

Pressens nedslag i parlamentarisk kontroll

En kvantitativ analyse av spørrevirksomheten på Stortinget

Thea Skyvulstad



Masteroppgave i journalistikk
Institutt for medier og kommunikasjon
Det humanistiske fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

10.05.2018

Pressens nedslag i parlamentarisk kontroll

En kvantitativ analyse av spørrevirksomheten på Stortinget

© Thea Skyvulstad

2018

Pressens nedslag i parlamentarisk kontroll

Thea Skyvulstad

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

Trykk: Representralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

Ved å gjøre en kvantitativ analyse av spørsmålene i Stortingets spørretime, har målet vært å finne ut hvor ofte stortingsrepresentantene referer til mediene i sine spørsmål. Tre stortingssesjoner er undersøkt i denne oppgaven; 1992-1993, 2002-2003 og 2012-2013. I tillegg har arbeidet til Erling Sivertsen fra 1987 blitt brukt. Han foretok liknende analyser av stortingssesjonene 1952, 1962-1963, 1972-1973 og 1982-1983. Dermed er konklusjonene basert på et omfattende materiale. Hovedfunnene i denne oppgaven kan oppsummeres med at mediene i stor grad blir referert til av stortingsrepresentantene i deres spørsmålstilling. Dessuten har denne tendensen økt over tid. Det er i de sosialpolitiske sakene, som helse, utdanning og justis, at mediene har størst nedslag i den parlamentariske kontrollen som spørretimen utgjør. Gjennom undersøkelsene som er blitt gjort bidrar jeg til å vise hvordan medienes dagsorden er med på å legge føringer på den politiske debatten i det parlamentariske landskapet.

Abstract

Through this research I attempt to describe how the media's agenda is shaping the political debate, especially in the parliamentary sphere. By doing a quantitative analysis of the questions asked during the Storting's Question Time, the goal has been to deduct how often the parliamentarians refer to the media in their questions. Three different time periods have been analyzed: 1992-1993, 2002-2003 and 2012-2013. In addition, the work of Erling Sivertsen have been utilized in this thesis. Sivertsen conducted a similar analysis of four time periods: 1952, 1962-1963, 1972-1973 and 1982-1983. Hereby, the conclusions made by this research are based on extensive data material. The key findings can be summed up by stating that the media is largely referred to by the parliamentarians when they formulate questions. This tendency has increased over time. Socio-political topics such as health, education and law, is where the media seem to have the biggest influence.

Forord

Denne oppgaven hadde ikke blitt til uten en rekke gode støttespillere.

Først og fremst vil jeg takke veilederen min, Knut Lundby (V2017, H2017, V2018). Uten dine grundige tilbakemeldinger, raske svar og gode diskusjoner hadde dette arbeidet føltet veldig mye tyngre. At du nå skal pensjoneres er synd for fremtidige masterstudenter som går glipp av å kunne ha deg som veileder.

Erling Sivertsen fortjener også en takk, jeg har latt meg inspirere av hans arbeid. Uten hans avhandling fra 1987 hadde ikke denne masteroppgaven vært som den er. Underveis i prosessen har jeg ikke vært i kontakt med Erling Sivertsen, så hans innflytelse på dette arbeidet er ukjent for ham.

Kristine, tusen takk. Takk for at du gjorde så mye mer enn å bare lese korrektur.

Gjengen på lesesalen fortjener en stor takk. Sammen har vi holdt motet oppe, vært positive og vært lyset i hverandres tunneller. Dessuten fortjener kollegaer i Nasjonalforeningen for folkehelsen en takk for å ha vært tålmodige og fleksible med tanke på min arbeidssituasjon. Alle venner som jeg nå ikke har sett på over to måneder trenger også en takk, en takk for at dere gidder å vente på at jeg kommer ut av boblen. Å kombinere fult arbeid med masterskriving er ikke alltid like sosialt, men veldig faglig givende.

Til slutt vil jeg takke mamma og pappa for å ha gitt meg interessen for politikk og samfunnet rundt meg. Det har alltid vært en selvfølge for dere å diskutere samfunnsspørsmål og politikk ved middagsbordet med meg og broren min. Uten det engasjementet, hadde ikke denne oppgaven blitt til.

Innholdsfortegnelse

1	Innledning.....	1
1.1	Problemstilling og avgrensning	4
1.2	Disposisjon	5
2	Kontekst	7
2.1	Om Sivertsens studie	7
2.2	Samtidsbeskrivelse	15
2.3	Mediehistorie – det store hamskiftet	17
2.4	Parlamentarisk kontroll.....	20
2.5	Kontekstskjema	24
3	Teori	25
3.1	Mediemakt	25
3.2	Medialisering, å la mediemakten ta overhånd	27
3.3	Nyhetskriterier og nyhetsterskel	29
3.4	Tolkningsrammer.....	31
3.5	Dagsorden.....	32
3.6	Mediepåvirkning.....	33
4	Metode.....	35
4.1	Utvalg	36
4.2	Datamatrikse og variabler.....	40
4.3	Reliabilitet og validitet	41
4.4	Analytisk tilnærming	42
5	Analyse.....	45
5.1	Sivertsens konklusjoner som utgangspunkt.....	45
5.2	Del 1: Funn 1992-2013.....	46
5.2.1	Mediene som eksplisitt kilde.....	46
5.2.2	Hvilke kilder brukes?	50
5.2.3	Hvem spør?	55
5.2.4	Hva spør de om?.....	62
5.3	Del 2: Funn 1952-2013.....	70
5.3.1	Mediene som eksplisitt kilde.....	70
5.3.2	Hvilke kilder brukes?	71

5.3.3	Hvem spør?	73
5.3.4	Hva spør de om?	75
6	Konklusjon	77
6.1	Hovedproblemstilling	77
6.2	Videre perspektiver	78
	Litteraturliste	82
	Vedlegg 1	85

Figurliste

Figur 1	Massemediens rolle i det politiske system (Sivertsen, 1987, s. 20)	8
Figur 2	Fire-dimensjonal konseptualisering av medialisering av politikk (Esser & Strömbäck, 2014, s.7)	28
Figur 3	Forholdet mellom de fire dimensjonene i medialisering av politikk (Esser Strömbäck, 2014, s. 8)	29

Tabelliste

Tabell 1	Eksplisitt referanse til massemedia over tid (s.107)	10
Tabell 2	Sivertsens departementsinndeling (1987, s.116)	12
Tabell 3	Spørsmål med eksplisitt referanse til mediene, fordelt på departement med ulik næringstilknytning. Oppgitt i prosent	13
Tabell 4	Kontekstskjema	24
Tabell 5	Totalt antall spørsmål stilt i spørretimen fordelt på spørsmålstype og sesjoner	37
Tabell 6	- antall spørsmål med eksplisitt kilde til mediene fordelt på de ulike spørsmålstypene	46
Tabell 7	– Media som eksplisitt kilde i Stortingets spørretime, oppgitt i prosent av alle spørsmål. N i parentes	47
Tabell 8	Spørsmål med eksplisitt referanse til media, fordelt på ulike medietyper, oppgitt i prosent. N i parentes	50
Tabell 9	Spørsmål med avis som eksplisitt referanse, fordelt over type avis, angis i prosent, n i parentes	53
Tabell 10	Spørsmål med eksplisitt kilde til media, fordelt på parti. Totalt antall spørsmål stilt fra partiet i perioden i parentes	56
Tabell 11	Mandatfordeling på Stortinget	59
Tabell 12	Spørsmål med eksplisitt referanse til mediene, per representant per parti	60
Tabell 13	Spørsmål med eksplisitt referanse til mediene, fordelt på ministerpost. Antall	62
Tabell 14	Departementene inndelt etter grad av næringstilknytning	66
Tabell 15	Spørsmål med eksplisitt referanse til mediene, oppgitt i prosent. n i parentes	67
Tabell 16	Spørsmål med eksplisitt referanse til mediene over tid, oppgitt i hele prosent	70

Tabell 17 Spørsmål med eksplisitt referanse til media, fordelt på type departement over tid. Oppgitt i prosent.....	75
--	----

1 Innledning

Hvem bestemmer hva vi skal være opptatt av? Er det vi som innbyggere i et demokratisk land som legger føringer for hva politikerne skal si og mene noe om? Eller er det sånn at vi blir opptatt av det politikerne ønsker at vi skal bli opptatt av? Det rommet som «vi har felles, hvor vi argumenterer og ekskluderer, mobiliserer og krangler, hyller og latterliggjør, opplyser og krenker» (Gripsrud, 2017, s. 15) er det rommet som kalles offentligheten. Offentligheten beskrives videre som samfunnets samlingssted og forutsetningen for demokratiet (Gripsrud, 2017). En viktig del av denne offentligheten er mediene. Det er gjennom mediene de aller fleste får informasjon og kunnskap om samfunnet, politikken og hverdagslige ting. Mediene fortolker og velger ut hva offentligheten skal forholde seg til i det politiske landskapet. Samtidig legger mediens dagsorden føringer for hva politikerne, som en del av offentligheten, skal forholde seg til. Eller gjør de det? De to sterke institusjonene, politikk og media, har begge en helt sentral plass i offentligheten. Noen vil kanskje mene at det er de som *er* offentligheten. Sammen har de både et samspill og et motsetningsforhold som det er forsket mye på allerede, men som er spennende å se nærmere på. Særlig fordi forholdet mellom mediene og politikken hele tiden er i endring.

På den ene siden politikken, med tilhørende partier, politikere og parlamentarisme. Politisk makt og politiske beslutninger har i all tid preget offentligheten. Politiske beslutninger har i stor grad vært med på å forme offentligheten. Hvilke partier som styrer landet har noe å si for hvilken retning landet tar. Dette til tross for at mange velgere ikke opplever at det er så stor forskjell på partiene, der politiske meningsmotstanderen i tv-sendte debatter krangler mer om hva de andre har på seg, enn politikk. Den grunnleggende ideologien i partiene er allikevel svært forskjellig. For eksempel står sosialdemokratene for solidarisk felleskap og like muligheter for alle, mens de liberale ønsker mer privatisering og mer frihet til individet til å velge selv. De ulike partiene ønsker at deres saker skal være det som snakkes om, og hver eneste dag foregår det en maktkamp på Stortinget, en kamp for å få gjennomslag for sine saker.

På den andre siden har vi mediene. I knapt noen annen bransje har man vært vitne til større forandring over, relativt, kort tid. Internettets inntog har gjort det å være journalist til noe helt annet enn det det var tidligere. Ikke bare er måten å jobbe på annerledes, men det betales mindre for journalistikk. Dermed blir inntektene for mediehusene dårligere, og de må

begynne å tenke nytt. Offentligheten har forandret seg, og man må ikke tilhøre en redaksjon for å kunne ytre meninger, og skrive om hva som skjer i samfunnet. Sosiale medier og blogger er for alle, helt uten filter.

Journalistene og nyhetsmediene må til enhver tid ta stilling til hvilke saker det er verdt å bruke tid på, og hvilke saker som ikke oppfyller de nødvendige nyhetskriteriene. Og selv når det er besluttet at en sak faktisk er en sak, kjøres den gjennom en kvern med ulike journalistiske teknikker, det fortolkes og forklares. Enhver sak trenger en vinkling, helst en konflikt, for å gjøre det bra og for at den skal «selge». På den måten gjør journalistene aktive valg for oss som er publikum, og de har mulighet til å bestemme hva vi skal lese om, når vi skal lese det og på hvilket inntrykk vi skal sitte igjen med i ettertid.

Sammen utgjør disse to mektige institusjonene en viktig del av offentligheten. Hva skjer når maktforholdet dem imellom forskyves eller endrer seg?

Da jeg, høsten 2016, bestemte meg for å skrive masteroppgave ved Universitetet i Oslo var det nettopp dette jeg var interessert i. Våren i forveien, hadde jeg skrevet en bacheloroppgave om P2s Politiske kvarter og Arbeiderpartiets dagsorden. Da undersøkte jeg om det som ble diskutert det lille kvarteret på radioen på morgenen, hadde innvirkning på hvordan arbeidshverdagen og prioriteringene til partiet endret seg, eller tilpasset seg, i løpet av dagen. Denne avhandlingen er et resultat av den samme nysgjerrigheten, og startet med et «høna eller egget» dilemma. Er det sakene og temaene politikerne er opptatt av som mediene skriver om? Eller er det sakene mediene setter på dagsorden som politikerne er opptatt av?

Selv har jeg arbeidet som rådgiver på Stortinget, og sett hvordan politikerne og partiene jobber både mot og med media på samme tid. De ønsker å bruke mediene som talerør for politikken sin, samtidig som de ikke vil slippe mediene for tett på og gi dem for mye makt. På samme måte ønsker mediene å ha bestevenner i politikken, samtidig som de ønsker kunne sette dem til veggs, hvis det er det som må til. Både politikerne som har mulighet til å forme det politiske landskapet, og mediene som setter dagsorden for offentligheten har sine grunner og ønsker for hvorfor de vil være den aktøren som bestemmer hva folk skal være opptatt av. I mange tilfeller vil offentlighetens dagsorden være en kombinasjon av disse to.

Stortingets spørreordning

Det er mange ulike måter å måle og beskrive den politiske dagsordenen på. Nesten hver dag er det ulike møter på Stortinget, i form av blant annet høringer, komitemøter eller plenumssesjoner. Alle saker som blir tatt opp i disse ulike foraene er på mange måter en del av den politiske dagsordenen, og den politiske debatten. Representanter fra regjeringen møter Kongen i statsråd hver eneste fredag. Der treffes beslutninger som, for alvor, er med på å forme det politiske landskapet. En annen viktig del av del av det som utformer det politiske landskapet, er Stortingets spørrevirksomhet.

Spørrevirksomheten er en del av Stortingets kontrollfunksjon overfor regjeringen, og består av ulike former for spørsmål som stortingsrepresentantene kan benytte seg av. Gjennom bruk av interpellasjoner, skriftlige spørsmål og spørsmål i spørretimen har Stortinget mulighet til å kontrollere og påvirke regjeringens arbeid. Det er i hovedsak opposisjonen som benytter seg av denne kontrollfunksjonen, og målet er å «få informasjon fra regjeringen, og klarlegge dens holdning til politiske problemstillinger» (Stortinget, 2017). Hvor representantene henter spørsmålene sine fra varierer, og hvilken motivasjon de har for å stille spørsmål er ulik. Omtrent hver onsdag gjennomføres spontan- og ordinær spørretime på Stortinget. Spørsmålene som tas opp blir gjenstand for debatt, og ender ofte opp i Stortingets komitearbeid. Ofte står representantene ganske fritt i spørsmålsutforming, og Rasch (2011) pekte på hvordan spørretimen brukes som en form for selvrepresentasjon.

I 1987 gjorde Erling Sivertsen, førsteamanuensis ved Høgskulen i Volda, en kvantitativ analyse av spørrevirksomheten på Stortinget. Han undersøkte hvor mange av spørsmålene som hadde sitt opphav i *massemediene*. Dette gjorde han for å kunne si noe om massemedienes nedslag i politikken;

Kort sagt er det mer enn nyheter massemediene bringer til torgs. De er etter hvert også blitt en viktig premissleverandør med innflytelse over hvilke forhold den politiske debatt, både innenfor og utenfor Stortinget, skal dreie seg om. Massemediene kan selv ta politiske initiativ. Det er ikke lenger nødvendig at en etablert politisk institusjon tar opp en sak for at den skal bli ansett som politisk viktig. Aktive og kritiske

nyhetsmedier kan på denne måten sikre at flere spørsmål kommer på dagsorden.

(Sivertsen, 1987, s. 4)

For å få et inntrykk av omfanget av mediernes innflytelse på den politiske debatten undersøkte Sivertsen massemedia som kilde i spørsmålene knyttet til Stortingets kontrollmulighet. Ved å se på spørsmål fra fire ulike sesjoner, og undersøke hvor ofte representantene bruker mediene som eksplisitt kilde i sine spørsmål, ønsket han å beskrive «massemedienes rolle som påvirkningsorgan» (Sivertsen, 1987, s.21). Sesjonene han tok for seg var 1952, 1962 -1963, 1972-1973 og 1982-1983.

Denne oppgaven blir på mange måter en videreføring av arbeidet til Sivertsen. Ved å se på innholdet i spørretimen i sesjonene 1992-1993, 2002-2003 og 2012-2013, og undersøke hvor ofte representantene bruker mediene som inspirasjon for sine spørsmål, kan jeg til en viss grad pirke borti maktforholdet mellom mediene og politikken. Ved å se på ulike måter disse spørsmålene fordeler seg på kan jeg forsøke å beskrive hvordan, og om, mediene påvirker den politiske debatten.

1.1 Problemstilling og avgrensning

Selv om jeg i utgangspunktet ønsker å beskrive hvem som bestemmer hva den politiske debatten skal dreie seg om, velger jeg å bruke Stortingets spørretime som utgangspunkt. Dette er på bakgrunn av den innsnevringen som er gjort i innledningen, og på grunn av oppgavens omfang. Dermed har jeg kommet frem til følgende problemstilling:

I hvor stor grad bærer spørsmålene i Stortingets spørretime preg av mediernes dagsorden, har det endret seg over tid og i tema?

Spørretimen er ansett som en viktig del av arbeidet på Stortinget (Heidar & Karlsen, 2016). Ved å benytte meg av Sivertsens studie vil analysen få et stort datamateriale, det gjør en historisk beskrivelse mulig, og det er gjør det mulig å beskrive en eventuell endring i tema. Konklusjonene Sivertsen kom fram til i sin studie vil brukes som «hypoteser» for å drive arbeidet fremover.

Problemstillingen gir meg mulighet til å forsøke å beskrive en liten del av det maktforholdet som utspinner seg mellom mediene og politikken. Hvis det viser seg at en stor del av stortingsrepresentantenes kontroll av regjeringen er basert på medienes dagsorden, vil det bety at mediene kanskje har enda større makt enn man i utgangspunktet tenker. På grunn av oppgavens omfang, vil kun spørsmålene i spørretimen være gjenstand for undersøkelse. Interpellasjoner og skriftlige spørsmål, som også er en del av spørreordningen på Stortinget, blir derfor utelatt.

1.2 Disposisjon

Sivertsens studie fra 1987 vil få mye plass. Både for å kunne bruke studien hans i min analyse, men også for å gi en forståelse av hva han ønsket å oppnå. Dessuten trengs det å redegjøres for hvordan han kom frem til de ulike konklusjonene som jeg ønsker å avkrefte eller bekrefte. Gjennom min analyse ønsker jeg å finne ut av om tendensene er de samme i dag, som de var da Sivertsen gjorde sin studie i 1987.

For å kunne forstå de eventuelle endringene i spørsmålsstillingen er det nødvendig med en beskrivelse av både samfunnsutviklingen og medielandskapet. Kapittel 2 er derfor et kontekstkapittel. Mye forandrer seg, og det vil kanskje ha mye å si for spørsmålsstillingen om man er i valgår eller ikke. Dessuten er det nyttig å ta med et kapittel om mediehistorie, fordi medielandskapet er i stadig endring, og hva som er «medier» er noe annet i dag enn da Sivertsen forsket på det samme. For forståelsen av analysen er det også viktig med en gjennomgang av hva spørretimen egentlig er, og hvorfor representantene benytter seg av den.

Kapitel 3 er en teoretisk gjennomgang, som hjelper til med å gi mening til funnene i analysen. Derfor blir nyhetskriterier, forståelsesrammer, mediemakt, dagsorden og medialisering presentert og forklart. Sammen legger teorikapittelet og kontekstkapittelet grunnlaget for forståelsen av analysen.

I kapittel 4 gjennomgås metoden for innsamlingen av data og metoden brukt i analysen. Variabler blir gjennomgått, og reliabilitet og validitet drøftes. Dessuten gjøres det rede for noen begrensninger ved oppgaven.

Analysekapittelet, kapittel 5, består av to deler. Den første delen tar for seg om funnene fra 1992-1993, 2002-2003 og 2012-2013. Ulike analyser blir gjort for å kunne svare på

problemstillingen. Del to setter funnene fra del èn opp mot funnene til Erling Sivertsen. På den måten er det mulig å se på en historisk utvikling. Dessuten vil konklusjonene til Sivertsen bli brukt som «hypoteser», og jeg undersøker om de samme tendensene fortsatt gjelder. Funnene blir drøftet underveis i analysen.

Til slutt, i kapittel 6, kommer avslutningen, hvor det blir gjort et forsøk på å løfte blikket og sette analysen i perspektiv. Dessuten blir alt oppsummert, og noen pekepinner på videre forskning blir gitt.

2 Kontekst

For å forstå analysen på best mulig måte, og være i stand til å kommentere funnene, vil det følgende kapitlet redegjøre for konteksten dataene er hentet fra. Først og fremst vil det komme en gjennomgang av Sivertsens studie. Denne studien legger klare føringer for metode og analyse i denne oppgaven, derfor er det en ganske grundig gjennomgang. Deretter kommer det en samtidsbeskrivelse av hvilke samfunnsendringer som var viktige i de periodene som undersøkes i denne studien, samt utviklingen og endringen i det mediehistoriske landskapet.

Deretter følger en klargjøring av spørretimen som parlamentarisk kontrollfunksjon, og litt om hvilke motiver representantene har for å bruke nettopp spørretimen. Kapitlet om kontekst rundes dernest av med et kontekstskjema, som sammenfatter kort de forestående delen av kapitlet. Dette vil kunne hjelpe meg i å forstå resultatene av analysen.

2.1 Om Sivertsens studie

Som sagt vil en del av analysen i denne oppgaven vil benytte seg av analysene og resultatene til Erling Sivertsen. Dette er blant annet for å kunne svare på om det har vært endringer over tid, og i tema i innholdet i Stortingets spørretime. Derfor vil jeg med dette kapitlet gjøre rede for Sivertsens funn, og til en viss grad motivasjonen for undersøkelsene. For å kunne sammenlikne resultatene hensiktsmessig bør metoden og analyseelementene være noenlunde like, så forskningen til Sivertsen har uten tvil lagt føringer for hvordan denne masteroppgaven er utført. I tillegg til at Sivertsens resultater vil fremkomme som et element i min oppgave, kommer innledningskapitlene og teorikapitlene hans til å bli brukt som kilde. Dessuten vil konklusjonene hans legge grunnlag for analysen.

Mer enn nyheter er en analyse av forholdet mellom massemedia og spørrevirksomheten i Stortinget. Avhandlingen, som er Sivertsens hovedoppgave, er gitt ut ved Institutt for massekommunikasjon, ved Universitetet i Bergen i 1987.

I innledningen trekker Sivertsen frem hvordan massemediene kanaliserer og driver frem anklager og kritikk mot ulike forhold i samfunnet, og hvordan politiske myndigheter og embetsmenn i offentlig forvaltning har store vansker med å «verge seg mot strømvirvlene som kan settes i bevegelse» (Sivertsen, 1987, s.3). I synliggjøring av mørkerom i velferdsstaten, trekker Sivertsen frem at det er innenfor de sosialpolitiske tema, at massemediene har vært

medarbeiderne opptrer som selvstendige politiske aktører. [...] selvsagt foregår det også påvirkning direkte fra partiet og organisasjoner. Disse muligheten er utelatt i modellen, fordi vi ønsker å få frem massemedienes rolle i den politiske prosess.

Politisk påvirkning av samfunnsmedlemmene kan ha sitt utspring hos myndighetene som da kan bruke massemediene om et styringsredskap (E). den kan også springe ut fra partiene (F), som tevler om velgerne, eller fra interesseorganisasjonene (G) ved at de ved hjelp av massemediene forsøker å skape en opinion i samsvar med interessene de representerer. Endelig kan massemedia selv intendert eller uintentert utøve en viss politisk påvirkning av leserne, lytterne eller seerne (H). (Sivertsen, 1987, s.22)

Hovedpoenget med modellen er å gi et bilde av massemedienes rolle som *drivkraft* for aktuelle og potensielle pressgrupper, som *selvstendig politisk aktør*, og som en *kanal* for ulike ideer til de politiske myndigheter. I min oppgave, og i oppgaven fra 1987 er det altså massemedienes/nyhetsmedienes rolle som påvirkningsorgan av de politiske myndigheter som vil være fokus. Selv om modellen er laget i 1987, har den til en viss grad gyldighet i dag. Da dette arbeidet ble gjort, fantes ikke internett og alt det fører med seg. Så en modell i dag vil være mer omfangsrik.

Det dreier seg selvsagt om dagsorden, og først og fremst den politiske dagsorden. Den aktøren som har innflytelse på dagsorden, har makt. Sivertsen ønsket å undersøke massemedienes rolle i kampen om den politiske dagsorden. Både som kilde til kunnskap og informasjon for stortingsrepresentantene, men også som en som driver frem uakseptable forhold i samfunnet.

Valg av spørreordningen

Spørreordningen skiller seg på mange måter fra resten av arbeidet på Stortinget, argumenterer Sivertsen. Representantene gis større mulighet til å handle ut fra personlige motiver og interesser i spørsmål tilknyttet spørreordningen, enn de har mulighet til i, blant annet, komitearbeid. Det er gjennom spørrevirksomheten at representantene kan sette lys på kritikkverdige forhold de har fått øynene opp for, og dermed tvinge frem en politisk debatt om et gitt tema. Dessuten er et viktig aspekt ved spørreordningen at representantene har mulighet

til å synliggjøre seg selv, ikke minst om de stiller spørsmål relatert til sin valgkrets. Å bruke spørreordningen strategisk for å profilere seg overfor velgere var viktig, selv da Sivertsen gjorde sin analyse. Videre refererer han til Kuhnle og Svåsand (1984) som har pekt på at spørreordningene kan gi representantene mulighet til å bygge opp en personlig politisk profil(1987, s.34).

Massemedia som eksplisitt kilde over tid

Det er ulike måter å henvise til mediene på i spørsmålsstillingen, og Sivertsen bruker blant annet dette spørsmålet, stilt av Odd Holøs, til sosialminister som eksempel:

I Dagsrevyen 14.januar 1984 gav prosessor Kåre Berg uttrykk for frykt for misbruk av genetiske resultater som kan påvise om mennesker i ung/voksen alder er disponert for folkesykdommer som hjerteinfarkt, kreft osv. han mente vi i Norge måtte få lovbestemmelser på området. Er sosial ministeren innstilt på å forberede slike lovbestemmelser? (Sivertsen, 1987,s. 104)

Sivertsen gjør en rekke ulike analyser av dataene han og kolleger samlet inn. Det er et intervall på ti år mellom hver sesjon som ble gransket, og følgende sesjoner dannet grunnlag for analysen: 1952, 1962-63, 1972-73 og 1982-83. Sesjonene løper fra høst til sommer, bortsett fra i 1952, da fulgte sesjonen kalenderåret.

Tabell 1 Eksplisitt referanse til massemedia over tid (s.107)

Prosent.				
	1952	1962-63	1972-73	1982-83
Interpellasjoner.	39 (33)	45 (51)	36 (25)	18 (17)
Grunngitte-spørsmål.	22 (105)	36 (116)	30 (88)	21 (43)
Spørretime-spørsmål.	2 (145)	5 (61)	13 (295)	16 (541)
Alle spørsmål samlet.	14 (283)	30 (228)	18 (408)	16 (601)
n i parantes.				

Sivertsen finner at antall spørsmål med en klart uttrykt referanse til media økte i perioden som ble undersøkt. I første sesjon var det 39 spørsmål med slike kilder, ti år senere var tallet steget til 68. I den tredje sesjonen hadde tallet steget ytterligere til 73 slike spørsmål, til 97 spørsmål med klart uttrykt referanse til media i siste sesjon. Det er viktig å legge til at antall spørsmål totalt også steg kraftig, og at antall mediehviste spørsmål de to siste sesjonene var lavere hvis man regner i prosent.

Videre fokuserer Sivertsen på to forhold; hvordan de medieforankrede spørsmålene fordeler seg på ulike spørsmålstyper og i hvor stor andel av spørsmålene det trekkes veksler på nyheter. Sivertsen har hentet data fra interpellasjoner, grunngitte spørsmål og spørretimespørsmål. Jeg vil i min analyse kun se på spørretimespørsmål, dette inkluderer både ordinære og muntlige spørsmål. Sivertsen finner en viss forskjell mellom de ulike spørsmålstypene, men jeg går ikke mer inn på det, da jeg ikke undersøker interpellasjoner og grunngitte spørsmål.

Videre undersøker Sivertsen om det er noen forskjell på hvilke departement som får flest spørsmål med eksplisitt referanse til mediene. Det er uten tvil sosialdepartementet som har den største økningen i medierelaterte spørsmål, fra 2.6 % av mediespørsmålene i 1952 til 18.6% i 82-83. Ellers er det mye variasjon, noe som gjør det vanskelig å si noe konkret om fordelingen. Derfor benytter han seg av en inndeling av departementene i tre kategorier; næringsdepartement, næringsrelaterte departement og næringsperifere departement.

Tabell 2 Sivertsens departementsinndeling (1987, s.116)

	Næringsdepartement	Næringsrelaterte departement	Næringsperifere departement
1952	Landbruksdpt, Fiskeridpt, Industridpt, Handels- og sjøfartsdpt	Finansdpt, Kommunal- og arbeidsdpt, samferdelsdpt	Justisdpt, utenriksdpt forsvarsdpt, sosialdpt, kirke- og utdanningsdpt
1962-1963	Landbruksdpt, Fiskeridpt, Industridpt, Handels- og sjøfartsdpt	Finansdpt, Kommunal- og arbeidsdpt, Samferdelsdpt Lønns- og prisdept	Justisdpt, utenriksdpt forsvarsdpt, sosialdpt, kirke- og utdanningsdpt
1972-1973	Landbruksdpt, Fiskeridpt, Industridpt, Handels- og sjøfartsdpt	Finansdpt, Kommunal- og arbeidsdpt, Samferdelsdpt Forbruker- og administrasjonsdpt Miljøverndpt	Justisdpt, utenriksdpt forsvarsdpt, sosialdpt, kirke- og utdanningsdpt
1982-1983	Landbruksdpt, Fiskeridpt, Industridpt, Handels- og sjøfartsdpt Olje- og energi dpt	Finansdpt, Kommunal- og arbeidsdpt, Samferdelsdpt Forbruker- og administrasjonsdpt Miljøverndpt	Justisdpt, utenriksdpt forsvarsdpt, sosialdpt, kirke- og utdanningsdpt Kultur- og vitenskapsdpt U-hjelpsdpt

Fordeling av medieforankrede spørsmål fordelt på de tre kategoriene viser klart størst andel spørsmål til næringsperifere departement, noe som Sivertsen ventet. Det forklares av ulike årsaker, blant annet at «massemediene ofte reiser saker som står svakt i organisasjonskanalen» (Sivertsen, 1987, s. 118), og at representantene velger spørsmål som kan engasjere flest mulig. Dette betyr at det er i næringsperifere saker som massemedia har den største gjennomslagskraften overfor representantene.

Tabell 3 Spørsmål med eksplisitt referanse til mediene, fordelt på departement med ulik næringsstilknytning. Oppgitt i prosent

	Nærings- dept.	Nærings- relevante dept.	Nærings- perifere dept.		
1952	27.0(1)	35.1(2)	37.8(3)	100	(39)
1962-63	20.6(1)	32.4(4)	47.1(3)	100	(68)
1972-73	23.9(1)	33.8(5)	42.3(3)	100	(73)
1982-83	22.9(6)	22.9(5)	54.1(7)	100	(97)

Note: Tallene 1-7 i parentes indikerer Sivertsens departementsinndeling. Tallrekken ytterst til høyre tilsvarende n.

Ved å se på ulikheter mellom partiene, mellom komiteer, mellom kjønn, mellom representanter med kort og lang ansiennitet, og mellom ledere og menige i komiteen ønsker Sivertsen å nyansere funnene fra de første analysene. Disse analysene gjør Sivertsen kun på 1983-1984. På grunn av denne oppgavens tids- og plassbegrensinger velger jeg kun å videreføre analysen om ulike partiers bruk av medieforankrede spørsmål, og se på hvordan spørsmålene fordeler seg på ulike typer medier. Jeg vil derfor ikke fokusere videre på de andre funnene, annet enn å si at Sivertsen ikke fant forskjell på kjønn og bruk av mediespørsmål, men det så ut til at representanter med lang ansiennitet på Stortinget i mindre grad hadde behov for å lene seg på oppslag i massemedia i utforming av sine spørsmål. Dette kan selvsagt også henge sammen med at de ferskeste representantene har større behov for å profilere seg.

Det er «pressen» (avisene) som har flest reportasjer eller oppslag som representantene ønsker å følge opp. Sivertsen skiller her ikke på lokalpresse og rikspresse, noe som ville gitt ekstra innblikk i hvordan representantene fant saker fra sine valgkretser. I og med at medielandskapet har forandret seg kraftig fra de opprinnelige undersøkelsene, kan en kanskje anta at det vil være forskjeller på hvilke medier som gjør seg gjeldene i de nye undersøkelsene.

Sivertsen fant at Senterpartiet hadde klart størst andel av sine spørsmål hentet fra media, med Kristelig Folkeparti på en god nummer to. Dette kan, ifølge Sivertsen, tyde på at Senterpartiet og Kristelig Folkeparti ønsker å markere seg som kritiske i spørreordningene ved hjelp av massemediene. På tiden hvor disse undersøkelsene ble gjort, ble både Senterpartiet og Kristelig Folkeparti sett på som små parti.

Mediene som implisitt kilde

Sivertsen gjør et utstrakt forsøk på å kartlegge spørsmål med opphav i mediene, men som ikke har eksplisitt referanse til mediene. Det velges en måned i ett år, og metoden tar utgangspunkt i riksaviser og annet. Dette kommer jeg ikke til å gjøre i denne oppgaven. Det vil derfor ikke gis noe nærmere beskrivelse av dette.

Sivertsens konklusjoner

Sivertsen var særlig opptatt av å «underbygge hvordan massemediene har bidratt til å endre den politiske prosess i Norge» (1987,s.172). Han finner at representantenes behov for å hente saker fra pressen har tiltatt i omfang, og slutter dermed at tiden hvor beslutninger både begynte og sluttet hos stortingsrepresentantene definitivt er over.

Massemediene har både en styringseffekt på politikerne, og fungerer samtidig som en tredje kanal til politiske myndigheter. Disse to effektene bidrar til en maktforskyvning, «der stortingsrepresentantene har fått redusert sin innflytelse over dagsorden, mens massemediene har økt sin innflytelse på bekostning av stortingsrepresentantene» (s.173). De viktigste funnene oppsummeres i en rekke punkter, her har jeg valgt ut et fåtall som er relevant for denne masteroppgaven:

- Over tid hadde antall spørsmål med eksplisitt referanse til massemedia økt i antall.
- Massemediene har størst gjennomslag til spørreordningenes dagsorden i saker som hører inn under næringsperifere saksområder, og i mindre grad til næringsrelaterte og næringsområder.
- Regjeringspartiene med unntak av Høyre, stilte flere spørsmål med en eksplisitt henvisning til massemediene enn opposisjonen.

- De mindre partiene reiser flere medieforankrede spørsmål per representant enn de store partiene.

(Sivertsen, 1987,s. 173-174)

2.2 Samtidsbeskrivelse

Mellom årene 1992 til 2012, en periode på tjue år, skjer det utrolig mye. Norge blir en del av world wide web 13. mai 1993, og datamaskin og mobiltelefon blir utover 90-tallet allemannseie for de fleste. Dette åpner for helt nye spørsmål om blant annet sikkerhet og personvern. Utviklingen skjer utrolig raskt, og mye blir digitalisert.

1992-1993

3. november 1990 danner Gro Harlem Brundtland sin tredje regjering, ett år etter at Berlinmuren falt og den kalde krigen endelig var over. Dette er en flertallsregjering, som styrer frem til 1996. Arbeidsledigheten har økt, og det må styres med hard hånd for å få Norge på fote igjen. I *Da vi styrte landet* (NRK, 2017) forteller Gro Harlem Brundtland om hvordan det å få sikret Norges vertskap for de olympiske leker i 1994, styrket den norske stoltheten og nasjonen som helhet. Årene 1992 og 1993, den første stortingssesjonen jeg undersøker hadde mange opposisjonspartier, ettersom regjeringen var en ren Arbeiderpartiregjering. 13. september 1993 ble det holdt Stortingsvalg. Et valg som Arbeiderpartiet og Brundtland gikk seirende ut av. Det er altså året før valgåret jeg ser på, og det kan tenkes det synes i antall spørsmål.

Nyhetsåret 1992-1993 var preget av en rekke ulike hendelser. I juni 1992 vedtok Stortinget barnevernloven, og i september vedtas det å ratifisere EØS-avtalen. Det søkes om norsk medlemskap i EF i slutten av november samme år, og i april det påfølgende året begynner forhandlinger med EF om det norske medlemskapet. Dette fører igjen til folkeavstemning om norsk medlemskap i 1994, noe som førte til et overraskende nederlag for regjeringen, man hadde undervurdert nei-siden. I løpet av våren 1993 får Norge sin aller første kvinnelige biskop i Rosemarie Køhn, og Bjugn-saken ryster norsk offentlighet.

2002-2003

To år etter millenniet, tusenårsskiftet, med apokalypteteorier om datakollaps ved midnatt 31.12 1999, går det ikke så ille som dommedagsprofetiene skulle ha det til. Kjell Magne Bondeviks Kristelig Folkeparti styrer Norge, sammen med Høyre og Venstre. Dette er Bondeviks andre regjering, og ble dannet 19. oktober 2001. Regjeringen kalles Samarbeidsregjeringen (Bore, 2001), og det er Arbeiderpartiet som er Norges største parti. Til tross for et katastrofalt dårlig valgresultat i 2001, representerer Arbeiderpartiet en sterk venstreside i tydelig opposisjon.

11. september 2002 er det ett år siden det fatale terrorangrepet på World Trade senter i USA, og utover høsten samme året blir det mer og mer klart at Irak står for tur på amerikanernes liste i krigen mot terrorisme. Her hjemme tok tidligere helseminister Tore Tønne sitt eget liv etter et kraftig medietrykk for å ha mottatt honorar for oppdrag samtidig som han mottok etterlønn for helseministerjobben. I etterkant av dette ble det en kjempediskusjon om medienes ansvar, og etikk, og navnet til Tønne tas ofte opp for å mane pressen til ro i årene som kommer. I løpet av året bryter også viruset SARS ut, og en kunne for første gang merke globaliseringen på kroppen. Lite nedbør i Norge fører til svært høye strømpriser, og det etterlyses reguleringer og statlig støtte. Norges største opposisjonsparti, Arbeiderpartiet, preges av en intern maktstrid mellom Jagland og Stoltenberg. På grunn av den intense striden fikk Jagland et illebefinnende og måtte på sykehus, og det ledet til det velkjente «kyllingstuntet» av Bård Tufte Johansen. Han ønsket å sette søkelys på pressens dobbeltmoral i håndteringen av Jagland.

2012-2013

I 2012 er det norske folket fortsatt preget av terrorangrepet 22. juli 2011. Gjørsv-kommisjonen presenterer i august sin rystende rapport. Arbeiderpartiet, med Jens Stoltenberg i spissen, styrer landet, sammen med Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet. Dette er Stoltenbergs andre regjering. Ved stortingsvalget i 2013 er et flertall av norske velgere klar for en ny retning. Folk har sett seg lei på Stoltenberg og resten av regjeringen. Erna Solberg og Høyre tilbyr nye løsninger for Norge. Den rødgrønne regjeringen, med Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti har fått til mye, og bommet på en del. Blant annet lovet de et enormt antall sykehjemsplasser, et løfte det skulle vise seg å være umulig å oppfylle.

På bakgrunn av Gjørsv-kommisjonen er det en samlet kontroll- og konstitusjonskomite som kritiserer regjeringen for beredskapssituasjonen i forkant av terrorangrepet. Det stilles dog ikke mistillitsforslag. Omtrent samtidig demonstrerer tusenvis mot regjeringens behandling av asylbarn, og Arbeiderpartiets programkomité går inn for å konsekvensutrede oljeboring utenfor Lofoten og Vesterålen, et forslag som partiets landsmøte senere vedtar. Høsten i forveien ble preget av krisen ved Akershus universitetssykehus, hvor det hadde kommet frem at det over tid hadde vært umenneskelige arbeids- og pasientforhold. Utenriks gjenvelger USA sin president Obama, eurokrisen spredte seg til nye land og cruiseskipet «Costa Concordia» går på grunn. I begynnelsen av 2013 ga terrorangrepet mot Statoils gassanlegg In Aménas i Algerie en vond start på året.

2.3 Mediehistorie – det store hamskiftet

Tiden fra 1980-2000 kan kalles *det store hamskiftet* i historien om mediene (Bastiansen & Dahl, 2008, ss. 467-512). På eksepsjonelt kort tid gikk bransjen gjennom store endringer i teknologi, organisering og eierstruktur (ibid). Kommersialisering, sentralisering og internasjonalisering er nøkkelord som beskriver denne perioden, og Bastiansen og Dahl (2008) peker på interne forhold i mediene som pådriver dette, så vel som politiske initiativ og «kapitalens ubønhørlige krav til avkastning» (Bastiansen & Dahl, 2008, s. 458). I tiden etter årtusenskiftet var det overgangen til personlige medier som satt sitt preg på mediehverdagen.

Det er nødvendig med et kapittel om mediehistorie og utvikling, for å kunne sette analysen jeg skal gjøre senere i perspektiv. Medielandskapet er i stadig endring, og det vil selvsagt påvirke mediens makt og deres mulighet til å sette dagsorden. Dette kapittelet er ment for, i hovedsak, å redegjøre for utviklingen av og endringen i medielandskapet over tidsperioden jeg gjør mine studier.

Ikke bare er det en svært stor forskjell på medielandskapet i 1952 kontra 2013. Det er enormt stor forskjell på mediebransjen fra 1992 til 2013. Den kanskje største, og mest fremtredende, endringen er internett, med virtuelle samfunn og sosiale medier. Med internetts inntog har landegrenser blitt visket ut, og tradisjonelle medier har på mange måter mistet sin posisjon. Praktisk talt alle har mulighet til å være en del av offentligheten gjennom sosiale plattformer, og folk skaper egne nye offentligheter og ekkokamre hvor de deler et fellesskap.

Mediehistorisk tilbakeblikk

16. desember 1981 skulle vise seg å bli en historisk dato for det norske mediesystemet. Den store bautaen Norsk Rikskringkasting (NRK) mistet eneretten til å drive radio og fjernsyn (Bastiansen & Dahl, 2008). Prosessen frem til avgjørelsen hadde foregått i flere år, både partipolitisk og på mer underliggende plan. Organisasjoner og menigheter hadde et ønske om å ta del i radioflaten, og det var til slutt Willochs regjering som presset endringen igjennom.

Oppløsningen i monoopolet førte umiddelbart til stor aktivitet på radioområdet. Alle ville drive radio, og i løpet av de første fem årene ble det opprettet nesten 300 nye radiokanaler. Ulike organisasjoner drev radio; politiske, religiøse og humanitære, samt kommuner, menigheter og lokalradio. Ën aktør var ikke å finne blant disse, og det var pressen. I det første frislippet fikk nemlig ikke lokalavisene lov å drive nærradio. Dette ble derimot endret mot slutten av 80-tallet. Og etter hvert begynte store investorer å melde sin interesse i den norske mediebransjen.

5. september 1992 hadde TV2 premiere som den første norske kommersielle tv-kanalen. De hadde «vunnet» en søknadsprosess om konsesjon til å drive en ny riksdekkende fjernsynskanal, finansiert med reklame. De første årene var nervepirrende for TV2, både med tanke på reklamefinansiering og kampen om tv-publikum. NRK hadde lenge vært en fjernsynsbauta, og TV2 måtte reise kjerringa. En del smarte trekk gjorde at de to kanalene raskt var like store. Til TV2s glede og NRKs ergrelse. En ting ble hvert fall tydelig, TV-konkurransen førte til fornyelser i gamle NRK, helt fra TV2s første sending (Enli, Syvertsen, & Sæther, 2006).

Noe annet som er beskrivende for perioden fra 1980 til millenniumskiftet er krysseierskap (Bastiansen & Dahl, 2008). Krysseierskap ble i løpet av få år en alminnelighet i norsk mediebransje. Det var særlig tre store aktører som var dominerende i den norske mediebransjen; Schibsted, Orkla og A-pressen. Dette gikk ikke upåaktet hen i samfunnsdebatten. Det ble påstått av den redaksjonelle friheten ville lide, når eieren ikke lenger var en «dedikert og lokal aviseier» (Bastiansen & Dahl, 2008, s. 482), men snarere ar en lang kjede av profesjonelle investorer.

De nye eierskapsformene, opphevelsen av monoopolet og privatisering endret det norske medielandskapet. Vi gikk fra et «enkanal samfunn» til et «flerkannelsamfunn» (Lundby &

Futsæter, 1993). Avisstilbudet differensierte, og det førte til oppblomstringen av ulike fenomener innenfor journalistikken. Konkurransen ble naturligvis større jo fler kanaler som kom på banen, derfor måtte redaksjonene benytte grep for å presentere nyheter. Både tabloidisering, personifisering og infotainment er fenomener som kan beskrive medieutviklingen. Den rene informasjonen skulle nå blandes med underholdning, og dermed bli mer underholdene for folk å lese. Vanen med tabloidisering ble bare større og større, selv om rapporter viste at mediene bar preg av større uniformitet enn tidligere.

Dessuten ble politikerne gjenstand for mediedekning, ikke bare politikken. Personifiseringen ble en innholdstrend som kunne spores til nesten alle journalistiske områder (Bastiansen & Dahl, 2008). Når innholdet fra nasjonalforsamlingen tidligere hadde vært journalistisk stoff, var det nå politikerne som ble skildret. En fenomen man ser tydelig den dag i dag. Politikerne som privatpersoner er minst like interessante for mediene som politikken de fører. Dette gjør at politikerne endrer sine arbeidsmåter. De er i større grad enn før avhengige av å bygge personlige profiler, og profilere seg selv som medmennesker. Bastiansen og Dahl peker på jakten på skandaler som en av de viktigste grunnene til fremveksten av personifisering og intimisering, hvor skillet mellom privat og offentlig hvikes ut.

Så kom internett, og personlige medier ble mer og mer vanlig. World wide webs inntog endret alt. Ikke bare ble verden mindre og mer tilgjengelig, mediehusene og redaksjonene ble tvunget til å tenke nytt. Personlige medier, som sosiale medier, blogger og nettsamfunn vokste frem og folk delte nyheter uten å blande inn mediene. Utover 90-tallet ble både mobiltelefon og datamaskin med internett, mer eller mindre, allemannseie, og offentligheten ble på en måte større. Det ble enklere for vanlige folk å dele meninger, og oppdatere seg. Det kommuniseres på en helt annen måte, og særlig begynner man å dele personlig informasjon på en helt annen måte enn tidligere. For politikere betyr dette også en annen hverdag. Det forventes etter hvert at de også er tilstede i sosiale fora, som for eksempel Facebook. Mange benytter dermed sjansen til å bygge seg medieprofiler, og politikken blir kanskje enda mer personifisert enn før. Gjennom Facebook har man mulighet til å «kjenne» politikerne, og få høre direkte fra dem hva de mener om ulike saker. De tradisjonelle mediene blir derfor unngått når politikerne snakker direkte med offentligheten. Dette gir politikerne unike sjanser til å si hva de faktisk mener, uten journalistens fortolkende metoder. Der de tidligere var avhengige av at mediene refererte deres meninger, er det nå fritt frem å interagere med offentligheten, på både godt og vondt.

2.4 Parlamentarisk kontroll

Det er viktig for forståelsen av analysen i kapittel 5 å sette spørrevirksomheten på Stortinget inn i riktig kontekst. Dessuten er det viktig å se på hva som motiverer representantene til å benytte seg av spørrevirksomheten, sett bort fra den helt åpenbare kontrollfunksjonen virksomheten har. Det er rimelig å anta at dette har litt å si for datamaterialet i denne oppgaven. Blant annet kom det i 1996 en ganske radikal endring i spørrevirksomheten, nemlig innføringen av spontanspørretimen (Stortinget, 1995).

Representantene på Stortinget er underlagt et parlamentarisk styresett. Et styresett som først ble grunnlovsfestet i 2007, men som helt siden 1884 har fungert etter sedvane (Stortinget, 2017). Stortingets kontrollfunksjon overfor regjeringen er viktig av mange grunner. Det er en helt sentral del av Montesquieus maktfordelingsprinsipp, med lovgivende, utøvende og dømmende makt fordelt på tre institusjoner. Stortinget har tre hovedoppgaver; lovgivende, bevilgende og kontrollerende. Og regjeringen har informasjonsplikt overfor Stortinget. Stortinget har en rekke ulike kontrollmidler overfor regjeringen og dens forvaltning. Blant annet er Stortingsdebattene en viktig del av dette, særlig trontaledebatten og finansdebatten (Fimreite & Grindheim, 2007, s. 39). Videre er Kontroll- og konstitusjonskomiteen den eneste komiteén som kan behandle saker på eget initiativ, og komiteen har som oppgave å kontrollere at regjeringen og forvaltningen gjennomfører vedtakene som fattes av Stortinget. Spørrevirksomheten er et sentralt verktøy stortingsrepresentantene kan benytte seg av, i kontroll av regjeringen.

Representantene på Stortinget kan benytte seg av spørrevirksomheten på ulike måter. De tre spørsmålstypene er spørretimespørsmål, skriftlige spørsmål og interpellasjoner. Den mest omfattende er interpellasjoner. En interpellasjon skal besvares i en interpellasjonsdebatt, og er den eneste formen for spørsmål som skal besvares i egen debatt. Skriftlige spørsmål må besvares skriftlig. Spørsmålet bør ikke overstige en A4-side, og svaret, som må komme innen en måned, kan ikke være lenger enn to A4-sider. Strategisk bruk av både interpellasjoner og skriftlige spørsmål benyttes av opposisjonen. Dette kan gjøres fordi det er en absolutt tidsfrist for besvarelse av spørsmålene, og dermed må regjeringsforvaltningen prioritere å svare dem ut, og kanskje la andre arbeidsoppgaver ligge. Skriftlige spørsmål dreier seg ofte om politiske detaljer (Heidar & Karlsen, 2016), i motsetning til spørretimespørsmål.

Spørretimespørsmål deles inn i to kategorier, muntlige spørsmål og ordinære spørsmål. Det er kun spørretimespørsmål som er under undersøkelse i denne oppgaven, derfor legges det mest vekt på disse, og jeg vil i det følgende forklare saksgang og forskjell på disse. Det er Stortingets forretningsorden §71-§73, kapittel 10, som legger føringer for gjennomføringen av spørretimen. Spontanspørretimen ble innført som prøveordning i 1996, men gjennomføringen av den første spontantespørretimen ble utsatt fordi Gro Harlem Brundtland overraskende annonserte sin avgang (Stortinget, 2017).

Spørretimen holdes i utgangspunktet hver onsdag klokken 10. Senest klokken 11.00 mandagen i forveien må statsministeren gi stortingspresidenten beskjed om hvilke regjeringsmedlemmer som skal delta i spørretimen, ofte er dette cirka tre statsråder. Fra tid til annen deltar også statsministeren selv. Det er stortingspresidenten som har ansvaret for å gjøre stortingsrepresentantene klar over hvilke regjeringsmedlemmer som stiller i spørretimen.

Først ut er den muntlige spørretimen, eller spontanspørretimen, en arena for å ta opp dagsaktuelle saker «gjærne hentet fra mediene» (Stortinget, 2017). Spørsmålene skal være korte, begrenset til to minutter, og innholdet er ikke kjent for statsrådene som er tilstede. På den måten kan de ikke forberede seg. Regjeringsmedlemmets taletid for første svar etter såkalt «hovedspørsmål» er to minutter. Deretter har spørteren rett til å få ordet én gang om den samme saken. Videre kan stortingspresidenten gi andre representanter ordet én gang om den samme saken, og statsråden som har mottatt spørsmålet har rett til taletid mellom hvert innlegg av en annen representant. Det er stortingspresidenten som bestemmer når den muntlige spørretimen er ferdig. Som regel varer den muntlige spørretimen /spontanspørretimen omtrent en time. NRK viser spontanspørretimen i sin helhet direkte hver onsdag. Denne delen av spørretimen anses som å være den mest publikumsvennlige (Heidar & Karlsen, 2016).

Den ordinære spørretimen skiller seg fra muntlig spørretime ved at regjeringsmedlemmene svarer på spørsmål som stortingsrepresentantene har levert skriftlig. Spørsmålet skal være kort, og levers til Stortingets president, gjennom Stortingets administrasjon.

Regjeringsmedlemmene har derfor anledning til å forberede seg på spørsmålets innhold i forkant av spørretimen. I debatten som følger svaret til statsråden på et ordinært spørretimespørsmål, kan spørteren og statsråden få ordet ytterligere to ganger hver til korte

bemerkninger. Her kan spørreeren stille korte oppfølgingsspørsmål. Taletiden er ett minutt i oppfølgingen.

Bruken av de ulike spørreordningene har forandret seg siden man først innførte ordningen. Tidligere var dette redskap som alle partiene benyttet seg av, men nå anses det som opposisjonens verktøy (Rasch, 2011). Dette vil senere tydeliggjøres i analysen.

Spørretimen med viktig signalfunksjon

Det er ulike grunner til at stortingsrepresentantene velger å benytte seg av spørretimen. I utgangspunktet har spørreordningene, som nevnt, en kontrollfunksjon, overfor regjeringen og regjeringsforvaltningen. Det er imidlertid andre motivasjonsfaktorer som påvirker hvorfor representantene benytter seg av ordningen.

Dersyd gjorde i 1993 en studie, hvor han ønsket å undersøke hvordan stortingsrepresentantene benyttet seg av spørretimen (Dersyd, 1993). Benyttet de seg av spørretimen til kontroll av regjeringen, eller ønsket de primært å få oppmerksomhet gjennom bruk av spørretimen? Ønsket om å få oppmerksomhet i sine saker som man som representant mener er viktig, er nok en viktig grunn til å bruke spørretimen. Ved å stille et spørsmål i spørretimen viser man velgere og andre at dette er et tema man er personlig opptatt av. Ettersom spørsmål nå er så lett å dele i sosiale medier får man vist bredt at man har spurt om noe, og ofte kan man legge vekt på at man fikk et dårlig svar.

Sivertsen (1987) pekte også på den enkelte representants mulighet til å synliggjøre seg selv som et svært viktig trekk ved spørreordningen. I andre utspill om politiske saker er representantene bundet av hva partiet mener, og utspillene må ofte klareres med resten av partiorganisasjonen. I spørresituasjonen kan representantene i større grad opptre på egenhånd, og legge vekt på de sakene som man er personlig opptatt av. Dessuten pekte Sivertsen på at spørreordningene er en fin måte for representantene å ta opp spørsmål knyttet til sine valgkretser, og dermed bygge en tydelig profil i egen valgkrets, ved at man «nesten alltid» er sikret et oppslag i lokalmediene hvis man spør om noe som de der hjemme er opptatt av. Dette synet understrekes av Heidar og Karlsen (2016). Videre legger de vekt på at spørsmålene stilt i spørretimen er ansett som viktigere, med tanke på medieprofil, enn skriftlige spørsmål, fordi disse ofte dreier seg om politiske detaljer, som blir besvart av

byråkrater i departementene. Også Heidar og Karlsen legger vekt på at representantene bruker spørretimen i større grad for å få mediedekning, enn reel kontroll av regjeringen og dens prioriteringer.

2.5 Kontekstskjema

Følgende kontekstskjema brukes i analysen, for å prøve å forstå resultatene. Innholdet er basert på kontekstkapittelet du nettopp har lest.

Tabell 4 Kontekstskjema

	1992-1993	2002-2003	2012-2013
Stortings-kontekst	-Arbeiderpartiet i flertallsregjering -Gro Harlem Brundtland statsminister, Stortingsvalg høst 1993 -Høyre største opposisjonsparti	-Høyre, Venstre og Kristelig Folkeparti i regjering, med -Kjell Minge Bondevik statsminister, -Spontanspørretimen ble innført i 1996, og er nå i full gang. -Arbeiderpartiet største opposisjonsparti.	-Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti i regjering, -Jens Stoltenberg statsminister. -Fremskrittspartiet største opposisjonsparti. -Stortingsvalg høst 2013
Medie-historie	-NRK monopolet er oppløst. -Mobiltelefoner ble straks for alle -13.mai 1993: den første norske nettsiden -TV2 med første tv-sending september 1992	-Nye medier utvikles til personlig konsum. -Det åpnes for publikumsdeltakelse i TV-programmer	-«Alle» har smarttelefoner, -Det går an å leve av å «rosablogge» -Nettavisar tar nesten over for tradisjonell avis -Sosiale medier er en viktig del av hverdagen til de aller fleste
Samfunns- endringer	-Etter noen år med sterk markedsøkonomi, modererer, men viderefører regjeringen Brundtland samme type økonomi. -Det spiller opp til EU avstemning og OL i 1994.	-Samfunnet er preget av terrorangrepet mot World Trade senter 2001. USA er klare for krig - SARS bryter ut, og blir en global epidemi -En særdeles kald og tørr vinter betyr høye strømregninger for folk flest.	- Norge fortsatt i en slags sjokktilstand etter terroren 22.juli 2011. - Akershus universitetssykehus i krise - Terrorangrepet på Statoils anlegg i Algerie preger begynnelsen av 2013

3 Teori

Kontekstkapittelet har lagt rammen for det samfunnet og den «tiden» dataene er hentet fra. Dette kapittelet skal bidra med å gjøre rede for det teoretiske landskapet for denne oppgaven. I de følgende seks delkapitlene har jeg valgt ut konkret teori som kan hjelpe meg å forklare og begrunne funnene i analysen. Både dette kapitelet, og det forrige, skal hjelpe å forstå analysen og skal legge et grunnlag for hvordan resultatene forstås. Ved å spørre i hvilken grad spørsmålene i Stortingets spørretime bærer preg av mediernes dagsorden, er det mediernes makt over den politiske arenaen som undersøkes. Mange har forsøkt å beskrive denne makten, og samspillet mellom media og politikken tidligere. Og det er ingen tvil om at mediene har makt.

3.1 Mediemakt

I det norske samfunn har mediene som formidlere av nyheter en viktig demokratisk funksjon (Lundby & Staksrud, 2016). Mediene opptre som «et kritisk undersøkende korrektiv» til andre store aktører i samfunnet, som Stortinget og regjeringen (Lundby & Staksrud, 2016, s. 230). I følge Lundby og Staksrud er det avgjørende at mediene har tillit, for at de skal kunne fungere som en demokratisk tilrettelegger, ved å sørge for åpen, offentlig samfunnsdebatt og ha en samlende kulturell funksjon. Denne tillitten baseres på at mediene oppleves som kritiske og undersøkende, og dermed redaksjonelt uavhengige overfor både myndigheter og eiere.

Mathiesen (2010) foreslår en tredeling av mediernes makt; makten bak mediene, makten i og rundt mediene og makten fra mediene. Makten bak mediene dreier seg om eierskapsforhold, og er særlig knyttet til økonomi, organisasjon og profesjonalitet. Det er denne makten som kan overskygge det journalistiske arbeidet til mediene. Og hvis den gjør det, kan det gå utover tilliten folk har til mediene. Blant annet skal mediernes profesjonalitet sørge for at mediemakten legitimeres gjennom etiske retningslinjer som Vær varsom-plakaten og Redaktørplakaten (Mathiesen, 2010).

Hvordan mediene påvirker/ikke påvirker holdningene våre og hvordan bruk av medier gir makt, er ifølge Mathisen makten fra mediene. Elementer som dagsorden, nyhetskriterier, nyhetsterskel og bruk av blant annet tolkningsrammer hører til i makten i og rundt mediene. Hvordan mediene velger ut hva som skal være nyheter, og hva det ikke er verdt å skrive om,

er viktige aspekter ved makten mediene har til å bestemme hva borgere skal oppfatte som viktig. Makten rundt mediene dreier seg også i stor grad om kilder. Mathisen diskuterer om mediene står i opposisjon til sine kilder eller om de i større grad fungerer som en forlenget arm for elitekildene til å nå ut med sine budskap (2010, s. 117). Å undersøke hvordan stortingsrepresentantene benytter seg av mediene som grunnlag for sin kontroll av regjeringen, vil derfor kunne si noe om mediens makt over den politiske debatten.

På noen få tiår har mediesamfunnet forandret vilkårene for demokratisk offentlighet (Gulbrandsen, et al., 2002, s. 191). Gulbrandsen m.fler trekker frem journalistens rolle i den mediale offentlighet, og beskriver utviklingen på denne måten:

I mediale offentligheter opptrer journalisten som vår informerte guide. Hun tar oss med og gjør oss kjent med plasser, personer og posisjoner vi ikke kan, eller vil, oppsøke selv. Som guide oppnår journalisten dobbel status: hun blir både offentlighetens garantist og dens siste generalist. Hun formidler «innenfra» til noe «utenfor» - altså til folk. Men samtidig er hun en generalist med spesialkunnskap, som fortolker, kommenterer og vurderer - mens hun formidler. I denne kombinerte guidefunksjonen kan mediene fremstilles som en selvstendig forhandler av offentlig samtykke og legitimitet. (2002, s. 191)

Her beskrives mediens makt som ganske omfattende. Som skrevet i sitatet ovenfor har mediene definisjonsmakt til å definere både hva offentligheten skal forholde seg til, men også hvordan offentligheten skal forholde seg til ulike forhold i samfunnet. Denne definisjonsmakten er en del av mediens dagsorden, som skal bli beskrevet nøyere litt senere. Hvordan mediene velger å skrive om saker, vil derfor ha stor betydning for hvilket inntrykk borgerne i offentligheten sitter igjen med.

Tradisjonelt sett har journalistikken hatt to hovedoppgaver. På den ene siden formidling, på den andre siden kritikk, «det ene kalles gjerne journalistikkens oversetteroppdrag, det andre dens samfunnsoppdrag» (Gulbrandsen, et al., 2002, s. 192). Begge disse aspektene er aktuelle for forståelsen av analysen i denne oppgaven, og begge disse «oppdragene» er godt forankret i journalistens etiske verktøy Vær varsom-plakaten. En kan prøve å forstå de to

hovedoppgavene, med to forskjellige målgrupper. Formidlingsoppgaven handler, kanskje i utgangspunktet, om å formidle viktige deler av politikken og samfunnet ut til offentligheten. Mens samfunnsoppdraget handler om å formidle alarmerende forhold i samfunnet til beslutningstakere og andre som kan gjøre noe med situasjonen. Pierre Bourdieu tilla mediene, da spesielt nyhetsmediene, symbolsk makt (Bjerke, Øvrebø, & Brurås, 2012, s. 22). Bjerke, Øvrebø og Brurås foreslår leseroppslutning, seerscore og evnene til å sette dagsorden som mål for å måle og fastslå, nyhetsmediers symbolske makt. Et viktig aspekt ved Bourdieu teori om nyhetsfeltets symbolske makt, er at den bare virker når den anerkjennes. Det vil si at både offentligheten som sådan, og de andre feltene, som politisk felt og økonomisk felt, må legitimere og anerkjenne mediene symbolske makt. På samme måte som Lundby og Skaderud (2016) la mediene tillitt som forutsetning for en fungerende offentlighet.

3.2 Medialisering, å la mediemakten ta overhånd

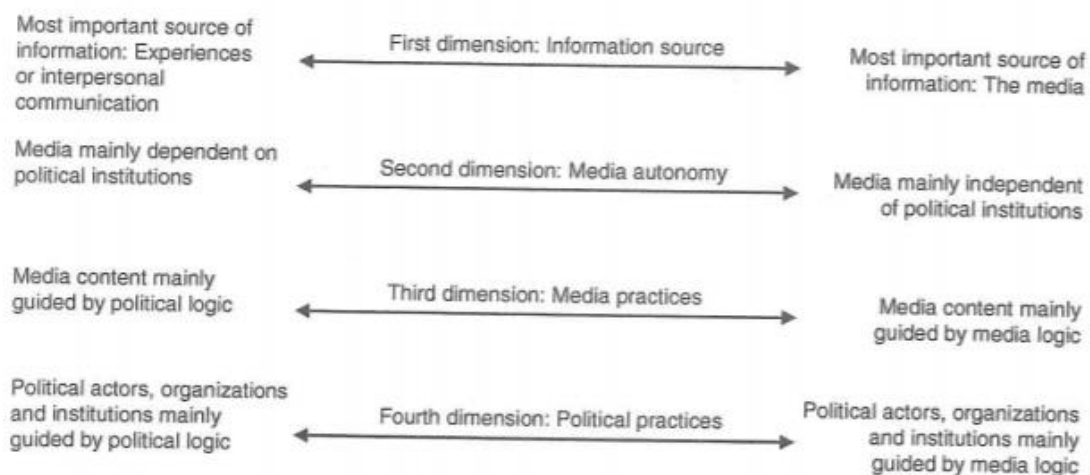
Med mediene stadig økende makt og definisjonsrolle i offentligheten må andre institusjoner tilpasse sine metoder for å passe inn i mediasamfunnet. Når medielogikk og tankegang blir adoptert av helt andre samfunnsfelt kalles det medialisering. Mediering er et uttrykk for hva som konkret skjer, medialisering beskriver den samfunnsmessige endringen som skjer over tid, ved påvirkning av mediene arbeidsmetoder (Couldry & Hepp, 2013).

Strömbeck og Esser definerer medialisering av politikk som en «process through which the importance of the media and their spill-over effects on political actors and their behaviours has increased» (Esser & Strömbäck, 2014, s. 6). Nylig ønsket imidlertid Blumler og Esser å utforske dette videre, og introduserte et skille mellom push og pull- krefter i medialisering av politikk (2018). Blumler og Esser benytter seg av denne inndelingen for å kunne beskrive medialisering mer nøyaktig og nyansert. På den ene siden er politisk-sentrert medialisering, som kan oppsummeres med de kreftene som aktivt trekker mediene logikk og arbeidsmetoder inn i politikken. Dette er pull-kreftene, at den politiske institusjonen selv trekker disse endringene inn. På den andre siden er den media-sentrerte medialiseringen, som er basert på journalistisk intervensjon og mediene forstyrrelser av arbeidsmetodene i politikken. Dette er push-kreftene, og legger til grunn en forståelse av at media er proaktive aktører i medialisering. En viktig forutsetning for push/pull synet, og i grunn mediene makt, er at alle andre samfunnsaktører er avhengige av å nå offentligheten, og det avhenger av mediedekning.

Medialisering forstås altså som en kombinasjon av push- og pull-kreftene. Selv om disse to medialiseringkreftene kan fremstilles som kontraster, er det viktig å merke seg at Blumler og Esser oppfatter at de jobber simultant, og virker samtidig, og påvirker hverandre. Forfatterne bruker dette skillet for å kunne nyansere og bedre beskrive hva som foregår ved medialisering av politikk, men er nøye med å påpeke at de henger tett sammen.

Pull- og pushtankegangen baserer seg, til en viss grad, på Strømbeck og Essers (2014) firedimensjonale medialiseringmodell. I modellen blir medialisering av politikk sett på som en prosess med fire distinkte dimensjoner. De ulike dimensjonene kjennetegnes ved at de er sterkt knyttet sammen, men også av at hver dimensjon består av et gi- og ta forhold mellom to ytterpunkter.

Figur 2 Firedimensjonal konseptualisering av medialisering av politikk (Esser & Strömbeck, 2014, s.7)



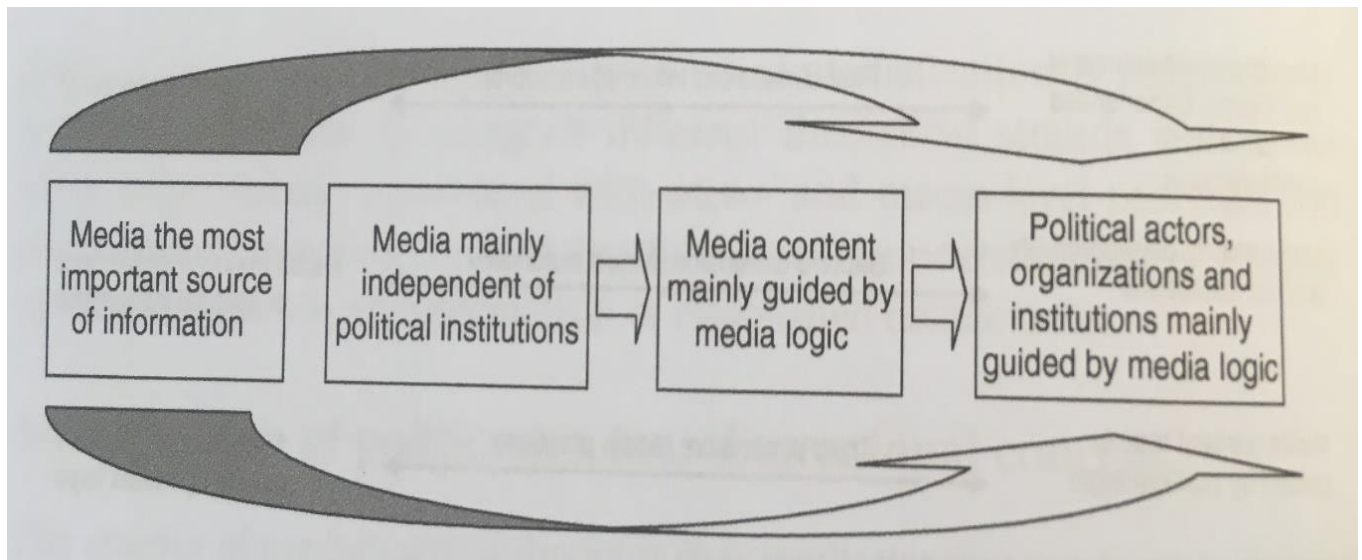
Den første dimensjonen tar for seg media som informasjonskilde. Denne illustrerer hvor man får informasjon om politikk og samfunnet fra, med media på den ene siden og egne erfaringer og mellommenneskelig kommunikasjon på den andre. Den neste, og andre, dimensjonen dreier seg om mediens autonomi som institusjon. Hvor mediene har gått fra å være «meget» avhengig av politiske institusjoner, til å være meget uavhengig politiske intuisjoner. Det har blant annet skjedd en endring i hvordan mediene beskriver politikk. Fra å være rent refererende, til å være mer kritisk og tolkende (Bjerke, 2011).

Den tredje dimensjon har mediene som underlegen politisk logikk på den ene siden og medielogikk på andre siden. Dimensjonen beskriver forholdet mellom de to ulike «logikkene»

som kjennetegner de to aktørene, mens den neste og siste dimensjonen dreier seg om politisk praksis. Drakampen mellom om det er politisk logikk eller medielogikk som er dominerende for politisk praksis. Jo mer medialisering, jo mer legger medielogikk premisene for hvordan man driver politikk. Hva som er medielogikk og hva som er politisk logikk dreier seg om arbeidsmåter og tankegang som er karakteristisk for aktøren.

Esser og Strömbeck legger vekt på at medialiseringen kan være tilstede i ulike grad i de ulike dimensjonene. Hvor stor grad av medialisering det er, kan avhenge av blant annet type medium, politiske aktører og organisasjoner. Videre beskriver de forholdet mellom de fire dimensjonene som på figuren/bildet nedenfor.

Figur 3 Forholdet mellom de fire dimensjonene i medialisering av politikk (Esser Strömbeck, 2014, s. 8)



3.3 Nyhetskriterier og nyhetsterskel

«Whatever we know about our society, or indeed about the world in which we live, we know through the mass media» (Luhmann, 2000, s. 1)

En av de, kanskje, viktigste oppgavene til en journalist og redaksjon er å avgjøre hvilke hendelser som egner seg som nyheter, og hvilke hendelser som ikke skal prioriteres. Dette gjøres i stor grad sammen med vaksjef og redaktør, men å ha «journalistisk teft» eller en «nese for nyheter» er alfa omega om en journalist skal kunne gjøre jobben sin skikkelig.

Ettersom det er gjennom mediene folk flest får all sin kunnskap om samfunnet, bør ikke denne utvelgelsen basere seg på tilfeldigheter.

Å lage nyheter er ikke lenger å bare referere til noe som har skjedd, «nyhetene er produserte virkelighetsbilder som er påvirket og omformet av en rekke ulike faktorer» (Bjerke, Øvrebø, & Brurås, 2012, s. 17). På den måten starter mediernes makt allerede i utvelgelsen av stoff, og hvordan man prioriterer hva som skal skrives om, og på hvilken måte. Som skrevet innledningsvis så finnes det journalister som «bare vet» hva som er gode nyheter, men det er også utarbeidet en rekke kriterier for hva som er gode saker, som engasjerer leseren og som kan ha mulighet til å «leve lenge». Bjerke, Øvrebø og Bruås (2012) trekker frem VISA-kriteriene som en gjenganger i norske lærebøker for journalister. Jo fler av kriteriene en sak kan oppfylle, desto bedre sjanse har den til å bli suksess i nyhetsverdenen. I senere tid har to nye kriterier blitt lagt til, K (konflikt) og E (eksklusivitet). Kriteriene forklares slik:

Vesentlighet: Av betydning for mottakerne og/eller viktig kunnskap om samfunnet

Identifikasjon: Nærhet – sosiale, kulturelt eller geografisk

Sensasjon: det oppsiktsvekkende, usedvanlige eller ekstraordinære

Aktualitet: noe, som skjer nå, ny aktuell kunnskap eller «oppe i tiden»

Konflikt: motsetninger mellom personer/interesser

Eksklusivitet: henspiller først og fremst på konkurransen mellom de ulike nyhetsmediene

(Bjerke, Øvrebø, & Brurås, 2012, s. 27)

Kriteriene blir brukt som «sorteringsredskap», men det er en viss uenighet i «hvor» egenskapene til sakene finnes. På den ene siden kan egenskapene være i hendelsene, men Eide (1992) påpeker at nyhetskriteriene ofte tilføres gjennom det journalistiske arbeidet. Dette betyr at andre samfunnsaktører som ønsker å nå ut til offentligheten må tenke mer som mediene, for å overbevise redaksjonene eller journalistene om at deres sak er en nyhet.

3.4 Tolkingsrammer

Et annet viktig aspekt ved mediens makt, er muligheten til å benytte seg av tolkningsrammer. Ved at mediene benytter seg av tolkningsrammer, setter de saker inn i en større sammenheng, og leder dermed leseren inn i ønsket modus. Beyer og Waldahl henviser, blant annet, til Entman når de skal beskrive hva tolkningsrammer er: «Enhver sak kan fremstilles og vektlegges på flere måter, og ulike tilnærminger til mediens prioritering av ulike aspekter er i dag samlet under paraplyen (medie)rammer» (2015, s.43)

Det er ulike måter å definere hva begrepet *tolkningsramme* skal inneholde (Beyer & Waldahl, 2015), men en ganske vanlig inndeling er å dele rammene inn i episodiske og tematiske tolkningsrammer.

Episodiske rammer fremhever det enestående ved saken, og setter ikke hendelsen inn i et større perspektiv. Mens tematiske rammer setter enkelthendelser inn i et ofte samfunnsmessig perspektiv. Dermed ledes leseren til å enten oppfatte hendelsen det rapporteres om som en enkelthendelse, eller som en del av et større problem (Beyer & Waldahl, 2015).

Aktiv bruk av tolkningsrammer gir mediene makt til å kunne bestemme hvordan folk oppfatter en sak. Hvilke kategorier leser føler at de eksplisitte sakene hører hjemme i, legger føringer for hvilke assosiasjoner man får av saken. Enhver ramme vil følgelig legge vekt på noen aspekter ved en sak, og dermed nedtone andre. Dette gir mediene en enorm definisjonsmakt. Ved å benytte seg av denne typen fokusering, i tillegg til saksprioriteringen, setter mediene standarder for publikums vurdering av saker og personer (Beyer & Waldahl, 2015, s. 44).

Det er ikke bare mediene som benytter seg av forståelsesrammer. Når stortingsrepresentantene stiller spørsmål i spørretimen, vil de også benytte seg av forståelsesrammer. Dette kan både skje bevisst og ubevisst. Det faktum at representantene knytter et spesielt medieoppslag til et politisk spørsmål er med på å ramme inn spørsmålet, gjøre det dagsaktuelt og «bevise» at spørsmålet er verdt å diskutere.

3.5 Dagsorden

Mediene setter dagsorden. Ved å benytte seg av tolkningsrammer, nyhetskriterier og lite objektive vurderinger av hva som er viktig, bestemmer mediene i stor grad hva som skal være dagsorden for folk flest. Det stort sett ingen uenighet i akademia om at mediene setter dagsorden, så det skal heller ikke denne oppgaven dvele så mye ved. Etter at McCombs og Shaw gjorde sin verdenskjente studie av det amerikanske valget 1968 og i etterkant introduserte begrepet «agenda setting» har det blitt stående som en sannhet, men med modifikasjoner. I ettertid har forskere prøvd å finne ut av hvordan mediene setter dagsorden, hva som gjør at de setter dagsorden, og i hvor stor grad medienes dagsorden kan påvirke folks holdninger. Bastiansen og Dahl (2008) beskriver tre ulike epoker for mediene og deres makt til å påvirke folks tanker og holdninger. Fra allmektige medier, innom avmektige medier, til nå mektige medier.

Det er altså ingen diskusjon om hvorvidt mediene setter dagsorden, og at denne evnen til å sette dagsorden medfører stor makt. Denne oppgavens problemstilling dreier seg jo om nettopp det, i hvor stor grad medienes dagsorden smitter over på den politiske dagsorden. Den politiske dagsorden henger i stor grad sammen med politikernes og partienes motivasjon og drivkraft.

Det er ulike grunner til at mediene vil sette dagsorden, eller sette noe på dagsorden. Å være den avisen eller det mediet som setter en vanskelig sak på dagsorden for første gang, medfører ikke bare siteringer i andre medier, det medfører også veldig viktig posisjonering i en stadig tøffere mediebransje. I kapittelet om mediehistorie gjorde jeg det klart at mediebransjen er preget av konkurranse, nå mer enn før. Det å få flest lesere, gir flere annonsører, og dermed mer penger. Det er viktig for nyhetsmediene å gjøre seg selv aktuelle, derfor er det også viktig å være den som setter dagsorden. Å sette dagsorden fører til mer makt.

Politikerne ønsker naturligvis også å sette dagsorden, av åpenbare årsaker. Dette kan de gjøre på ulike måter, blant annet ved strategisk bruk av spørretimen, via komitéarbeidet, andre typer spørsmål eller medieinnslag. Sistnevnte blir bare mer og mer vanlig. Ved å benytte seg av medienes dagsorden, kan representantene sørge for å få sitt partis politikk på dagsorden og dermed øke folkets oppmerksomhet rundt sine saker.

3.6 Mediepåvirkning

Både gjennom bruk av nyhetskriterier, tolkningsrammer og med dagsordenfunksjon har mediene makt. Dessuten har mediene en sentral rolle i folkets oppfatning av samfunnet. Ofte brukes begrepet *mediepåvirkning* om medienes påvirkning av enkeltmenneske, og det faktum at mediene har «monopol på definering av virkeligheten» (Mathiesen, 2010, s. 122). I denne oppgaven er påvirkning av enkeltmennesker utelatt, og det er medienes påvirkning av politikken som forstås med uttrykket *mediepåvirkning*.

4 Metode

Denne studien av pressens nedslag i parlamentarisk kontroll er en kvantitativ studie av spørsmålene som ble stilt i spørretimen i årene 1992-1993, 2002-2003 og 2012-2013. Alle spørsmål som blir stilt i Stortingets spørretime er tilgjengelig via nettsidene til Stortinget (www.stortinget.no). I tillegg til å være en kvantitativ studie av spørretimens innhold, brukes data og resultater fra en studie fullført i 1987. Denne studien, gjort av Erling Sivertsen, var også en studie av spørreordningen på Stortinget, og de «nye» dataene vil bli satt i sammenheng med Sivertsens «gamle» data, for å kunne svare på problemstillingen.

Å benytte kvantitativ metode er det mest effektive for å kunne svare på problemstillingen. Etersom problemstillingen tar for seg hvor stor andel av spørsmålene i Stortingets spørretime som bærer preg av mediens dagsorden, falt valget av metode på kvantitativ undersøkelse. I og med at noe av utgangspunktet for studien handler om et ønske om å bruke resultatene av studien til Erling Sivertsen, har metode, utvalg og analytisk tilnærming blitt lagt til rette for at en sammenlikning skal være mulig. Sivertsen beskriver sitt arbeid som eksplorativ metode (Sivertsen, 1987, s.124). Forskere benytter seg av eksplorerende metode når det ikke foreligger tidligere datamateriale eller forskning (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen, & Moe, 2013). Etersom denne oppgaven baserer seg på data og metode brukt av Sivertsen, kan den ikke kalles en eksplorerende undersøkelse. Det er derimot en systematisk gjennomgang av spørretimens innhold, over en tidsperiode på 20 år. Det er tre tidssnitt som er undersøkt; 1992-1993, 2002-2003 og 2012-2013. Disse er ikke valgt tilfeldig. Sivertsen fulgte et tiårsintervall i sine studier, og derfor var det naturlig å videreføre dette oppsettet i denne studien.

På grunn av oppgavens omfang baseres utvalget kun på innholdet i Stortingets spørretime. Spørreordningen, som spørretimen er en del av, består i tillegg av interpellasjoner og skriftlige spørsmål. Denne utvelgelsen har gjort datamaterialet mer overkommelig, men det gjør også at det må tas noen forbehold i sammenlikningen av resultatene til Sivertsen.

Alle spørsmål som stilles i forbindelse med Stortingets kontrollfunksjon er offentlige, derfor ser jeg ingen etiske utfordringer med denne oppgaven. Der har dermed ikke blitt tatt noe særskilte etiske hensyn i forbindelse med verken datainnsamling, analyse eller presentasjon av materiale.

4.1 Utvalg

Innsamlingen av data har vært svært rutinepreget. Alle spørsmålene som i nyere tid har blitt stilt i forbindelse med Stortingets spørreordning finnes på hjemmesiden deres, www.stortinget.no. Spørsmålene er å finne under fanen Saker, Spørsmål, Spørretimespørsmål m.m.. Under fanen spørsmål finnes også *interpellasjoner og skriftlige spørsmål og svar*, disse forholder jeg meg ikke til i denne studien. Da Sivertsen gjorde sine studier på 80-tallet var spørsmålene gjengitt i *Stortingstidende*, og han var nødt til å bla gjennom utallige arkiverte permer. På stortinget.no kan man imidlertid finne spørsmål helt tilbake til 1987, så det har lettet arbeidet med datamatriksen. Hvert spørsmål er én enhet, og det var kun spørsmål med eksplisitt referanse til mediene som ble registrert i datamatriksen.

Spørretimespørsmålene kategoriseres på ulike måter på nettsiden. De kan kategoriseres etter år, etter status for spørsmålet og type spørsmål. Det er fire ulike spørsmålstyper som kan stilles i Stortingets spørretime:

- Muntlige spørsmål
- Spørretimespørsmål
- Spørsmål til presidentskapet
- Spørsmål ved møtets slutt

Dessuten kan man sortere spørsmål etter besvarer, tema, parti, fylke og spørsmålsstiller. Det er med andre ord mange, og gode, muligheter for innsyn i spørsmålene som stilles i spørretimen, for de som ønsker det. Totalt i de tre tidssnittene som ble undersøkt ble det kun stilt to spørsmål til presidentskapet, og et spørsmål ved møtets slutt. De ulike sorteringsmulighetene ble benyttet i analysen av datamatriksen. Blant annet var det nyttig å vite hvor mange spørsmål de ulike partiene hadde stilt totalt i hver sesjon.

Spørsmålene ble lest og registrert i omvendt kronologisk rekkefølge, altså fra nyest til eldst. Jeg stilte først inn søket på muntlige spørsmål, deretter på spørretimespørsmål. Dette gjorde jeg for å få en litt mer håndterlig mengde spørsmål å forholde meg til av gangen, og dermed redusere sjansen for slurvefeil.

Tabell 5 Totalt antall spørsmål stilt i spørretimen fordelt på spørsmålstype og sesjoner

	Muntlig	Ordinær	Total
1992-1993	-	521	521
2002-2003	156	465	621
2012-2013	126	182	308

Som vist i tabell 5 bestod utvalget av totalt 1450 spørsmål, hvor hvert spørsmål blir sett på som en statistisk enhet (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen, & Moe, 2013, s. 161). Den kvantitative innsamlingen av data strakte seg over en periode som varte et par måneder. Grunnen til at det tok såpass lang tid, var for å unngå at jeg ble lei av å lese nøye, og ikke ville risikere å overse noe ved å skimlese. Ved siden av innhentingsarbeidet ble det ført en logg som inneholdt en oversikt over fremdrift i arbeidet, og bemerkninger som ble gjort underveis. Loggføringen sørget for kontinuitet i arbeidet. Samtidig var det et nyttig verktøy for å sikre at alle tanker og innfall som dukket opp underveis i datainnsamlingen ble samlet på ett sted. Dessuten sikret loggen et avbrekk fra innhenting, og den bidro til å holde meg skjerpet gjennom datainnsamlingen.

Stortingets nettbaserte oversikt over spørretimespørsmål er laget slik at det vises 20 spørsmål per side. Spørsmålene vises ikke i sin helhet. Informasjonen som vises er spørsmålsstiller, svarer, dato og overskrift og ingress for spørsmålet. Hvert enkelt spørsmål måtte derfor åpnes på en egen side for å kunne leses. Dette var tidkrevende, men jeg fant etter hvert en ganske effektiv måte å løse det på. Ved å åpne 20 spørsmål av gangen, i hver sin fane, og deretter lese en etter en, fjerne de som ikke skulle registreres, og deretter registrere de med eksplisitt referanse til media, ble det analytiske arbeidet ganske effektivt.

Under er et eksempel på spørsmål med eksplisitt referanse til media. Spørsmålet er stilt av stortingsrepresentant Torbjørn Røe Isaksen (H), 14. mars 2013. Det er et ordinært spørretimespørsmål stilt til helse- og omsorgsministeren, som på det tidspunktet var Jonas Gahr Støre (Ap).

I Oppland Arbeiderblad kunne man 4. mars lese at Sykehuset Innlandet ga ansatte over 65 år ti dager på å si opp jobben sin. I brevet som ble sendt til de ansatte ble det truet med at dersom 'oppsigelse ikke foreligger innen ti dager, vil arbeidsgiver starte en oppsigelsesprosess.

Mener statsråden en slik personalpolitikk i et statlig foretak er riktig og hensiktsmessig, eller vil han foreta seg noe overfor Sykehuset Innlandet eller Helse Sør-Øst for å endre praksisen? (Isaksen, 2013)

I eksemplet refererer Isaksen tydelig til Oppland Arbeiderblad, og viser at han har blitt oppmerksom på dårlig personalpolitikk via avisen. Naturligvis er det mange ulike måter representantene henviser til mediene på. En antakelse er at representantene ofte lar seg inspirere av nyhetsmediene, og henter saker derfra til spørretimen, men uten å refsere eksplisitt til mediene. For å finne ut av det måtte jeg enten ha intervjuet stortingsrepresentanter og spurt om det var tilfelle, eller sett på aktuelle mediasaker i perioden og sett på spørsmålene. I denne oppgaven er ingen av disse mulighetene fulgt opp, og det var kun de spørsmålene med eksplisitt referanse til mediene som inkluderes i datamaterialet.

Muntlig spørsmål, som nevnt i kapitel 2.4 *Parlamentarisk kontroll*, skiller seg fra ordinære spørsmål hovedsakelig i omfang. De muntlige spørsmålene er lenger, fordi de inneholder begrunnelse for spørsmålet. Under følger et eksempel på et muntlig spørsmål stilt til justis- og beredskapsministeren, av Kristelig Folkepartis Knut Arild Hareide. Spørsmålet ble stilt i spørretimen onsdag 20. februar 2013, det var Grete Faremo som var justis- og beredskapsminister på det tidspunktet.

Sidan statssekretær Pål Lønseth av heilt naturlege grunnar ikkje kan stille i denne salen, går mitt spørsmål til justisministeren. Det gjeld altså asylbarna.

Me fekk jo ei stortingsmelding, «Barn på flukt», som skulle klargjere i kva grad barns beste skulle bli vektlagt mot innvandringsregulerande omsyn. I den

meldinga var det altså ikkje varsla lov- eller forskriftsendringar. Sidan den gongen har vi hatt ein dom i Høgsterett. Det var eit betydeleg mindretal i Høgsterett, og det viser heilt klart at det juridiske grunnlaget ikkje er tydeleg her. Høgsterettsdommar Bårdsen sa det endåtil slik:

«Begrunnelsen i vedtaket skaper i hvert fall betydelig tvil knyttet til om hensynet til Fs beste har blitt behandlet som så grunnleggende som barnekonvensjonen artikkel 3 nr. 1 krever.»

Statsråd Faremo sa i Dagsrevyen 30. mai 2012:

«Vi skal tydeliggjøre praksis.»

Det blei også sagt at omsynet til barnet er grunnleggjande viktig, og skal bli vareteke. Det vil altså seie at regjeringa seier dei ønsker ei praksisendring. Men så veit me at UNE har sagt at det ikkje kjem til å bli praksisendringar dersom det ikkje blir endring av forskrift eller lover.

Så mi oppsummering er følgjande: Regjeringa og Kristeleg Folkeparti ønsker ei praksisendring. UNE seier det blir inga endring om vi ikkje endrar lover og forskrifter, og Høgsterett slår fast at grunnlaget er uklart.

Vil da regjeringa foreslå lov- eller forskriftsendring? (Hareide, 2013)

I dette spørsmålet har Hareide hentet inspirasjon til spørsmålet sitt fra Dagsrevyen. Hareide henviser tydelig til en uttalelse statsråden har hatt i Dagsrevyen, og følger opp uttalelsen med et spørsmål til henne.

4.2 Datamatrise og variabler

Det er en datamatrise som har dannet grunnlaget for analysene gjort i denne oppgaven. De enhetene som inneholdt en eksplisitt referanse til media, ble registrert med en rekke ulike variabler. Vedlegg 1 viser første side av datamatriksen, for å gi et inntrykk av hvordan jeg har jobbet. Disse variablene er en del av datamatriksen:

- Dato for spørsmålet
- Type medium, for eksempel tv, avis, radio
- Navnet på mediet
- Navn på spørsmålsstiller
- Partitilhørighet til spørsmålsstiller
- Ministerpost til besvarer
- En oppsummering av spørsmålet
- Link til spørsmålet

Som oversikten over viser ble ministerposten til besvarer notert, istedenfor navnet på personen som var minister på det tidspunktet. Det er fordi spørsmålets politiske innhold ikke er avhengig av hvem som er statsråd, men hvilket departement statsråden tilhører. De ulike variablene ble valgt på bakgrunn av hvilke analyser jeg ønsket å gjøre. Variablene blir brukt i ulik grad, noe som vil fremkomme av analysekapitlet.

Det viste seg at spørsmålsstillerne, relativt ofte, ikke refererte til et spesifikt medium. Da ble det ofte brukt uttrykk som «debatt i mediene den siste tiden», «pressen» og andre generelle uttrykk for at spørsmålet hadde opphav i mediene. Dette er registret som *generell* i variablene som omhandler mediet og medium. Alle spørsmålene har en innledning eller oppsummering av spørsmålet, før spørsmålet kommer. Det er denne ingressen som har blitt notert i skjema. Debatten som følger etter både muntlige og ordinære spørsmål har ikke blitt undersøkt.

Det foreligger ingen kodebok, fordi variablene er variabelens fullstendige navn. For eksempel kunne partiene hatt ulike tallkoder som representerte hvert parti. Det har de ikke. Istedenfor står partinavnet i skjemaet. Det samme gjelder for variablene ministerpost, spørsmålsstiller, medietype og navn på mediet. Det gir god mening å ikke kode spørsmålsstiller etter en

kodebok, da det er utrolig mange forskjellige personer som stiller spørsmål. Dessuten er personen bak et spørsmål lagt mindre vekt på enn partitilhørighet. Ettersom analysene som blir foretatt i denne studien er forholdsvis enkle, anser jeg kodingen som tilfredsstillende.

4.3 Reliabilitet og validitet

I den følgende delen av oppgaven ønsker jeg å argumentere for hvordan innholdet i datamatriksen er både *nøyaktig*, og har *relevans* for problemstillingen i denne oppgaven.

I arbeidet med å samle innholdet i datamatrikse ble det som nevnt, tatt en rekke hensyn for å sikre dataenes reliabilitet. Ved å følge en rutine for hvordan enhetene i utvalget ble undersøkt, har reliabiliteten blitt ivaretatt. Dette, kombinert med loggføringen, har sikret datamatriksens nøyaktighet. For å sikre intersubjektivitet burde en annen student gjennomgått noe av utvalget, altså utført en ekvivalenstest (Hellevik, 2002, s. 184), for å undersøke graden av samsvar mellom de to undersøkelsene. Jeg mener allikevel at disiplinen, sammen med loggføringen er tilfredsstillende for å sikre et nøyaktig resultat. Dessuten innebærer ingen av variablene tolkning, da variabelverdiene er spesifikke ulikheter som for eksempel partinavn og type spørsmål. Schrøder kaller dette manifest innhold; «manifest meanins are defined as those wich everybody (both senders and recipents of messages) will spontaneously agree on» (Schrøder, 2012, s. 113). Hadde dette for eksempel vært en innholdsanalyse, hvor de ulike spørsmålene skulle vektet på ulik måte, hadde det vært større behov for en ekvivalenstest.

Reliabiliteten i materialet styrkes også av at enhetene ikke endrer seg. Spørsmålene som stilles i forbindelse med spørreordningen på Stortinget blir arkivert på Stortingets nettside. Dette er ikke artikler som går ut på dato, og som oppdateres når det har gått en viss tid. Hensikten med at spørsmålene ligger tilgjengelig er at de skal være tilgjengelige i sin helhet og opprinnelighet, blant annet for å sikre transparens, og fordi offentligheten har rett til innsyn i det som foregår på Stortinget. Derfor antar jeg at jeg hadde fått det samme resultatet dersom jeg gjennomførte en stabilitetstest nå (Hellevik, 2002, s. 184), nesten ett år etter at dataene opprinnelig ble samlet inn.

Til tross for at tallgrunnlaget for analysen er relativt lite, mener jeg at de har gyldighet med tanke på problemstillingen. For å finne ut i hvor stor grad Stortingets spørretime bærer preg av medienes dagsorden er det nødvendig å se på spørretimens innhold. Utover de variablene

som ble beskrevet i forrige del, er det ikke nødvendig med en innholdsanalyse av spørsmålene for å kunne svare på om dette har endret seg over tid eller i tema. At tidssnittene er valgt ut på bakgrunn av Sivertsens analyse fra 1987 er med på å validere datamatriksen og metoden som er brukt.

For å unngå tidsfeilslutninger når man skal studere endring er det viktig å undersøke flere ulike tidspunkt (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen, & Moe, 2013, s. 203). Dessuten er det avgjørende at materialet fra de ulike tidspunktene er sammenliknbare. I denne studien har jeg valgt på se på tre ulike stortings sesjoner, med ti års mellomrom. Dette gjør meg i stand til å undersøke endring over tid. Ved at intervallene er valgt slik at de følger Sivertsens inndeling, kan jeg studere endringen langt tilbake i tid. Til tross for at spørreordningen har endret seg noe over den tiden som er undersøkt, mener jeg at dataene er sammenliknbare, fordi disse endringene verken legger føringer for eller åpner opp for mer eller mindre bruk av mediene som kilde.

Det kunne vært givende for oppgaven om det hadde blitt foretatt intervjuer av stortingsrepresentanter for å sette oppgaven litt i perspektiv og sett en større sammenheng. Slike intervjuer kunne fått frem ulike motivasjonsgrunnlag for hvorfor representantene ønsker å benytte seg av spørretimen. I analysen benytter jeg meg av antakelser beskrevet i annen forskning. Slike intervjuer er ikke nødvendige for å svare på problemstillingen, men kunne gitt analysen mer «kjøtt på beinet».

4.4 Analytisk tilnærming

Analysen består av to deler. Den første delen inneholder kun analyser av datamaterialet som er samlet inn fra 1992-1993, 2002-2003 og 2012-2013. I den andre delen av analysen settes resultatene av de første analysene sammen med resultatene til Erling Sivertsen.

De ulike variablene ble valgt på bakgrunn av hvilke analyser som trengs for å kunne si noe om omfanget av medienes dagsorden inn i spørsmålsstillingen. Dessuten har en sentral faktor for valg av analyser vært Erling Sivertsens studie. For å kunne benytte seg av hans historiske data, og dermed få et ganske stort datamateriale, var det viktig å legge analysene nære hans. Dette styrker denne oppgavens troverdighet, ved å «kopiere» forskning som er blitt gjort tidligere. Det er først og fremst en beskrivende kvantitativ analyse, hvor målet er at sammenhengene som finnes i materialet gjenspeiler sammenhenger i virkeligheten (Østbye,

Helland, Knapkog, Larsen, & Moe, 2013). De ulike variablene, som ble listet opp tidligere, er alle ordinale. For å gjennomføre analysen har det ikke blitt brukt analyseverktøy, som for eksempel SPSS. Dette er fordi jeg anså det som tidsbesparende å finne tallene, mer eller mindre, manuelt i Excel, ettersom mine SPSS-ferdigheter ikke er på masternivå. Selv om det var tidkrevende å manuelt finne funnene i analysen, var det ikke så frustrerende som det kunne vært å arbeidet i SPSS. Samtlige tall som er tatt ut av datamatriksen er dobbeltsjekket, og er derfor nøyaktige.

En del analysen vil dreie seg om spørsmålenes tema, og om spørsmål med eksplisitt referanse til media har dreiet seg om samme tema over tid, eller om det har vært en endring. For å kunne sette dette i et historisk perspektiv og vurdere en eventuell utvikling, har jeg valgt å bruke samme temainndeling som Erling Sivertsen benyttet i sin studie. Han oppdaget nemlig at det å se på alle departementene hver for seg ga for mye variasjon, noe som gjorde det vanskelig å trekke slutninger basert på tallene. Derfor besluttet han å dele departementene inn i tre kategorier, basert på deres næringstilknytning. For å se Sivertsens departementsinndeling se tabell 2. Min departementsinndeling vil bli presentert i analysekapittelet.

Generalisering

I denne studien er spørsmålene i Stortingets spørretime den statistiske populasjonen (Østbye, Helland, Knapkog, Larsen, & Moe, 2013, s. 244). Ettersom samtlige stilte spørsmål, i de utvalgte sesjonene, har vært lest og undersøkt, er datamatriksen laget på bakgrunn av hele populasjonen og ikke et utvalg. Dette gjør at en generalisering av resultatene er mulig. Måten de tre ulike stortingssesjonene er valgt, ved å følge tidligere forskning, forsterker muligheten til å generalisere resultatene. Det er dog viktig å merke seg at en generalisering kun er mulig innenfor Stortingets spørretime, og den generelle spørreordningen. Selv om resultatene ikke kan brukes til å si noe om hvordan mediens dagsorden påvirker politikken generelt, kan de brukes til å forklare en tendens.

5 Analyse

I de innsamlede dataene er det to tidsaspekter. For det første har jeg samlet inn data over to ti-år, og jeg vil dermed anta at det er forskjell i mediepåvirkning i mine data. Dessuten vil innføringen av muntlig spørretime/spontanspørretime i 1996 mest sannsynlig påvirke dataene.

Samtidig gjør tilgangen på Sivertsens funn det mulig å trekke en enda lenger historisk linje, ved å sammenlikne mine data med hans. Analysen vil derfor være i to hoveddeler. Først tar jeg kun for meg dataene samlet inn til denne oppgaven, analyserer og presenterer dem.

Deretter vil jeg sette mine funn i sammenheng med resultatene til Sivertsen fra 1987. Det betyr at analysene i den første delen stort sett vil følge samme mønster/oppsett som Sivertsen brukte. Hvis ikke blir det lite hensiktsmessig å sammenlikne.

For å få noe ut av sammenlikningen vil konklusjonene til Erling Sivertsen benyttes som «hypoteser», og analysene som gjøres av funnene vil svare på om konklusjonene til Sivertsen er gyldige i dag. For å forstå, og kommentere, funnene og for å sette disse i kontekst, vil jeg benytte meg av kontaktskjemaet fra kapittel 2.5 og de ulike teoriene som ble gjennomgått i kapittel 3.

5.1 Sivertsens konklusjoner som utgangspunkt

Konklusjonene til Sivertsen var som følger:

- Over tid hadde antall spørsmål med eksplisitt referanse til massemedia økt i antall.
- Massemediene har størst gjennomslag til spørreordningenes dagsorden i saker som hører inn under næringsperifere saksområder, og i mindre grad til næringsrelaterte og næringsområder.
- Regjeringspartiene med unntak av Høyre, stilte flere spørsmål med en eksplisitt henvisning til massemediene enn opposisjonen.
- De mindre partiene reiser flere medieforankrete spørsmål per representant enn de store partiene.

(s. 173-174)

For ordens skyld må det nevnes at han hadde flere konklusjoner, som da var basert på noen tilleggsanalyser. Konklusjonene over er kun de som jeg har mulighet til å bekrefte/avkrefte og undersøke relevansen av videre. Disse vil bli trukket frem i den andre delen av analysen.

5.2 Del 1: Funn 1992-2013

5.2.1 Mediene som eksplisitt kilde

Det er ikke lett å vite hvor representantene får ideer til hva de vil stille spørsmål om. Denne oppgaven tar utgangspunkt i at mediene kanskje har en del å si for hva som ender opp i spørretimen, derfor kan det å se på mediene som eksplisitt kilde i Stortingets spørretime, si noe om mediens makt. Dessuten er spørretimen er svært viktig politisk organ for opposisjonen som ikke har beslutningsmakt. Viser det seg at mediens dagsorden har mye å si for hva innholdet i spørretimen er, kan man kanskje tenke seg at den symbolske makten til mediene strekker seg langt inn i beslutningsmakten i regjeringen.

De tre undersøkte periodene strekker seg over to tiår. Samtidsbeskrivelsen og gjennomgangen av medielandskapet viste at mye skjedde på disse årene. Den aller største forandringen var at kringkastingsmonopolet ble opphevet, og at internett og smarttelefoner ble allemannseie (Bastiansen & Dahl, 2008). Det betyr at folk flest i større grad ble en del av offentligheten, og fikk den enda tettere på seg. Videre betyr dette at det ble enda flere påvirkningskanaler, som representantene på Stortinget kunne benytte seg av, både for å få inspirasjon til spørsmål, men også for å spre sitt eget budskap.

Tabell 6 - antall spørsmål med eksplisitt kilde til mediene fordelt på de ulike spørsmålstypene

	1992-1993	2002-2003	2012-2013
Muntlig	-	37	44
Ordinær	78	72	26
Total	78	109	70

Muntlig spørretime, eller spontanspørretime, ble først innført i 1996. Derfor er det totale antallet spørsmål med eksplisitt referanse til media i perioden 1992-1993, like mye som

spørsmål fra den ordinære spørretimen, 78 spørsmål. Ti år senere er det 37 spørsmål i den muntlige spørretimen som har eksplisitt referanse til mediene, samtidig som det er 72 spørsmål i den ordinære spørretimen, altså omtrent dobbelt så mange. Dette forholdet er snudd totalt på hodet ti år senere, og det er i den muntlige spørretimen det er flest eksplisitte referanser til mediene.

Tabell 7 viser spørsmål hentet fra mediene i prosentandel av totalt antall spørsmål stilt. Det er viktig å merke seg at det i siste tidssnitt ble stilt halvparten så mange spørsmål totalt enn ti år før. Som nevnt i forrige kapittel kan det være ulike grunner til det. Blant annet har antall interpellasjoner og skriftlige spørsmål økt mye mellom de to siste tidskuttene. Det kan derfor se ut til at mange av representantene ønsket å benytte seg av de to spørsmålstypene, fremfor spørretimespørsmål.

Tabell 7 – Media som eksplisitt kilde i Stortingets spørretime, oppgitt i prosent av alle spørsmål. N i parentes

	1992-1993	2002-2003	2012-2013
Muntlig spørretime	-	23,7 (156)	35,0 (126)
Ordinær spørretime	15,0 (521)	15,5 (465)	14,3 (182)
Totalt	15,0 (521)	17,5 (621)	22,7 (308)

Basert på tabell 7 kan det slås fast at spørsmål med klart uttrykt referanse til media har økt mellom tidssnittene 1992-1993 og 2012-2013. Tabellen viser prosenter relativt til antall spørsmål som ble stilt totalt i Stortingets spørretime. Selv om spørretimespørsmål ble mindre brukt i 2012-2013, er det grunnlag for å si at bruk av mediene som utgangspunkt for spørsmål har blitt mer omfattende over de tre periodene som er undersøkt. Forskjellen fra 1992-1993 til 2012-2013 er 7,7 prosent, et relativt stort tall. Ikke minst er det et stort tall når den totale spørsmålsmassen har gått såpass mye ned.

Som tabell 5 (s. 37) viser ble det i 2002-2003 stilt 156 spørsmål i den muntlige spørretimen, mot 126 spørsmål i 2012-2013. På tross av at antall muntlige spørsmål var høyere i 2002-2003, var altså antall muntlige spørsmål med eksplisitt referanse til mediene større. Det gir

enda sterke grunnlag for å påstå at økningen har vært betydelig. Tabellen viser i tillegg at det nettopp er de muntlige spørsmålene som har størst økning i medieforankrede spørsmål.

Tallene for spørsmål i den ordinære spørretimen ligger ganske jevnt rundt 14-15 prosent. Det er som forventet. På Stortingets egne nettsider står dette om muntlige spørsmål «I den muntlige spørretimen tar representantene opp dagsaktuelle saker, gjerne hentet fra mediene».

Et annet poeng er at den muntlige spørretimen sees på som den mest publikumsvennlige av de ulike spørsmålstypene knyttet til kontrollmulighetene (Heidar & Karlsen, 2016). Ettersom statsråden som får spørsmålet ikke har fått vite spørsmålet innhold på forhånd er det ikke mulighet for forberedelse. Dermed har stortingsrepresentantene mulighet til å ta statsråden mer «på senga», enn i andre type spørsmål, og dette antas å ha like mye underholdningsverdi som politisk verdi. Dessuten gjør formalitetene på svarlengde i debatten selve diskusjonen til relativt kjapp og kan dermed bidra til å øke spenningen.

Noe annet som har vært svært beskrivende for både medielandskapet og for offentligheten generelt over de tyve årene som blir undersøkt, er at flere nå kan være en del av offentligheten fordi medielandskapet er kraftig utvidet. Blant annet ble NRK-monopolet opphevet, og Norge gikk fra å være et enkanalsamfunn til et flerkanalsamfunn (Lundby & Futsæter, 1993). I løpet av slutten av 90-tallet og begynnelsen av 2000-tallet ble internett en selvfølge i norske hjem, og etter hvert begynte bloggere og sosiale felleskap å ta form. Med internett kom også nettavisene, og den tradisjonelle måten å jobbe på for redaksjonene ble raskt forandret. Som en følge av denne endringen har også antall informasjonskanaler blitt mange flere. For stortingsrepresentanter betyr det dermed at de får mange fler nyheter å forholde seg til, og blir dermed mer «inspirert» av mediene i forbindelse med spørsmålsstillingen i spørretimen. En annen måte å se dette på er at representantene i større grad blir eksponert for nyheter nå enn tidligere. Med et bredere medielandskap blir det flere nyheter, og det er derfor tenkelig at flere hendelser i det norske samfunn blir til nyheter. Samtidig er redaksjonene mer presset på ressurser og tid, og må dermed være nøyere i sin prioritering av hva som faktisk kan nå over nyhetsterskelen.

En annen følge av utviklingen i medielandskapet er hvordan partiene og representantene må forholde seg til mediene. I og med at det har blitt flere medier, er det også flere medier representantene aktivt må forholde seg til, som ønsker raske kommentarer på ulike forhold i samfunnet. Dette gir en god mulighet for representantene til å få medieoppmerksomhet, men det betyr også at mediearbeidet i de ulike partiene har økt. Ettersom det er mediene som på

mange måter bestemmer hva folk skal bry seg om, kan ikke partiene og representantene komme unna dette arbeidet. Dette gjør at partiene i større grad «tenker som mediene», og adopterer medielogikk.

En annen mulig grunn til andelen spørsmål med referanse til mediene har økt henger sammen med nettopp dette. Det er ikke bare redaksjonene som må henge med i svingene for å holde tritt med nyhetslandskapet og tidsfrister, det må også representantene og partiene gjøre. Ved å stille et dagsaktuelt spørsmål, hentet fra nyhetssaker som mediene har tatt opp, kan representanten som stiller spørsmålet være sikker på at spørsmålet fortsatt er en nyhet. På den måten både forsterker representanten nyhetsverdien i den opprinnelige saken, og legger grunnlag for videre mediedekning av det samme forholdet. Da viser også representanten overfor mediene har han eller hun følger med i tiden, og er like opptatt av graverende sider ved samfunnet som det vaktbikkjene/journalistene er.

Representantene bruker mediene til å aktualisere spørsmålet?

Det kan se ut til at representantene, i noen tilfeller, kun bruker referanser til nyhetsmediene for å sikre seg at spørsmålet deres er dagsaktuelt. Denne antagelsen er basert på observasjon som ble gjort i løpet av datainnsamlingen, men som dessverre ikke har noe analytisk grunnlag. Det er allikevel verdt å dvele litt ved disse spekulasjonene. Hvis vi antar at det stemmer at representantene bruker mediereferanser for å gjøre spørsmålet mer aktuelt, kan det komme av ulike grunner.

For det første kan det være fordi representanten som stiller spørsmål ønsker å legge til rette for at spørsmålet, og debatten i etterkant, blir plukket opp av mediene. Ved å gjøre innholdet i spørsmålet dagsaktuelt oppfyller man et av medienes nyhetskriterier, A-aktuelt. Dermed legger man til rette for publisitet. For det andre viser representanten over for de andre tilstede, og seg selv, at det hun spør om er aktuelt, og dermed viktig nok til å få et skikkelig svar, og en skikkelig debatt. Antakelsen om at representantene bruker referanse til mediene som en knagg å henge spørsmålet sitt på, har som sagt ikke noe konkret analytisk grunnlag. Det kunne blitt løst ved å intervjuer stortingsrepresentanter.

Oppsummering

Til nå har analysen vist at antall spørsmål med eksplisitt referanse til mediene har økt fra 1992-1993 til 2012-2013. Ulike argumenter er lagt frem som forklaring på dette. En viktig observasjon er at det er spontanspørretimen som har flest slike referanser til mediene nå, og det er tilsiktet, ifølge Stortinget selv.

5.2.2 Hvilke kilder brukes?

Det er interessant å se på hvordan de ulike typene medier fordeler seg over spørsmålene med eksplisitt referanse til mediene. Etersom medielandskapet har forandret seg ganske drastisk fra 1992 og frem til 2013, bør det forventes en endring. Det er problematisk at det er metodisk vanskelig å skille mellom om representantene henviser til nettaviser eller papirutgaven av en gitt avis. Som regel henviser de kun til navnet på mediet, og dermed er det blitt registrert under avis. Derfor er ikke «nett» en egen kategori i tabell 8. Selv om dreningen fra papiraviser og over til nettaviser har vært betydelig for norske journalister og redaksjoner, har avisen som hovedkilde altså falt under samme kategori i denne studien.

Tabell 8 Spørsmål med eksplisitt referanse til media, fordelt på ulike medietyper, oppgitt i prosent. N i parentes

	1992-1993	2002-2003	2012-2013
Generell	24,4	20,0	20,0
Avis	51,3	55,5	44,3
TV	9,0	13,6	25,7
Radio	3,9	4,5	4,3
Tidsskrift	7,7	4,5	1,4
Annet	3,9	1,8	4,3
Totalt	100 (78)	100 (110)	100 (70)

Note: Kategorien «annet», i tabell 8, inneholder en pressemelding, noen nettartikler som ikke er tilknyttet avis og Kongens nyttårstale

Det er ikke alltid spørsmålsstilleren referer til et konkret medium når hun stiller et spørsmål. Det kan refereres i form av for eksempel «pressen» eller «diskusjoner i mediene i det siste». Det er disse spørsmålene som ligger under kategorien *generell* i tabell 8. I de to siste tidssnittene, 2002-2003 og 2012-2013, har denne kategorien ligget jevnt på 20 spørsmål, som er en liten nedgang fra første tidssnitt. Hvert femte spørsmål har dermed en generell henvendelse til media, noe som kanskje kan indikere at antakelsen om at representantene bruker mediens dagsorden for å gjøre sitt eget spørsmål aktuelt, stemmer.

Til tross for at representantene er veldig uspesifikke når de stiller spørsmål som i denne oppgaven havner i «generell» -kategorien, er dette likevel med på å styrke antakelsen om det faktum at det er mediene som setter dagsorden. På den måten styrker mediene sin posisjon, og representantene bruker dette strategisk. Siden mediene har en anerkjent maktposisjon, kan representanten ved å benytte seg av «det media har sagt» som underlag for spørsmålet sitt, sette sine saker enda høyere på dagsorden. Fordi representanten viser at innholdet i spørsmålet er viktig, fordi mediene allerede har satt fokus på det. Problemet med denne strategien oppstår kanskje hvis alle gjør det, og effekten blir vannet ut.

Avis som grunnlag for representantenes spørsmål har, ikke uventet, sunket litt fra 1992-1993 og frem til 2012-2013. Riktig nok med en liten oppsving i 2002-2003. Tidligere i denne oppgaven har jeg beskrevet hvordan andre aktører har blitt større, og dermed har avisene fått en mindre andel av den kaka som offentligheten utgjør. Dessuten anser mange avisene som mindre «seriøse» nå enn før, da mye av innholdet stort sett dreier seg om forbrukerjournalistikk og tabloid sladderpresse. I og med at redaksjonene får stadig mindre annonsepenger, fordi færre leser aviser, og på grunn av internett, har de også mindre ressurser til å kunne følge opp tilfredsstillende. På tross av dette er avis som kilde for spørsmålene allikevel den aller største kategorien, med så mye som 44,3 prosent i siste tidssnitt. Avisene som tradisjonelt medium står nok fortsatt sterkt for representantene, som kan regnes som en del av eliten i Norge. Alle partiene har en rekke politiske rådgivere, og medierådgivere, som til enhver tid følger mediebildet. Blant annet gjennom rullerende medievaktordninger, i tillegg til at de ulike rådgiverne forventes å være oppdatert på det feltet de jobber under. Stortingsrepresentantene holdes derfor oppdatert, og ønsker å holde seg oppdatert på hva som skjer i Norge.

Videre har TV fått et kraftig oppsving. Fra 9 prosent i 1992-1993, til over 25 prosent i 2012-2013, altså hvert fjerde spørsmål. Fra 1992-1993 har det både blitt to kanaler som driver aktiv nyhetsjournalistikk, pluss at noen småkanaler har gjort noen forsøk på nyhetssendinger underveis i perioden frem til 2012-2013. Dessuten er det en rekke aktualitetsprogrammer som Tabloid, Debatten og Brennpunkt som er laget nettopp for å sette søkelys på ugunstige forhold i samfunnet. Brennpunkt har etter hvert fått en svært anerkjent rolle i den offentlige debatten, og representantene er derfor tjent med å være først ute med å bringe saken til den politiske arena.

De tre kategoriene radio, annet og tidsskrift er forholdsvis små. Man kunne kanskje tenke seg at radioprogram som Dagsnytt 18 og Politisk kvarter i større grad satt dagsorden. I min egen bacheloroppgave fra Høgskulen i Volda undersøkte jeg om temaene som ble tatt opp i Politisk kvarter satt operativ dagsorden for Arbeiderpartiet (Skyvulstad, Upublisert). Da fant jeg at både politisk kvarter, og dagsnytt 18, som oftest «hang seg på» allerede eksisterende saker i offentligheten. At de to arenaene ikke var dagsordensettene i seg selv, og heller ikke ønsket å være det.

Er det forskjell på lokalpresse og rikspresse?

Ettersom det norske demokratiet er underlagt «prinsippene om direkte valg og forholdsvalg i flermannskretser» (Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2017), er alle stortingsrepresentantene tilordnet og valgt i hvert sitt fylke. Det er beboerne i deres hjemfylke som bestemmer om representanten blir gjenvalgt ved neste stortingsvalg, og dermed er det strategisk smart av stortingsrepresentantene å vise at de fortsatt er opptatt av lokale forhold, selv om de nå sitter ved riksrøret og oppholder seg mest i hovedstaden. Til dette er spørretimen et nyttig verktøy, og det er nok enklere å vise denne lokale tilhørigheten som opposisjonsparti, enn som en representant i posisjon. Når man sitter i regjering, må man inngå mange fler kompromiss og svelge en rekke flere kameler, enn når man sitter i opposisjon. Følgelig vil disse politiske kompromissene måtte gå på bekostning av noens valgkretser. Dermed er det en ypperlig mulighet for opposisjonsrepresentanter å «hilse hjem» ved å ta opp spørsmål som knyttes til problemer i hjemtraktene, og dermed bygge både partiprofil og medieprofil.

Tabell 9 Spørsmål med avis som eksplisitt referanse, fordelt over type avis, angis i prosent, n i parentes

	1992-1993	2002-2003	2012-2013
Lokal avis	32,5	32,8	38,7
Regionavis	0,0	3,2	6,5
Riksavis	67,5	64,0	54,8
Totalt	100 (40)	100 (61)	100 (31)

Som tabell 9 viser er det helt klart riksavisene som har mest innflytelse på spørsmålsstillerne, dette gjelder for alle de tre tidsperiodene. I utgangspunktet ville jeg anta at fordelingen ville vært noe jevnere, men det kan være ulike grunner til at den ikke er det. Det kan godt hende at spørsmål som omhandler lokale saker kommer til representanter via andre kanaler enn pressen. For eksempel vil representantens lokalpartis prioriteringer og politiske diskusjoner nå dem gjennom partisystemene. Dessuten er det jo sånn at rikspressen også omtaler saker fra Distrikts-Norge.

Det kan tenkes at det er representantene fra langt unna Oslo som bruker oppslag fra lokalaviser mest. Da det antagelig dekkes mest Oslo/Østlandet-stoff i de store riksavisene. Det er heller ikke så rart, med tanke på den pressede ressursituasjonen til avisene. Tradisjonelt har NRK vært flinke på lokalstoff i og med at de har redaksjonen spredt over stort sett alle landets fylker. I denne studien er alle NRK-saker enten lagt under TV eller radio, og på den måten går man glipp av en del nyanse i analysen.

Ett spørsmål skiller seg særlig ut

Det er særlig et av de muntlige spørsmålene fra 2012-2013, som skiller seg ut. Denne oppgaven inneholder i utgangspunktet ingen innholdsanalyse. Det er allikevel nyttig å gjøre plass til å se på ett spørsmål. Spørsmålet ble stilt av Høyres stortingsrepresentant Torbjørn Røe Isaksen, 17. april 2013, til Arbeidsminister Anniken Huitfeldt, og havner i kjernen av denne oppgavens tema. Isaksen åpner i en spøkefull tone, som forteller noe om hvordan tonen

mellom representantene er. Det er allikevel ikke det som gjør spørsmålet verdt å trekke frem, men poengene som kommer etterpå:

Jeg har et spørsmål til statsråd Anniken Huitfeldt. Jeg ser at «Typen til» statsråden ikke er til stede, og det er bra, for da tør vi i opposisjonen å tøffe oss litt!

Talegjenkjenning er et program som for en beregnet kostnad på 13 mill. kr kan gi veldig mange mennesker en ny sjanse i arbeidslivet. I april 2012 var Nav ferdig med en gjennomgang av saken. Da skjedde det ingen ting i departementet.

Så tok Høyre ved min komitékollega, Sylvi Graham, opp saken i januar i år. Da skjedde det ingen ting med saken.

Så skjedde det noe, som jeg har lagt merke til ofte får statsråden til å reagere, nemlig at pressen grep fatt i saken. Da kom det plutselig handling i departementet – eller handling og handling fru Blom! Jeg siterer fra et innlegg som statssekretær Cecilie Bjelland hadde i Dagens Næringsliv for et par uker siden, hvor hun skriver at departementet «har merket seg det positive engasjementet forstudien har utløst».

Så blir det fart på sakene. Da skal departementet, nesten halvannet år etter, ta «et initiativ for å se på muligheten til å samarbeide på tvers av departement».

– Altså halvannet år etter at man har fått en utredning fra Nav, hvor det kommer fram et hjelpemiddel som for usle 13 mill. kr kunne hjulpet veldig mange mennesker inn, så skal departementet ta «et initiativ for å se på muligheten til å samarbeide på tvers av departement». Det er litt av et initiativ! Da mener jeg det bokstavelig talt – det er så lite at det knapt kan kalles et initiativ. Det er så man skulle tro at det ikke var valgår. (Isaksen, Muntlig spørsmål fra Torbjørn Røe Isaksen (H) til arbeidsministeren, 2013)

Det som blant annet frustrerer Isaksen i dette tilfellet er ikke bare at regjeringen har vært treig med å se på muligheten for å realisere tilbud om talegjekjenning for mennesker som trenger en ny sjanse utenfor arbeidslivet. Det han her bruker som påskudd for å ta opp saken igjen er at regjeringen, ifølge Isaksen, først har fått fart på seg fordi pressen har tatt tak i saken. Nå har jeg bare mulighet til å anta at dette stemmer, men i så fall underbygger også dette påstanden om at medienes dagsorden påvirker den politiske debatten, og politisk handling. Det var kanskje i utgangspunktet ingen tvil om det faktum, men det er fint å se at representantene selv bidrar til å argumentere for dette synet.

Uten å ha intervjuet Isaksen er det umulig å vite om han hadde tenkt å stille spørsmål ved manglende oppfølging av utredningen fra Nav. Men det kan hvert fall se ut som pressens engasjement i saken har hatt noe å si for at han valgte å ta det opp akkurat når han gjorde.

Oppsummering

I denne delen har analysen vist at avis har klart størst andel av de spørsmålene med eksplisitt henvisning til media. Til tross for at avisene har hatt en nedgang til siste periode, er avis klart størst. Dessuten har TV som medium hatt et oppsving, og kategorien «generell» har ligget stabilt på 20 prosent. Av spørsmålene som er knyttet opp mot kategorien avis, så har riksaviser størst andel, med en liten endring i 2012-2013.

5.2.3 Hvem spør?

Å undersøke hvordan spørsmålene med eksplisitt referanse til mediene fordeler seg over de ulike partiene, kan fortelle noe om hva slags strategier partiene har. Alle partiene, både i posisjon og i opposisjon, har sine kjernesaker som de ønsker oppmerksomhet rundt. Ved bruk av spørretimen kan partiene og representantene sette sine saker på den politiske dagsorden. Derfor er det nyttig å undersøke hvordan de ulike partiene benytter seg av medienes dagsorden når de utformer spørsmål.

Tabell 10 Spørsmål med eksplisitt kilde til media, fordelt på parti. Totalt antall spørsmål stilt fra partiet i perioden i parentes

	1992-1993	2002 - 2003	2012 – 2013
Sosialistisk Venstreparti	13 (102)	17 (123)	0 (0)
Arbeiderpartiet	6 (54)	35 (184)	0 (1)
Senterpartiet	8 (68)	15 (72)	0 (0)
Venstre	-	0 (5)	1 (10)
Kristelig folkeparti	13 (61)	3 (15)	15 (45)
Høyre	11 (97)	3 (21)	30 (126)
Fremskrittspartiet	26 (130)	35 (179)	24 (126)
Kystpartiet	-	1 (19)	-
Framtid for Finnmark	0 (6)	-	-
Uavhengig representant	1 (3)	1 (3)	-
Totalt	78 (521)	109 (621)	70 (308)

Tabell 10 viser en tydelig forskjell på tidssnittene, og en åpenbar faktor er hvilke partier som satt i regjering i hvilket år. Etersom spørretimen er en del av Stortingets kontrollfunksjon overfor regjeringen, kan det forventes at det er opposisjonspartiene som benytter spørretimen i størst grad. Av alle partiene som var representert på Stortinget i 1992-1993, hadde nesten alle partiene spørsmål som var hentet fra mediene, bortsett fra Framtid for Finnmark. Dette partiet, som kan sies å være et èn-saks-parti, kan tenkes å trenge lite inspirasjon til spørsmål fra mediene, ettersom deres agenda på Stortinget var ganske ensrettet, nettopp å sikre en god fremtid for Finnmark som region.

Selv om det var Arbeiderpartiet som satt i regjering, med Gro Harlem Brundtland i spissen, stilte partiet 54 spørsmål i Spørretimen, men bare 6 av dem hadde opphav fra mediene. Partiet

som brukte mediene som inspirasjonskilde i størst grad var Fremskrittspartiet, og de stilte også flest spørsmål totalt dette året. Hvert femte spørsmål stilt av Fremskrittspartiet hadde en klart uttrykt referanse til mediene.

Sosialistisk Venstreparti, et parti som ligger tidvis nære Arbeiderpartiet i ideologi, stilte totalt 102 spørsmål, hvorav 13 hadde klart opphav i mediene, noe som tilsvarer i underkant av hvert åttende spørsmål. Høyre stilte totalt nesten like mange spørsmål som Sosialistisk Venstreparti, men hadde større behov for å bruke mediene som inspirasjon og grunnlag for spørsmålene sine.

I 2002-2003 benyttet opposisjonspartiene Arbeiderpartiet, Fremskrittspartiet og Sosialistisk Venstreparti seg flittig av spørreordningen, alle partiene stilte godt over 100 spørsmål hver, Fremskrittspartiet nærmere to hundre spørsmål. Antall spørsmål med referanse til mediene ligger også jevnt høyt hos disse tre; omtrent hvert femte spørsmål stilt av Arbeiderpartiet og Fremskrittspartiet hadde opphav i mediene, mens hvert syvende spørsmål fra Sosialistisk Venstreparti var hentet fra mediene.

Også regjeringspartiene, KrF, Høyre og Venstre, benyttet seg av spørreordningen. Dog i noe mindre grad enn opposisjonen. For KrF var hvert 5. spørsmål hentet fra mediene, mot Høyres hvert syvende spørsmål. Venstre, som siste regjeringsparti hadde ingen spørsmål med referanse til mediene, men stilte også ganske få spørsmål, bare 5 stykk. Ti år tidligere hadde de ingen mandater på Stortinget, en indre sammenligning er derfor ikke mulig.

En påfallende endring i siste tidssnitt er at det ser ut som om den generelle bruken av spørreordningen har endret seg. De tre regjeringspartiene denne perioden var Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet. Disse tre partiene har til sammen stilt kun ett spørsmål. Partiet med statsministeren, Arbeiderpartiet, stilte dette spørsmålet. Det var representant Jan Bøler som spurte kunnskapsminister Kristin Halvorsen om nasjonale prøver. 20 år tidligere, i 1992-93, stilte Arbeiderpartiet (som da var alene i regjering) 54 spørsmål. I 2002-2003 stilte regjeringspartiene Kristelig folkeparti, Høyre og Venstre til sammen 41 spørsmål. Det ser derfor ut at bruken av spørretimen har forandret seg, og at det med årene har blitt mer og mer opposisjonens arena. Dette understrekes av Heidar og Karlsen (2016), som blant annet trekker frem at grunnen til dette er at spørretimen mer og mer har blitt en arena for selvrepresentasjon.

I 2012-2013 var Fremskrittspartiet og Høyre like produktive i spørretimen, med 126 spørsmål hver, Høyre stilte derimot flere spørsmål hentet fra mediene enn Fremskrittspartiet, henholdsvis 30 og 24 spørsmål. Dette gjør at Fremskrittspartiet, som fram til dette aldri har vært i regjering, over tid har en høy andel spørsmål i spørretimen. Dette er i utgangspunktet ingen overraskelse, da de alltid har vært et parti for «folk flest», og har hatt som ideal å ikke være en del av den politiske eliten. For et parti med et sånt mål er spørreordningene perfekt, fordi man har mulighet til å være kritisk til regjeringen, til byråkratiet, men samtidig ikke «ta noe ansvar» selv. Frp har opp gjennom årene bygd seg en sterk medieprofil, og tabell 10 er med på å underbygge det. Medienes oppgave er å skrive om saker som opptar folk flest, og dermed er det masse å hente fra medienes dagsorden for Fremskrittspartiet.

Spørsmål med referanse til media per representant per parti

Mye av arbeidet på Stortinget foregår i komitéene. Disse er grovt sett delt inn etter departementsinndeling, og representanter fra partiene blir fordelt utover de ulike komiteene. Følgelig vil det være sånn at et parti med mange mandater på Stortinget, vil være tyngre representert i de ulike komiteene, enn et parti som har få mandater. Hvis et parti for eksempel kun har 5 mandater, er det ikke nok personer til å sitte i de ulike komiteene. Det kan dermed tenkes at småpartiene flittig bruker andre påvirkningsorgan for å sette sine saker på dagsorden. Tabell 11 viser mandatfordelingen på Stortinget, i de tre tidssnittene som er undersøkt.

Tabell 11 Mandatfordeling på Stortinget

	1992-1993	2002-2003	2012-2013
Sosialistisk Venstreparti	17	23	11
Arbeiderpartiet	63	43	64
Senterpartiet	11	10	11
Venstre	-	2	2
Kristelig folkeparti	14	22	10
Høyre	37	38	30
Fremskrittspartiet	22	26	41
Kystpartiet	-	1	-
Framtid for Finnmark	1	-	-
Totalt	165	165	169

I 1992-1993 var Arbeiderpartiet alene i regjering, ti år senere består regjeringen av Kristelig Folkeparti, Høyre og Venstre. Selv om Venstre var det neste minste partiet på Stortinget, hadde de altså fått plass i regjeringen, men den var allikevel i mindretall. I 2012-2013 er det igjen Arbeiderpartiet som sitter ved roret, med Jens Stoltenberg i spissen. Han styrer skuta sammen med Sosialistisk Venstreparti og Senterpartiet. Som mandatfordelingen viser er Fremskrittspartiet det nest største partiet med hele 41 mandater, som jo er så vidt dobbelt så mange som tyve år tidligere.

Det har tidligere blitt pekt på hvordan bruken av spørretimen og de andre spørsmålstypene har forandre seg fra å være et verktøy for alle partier, til å kun være for opposisjonspartiene. Følgelig vil fordelingen av spørsmål med eksplisitt referanse til media per representant per parti, bære preg av dette. Dette er ikke spesielt synlig i første tidssnitt, men gjør seg mer gjeldende i de to siste.

Tabell 12 Spørsmål med eksplisitt referanse til mediene, per representant per parti.

	1992-1993	2002-2003	2012-2013
Sosialistisk Venstreparti	0,7	0,7	0
Arbeiderpartiet	0,1	0,8	0
Senterpartiet	0,7	1,5	0
Venstre	-	0	0,5
Kristelig folkeparti	0,9	0,1	1,5
Høyre	0,3	0,1	1
Fremskrittspartiet	1,2	1,3	0,6
Kystpartiet	-	1	-
Framtid for Finnmark	0	-	-

Det er Fremskrittspartiet som stiller flest spørsmål med eksplisitt referanse til mediene per representant i 1992-1993. Tabell 12 viser at hver representant stiller 1,2 spørsmål hver med eksplisitt referanse til mediene. Representantene fra Fremskrittspartiet stiller også tredje flest spørsmål totalt per representant, med 5,9 spørsmål. Det er bare representantene fra Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti som er mer effektive, med henholdsvis 6,2 og 6,0 spørsmål per representant. Begge disse partiene stiller de 0,7 medietilknyttede spørsmål per representant denne perioden.

I 2002-2003 er det igjen Senterpartiets og Fremskrittspartiets representanter som stiller flest spørsmål hentet fra mediens dagsorden. De samme representantene stiller også flest spørsmål per representant totalt. Senterpartiets representanter stilte totalt 7,2 spørsmål hver, mens

Fremskrittspartiets stilte 6,9 spørsmål hver. Representantene fra Arbeiderpartiet og Sosialistisk Venstreparti stiller, som tabellen viser, omtrent like mange medietilknyttede spørsmål hver, og har også ganske høy spørsmålsfrekvens totalt, med henholdsvis 4,3 og 5,3 spørsmål per representant. Tabellen viser tydelig hvilke parti som sitter i regjering, og representantene tilhørende de tre regjeringspartiene, Høyre, Kristelig Folkeparti og Venstre, har svært lav mediespørsmålsfrekvens. Kystpartiet får et usedvanlig høyt utslag på totalt antall spørsmål per representant. Det er fordi Kystpartiet kun hadde ett mandat i denne perioden, og han stilte 19 spørsmål alene. Kun ett av disse var hentet fra mediene. Dette kan henge sammen med at dette er/var et parti med svært spesifikt politisk standpunkt, og derfor ikke hadde behov for inspirasjon fra mediene.

I 2012-2013 spurte representantene til Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Sosialistisk Venstreparti svært få spørsmål generelt, det er selvsagt fordi det er regjeringspartiene. Det er representantene til Kristelig Folkeparti som stiller flest spørsmål knyttet til mediens dagsorden, og Fremskrittspartiets inspirasjon fra mediene har gått kraftig ned.

Fremskrittspartiets representanter stilte også mange færre spørsmål per representant enn ti år tidligere, nå bare 3 spørsmål per representant. Det kan selvsagt være fordi de plutselig er mange flere representanter å fordele spørsmålene mellom, i tillegg til at det totalt ble stilt relativt få spørsmål i spørretimen det året, som kommentert tidligere. Opposisjonspartiene Høyre og Kristelig Folkeparti har representanter som stiller flest mediespesifikke spørsmål, i tillegg til flest spørsmål totalt.

Oppsummering

Det er Frp som gjennom alle tre periodene har hatt desidert størst aktivitet i spørretimen, dette henger blant annet sammen med at de ikke har sittet i regjering i noen av periodene. Dessuten har det blitt drøftet om deres «image» som partiet for folk flest, gjør at de oftere enn andre partier har behov for å ta på seg rollen som vaktbikkje. I tillegg til å være det partiet som har hatt størst aktivitet i spørretimen, er det Fremskrittspartiet som har hatt flest spørsmål med referanse til mediene. Dessuten har tallene i denne delen vist at «spillereglene» for spørretimen har endret seg. Tidligere var spørretimen for alle parti, nå er det et verktøy for opposisjonen.

5.2.4 Hva spør de om?

Ved å undersøke hvordan spørsmålene fordeler seg over departementer/statsråder er det mulig å få en viss innsikt i om mediene har større gjennomslagskraft på noen saksområder enn andre. Det kan også tenkes at hvilke saksområder som får størst gjennomslagskraft varierer med tanke på sammensetningen på Stortinget.

Det er gjort et forsøk på å se på hvilke ministre som får flest og færrest spørsmål med eksplisitt referanse til mediene.

Tabell 13 Spørsmål med eksplisitt referanse til mediene, fordelt på ministerpost. Antall

	1992-1993	2002-2003	2012-2013
Administrasjonsminister	1	1	
Arbeid- og administrasjonsminister	1		
Arbeidsministeren			4
Barne- og familieminister	2	6	
Barne- likestillings- og inkluderingsminister	-	-	4
Bistandsminister	2		
Finansminister	10	5	2
Fiskeriminister	2	5	2
Forsvarsminister	2	5	1
Fornyings- administrasjon og kirkeminister			2
Handelsminister	1		

Helse (og omsorgs)minister	9	15	8
Justis (og beredskaps)minister	11	11	3
Kirke utdanning og forskning	5		
Utdannings- og forskningsminister		4	
Kommunal og arbeidsminister	3		
Kommunal- og regionalminister		8	1
Kultur og kirkeminister		1	
Kulturminister			2
Kunnskapsminister			1
Landbruks (-og mat)ministeren	2	4	3
Miljøvernminister	3	7	3
Nærings og energiministeren	3		
Nærings- og handelsminister		2	1
Olje- og energiminister	2	13	1
Samferdeselsministeren	11	4	6
Sosialministeren	6	8	
Statsministeren	1	4	11
Utenriksminister	2	1	1
Utviklingsministeren		3	3

Tabell 13 er både upresis og uoversiktlig. Det kommer særlig av to grunner. For det første har ministerpostene endret seg over tid. Både i fagområder og politiske felt. Derfor blir tabellen lang, og det er ikke så lett å sammenlikne på tvers av årene. Dessuten fører det til at noen av feltene er tomme over de ulike tidssnittene, fordi de ikke ble opprettet eller fordi de ble lagt ned og skiftet ut med nye ministerposter og departement. For det andre vil det være heftet en del usikkerhet knyttet til grunnlaget for tabellen, i og med at det er såpass få spørsmål å vurdere ut i fra. På den ene siden så stemmer tallene, men i og med at tallene er så små får relativt små tall stor betydning. Kanskje for stor betydning.

Tabell 13 er allikevel nyttig å ha med, fordi den tydelig viser at noen saksområder får flere spørsmål med eksplisitt referanse til mediene, enn andre. I sesjonen 1992-1993 var det samferdselsministeren, justisministeren og finansministeren som fikk den største andelen av medietilknyttede spørsmål. Det var dermed saker som omhandlet samferdsel, justispolitikk og finanspolitikk hvor mediene hadde mest gjennomslag via stortingsrepresentantene. Ti år senere er det en liten endring, og det er saker som falt under politikkområdene til helseministeren, justisministeren og olje- og energiministerens hvor spørsmålene bar mest preg av medienes dagsorden. At olje- og energiministerens mottok så mange spørsmål hentet fra medienes dagsorden dette året kan nok skyldes de høye strømprisene i Norge dette året, og at dette var noe media, naturligvis, hadde mye fokus på. Sosialministeren fikk også en del spørsmål fra medienes dagsorden dette året, som også kan henge sammen med medienes fokus på hvordan vanlige folk slet med å betale regninger og liknende på grunn av den høye strømprisen.

I siste tidssnitt, 2012-2013, er det kun én post som skiller seg ut, og det er spørsmål til statsministeren. Det kan selvsagt skyldes ulike forhold, men bruken av spørretimen har jo endret seg over tid, og det faktum at man stiller statsministeren spørsmål direkte har det blitt mer av. Alle de 11 spørsmålene som ble stilt til statsministeren med eksplisitt referanse til mediene, ble dette året stilt i den muntlige spørretimen. Nest flest spørsmål med medietilknytning var det helseministeren som mottok. Justisministeren mottok bare 3 spørsmål fra medienes dagsorden, og det på tross av terrorangrepet 22. juli 2011. Gjørsv-kommisjonen la frem sin rapport i august 2012, så jeg hadde i utgangspunktet tenkt at justis- og beredskapsministeren skulle få flere spørsmål til seg fra mediene på grunn av dette. Men ettersom rapporten er «politisk» og ikke fra mediene, har representantene hentet spørsmålene sine direkte fra rapporten, og ikke fra medienes tolkning av rapporten og dets utfall. Dessuten

er det ikke sikkert at stortingsrepresentantene syns at et så ømfintlig tema passet seg i spørretimen.

Spørretimen avholdes alltid på onsdager, og regjeringen må innen foregående mandag melde ifra om hvilke statsråder som kommer til å stille på vegne av regjeringen i spørretimen. De ulike statsrådene representerer selvsagt ulike fagområder, og de får stort sett spørsmål som omhandler deres fagfelt. Noe annet ville vært rart, da ingen statsråder kan ventes å ha inngående (politisk) kunnskap i andre fagfelt enn der de sitter som ministre. Innimellom kommer statsministeren som en av regjeringens representanter i spørretimen. Statsministeren, som regjeringens øverste leder, har i utgangspunktet ikke et eget fagfelt, men heller et overordnet ansvar for alle statsrådene og hele regjeringen. Spørsmålene som stilles til statsministeren vil jo allikevel, og naturlig, falle innenfor ulike politiske områder som dekkes de ulike ministeriene. Derfor har jeg kategorisert spørsmålene stilt til statsministeren etter hvilket departement som mest sannsynlig hadde fått spørsmålet, dersom statsministeren ikke hadde vært tilstede. En bemerkning er at det ser ut som om antall medierelaterte spørsmål til statsministeren har økt i tidsperioden som er undersøkt.

Det kan selvsagt være ulike grunner til å velge å stille statsministeren til veggs i spørretimen, fremfor å rette spørsmålet til den aktuelle statsråden, som har politisk ansvar innenfor det saksområdet spørsmålet dreier seg om. En statsråd skal jo ha mer kunnskap om sitt politiske felt, enn det som er forventet av statsministeren. Dermed burde jo en debatt med statsråden være mer fruktbar enn en debatt med statsministeren. Grunnen til å spørre statsministeren må derfor være en annen. Uten at det er analytisk grunnlag for å svare konkret på det, går det an å anta at det å stille spørsmål til statsministeren kommer med en viss tyngde og alvor. Som regjeringens overhode, må statsministeren følgelig ta ansvar for det som skjer i departementene. Når en representant velger å stille spørsmål direkte til øverste leder, vitner det om at man er ute etter en større «skyteskive», men det kan også tenkes at det er lettere å få medieoppmerksomhet for spørsmålet som blir stilt. Alle uttalelser fra statsministeren er naturligvis viktig for mediene å følge med på, og gjerne slå stort opp dersom det kan tabloidiseres. Hele spørretimen passer godt inn i nyhetskriterienes konfliktdimensjon, og saker som omhandler statsministeren er «hot news».

Departementsinndeling

For å kunne gi et bedre inntrykk av i hvilke saksområder mediene dagsorden har mest gjennomslag, kommer jeg til å benytte meg av en departementsinndeling. Basert på en modell fra Maktutredningen fra 1970, Sivertsens inndeling, er departementene delt inn etter næringstilknytning. De tre kategoriene er næringsdepartement, næringsrelaterte departement og næringsperifere departement. Ved gjøre en kategorisert inndeling, vil tallgrunnlaget bli større og resultatene unngår derfor å bli like upresise som i tabell 13.

Tabell 14 Departementene inndelt etter grad av næringstilknytning

	Næringsdepartement	Næringsrelaterte departement	Næringsperifere departement
1992-1993	Fiskeridept Næringsdept Olje- og energidept Nærings- og energidept Landbruksdept	Samferdselsdept Finans- og tolldept Kommunal- og arbeidsdept Miljøverndept Arbeids- og administrasjonsdept	Forsvarsdept Kulturdept Sosial- og helsedpt Justis- og politidept Utenriksdept Barne- og familiedept Kirke-, utdannings- og forskningsdept
2002-2003	Nærings- og handelsdept Landbruks- og matdept Fiskeri- og kystdept Olje- og energidept	Finansdept Kommunal- og regionaldept Arbeids- og sosialdept Samferdselsdept Miljøverndept	Helse- og omsorgsdept Forsvarsdept Moderniseringsdept Utdannings- og forskningsdept Barne- og familiedept Utenriksdept Kultur- og kirke- og politidept
2012-2013	Fiskeri- og kystdept Landbruks- og matdept Nærings- og handelsdept Olje- og energidept	Arbeidsdept Finansdept Kommunal- og regionaldept Miljøverndept Samferdselsdept	Barne-, likestillings- og inkluderingsdept Fornyings-, administrasjons- og kirke- og politidept Forsvarsdept Helse- og omsorgsdept Justis- og beredskapsdept Kulturdept Kunnskapsdept Utenriksdept

Oversikten over gir mulighet til å analysere funnene i klaser, og gir mer sikkerhet til tallene, fordi de er større. Enkelte av departementene har hatt to ministere, med hver sine ansvarsområder. For eksempel hadde utenriksdepartementet to statsråder i analysens siste tidssnitt. En med ansvar for handel, og en annen med ansvar for sosialsaker. Derfor kan man argumentere for at spørsmålene burde vært fordelt over de to kategoriene næringsperifer kategori (sosialsaker) og nærings saker (handel). Da dataene ble samlet inn, var jeg ikke oppmerksom på dette, og alle saker stilt til «utenriksminister» har havnet under samme kategori. Dette kan ha noe å si for resultatene, men jeg vil allikevel mene at inndelingen overfor er en god og valid inndeling.

Tabell 15 Spørsmål med eksplisitt referanse til mediene, oppgitt i prosent. n i parentes

	1992-1993	2002-2003	2012-2013
Næringsdepartement	12,8	23,9	25,7
Næringsrelaterte departement	37,2	24,8	25,7
Næringsperifere departement	50,0	51,4	48,6
Totalt	100 (78)	100 (109)	100 (70)

Som tabell 15 viser er den en klar overvekt av spørsmål med klar referanse til mediene til departementene som hører til i kategorien næringsperifere departement. Omtrent halvparten av spørsmålene med referanse til mediene ble i alle tre tidssnittene stilt til de næringsperifere departementene. For de to andre kategoriene har ikke antallet mediespørsmål vært like stabilt. Kategorien næringsdepartement fikk så få som 12 prosent av de mediespesifikke spørsmålene i 1992-1993, samtidig som de næringsrelaterte departementene fikk i overkant av 37 prosent. Ti år senere fikk de to kategoriene omtrent like mange spørsmål hentet fra mediene, med i underkant av 24 og 25 prosent. I siste tidssnitt fikk de to kategoriene nøyaktig like mange spørsmål hentet fra mediene. Det betyr at for næringsdepartement har antall mediespørsmål

økt over perioden, samtidig som de næringsperifere departementene hadde en liten nedgang de første ti årene, og deretter holdt seg stabilt på ca. 25 prosent.

Det er ulike grunner til at det er de næringsperifere departementene som får den største andelen av spørsmålene med inspirasjon fra mediasaker. For å kunne svare på hvorfor det er slik, er det hensiktsmessig å se på to ulike faktorer. For det første handler det om hvordan en nyhet blir til, og hva som «selger bra». For det andre dreier det seg om hva som er motivasjonen til representanten som stiller spørsmålet.

For at en hendelse eller et samfunnsproblem skal havne på representantens bord i form av en nyhetssak er det flere ulike faktorer som må klaffe. Nyhetsmedienes nyhetskriterier og nyhetsterskel er med å avgjøre hvilke saker og forhold i samfunnet som er «verdt» å skrive om, og hvilke som må finne veien til representantene på andre måter. Et viktig trekk ved de næringsperifere departementene er nettopp det at de er næringsperifere, og følgelig derfor nærere til personlige forhold. Departementene i denne kategorien berører blant annet tema som helse-og omsorg, barne- likestilling- og familie, justis og ikke minst utdanning. Dette er alle temaer som berører den norske innbyggeren direkte, og som man som borger i et demokratisk land kanskje er mer opptatt av en tema som fiskeri. Selvsagt vil arbeidet, og lovgrunnlagene, i fiskeridepartementet ha betydning for veldig mange i Norge. Men absolutt alle som bor i Norge vil ha noe å gjøre med helse-Norge i løpet av livet.

Ettersom mediernes samfunnsoppdrag er å være en slags vaktbikkje på vegne av de som bor i Norge, overfor de folkevalgte og i en viss grad departementene og direktoratene, er det naturlig at de fokuserer på de sakene som engasjerer flest mulig, nemlig de næringsperifere sakene. Dessuten kjennetegnes en god sak av å ha en personhistorie. Dette er en utvikling i journaliststikken som ble beskrevet av Bastiansen og Dahl som ganske moderne (2008). Nyhetssaker blir mer og mer vinklet på case, og trenger derfor en god personhistorie. «Et ansikt» på saken gjør det lettere gjenkjennelig for nyhetsleseren, og gjør leseren derfor mer mottakelig for inntrykk.

For representantene som er ute etter å bygge medieprofil, handler det om å stille spørsmål som engasjerer folk. Bygger man på en allerede flytende mediasak får man mye gratis derfra. Spør man om forhold rundt helse, er det mange som kan kjenne seg igjen. Utdanning har mye å si, men det har kanskje ikke utenlandske tollavtaler. Selv om det er de næringsperifere departementene som har mottatt flest spørsmål med opphav i saker som har vært i mediene, er

det ikke sikkert at alle disse sakene i utgangspunktet har handlet om næringsperifere saksområder. Hvordan representantene forstår mediesaken, og bruker det i sitt spørsmål, er en viktig å ta i betraktning. Representantene står fritt til å bruke medieoppslagene som de selv ønsker, og vinkle spørsmålene og medieoppslagene slik at de passer til det man vil spørre om. På den måten er det ikke bare mediene som benytter seg av forståelsesrammer i sin nyhetsproduksjon, men også representantene når de formulerer spørsmål.

Oppsummering

Analysen har vist at det er de næringsperifere departementene som får flest spørsmål med utgangspunkt i mediesaker i spørretimen. Det kan skyldes blant annet nyhetskriteriene og at de næringsperifere departementene handler mer om folk, og derfor er det enklere å finne inspirasjon fra mediene. Dessuten kan det tenkes at den økte personaliseringen av deknningen av saker spiller inn her. Nyhetsmediene har enklere for å finne ansikt på helsesaker, enn for eksempel olje- og energisaker.

For representantene som stiller spørsmålene til de næringsperifere departementene kan det følge popularitet, ved at de tar opp temaer som faktisk direkte gjelder livene til folk. Noen av næringsdepartementene kan nok føles fjerne fra folks liv.

5.3 Del 2: Funn 1952-2013

Nå har de nyeste tidssnittene blir gjennomgått, og delvis begrunnet. For å kunne svare mer inngående på problemstillingens del om påvirkningen fra mediene har endret seg over tid vil denne delen hente frem funnene til Sivertsen. Det vil være med å danne grunnlaget for antakelser om mediernes påvirkningen på den politiske debatten over tid. Det at dette gamle datasettet forekommer såpass tilgjengelig, gir min analyse og masteroppgave større datagrunnlag å basere resultater på.

5.3.1 Mediene som eksplisitt kilde

Analysen og drøftingen i 5.1.1 viste at det var økende grad av spørsmål hentet fra mediene i Stortingets spørretime i tidsrommet fra tidlig nittital til ut i andre tiår av tusen-tallet.

Tabellen under tar for seg Sivertsen funn, i tillegg til funnen fra forrige del.

Tallene fra 1992-2003 og 2012-2013 er gjort om til hele prosent, fordi Sivertsen fremstiller sine data slik.

Tabell 16 Spørsmål med eksplisitt referanse til mediene over tid, oppgitt i hele prosent

	1952	1962-1963	1972-1973	1982-1983	1992-1993	2002-2003	2012-2013
Muntlige spørsmål	-	-	-	-	-	24	35
Spørretimespørsmål	2	5	13	16	15	15	14

I 1952, da stortingsåret var et kalenderår, og ikke fra høst til vår, var det kun to prosent av spørsmålene stilt i Stortingets spørretime som hadde eksplisitt referanse til mediene. Sivertsen fant at det var 3 av spørsmålene stilt det året som hadde brukt massemediene som inspirasjon. Det er viktig å legge til at grunngitte spørsmål og interpellasjoner hadde hyppigere henvisning til mediene, og var hyppigere brukt. I 1952 og 1962-1963 var ikke spørretimen som spørsmålstype særlig populær blant representantene. I 1972-1973 og 1982-1983 endrer derimot dette seg, og det er spørretimespørsmål som dominerer. I Sivertsens siste sesjon, 1982-1983, var nærmere 90% av de medietilknyttede spørsmålene spørretimespørsmål.

Tabellen viser videre en stadig prosentvis økning av referanser til mediene, frem til mellom 1983-1983 og 1992-1993. Da går det ørlite ned, fra 16 prosent til 15 prosent, og deretter ned til 14 prosent i 2012-2013. Det ser dermed ut til at antall (ordinære) spørretimespørsmål med eksplisitt referanse til mediene har ligget stabilt de siste 30 årene av min studie. Samtidig er det viktig å merke seg innføringen av spontanspørretimen i 1996.

Da spontanspørretimen ble innført endret det spørretimens «spilleregler». Derfor kan det være at sammenlikningen blir noe upresis, fordi et helt nytt element å ta hensyn til ble innført. Det er allikevel viktig å gjøre denne sammenlikningen, og høyst relevant å ha tallene i samme tabell, nettopp fordi innføringen av den muntlige spørretimen er et svar på hvordan mediene jobber. Da den muntlige spørretimen ble innført var det blant annet for å skape en mer publikumsvennlig debatt på Stortinget, og dermed åpne opp diskusjonene og arenaen mer for publikum. Som beskrevet tidligere er den spontane spørretimen ansett som den mest publikumsvennlige. Det kan se ut som om det er medielogikken som har hatt innflytelse på denne innføringen, og det er rimelig å anta at dette kan være en del av den medialiserte politikken.

Tallene viser at representantene lar seg påvirke mer av mediene nå enn før, når de utformer spørsmål. Det er to grunner til at de gjør dette. For det første er det fordi mediene har blitt dominerende i offentligheten. Det er mange medier og trykket for å være oppdatert er stort. For det andre bruker de mediene som knagg, for å kunne gjøre spørsmålet aktuelt og for å sikre seg medieomtale. Basert på tallene ovenfor er det rimelig å anta at det har foregått en medialisering av politikken, da spesielt en medialisering av spørreinstitusjonen. Sivertsen sine første konklusjoner står seg også fortsatt, «over tid har antallet spørsmål stortingsrepresentantene eksplisitt uttrykker at de henter dem fra nyhetsmediene økt i antall».

5.3.2 Hvilke kilder brukes?

Sivertsen ønsket i sin studie å få et mer detaljert bilde av hvordan spørsmålene knyttet til Stortingets kontrollfunksjon artet seg, og brukte dermed en eksplorativ tilnærming på 1983-1984 sesjonen. Ulike fenomener ble undersøkt, blant annet hvilke kilder representantene henviste til når de benyttet seg av mediene som inspirasjonskilde til spørsmål. Totalt ble det stilt 597 spørsmål av ulik art i sesjonen som strakk seg fra 1983 til 1984. Av disse hadde 126 spørsmål en klart uttrykt referanse til mediene, noe som tilsier om lag hvert femte spørsmål. Dette antallet inkluderer interpellasjoner, grunngitte spørsmål og spørretimespørsmål. Selv

om dataene i denne masteroppgaven kun tar for seg de to formene av spørretimespørsmål vil det være fruktbart å se på resultatene fra studien til Sivertsen opp mot denne. Det er nemlig rimelig å anta at tendensene knyttet til blant annet hvor representantene henter spørsmålene sine fra, vil være sammenlignbare uavhengig av spørsmålstype.

I 1983-1984 var det fremfor alt «pressen» representantene anga som kilde i spørsmål knyttet til mediens dagsorden. I alt 96 spørsmål hadde ulike henvisninger til pressen, som Sivertsen kaller det som i denne studien blir kalt *avis*. Den nest største kategorien er «massemedia», med 11 spørsmål. Radio, fjernsyn og fagpresse er registrert med henholdsvis 3, 8, og 8 spørsmål. Sivertsen forklarer pressens dominans med at representantene, som bor i Oslo der Stortinget er, er avskåret fra lokale TV-sendinger og radio. Derfor henter de nyheter og inspirasjon fra det som skjer i egne valgkretser via pressen. Videre mener Sivertsen at «NRK radio og fjernsyn brukes vel så ofte som kilde i saker av rikspolitisk karakter».

I spørsmålene fra 1992-1993, 2002-2003 og 2012-2013 er det også pressen som har klart størst andel av spørsmålene hentet fra mediene. Selv om det ble pekt på en liten nedgang i siste periode, er det ingen tvil om at det er i avisene representantene henter det meste av sin inspirasjon. Naturligvis har TV som inspirasjonskilde blitt større, og aller flest spørsmål hadde TV som inspirasjonskilde i 2012-2013, med 18 spørsmål hentet fra dette mediet. Samtidig var 31 spørretimespørsmål hentet fra pressen, mot 61 spørsmål ti år før.

Sivertsens argument om at representantene måtte bruke pressen for å oppdatere seg på aktuelle distriktssaker står nok ikke like sterkt i dag. Med internett er det enklere for representantene å holde seg oppdatert på lokale saker. Selv om nettavisene har blitt store, vil ikke det gjøre tydelig utslag i denne sammenhengen. Det er fordi det i innhenting av data var vanskelig å skille på hvilke kilder som var papiraviser, og hvilke som var nettaviser. Det er allikevel rimelig å anta at en representant ofte henviser til nettsaker, når de henviser til saker som har stått i lokalaviser langt unna Oslo. Dessuten vil sosiale medier gjøre sitt for at representantene i dag er oppdatert på lokale saker. Det er rimelig å anta at representantene følger lokalavisene fra sine valgkretser på Facebook, og dermed blir oppdatert på hva som skjer der hjemme.

Radio har vært stabilt lav helt siden 1983-1984. I både 1992-1993 og 2012-2013 var det kun 3 spørsmål som hadde radio som kilde, mens det var 5 spørsmål i 2002-2003. Det er viktig å igjen minne om at tallene fra disse årene kun består av spørretimespørsmål, og saken kunne

vært en annen om interpellasjoner og skriftlige spørsmål også var under lupen. Radioprogram som Politisk Kvarter og Dagsnytt 18 opptar mye av representantenes og partienes tid. Da jeg jobbet som rådgiver på Stortinget var disse to programmene høyt prioritert for partiene. Dermed kunne det vært nærliggende å anta at disse to programmene hadde mer innflytelse på hva representantene brukte som inspirasjon i sine spørsmål. Svaret på dette kan ligge i at disse to programmene ligger etter spørretimen i «næringskjeden», at debattprogrammene i større grad følger opp den politiske dagsorden, enn å forsøke å sette den.

5.3.3 Hvem spør?

Det er kjent at partiene har ulike saksprofiler. Saker som de ønsker å assosieres med og saker som er partiene ikke er tjent med er en del av den offentlige diskusjon i lang tid av gangen.

I kapittel 5.2.3 *Hvem spør?* var det tydelig at det var Fremskrittspartiet som gjorde klart størst bruk av oppslag i nyhetsmediene. Det ble forsøkt begrunnet med blant annet at partiet i de tre tidssnittene ikke satt i regjering en eneste gang, og at partiet er opptatt av å ha en profil som vaktbikkje og å være på lag med «folk flest».

I 1983-1984 finner Sivertsen at det er Senterpartiet som har den klart høyeste andelen. I 45 prosent av partiets spørsmål var det eksplisitt henvisning til media. På en klar nummer to, med 31,5 prosent, lå Kristelig Folkeparti. Det er nyttig å se på hvor mange spørsmål de ulike partiene stilte totalt. Senterpartiet stilte bare 20 spørsmål totalt, mens Arbeiderpartiet, som stilte klart flest, stilte 272. I motsetning til Senterpartiets høye andel medietilknyttede spørsmål, var drøyt hvert femte spørsmål (20,6 prosent) stilt av Arbeiderpartiet hentet fra mediene.

14,3 prosent av Fremskrittspartiets spørsmål i 1983-1984 var hentet fra mediene. Totalt stilte de 40 spørsmål, noe som er vesentlig mindre enn hva de stilte i de tre siste tidssnittene som er undersøkt. I 1983-1984 hadde Fremskrittspartiet kun 4 mandater på Stortinget, og i forhold til dette var de relativt aktive i spørringen, med 10 spørsmål per mandat. De høye tallene fra de tre siste tidssnittene henger da tydelig sammen med antallet mandater på Stortinget, med litt over tyve mandater i 1992-1993 og 2002-2003, og over 40 mandater og største opposisjonsparti i 2012-2013.

Selv om det ikke var regjeringspartiene som var de mest aktive brukerne av spørreordningen i 1983-1984, var det regjeringspartiene som til sammen hadde størst andel av spørsmålene med eksplisitt referanse til mediene. Nå har imidlertid bruken av spørreordningen/kontrollfunksjonen endret seg veldig siden den gang, og det er nesten utelukkende opposisjonspartiene som benytter seg av muligheten. Følgelig er det også opposisjonspartiene som får høyest andel av medieforankrede spørsmål. På grunn av hvordan bruken av spørreordningen har endret seg, vil Sivertsen's konklusjon om hvilke partier som i størst grad benytter seg av mediens dagsorden ikke lenger gjelde.

Mediespørsmål per representant

Når det kommer til hvordan spørsmålene som er influert av medias dagsorden fordeler seg over representantene, fant Sivertsen at i 1983-1984 at var det hovedsakelig de minste partiene som uttrykte den klareste medieprofilen i sine spørsmål (Sivertsen, 1987). «Den enkelte representant i småpartiene syntes å være mest avhengig av medie-informasjon for å få ideer til kritiske spørsmål til ministerne» (Sivertsen, 1987,s.130). Det er Fremskrittspartiet, Venstre og Sosialistisk Venstreparti Sivertsen her trekker frem som «småpartiene». Både Fremskrittspartiet og Sosialistisk Venstreparti skilte seg ut i sesjonene undersøkt i denne studien, men Fremskrittspartiet kan ikke lenger sies å være et «småparti». I tillegg har Senterpartiet utmerket seg i de senere år, men til tross for at de har sittet i regjering, er det fortsatt å anse som ett av «småpartiene».

Venstre, som i 1992-1993 ikke hadde et eneste mandat på Stortinget, og bare 2 mandater i de to neste tidssnittene, kan også sies å være ett av «småpartiene», men har ikke skilt seg nevneverdig ut i bruk av spørretimen, verken på representantnivå eller partinivå. Derfor blir Sivertsen's konklusjon om at det er de minste partiene som har klareste medieprofil noe upresis. Dette henger selvfølgelig sammen med at alle partiene har fått en klarere medieprofil, ettersom det har blitt en større andel av spørsmålene som har referanser til media.

5.3.4 Hva spør de om?

Å gå gjennom sesjoner over tid, gir anledning til å skissere et bilde av hvilke saksområder som i størst grad mottar spørsmål som er tilknyttet mediene. Det kan gi et inntrykk av om noen saksområder skiller seg ut.

Ettersom Sivertsen fant at det var vanskelig å si noe konkret og bastant når han så på alle departementene hver for seg, delte han dem inn i de tre kategoriene næringsrelaterte departement, næringsperifere departement og næringsdepartement. En sammenslåing gjør at tallene blir sikrere, og det er mindre sjanse for feil. Sivertsen har tall fra hele sin periode i departementsinndelingen.

Tabell 17 Spørsmål med eksplisitt referanse til media, fordelt på type departement over tid. Oppgitt i prosent

	1952	1962- 1963	1972- 1973	1982- 1983	1992- 1993	2002- 2003	2012- 2013
Næringsdepartement	27,0	20,6	23,9	22,9	12,8	23,9	25,7
Næringsrelaterte departement	35,1	32,4	33,8	22,9	37,2	24,8	25,7
Næringsperifere departement	37,8	47,1	42,3	54,1	50,0	51,4	48,6

Det er de næringsperifere departementene som har fått den største andelen av medietilknyttede spørsmål. Forskjellene var ikke så store det første året som ble undersøkt, men siden den gang har forskjellene økt.

Næringsdepartementene, herunder blant annet olje- og energi departementet (grunnlagt først i 1997), fiskeridepartementet og næringsdepartementet, har helt fra 1952 mottatt den laveste andelen mediespesifikke spørsmål. Statsrådene tilhørende disse departementene er i tillegg de som har mottatt færrest spørsmål totalt, både med og uten eksplisitt referanse til mediene. Andelen medietilknyttede spørsmål stilt til departementene i denne kategorien har ligget jevnt

mellom tyve og tretti prosent helt fra 1952 til 2012-2013, med ett unntak. I 1992-1993 var det kun 12,8 prosent av spørsmålene med eksplisitt referanse til mediene som ble stilt til næringsdepartementene. Da disse tallene ble diskutert i forrige del, virket tallet i mitt første tidssnitt å være lavt, men sammenlignet med Sivertsens tidssnitt er tallet for dette tidssnittet påfallende lavt. Det kan være ulike grunner til at andelen er så lav akkurat denne sesjonen, men det var akkurat rundt denne tiden spørreordningen ble lagt om. Det ble stilt uhorvelig mange spørsmål, og det blir pekt på som en av grunnene til at ordningen ble endret (Heidar & Karlsen, 2016). Det kan også tenkes at de spørsmålene som retter seg mot næringsdepartementene, som kanskje oftere trenger grundig forklaring, ble stilt som grunngitte spørsmål, interpellasjoner eller skriftlige spørsmål. Da Sivertsen gjorde sitt arbeid i 1987, skrev han dette om funnene;

Dette kan tyde på at massemediene dels er en drivkraft, og dels er en kanal for saker som står svakt i den korporative kanal. [...] dette funnet understreker at massemediene er en ressurs, og en supplerende kanal til de politiske myndigheter som har redusert gjennomslagskraft i andre kanaler. (1987, s. 117)

Saker som dreier seg om næring, og som i denne oppgaven tilhører kategorien «næringsdepartement», står dermed sterkt i den korporative kanal. Sterke markedsinteresser, penger og statseierskap sørger for at problemer som omhandler dem, når Stortinget og regjeringen via andre kanaler enn spørretimen. Jamfør Stein Rokkans velkjente sitat «stemmer teller, men ressurser avgjør». Det, sammen med at mediene liker å bade seg i stoff som har med nettopp næringsperiferi å gjøre, som forklart i forrige kapittel, gjør at det nettopp er de næringsperifere saksområdene som får de aller fleste medietilknyttede spørsmålene.

I nyhetsmedienes søkelys

Det kan se ut til at det er sosialpolitiske saker som står sterkt både i pressen og i stortingsrepresentantenes innsats knyttet til spørretimen. Det som er i nyhetsmedienes søkelys, er også i representantenes søkelys. Konklusjonen fra 1987 er fortsatt gyldig:

«Massemediene har størst gjennomslag til spørreordningenes dagsorden i saker som hører inn under næringsperifere saksområder, og i mindre grad til næringsrelaterte og næringsområder.»

6 Konklusjon

Målet med denne avhandlingen har vært å finne ut av hvordan mediernes dagsorden påvirker Stortingets spørretime. Ved bruk av kvantitativ analyse av spørsmålene stilt i spørretimen har jeg sett på hvor mange av spørsmålene som har inneholdt en eksplisitt referanse til mediene. Dessuten har jeg sett på hvordan spørsmålene hentet fra medias dagsorden, fordeler seg over ulike parti, medium og tema.

6.1 Hovedproblemstilling

Det kan være fristende å si at spørsmålene i spørretimen i stor grad preges av mediernes dagsorden. Over tid har det vært en prosentvis økning av spørsmål med eksplisitt referanse til mediene. I 2012-2013 hadde hvert femte spørsmål stilt i spørretimen eksplisitt referanse til mediene. Etter at spontanspørretimen ble innført i 1996, er det denne spørsmålstypen som i størst grad har båret preg av mediernes dagsorden. Analysen har også vist at mediernes dagsorden helt fra 1952 har påvirket spørsmålene stilt i spørretimen, og at dette fenomenet har økt i omfang siden da. Det i seg selv var allikevel kanskje ingen overraskelse. At det har blitt en økende grad av påvirkning fra mediene kan tyde på at spørretimen som institusjon har blitt medialisert.

Gjennom analysen har det også kommet frem at det er aviser som medium som har størst innflytelse på spørsmålstillingen til stortingsrepresentantene. Til tross for at det har vært en liten prosentvis nedgang for avis, er det fortsatt avisene representantene i størst grad refererer til. Et problem i denne sammenhengen er at det ikke har vært mulig å skille mellom nettaviser og papiraviser, selv om det er rimelig å anta at en del av sakene er lest på nett. Noe overraskende var det kanskje at det var riksavisene som i størst grad ble referert til i spørsmålene.

Det er også forskjell på hvordan partiene forholder seg til mediernes dagsorden i sin spørsmålsstilling. Selv om det har blitt pekt på at representantene står ganske fritt fra partiet sitt i spørsmålsstillingen, har analysene blitt gjort på partinivå. Bruken av spørretimen har endret seg radikalt over de tre tidssnittene som ble undersøkt. Fra å være et fora for alle parti til å bli et verktøy for opposisjonen. Dette gjenspeiles naturligvis i analysene, og det er opposisjonspartienes spørsmål som har båret størst preg av mediernes dagsorden.

Fremskrittspartiet har allikevel skilt seg særlig ut, med høy andel spørsmål hentet fra mediene alle tre årene. Sivertsens konklusjon fra 1987 om at regjeringspartiene i størst grad stilte spørsmål med eksplisitt referanse til mediene er derfor ikke gjeldene for hvordan spørsmålsstillingen var i de to siste tidssnittene jeg undersøkte, 2002-2003 og 2012-2013. Hvorvidt stortingsrepresentanten bruker spørretimen for å sette en viktig sak på dagsorden, eller for å profilere seg selv, eller en kombinasjon av begge, har ikke blitt undersøkt. Når det gjelder i hvilke tema mediene har størst gjennomslag, har ikke dette endret seg stort siden 1952. Det er spørsmål innenfor næringsperifere saksområder som bærer størst preg av medienes dagsorden. Analysen viste at det har vært sånn i alle årene som har blitt undersøkt. Underveis har jeg redegjort for ulike mulige grunner til dette, blant annet at personer eller organisasjoner som er knyttet til store ressurser bruker andre kanaler når de ønsker å påvirke politikerne. Sosialpolitiske saker er saker som selger både for mediene, men også for politikerne når de ønsker å øke sin popularitet.

I andre del av analysen, som tar for seg datamaterialet til Sivertsen, blir det klart at noen av tendensene han fant fortsatt gjelder, samtidig som noen tendenser har endret seg.

Resultatene i denne oppgaven kan dermed oppsummeres gjennom følgende punkter:

- Spørsmålene i Stortingets spørretime bærer definitivt preg av medienes dagsorden.
- Andelen spørsmål med eksplisitt referanse til mediene har økt over tid.
- Det er avis som medium som er den mest brukte kilden i spørsmål.
- Hvilke partier som refererer mest til mediene avhenger sterkt av hvilke partier som sitter i regjering. Dette fordi spørretimen har utviklet seg til å hovedsakelig være, med få unntak, et verktøy for opposisjonen.
- Det er saksområder som hører innunder de næringsperifere departementene, som bærer størst preg av medienes dagsorden.

6.2 Videre perspektiver

Utgangspunktet for problemstillingen formulert i denne oppgaven, var et ønske om å finne ut av hvem som bestemmer hva offentligheten skal forholde seg til. Jeg ønsket å finne ut om sakene politikerne diskuterte var saker som mediene hadde satt på dagsorden, eller om mediene skriver om sakene politikerne diskuterer. Analysen i denne oppgaven har dreid seg om den ene siden av dette forholdet, og følgelig vist at medienes dagsorden har påvirkning på

hvordan stortingsrepresentanter utformer sine spørsmål, og hvordan de velger hva de skal spørre regjeringen om.

Så, hva har det egentlig å si at mediene legger føringer for hva politikere skal være opptatt av? Det er lett å tenke at det kanskje ikke er så farlig at mediene legger premissene for den politiske debatten. Medienes (påvirkningskraft og) evne til å sette dagsorden er jo en naturlig del av offentligheten. Denne oppgaven har vist at denne påvirkningskraften har økt over tid. Samtidig har offentligheten blitt større, det har blitt flere medier med mindre penger. Journalistene står opp om morgenen med mål om å avsløre hemmeligheter, avdekke maktmisbruk og bryte ned tabuer. Mediene har et samfunnsoppdrag som er forankret i deres etiske verktøy, Vær Varsom-plakaten, og det må de få oppfylle. Ettersom annonseinntektene stuper, og folk i mindre grad leser aviser, må redaksjonene være mer kreative i måten de løser samfunnsoppdraget sitt på. For denne oppgaven har jo vist at det mediene skriver om har noe å si på politisk nivå, derfor er det viktig at journalistene og mediehusene tar dette på alvor, og fortsetter å opprettholde sitt ønske om å bryte ned tabuer, gjøre samfunnet mer transparent og løse sitt samfunnsoppdrag. Hvis trenden med å skrive «enkel forbrukerjournalistikk» fortsetter, og blir mer dominerende, vil mediene kanskje miste den tilliten de har som leverandør av kunnskap om samfunnet.

Journalistiske metoder er med på å forme hvordan ulike saksforhold blir oppfattet. Bruk av tolkningsrammer og nyhetskriterier gjør at mediene tilpasser nyhetene til deres medium. Denne tankegangen har etterhvert smittet over på hvordan partiene jobber. Partiene har politiske rådgivere og kommunikasjonsrådgivere hvis oppgave er å formulere politiske budskap som passer inn i medienes rammer og tenkemåte. Dette er viktig fordi partiene, i større eller mindre grad, er avhengige av medieomtale for å spre sine budskap, noe som igjen fører til at partienes arbeidsmåte er mer preget av medielogikk nå enn det var tidligere. Bruk av spørretimen må sees i denne sammenhengen. Som sagt har måten spørreinstitusjonen blir brukt på endret seg. Det som tidligere var et verktøy for alle partiene på Stortinget, både i opposisjon og posisjon, er nå blitt et verktøy kun for opposisjonen. Å stille spørsmål i spørretimen er en utmerket måte for representantene å sette seg selv på sakskartet, og for å bygge medieprofil. At medienes dagsorden legger føringer for hva representantene velger å spørre om, stiller derfor krav til både mediene og til stortingsrepresentantene. Ved at representantene benytter medienes dagsorden for å selv sette dagsorden, blir medienes mulighet til å sette dagsorden forsterket.

Selv om spørretimen har en viktig signalfunksjon, er det viktig å ikke overvurdere dens viktighet. Denne oppgaven har tatt utgangspunkt i spørretimen for å beskrive maktforholdet mellom mediene og partiene/politikken. Spørretimen som sådan kan bare beskrive en liten del av dette forholdet. Dessuten kan man diskutere hvorvidt det som tas opp i spørretimen har reell betydning. Det kan for eksempel tenkes at en politisk sak blir tatt mer på alvor hvis den kommer fra en kanal enn via et spørsmål. Det er mange måter å påvirke politikerne på, blant annet driver de aller fleste organisasjoner med lobbyvirksomhet. Politikere i både posisjon og opposisjon møter hele tiden organisasjoner som ønsker å sette sin sak på representantenes dagsorden, og å sette sine kampsaker på agendaen. Inntrykkene politikerne får, og må forholde seg til er mange. Kanskje utformer partiene politikk basert på enkelte møter med folk der ute. Hvis organisasjonene som prøver å påvirke politikerne i tillegg har salgbare og medievennlige argumenter, er det et pluss for dem. Dessuten kan det tenkes at politikere har lettere for å plukke opp saker fra mediene, som de allerede er klar over, når de skal stille spørsmål. Hvis spørretimen for alvor kun har blitt en arena for selvrepresentasjon, og en mulighet for medieoppslag, er det ikke sikkert at debattene der blir tatt like seriøst av regjeringen som de burde. Hvis alle som deltar i spørretimen vet at dette mest er et spill for galleriet for å sikre seg økt popularitet, kan det være hovedprioritet fremfor det å faktisk komme frem til gode politiske løsninger.

Veien videre

Nå som det er etablert at mediene har påvirkning på hva som blir gjenstand for spørsmål og politiske debatt i Stortingets spørretime kunne det vært interessant å se hvor disse sakene ender opp. Å følge saker hentet fra mediene videre inn i komitéarbeidet, og eventuelt til et politiske vedtak, hadde vært interessant for å se hvor langt medienes makt strekker seg inn i politikken og utformingen av politikken som former landet. I tillegg kunne det vært fruktbart å gjøre en innholdsanalyse av spørsmålene med eksplisitt referanse til mediene, for å se akkurat hvordan representantene bruker medieoppslagene i sine spørsmål.

Dessuten kunne det vært interessant å se om stortingsrepresentantene er bevisst på hvor mye mediene har å si for hva de stiller spørsmål om. For eksempel ved å prøve å finne ut om representantene bruker spørsmålsfunksjonen strategisk for å profilere seg selv, som antatt i denne oppgaven. I datamatriksen er det noen politikere som har skilt seg ut ved at de har stilt særskilt mange spørsmål med eksplisitt referanse til mediene. Det kunne vært givende å tatt en prat med de representantene som i størst grad benytter seg av mediene, for å se om de

bevisst bruker mediene som inspirasjon til sine spørsmål. Dessuten kunne det testet antakelsen om at representantene bruker «det media har sagt» som argument for hvorfor spørsmålet er viktig.

Litteraturliste

- Bastiansen, H. G., & Dahl, H. F. (2008). *Norsk mediehistorie* (2.. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Beyer, A., & Waldahl, R. (2015). Offentlig opinion og politisk kommunikasjon. I Ø. Ihlen, E. Skogerbø, & S. Allern, *Makt, medier og politikk* (ss. 34-47). Oslo: Universitetsforlaget.
- Bjerke, P. (2011). *Journalistikkens vekst - og fall?* Kristiansand: IJ-forlaget.
- Bjerke, P., Øvrebø, T., & Brurås, S. (2012). Nyheter og nyhetsproduksjon. I S. Brurås, *Nyhetsvurderinger - På innsiden i fem redaksjoner* (ss. 16-34). Kristiansand: IJ-forlaget.
- Blumler, J. G., & Esser, F. (2018, februar 05). Mediatization as a combination of push and pull forces: Examples during the 2015 UK general election campaign. *Journalism*, ss. 1-18.
doi:10.1177/1464884918754850
- Bore, B. (2001, oktober 2). "*Samarbeidsregjeringen*", hentet 15.04.18. Hentet fra Dagbladet:
<https://www.dagbladet.no/nyheter/samarbeidsregjeringen/65752839>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013, juli 8). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, ss. 191-202.
- Dersyd, J. I. (1993). *Om stortingsrepresentantenes bruk av Stortingets spørretime*. Hovedoppgave i statsvitenskap, Universitetet i Oslo: Oslo.
- Eide, M. (1992). *Nyhetsens interesse. Nyhetsjournalistikk mellom tekst og kontekst*. Oslo: universitetsforlaget.
- Engelstad, F. (1999). *Om makt - Teori og kritikk*. Oslo: Ad Notam Gyldendal As.
- Enli, G. S., Syvertsen, T., & Sæther, S. Ø. (2006). *Et hjem for oss - et hjem for deg? Analyser av TV2* (2.. utg.). Kristiansand: IJ-forlaget.
- Esser, F., & Strömbäck, J. (2014). *Mediatization of politics - Understanding the Transformation of Western Democracies*. New York: Palgrave Macmillan.
- Fimreite, A. L., & Grindheim, J. E. (2007). *Offentlig forvaltning* (2. utgave. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Gripsrud, J. (2017). *Allmenningen - historien om norsk offentlighet*. Oslo: Universitetsforlaget .
- Gulbrandsen, T., Engelstad, F., Beldo, T. K., Skjeie, H., Teigen, M., & Østerud, Ø. (2002). *Norske makteliter* . Oslo: Gyldendal akademisk.
- Hareide, K. A. (2013, februar 20). *Muntlig spørsmål fra Knut Arild Hareide (KrF) til justis- og beredskapsministeren - hentet 20.04.18*. Hentet fra Webområde for Stortinget - Saker og publikasjoner: <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Sporsmal/Sporretimesporstal/et-sporretimesporstal/?qid=56527>

- Heidar, K., & Karlsen, R. (2016). Opportunities for Individualized Representation. *Paper presentert på konferansen "Individualized Representation and its Prerequisites" Goethe-University Frankfurt, 24.11 - 26.11.2016.*
- Hellevik, O. (2002). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap* (7.. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Ihlen, Ø., Skogerbø, E., & Allern, S. (2015). *Makt, medier og politikk*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Isaksen, T. R. (2013, april 17). *Muntlig spørsmål fra Torbjørn Røe Isaksen (H) til arbeidsministeren*. Hentet fra Stortinget - saker og publikasjoner: <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Sporsmal/Sporretimesporstal/et-sporretimesporstal/?qid=57123>
- Isaksen, T. R. (2013, mars 14). *Spørretimespørsmål fra Torbjørn Røe Isaksen (H) til helse- og omsorgsministeren, hentet 20.04.18*. Hentet fra Webområde for Stortinget - Saker og publikasjoner: <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Sporsmal/Sporretimesporstal/et-sporretimesporstal/?qid=56752>
- Kommunal- og moderniseringsdepartementet . (2017, mai 02). *Den norske valgordningen i hovedtrekk - hentet 08.05.18*. Hentet fra Webområde for kommunal- og moderniseringsdepartementet : <https://www.regjeringen.no/no/tema/valg-og-demokrati/den-norske-valgordningen/valgordningen/id456636/#valgkretser>
- Kuhnle, S., & Svåsand, L. (1984). Spørreordningene og politiske profiler i Stortinget 1977-81. I Berg, & Underdal, *Fra valg til vedtak* (ss. 124-151). Oslo: Aschehoug Forlag.
- Luhmann, N. (2000). *The reality of the mass media*. Cambridge: Polity Press.
- Lundby, K., & Futsæter, K.-A. (1993). *Flerkanalsamfunnet - fra monopol til mangfold*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Lundby, K., & Staksrud, E. (2016). Medier og kommunikasjon. I I. Frønes, & L. Kjølås, *Det norske samfunn, bind 3* (7. utg., ss. 226-250). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Mathiesen, T. (2010). *Makt og medier*. Oslo: Pax forlag.
- McCombs, M. (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion* . Cambridge: Polity.
- NRK. (2017, oktober 29). *Da vi styrte landet - fortellingen om en landsmoder*. Hentet fra NRK TV: <https://tv.nrk.no/serie/da-vi-styrte-landet/KMTE30002115/sesong-1/episode-1>
- Rasch, B. E. (2011). Behavioral Consequences of Restrictions on Plenary Access:. *The Journal of Legislative, 17*(3), ss. 382-393.
- Schrøder, K. C. (2012). Discursive realities. I K. B. Jensen, *A handbook of media and communication research* (2.. utg., ss. 106-130). New York: Routledge.
- Sivertsen, E. (1987). *Mer enn nyheter*. Bergen: Universitetet i Bergen.
- Skyvulstad, T. (Upublisert). *Et avgjørende kvarter?* Bacheloroppgave, Høgskulen i Volda: Volda.
- Stortinget. (1995). *Endringer i Stortingets foretningsorden, hentet 21.03.18*. Hentet fra Sakside for Stortingstidende: <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Stortingsforhandlinger/Saksside/?pid=1993-1997&mtid=150&vt=a&did=DIVL99335>

Stortinget. (2017, April 25). *Parlamentarismen i dag*, hentet 15.02.18. Hentet fra Om Stortinget: <https://www.stortinget.no/no/Stortinget-og-demokratiet/Storting-og-regjering/Parlamentarismen-i-dag/>

Stortinget. (2017, mai 31). *Spørsmål og spørretimen*, hentet 03.11.17. Hentet fra Om Stortinget: <https://www.stortinget.no/no/Stortinget-og-demokratiet/Arbeidet/Sporreinstituttene/>

Stortinget. (2017, mai 31). *Spørsmål og spørretimen*, hentet 31.januar 2018. Hentet fra Webområde for Stortinget: <https://www.stortinget.no/no/Stortinget-og-demokratiet/Arbeidet/Sporreinstituttene/>

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L. O., & Moe, H. (2013). *Metodebok for mediefag 4.utgave*. Bergen: Fagbokforlaget.

Vedlegg 1

Dette er første side i datamatriksen.
Fullstendig datamatrikse kan fås hos
forfatter.

Nummer	Sesjon	Dato	Type spørsmål	Type medium	Redaksjon	Parti til spør	Spørsmålsstiller	Hvem fikk spørsmålet (minister)	Kommentar	Link til spørsmålet
1	2012-2013	05.06.2013	Muntlig	Tidsskrift	Fiskeribladet Fiskaren	Frp	Harald Tom Nesvik	Fiskeri- og kystminister	Om hvorvidt statsråden er villig til å se nærmere på utspillet fra Nettverk fjord- og kystkommuner om at arealavgiften skal sørgje for at en del av inntektene fra oppdratts næringsen tilfaller kommunene som et vederlag	https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Sporstmal/Sporstmal/et-sporretimesporstmal/?qid=57595
2	2012-2013	05.06.2013	Muntlig	generell	generell	H	Michael Tetener	fornyng, administrasjon og kirkeminister	Om hvorledes statsråden har forsikret seg om at retningslinjene hun har utarbeidet for varsling, er innført i fagdepartementene, og at de faktisk følges i hverdagen	https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Sporsmal/Sporstretimesporstmal/?qid=57593
3	2012-2013	05.06.2013	Muntlig	TV	NRK	Frp	Gjermund Hagesæter	fornyng, administrasjon og kirkeminister	Om fornyngsministeren, som har eit overordna ansvar for fornyng og avbryttskrattsering i Noreg, er fornøgd med den utviklinga vi har sett på dette området dei siste åtte åra	https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Sporsmal/et-sporretimesporstmal/?qid=57587