eiendomsskatt, formuesskatt og lignende, moms og toll og andre avgifter. Visse artikler har energi som sekundærsak, men er kodet primært som økonomi fordi det er de økonomiske målene, hensiktene eller ambisjonene som er hovedfokuset. Et eksempel på dette er bruken av oljepengene, som handler mer om det økonomiske aspektet snarere enn det energipolitiske.

Landbruk og mat. Landbruks-, mat- og fiskeripolitikk er kodet i denne kategorien. Bøndenes situasjon og praksis, fiske og problematikk omkring blant annet oppdrett og fiskenæringen. Pelsdyrnæringen er også kategorisert her, grunnet fokuset på dyrevern i næringen, utbygging på dyrket mark, og praksis med odelsretten.

Arbeid og sosial. I denne kategorien er primærsaken om enten arbeidsmarked eller sosialtiltak. Arbeidskraft og -insentiver, arbeidsmiljøloven, trygde- og stønadsordninger, sykelønn, aktivitetsplikt samt artikler tilknyttet NAV er med i denne kategorien. Andre kodede artikler er om personvern på arbeidsplassen og kvotering.

Helse og omsorg. Artikler der helse- og omsorgssektoren diskuteres kodes i denne kategorien. Organiseringen og eventuell privatisering av sykehus, forenkling av helsesektoren, helsepolitiske prioriteringer, samhandlingsreformen, eldreomsorg, ruspolitikk, psykisk helse, folkehelse.

Familie. Kategorien familiepolitikk tar for seg ulike temaer der foreldre og barn er hovedtema, i tillegg til verdiladede spørsmål. Eksempler på temaer i kategorien er: genteknologi, fedrekvote, kontantstøtte, barnetrygd, barnevern, fattige barn, familievern og kunstig befruktning.

Kultur. Artikkelen der frivillighet, musikk, film, litteratur (bokloven), spill og idrett og andre kulturpolitiske saker er kodet i denne kategorien. Også kultursektorens vurdering av kulturpolitikken er klassifisert, dersom partier nevnes.

Utenriks-, forsvars- og bistandspolitikk. Artikler der temaet tar for seg norsk utenrikspolitikk, forsvar eller bistand. Kategorien omfatter også artikler der norsk utenrikstjeneste er temaet, dersom en norsk politiker eller parti er med i artikkelen. Inkluderer dermed også dagsaktuelle utenrikspolitiske hendelser der politikere responderer. Et typisk eksempel i så måte er situasjonen i Syria og debatten om en mulig intervensjon. Forsvarets ressursbruk er også klassifisert her. Andre temaer er: EU-medlemskap og FN-midler, norsk Midtøsten-politikk, Libya, Afghanistan. Nordområdene kodes her, og sekundært som økonomi eller energi, gitt fokuset.

Justis, asyl og integrering. Justispolitikk er de temaene som faller innunder justis, kriminalitet og forebyggelse, beredskap, politi, politivåpen, helikopterkjøp, fengselsvesenet, personvern, overvåking, varsling og lover. Asylpolitikk er inkludert i denne kategorien, i tillegg til integreringspolitikk i et justispolitisk perspektiv; asylbarna, tvangsretur, opphold og statsborgerskap. Artikler med integreringspolitikk omhandler for eksempel artikler der minoriteter og kriminalitetsbekjempelse er koplet sammen.

Distrikt og reform. Denne gruppen omhandler en rekke distriktspolitiske temaer. Noen artikler som falt innunder denne gruppen var typisk lokalpolitikk, som byggingen av en skytebane eller kommunal boligpolitikk, men også debatten om en reform i kommune- og

fylkeskommunesektoren er temaer i denne kategorien. Rovdyrdebatten er tatt med i denne kategorien, fordi debatten gjerne har dreid seg om by versus distrikt.

Byråkrati. Artikler som tar for seg byråkratiet, embetsverkets virksomhet og praktisering. Pengesluk og det som ble sett på som unødvendige tidstyver og pengebruk i det offentlige, faller innunder denne gruppen. Embetsverkets reisevirksomhet var typisk sak til debatt i disse artiklene.

Sametingsvalget. Omhandler valget i tilknytning til sametingsvalget. Det var kun i Nordlys at dette gjaldt. Kategorien er kun med i analysen av informasjonsbredden og ikke om informasjonsdybden, fordi det var utfordrende å kode partiomtalene ettersom at det også var samiske partier inkludert. For å vise til at dette også var tema i Nordlys, valgte jeg å inkludere artiklene, uten å benytte meg noe mer av funnene senere i analysen.

Flere saksfelt. Visse artikler er i form av oversikter der flere temaer tas opp i en og samme artikkel. Disse kodes i denne kategorien ettersom det var ikke var mulig å kode innholdet som en primærsak. Eksempler på slike artikler er oversiktsartikler der partienes politikk ramses opp, i typisk tabellform.

Partiømtale

Hvilke partier som omtales under saksfeltene i artiklene kodes. Dette for å se om avisene dekker et mangfold av partier i dekningen, og om partiene var inkludert i de sakene som velgerne mener partiene har sakseierskap til, eventuelt i saksfeltene som partiene har sine hjertesaker. Dette har jeg redegjort for i kapittel én og tre. Antall partiømtaler i artiklene telles, også under hvilke saksfelt som de er omtalt. Hvert parti får en ømtale for hver artikkel som de er omtalt i, dette kun i de substansielle artiklene. Det ble 1564 partiømtaler i de 576 substansielle artiklene i utvalget. Disse funnene benyttes også for analysen om informasjonsdybden.

Kapittel fire: Informasjonsdybde

Den politiske informasjonsdybden avisene bidrar med, operasjonaliseres gjennom hvor grundig politikken er redegjort for for; for parti og i sak. Dette er basert på opptellingen av

partiomtaler som gjøres i delen om informasjonsbredde. Analysen om grundighet er delt inn etter saksfelt og parti, men begge kategoriene bygger på antall partiomtaler med ulik grad av grundighet. Partiomtalene systematiseres innen det saksfeltet som er aktuelt, samtidig som de deles inn etter parti. På denne måten kan jeg både få vist til informasjonsdybden om saksfelt og partier.

Graden av grundighet deles inn i tre nivåer etter hvor godt partiene får underbygge sin politikk innen saksfeltene, enten det er fra politikerne selv eller gjennom journalistene som beskriver deres politikk ut ifra blant annet partiprogram og tidligere uttalelser. Dette skilles det ikke mellom i kodingen. Informasjonsdybde er altså hvilken grad partienes politikk kommer fram, og til hvilken grad de får komme med argumentasjon rundt sin politikk. Dybden kodes kun ut ifra grundighet om partipolitikk innen de ulike saksfeltene, og ikke ut ifra informasjon om temaet generelt. De tre nivåene av grundig omtale er en kvalitativ nyansering, men jeg har satt visse kriterier for hvor grundig avisene formidler partipolitikken.

a. Ingen. Partiomtaler uten noe politisk substansiell argumentasjon eller redegjørelse av politikk. Saksfelt på dagsorden uten at avisen har koplet partipolitikk til temaene mer inngående. Typiske artikler er der politikere eller partier nevnes, og gjerne får uttale seg, men der det er et annet fokus enn partipolitisk argumentasjon. Et eksempel på dette er artikler med en episodisk tolkningsramme der artikkelen tar for seg en situasjon og der en eller flere politikere responderer på saken uten å trekke inn politisk argumentasjon.

b. Nokså grundig. Partiomtaler med noe redegjørelse for politikken, men ikke fullt utdypende. Brukes ofte ved kritikk og svar på kritikk, med noe politisk underbyggelse. Et annet eksempel der partiomtalen er nokså grundig er der flere partier får uttale seg i samme artikkel, slik at det er plass til å underbygge argumentene noe, men ikke fullstendig grunnet lengde på artikkelen.

c. Svært grundig. Spenner fra partiomtaler der det nødvendige ved partiets politikk på temaet forklares, men den utbroderes ikke dypt, til artikler med gjennomgående svært grundig forklaring av politikk på saksfelt, med argumentasjon om hvordan politikken skal gjennomføres og hvorfor. Kategorien benyttes typisk ved partiomtaler der flere temaer om et saksfelt listes opp om partienes politikk og i artikler forbeholdt ett parti på ett eller flere saksfelt.

Andre variabler:

Objektivitet

Denne variabelen brukes i kodeskjemaet dersom omtalen er objektiv, men den er ikke brukt i analysen fordi den ikke var like relevant for problemstillingen. Jeg har likevel valgt å inkludere dette i kodingen som empirisk verktøy for meg selv ved eventuell bruk i teksten. Ettersom kodingen er særdeles lite brukt, bruker jeg heller ikke mye plass på å utdype kodingen. Objektivitet er klassifisert etter positiv, negativ og nøytral partiomtale.

- a. Positiv.** Artikkelen er vinklet med en positiv tone overfor parti eller politikere.
- b. Negativ.** Artikkelen er vinklet med en negativ tone overfor parti eller politikere.
- c. Nøytral.** Artikkelen er nøytral i tonen overfor parti eller politikere. Redegjørende.

Generell tolkningsramme

Hvilken tolkningsramme som ligger til grunn er kodet, men kun brukt for å forklare funn og tendenser. Det er ikke noen hovedfunn i analysen, men brukes dersom det kan si noe om for eksempel fraværet av informasjonsdybde og er inkludert for å gi forklaringer i teksten. Forskjellen er forklart inngående i teorikapitlet.

- a. episodisk.** Enkelt situasjon der situasjonen er i hovedfokus, snarere enn tematikken og politikken. Går gjerne på bekostning av grundigheten om politikken.
- b. tematisk.** Politisk sakfelt i et mer abstrakt, substansielt perspektiv, med hovedfokus på tematikk og politikk. Tematiske rammer gir gjerne bedre grundighet.

Annet som kodes (brukt for egen nytte for nyanseringer i analysen, lite benyttet):

- Antall sider
- Forside

Alt materialet kodes under dag og dato.