



Partiske medier?

«Fiendtlig medie»-persepsjon hos borgere, politikere og journalister

Elites and partisan news: Investigating hostile media perceptions amongst citizens, politicians and journalists

Kristoffer Kolltveit

Professor, Institutt for statsvitenskap, UiO

kristoffer.kolltveit@stv.uio.no

Rune Karlsen

Professor, Institutt for medier og kommunikasjon, UiO

rune.karlsen@media.uio.no

Tine Figenschou

Professor, Institutt for journalistikk og mediefag, Oslomet

tine.figenschou@oslomet.no

Sammendrag

De siste årene har det blitt stadig vanligere å beskylte mediene for å komme med falske nyheter, spre misinformasjon og ha en politisk agenda. Internasjonalt er det en lang rekke studier som kaster lys over «fiendtlig medie»-persepsjon (FMP), altså tendensen til at folk oppfatter mediedekningen som partisk. Mesteparten av den eksisterende forskningen har fokusert på vanlige folks oppfatninger. I denne artikkelen er ett av hovedmålene derfor å undersøke om tendensen til «fiendtlig medie»-persepsjon også finnes i ulike elitegrupper i Norge. Når det gjelder årsaker til FMP har den eksisterende litteraturen særlig fokusert sammenhengen mellom politiske ideologi og FMP. Et annet hovedmål med artikkelen er å undersøke hvordan også holdninger til mediens grunnleggende samfunnsrolle henger sammen med inntrykk av at nyhetsdekningen er partisk. Basert på tre paneler undersøker denne studien både omfanget av og forklaringer på FMP blant borgere, journalister og politikere. Selv om FMP ikke er et utbredt fenomen i Norge, finner vi små, men signifikante forskjeller på tvers av de studerte samfunnsgruppene. Videre finner vi at oppfatninger om mediene som sensasjonspreget og konfliktorientert, har en klar sammenheng med høy grad av FMP, mens oppfatninger om at mediene har et viktig samfunnsoppdrag henger sammen med lave grader av FMP.

Nøkkelord:

«Fiendtlig medie»-persepsjon, FMP, mediesyn, eliter, Norge

Abstract

News media are often accused of spreading misinformation and fake news. There is an extensive scholarship on hostile media perceptions (HMP) – that is, the tendency to perceive media coverage as biased. However, most of the existing research on HMP has focused on citizens' perceptions. In this article, we investigate how HMP varies across elite groups in Norway. Regarding explanations, the existing literature has focused particularly on the connection between political ideology and HMP. Another main goal of the article is to examine how attitudes towards the media's societal functions are connected with HMP. Based on three panels, this study examines both the extent and explanations of HMP among citizens, journalists and politicians. We find significant differences across the studied groups, with politicians being the most skeptical towards news coverage. Furthermore, we find that perceptions of the media as sensational and conflict-oriented are associated with high degrees of HMP, while perceptions that the media has important functions as an information channel and watchdog are associated with low degrees of HMP.

Keywords:

Hostile media perceptions, elites, media functions, Norway

Introduksjon

Hender det du opplever at nyhetsmedienes dekning av en sak er vinklet på måte som går imot dine egne synspunkter? I så fall er du ikke alene. En rekke internasjonale studier har vist at folk har en tendens til å mene at mediene vinkler nyhetssaker på en partisk måte, mot deres egen mening om saken, også når upartiske observatører vurderer nyhetsdekningen som nøytral (Hansen & Kim 2011; Perloff 2015). Flere studier viser også at individer på ulike sider av en betent, politisk sak opplever det *samme* nyhetsoppslaget som partisk vinklet mot eget ståsted, og at det favoriserer «motstanderne» (Vallone, Ross og Lepper 1985). Denne tendensen er dokumentert i flere internasjonale studier og kalles «fiendtlig medie»-persepsjon (FMP) eller Hostile Media Perceptions på engelsk (HMP).

«Fiendtlig medie»-persepsjon kan bidra til ønsket og nødvendig mediekritikk. Hvis FMP vedvarer på et høyt nivå over tid, kan det imidlertid føre til at enkelte vender bort fra etablerte nyhetsmedier og heller søker til alternative partiske medier, der ulike leire får bekreftet sine egne meninger, holdninger og oppfatninger av hvordan verden ser ut. På den måten kan ulike virkelighetsoppfatninger etableres i ulike samfunnssegment (for en diskusjon se Thorbjørnsrud & Figenschou, 2020). Dette gjelder særlig om «fiendtlig medie»-persepsjon også gjenfinnes hos eliter, som er i stand til å målbære forestillingen og mobilisere støtte gjennom denne formen for misnøye. For eksempel kan politiske eliter i sin kommunikasjon med velgerne være sterkt kritiske til nyhetsdekningen og til journalister, slik vi har sett eksempler på fra blant annet USA (Gottfried m.fl 2019). «Fiendtlig medie»-persepsjon blant journalister selv kan bidra til anklager om partiskhet medier imellom, som igjen kan føre til press mot den etablerte objektive journalistikken i retning av mer partiske og alternative medier. Slike tendenser gjør seg gjeldende mange steder, særlig i polariserte mediesystemer som det amerikanske.

Kunnskap om FMP, både i befolkningen, men også i ulike elitegrupper, er derfor av stor betydning. Mesteparten av den eksisterende forskningen på FMP har fokusert på vanlige folks oppfatninger, enten gjennom generelle eksperimenter eller befolkningsrepresentative spørreundersøkelser. De siste årene har imidlertid enkelte studier undersøkt disse tendensene også blant ulike samfunnseliter, som for eksempel politikere (se Matthes & Arendt 2019; Soontjens, Van Remoortere & Walgrave 2021). I denne artikkelen bygger vi videre på denne litteraturen i en studie der vi systematisk sammenligner borgere, politikere og journalister i Norge, et land preget av høy tillit og etablerte nyhetsmedier. Studien undersøker FMP hos borgere og eliter i et land hvor man kanskje i liten grad vil forvente at fenomenet finnes.

Når det gjelder årsaker til FMP har den eksisterende litteraturen særlig fokusert på sammenhengen mellom politiske ideologier (holdninger) og FMP. Et sentralt funn er at de som er langt til høyre i politikken, også har høyere grad av FMP (se f.eks. Mathes & Beyer 2017). I denne artikkelen supplerer vi den eksisterende forskningen ved å studere FMP i tilknytning til et bredere sett av oppfatninger om mediens grunnleggende rolle i demokratiet. Manglende tiltro til mediene og deres rolle i demokratiet er undersøkt i en rekke studier (Hameleers 2020; Schulz, Wirth & Müller 2020), men vi vet imidlertid lite om hvordan slik misnøye med mediens rolle i samfunnet også henger sammen med oppfatninger om at mediene er partiske mot eget ståsted (større grad av FMP). Dette fordi eksisterende studier som regel har undersøkt *enten* syn på mediens grunnleggende rolle i samfunnet *eller* FMP (men se Fawzi 2019). Er det slik at skepsis til mediens grunnleggende samfunnsroller som informasjonskilde og vakthund også har sammenheng med oppfatningen om at nyhetsdekningen er partisk mot eget ståsted?

Basert på tre paneler undersøker denne studien både omfanget av og forklaringer på FMP blant borgere, journalister og politikere. Resultatene viser at selv om FMP ikke er et veldig utbredt fenomen i Norge, finner vi signifikante forskjeller på tvers av de studerte samfunnsgruppene, med politikerne som de mest kritiske. Videre finner vi, i tråd med tidligere forskning, at respondenter ytterst på høyresiden i større grad er tilbøyelige til å mene at mediedekningen er partisk mot eget ståsted (se også Moe, Fladmoe & Thorbjørnsrud, 2017). Endelig finner vi at oppfatninger om mediene som sensasjonspreget og konfliktorientert har klar sammenheng med høy grad av FMP, mens oppfatninger om at mediene har et viktig samfunnsoppdrag henger sammen med lave grader av FMP.

I det følgende vil artikkelen først redegjøre for «fiendtlig medie»-persepsjon blant ulike samfunnsgrupper, og vise hvordan politisk ideologi og grunnleggende mediesyn kan henge sammen med oppfatninger av partisk mediedekning. Etter at data og metode er redegjort for, vil resultatene og analysene presenteres og diskuteres i lys av den eksisterende litteraturen.

FMP blant ulike grupper, grunnleggende mediesyn og politisk orientering

«Fiendtlig medie»-persepsjon (FMP) er *tendensen til å oppfatte mediedekningen som farget eller partisk mot eget ståsted*. Personer kan altså oppfatte mediene som fiendtlige og negative når saker som er viktige for dem fremstilles på en balansert måte i pressen. Fenomenet ble først omtalt og systematisk undersøkt på midten av 1980-tallet av Vallone, Ross og Lepper (1985). De fant at både pro-israelske og pro-arabiske respondenter oppfattet saklig orientert TV-dekning av massakrer i to flyktningeleirer i Beirut 1982, som farget og fiendtlig mot deres eget ståsted. Respondentene på begge sider av konflikten oppfattet det samme innholdet forskjellig og husket ulike deler av det samme programmet. Denne oppfattelsen og de underliggende mekanismene har senere blitt studert over flere tiår (Perloff, 2015), under navnet «hostile media perception», «hostile media phenomenon» eller «hostile media effect», både gjennom spørreundersøkelser (Matthes 2013; Matthes & Beyer 2015; Tsfaty 2007) og mer kontrollerte eksperimenter (Arpan & Raney 2003; Gunther, Miller & Liebhart 2009).

«Fiendtlig medie»-persepsjon og elitegrupper

Den eksisterende forskningen har først og fremst undersøkt FMP blant borgere. Som vi argumenterer ovenfor er det imidlertid av stor betydning om FMP også gjenfinnes og uttrykkes hos politikere og journalister selv. I likhet med borgere vil også politikere prosessere og respondere på mediedekningen, og kan potensielt oppleve mediene å være fiendtlige og negative når mediene dekker saker som er viktige for dem (Mathes, Maurer & Arendt 2019). Flere studier har vist hvordan journalister og politikere oppfatter mediens rolle noe forskjellig (de Vreese, Reinemann, Stanyer, Esser & Aalberg 2019: 238). Ifølge Mathes, Maurer og Arendt (2019) er politikeres oppfattelse av journalistikk påvirket av en psykologisk prosess drevet av deres engasjement og sterke egoer – et engasjement som faktisk kan ventes å være sterkere enn hos vanlige borgere. Andre studier trekker frem politikeres egeninteresse og strategiske hensyn. For eksempel finner Domke m.fl. (1999) at politikere søker å skjerme seg mot negativ mediedekning som kan påvirke velgerne i fremtiden, uavhengig om politikerne faktisk tror dekningen er farget eller ikke (1999: 39). Soontjens m. fl. (2021) finner at politikere med en sentral politisk posisjon har mer negativ oppfatning av pressen, sammenlignet med mindre sentrale politikere. Ifølge studien skyldes denne skep-

sisen ikke bare strategiske hensyn, slik som at politikerne vil prøve å undergrave troverdigheten til de potensielt skadelige mediene, men en genuin opplevelse av at mediene faktisk *er* farget (Soontjens m. fl 2021: 999). Det eksisterer få eller ingen studier av «fiendtlig-medie»-persepsjon blant journalister selv. I utgangspunktet er det nærliggende å tenke at journalister i mindre grad vil oppfatte mediedekningen som partisk, ettersom idealet om en nøytral og balansert dekning er en viktig del av journalistikken. Journalister vil dermed kunne ha en egeninteresse i hvordan de fremstiller mediene, men i motsetning til politikere kan vi i utgangspunktet forvente at journalister ønsker å fremstille mediene som balanserte. Likevel, et slikt ideal om balanse hos journalister kan også bidra til et kritisk blikk på faktisk nyhetsdekning i mediene generelt og bidra til økt FMP. Med dette som utgangspunkt spør vi åpent i denne artikkelen i hvilken grad og på hvilken måte FMP gjenfinnes hos og varierer mellom borgere, politikere og journalister.

Grunnleggende holdninger og FMP

Politisk orientering og ideologisk overbevisning (Matthes 2013); politisk engasjement og stemmegivning (Oh, Park & Wanta 2011), følelsesmessig involvering (Matthes & Beyer 2017) og oppfattelser av mediets rekkevidde og nedslagsfelt (Gunther & Schmitt 2004), er blant faktorene som har blitt trukket fram for å forklare styrken på FMP. Grunnleggende politiske holdninger danner altså et utgangspunkt for FMP. Mathes, Maurer og Arendt (2019: 354) fant en sterk positiv effekt av ideologi på FMP. De som defineres som sterke ideologer både på venstre og høyresiden, mener i større grad at mediene er farget. Denne sammenhengen er klarest på høyresiden, selv om enkelte studier finner at sterkt engasjerte på begge fløyene er mer tilbøyelig til å uttrykke FMP. For eksempel fant Lee (2005: 51) en klar sammenheng mellom konservativ ideologi (vs. liberal) og republikansk stemmegivning (vs. demokratisk), og meninger om partiske medier. Tilsvarende finner Eveland og Shah (2003: 111) at identifisering med det republikanske partiet, høy grad av parti-identifisering og høy grad av politisk involvering alle øker opplevelsen av partiske medier. I sin studie fra Østerrike finner Eberl (2019) at velgere som plasserer seg selv på høyresiden samt velgere fra det høy-repopulistiske og innvandringskritiske FPÖ, generelt oppfatter østerriksk media som partisk (biased).

Det er grunn til å anta at FMP også henger sammen med holdninger knyttet til mediernes grunnleggende samfunnsfunksjoner og rolle i demokratiet. Som understreket av Fawzi (2019: 149) er folks holdninger til mediene i kjernen av en rekke ulike kommunikasjons-teorier, men medieforskningen mangler fremdeles et godt fellesbegrep. For å fange folks holdninger til mediene snakker man i den internasjonale litteraturen således både om «medieoppfatning» (McLeod, Wise & Perryman 2017), «nyhetsmediers roller i samfunnet» (van der Wurff, & Schönbach 2014: 434), «pressens nøkkelfunksjoner» (Peifer 2018), «journalistikkens funksjoner og roller i samfunnet» (Krämer 2018: 444) og «medias politiske og sosiale funksjoner» (Fawzi 2019). Medienes samfunnsrolle har både positive og negative sider. Mediene skal gi balansert og vesentlig informasjon, tilrettelegge for kritisk debatt, og kontrollere hvordan den lovgivende, utøvende og dømmende makt utøver sine embeter (Christians m.fl. I 2009, van der Wurff & Schönbach 2014). Disse positive aspektene ved mediernes samfunnsrolle handler således om hvordan mediene kan forklare komplekse saker, være innbyggernes talerør og ikke minst være en vakthund for å avdekke feil og maktmisbruk blant statsmaktene (Fawzi 2019; Kovach & Rosenstiel 2001), det man ofte betegner som den fjerde statsmakt eller mediernes demokratiske rolle. Mer negative sider ved mediernes rolle i samfunnet handler om moderne mediers kommersielle natur og deres fokus på konflikt, sensasjon og skandale for å skape engasjement og kunne selge aviser og annonser.

Et negativt mediesyn er derfor nært beslektet med det Tsfati (2003) kaller «medieskepsis», den subjektive følelsen av fremmedgjøring og mistillit til de vanlige nyhetsmediene. Ifølge Tsfati er medieskepsis folks følelse av at journalister ikke er objektive og at nyhetsmediene vil ofre nøyaktighet og presisjon i jakten på kommersiell gevinst (Tsfati 2003: 67). En slik to-delning i et positivt og negativt mediesyn som foreslått her, er også uttrykt i andre studier. Et positivt mediesyn vektlegger at nyhetsmediene er en vakthund som trofast tjener allmennhetens interesse, mens et negativt nyhetssyn vektlegger hvordan nyhetsmediene først og fremst tjener sine egne, materielle interesser (Bucy, Angelo & Bauer 2014: 459). Flere studier har fastslått at det generelle mediesynet kan påvirke hvordan man opplever deknin-gen av konkrete saker. For eksempel fant Giner-Sorolla og Chaiken (1994) at respondenter opplevde dekningen mer fordelaktig for politiske motstandere når de samtidig opplevde at mediet generelt favoriserte de samme politikerne. Choi, Yang og Chang (2009) finner at generell medieskepsis (målt gjennom opplevd rettferdighet, fullstendighet og nøyaktighet i rapportering og pålitelighet generelt i mediene) var en klar driver av FMP. Med dette som utgangspunkt spør vi i denne artikkelen i hvilken grad og på hvilken måte grunnleggende holdninger – politisk ideologi og mediesyn– danner utgangspunkt for FMP.

Den norske konteksten

Overordnet sett har det norske mediesystemet tidligere blitt ansett som en prototype av Hallin og Mancinis (2004) demokratisk-korporatistiske modell. I likhet med de øvrige skandinaviske mediesystemene har imidlertid det norske systemet beveget seg mot den kommersielle, liberale modellen de siste årtiene (Nord 2008; Ohlsson 2015). Det norske mediesystemet er preget av en sterk allmenkringkaster (NRK), og i det hybride medie-landskapet, hvor medieinnhold produseres og konsumeres på ulike plattformer, har NRK beholdt sin sentrale rolle (Skogerbø & Karlsen 2021). Til tross for den teknologiske utviklingen og fremveksten av betalingsmurer er det høy grad av avislesing i Norge, hvor også lokal- og regionalaviser fortsatt har en sterk stilling. Siden midten av 2000-tallet har imidler-tid internett vokst frem som den viktigste nyhetskilden (Skogerbø & Karlsen 2021).

Historisk sett snakker man i Norge om overgangen fra en partivridd journalistikk til en profesjonsvridd journalistikk, hvor båndene mellom partiene og partiavisene etter hvert ble svekket (Bastiansen 2014, Eide 2005). Langsiktige konsekvenser av avviklingen av partipres-sen er blant annet økt vekt på inntjening, økt samstemmighet og konformitet i pressen, som ifølge Bastiansen (2014: 30) vil medføre at mediene i større grad jager i flokk, at klima for avvikende meninger blir dårligere og at PR- og kommunikasjonsbransjen vokser fram. Av-partifiseringen innebærer imidlertid ikke at norske medier er helt avpolitisert. Av de riksdek-kende avisene tilhører Klassekampen og Dagsavisen venstresiden politisk, mens Aftenposten og Dagens Næringsliv kan anses som borgerlig-liberale. Også store regionaviser som Adres-seavisen, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen og Stavanger Aftenblad kan sies å være bor-gerlige. Spørsmålet om politisk vridde medier dukker fortsatt opp med jevne mellomrom. Tallene fra den årlige Medieundersøkelsen som viser hvilke partier norske journalister og redaktører stemmer på, re-aktualiserer debatten hver vår. Undersøkelsen viser at to av tre spurte journalister stemmer på Arbeiderpartiet, SV, MDG eller Rødt, langt over andelen i befolkningen ellers (Medieundersøkelsen, 2021). Dette har fått enkelte til å stille spørsmål om journalistenes politiske holdninger også påvirker journalistikken (Clemet 2021). Alt i alt nyter mediene i Norge stor tillit. I 2020 oppga 32 prosent at de har svært stor eller nokså stor tillit til mediene (Moe, Fladmoe, Thorbjørnsrud & Finstad (2022)). I motsetning til land som for eksempel USA, er det i Norge sjeldnere med populistisk kritikk av pressen og den

uavhengige journalistikken står sterkt. Norge er altså et land hvor vi kanskje i liten grad vil forvente at FMP er veldig utbredt. Systematiske studier av hvordan ulike samfunnsgrupper i Norge oppfatter selve mediedekningen finnes imidlertid ennå ikke.

Data og operasjonaliseringer

Dataene vi benytter i denne artikkelen er samlet inn gjennom KODEM-piloten som ble gjennomført høsten 2020 (se introduksjonen til dette temanummeret for mer informasjon). I Medborgerpanelets 19. runde ble hele spørreskjemaet besvart av 3917 personer. Videre ble hele skjemaet besvart av 2344 respondenter i Representantpanelet og 760 fra Journalistpanelet. Når det gjelder data i denne artikkelen ble de konkrete spørsmålene om mediesyn og partiske medier bare stilt til underutvalg av respondenter i Norsk Medborgerpanel, Norsk journalistpanel og Norsk representantpanel. Spørsmålene ble stilt til 1895 borgere, 380 journalister og 1192 politikere. Samlet ble spørsmålene denne artikkelen baserer seg på, derfor stilt til 3467 respondenter.

Det finnes ingen entydig måte å måle «fiendtlig medie»-persepsjoner på, og ulike studier bruker noe forskjellige formuleringer for å fange opp fenomenet (for en oversikt se Hansen & Kim 2011; Perloff 2015). En lang rekke studier viser eller omtaler konkrete saker, og ber respondentene vurdere om de mener deknningen er farget. Andre er mer generelle og ber respondentene angi i hvilken grad mediene generelt er farget (Perloff 2015: 715). For eksempel «News coverage contains many opinions I do not agree with» (Arlt, Dalmus & Metag 2019) eller «Austrian media are biased» (Eberl 2019). I studien som denne artikkelen er inspirert av, ble FMP (avhengig variabel) operasjonalisert gjennom følgende spørsmål i undersøkelsen: «*Nyhetsdekningen vinkles på en måte som går mot mitt eget syn*». 7-punkt skala (svært uenig, uenig, noe uenig, verken enig eller uenig, noe enig, enig, svært enig).

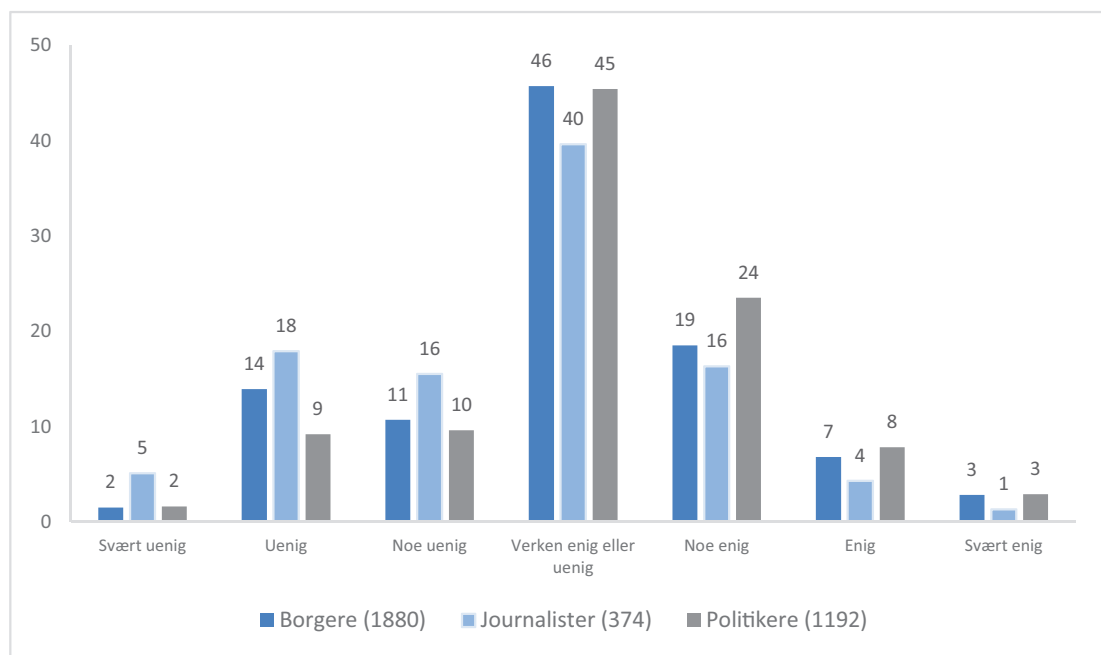
Forklaringsvariabelen mediesyn ble operasjonalisert gjennom fem spørsmål i undersøkelsen: 1) «*Mediene har en viktig rolle gjennom å få frem enkeltmenneskers skjebner*». Dette spørsmålet fanger delvis opp det Fawzi (2019) omtaler som media «being the mouthpiece of the citizens». 2) «*Mediene har en viktig rolle gjennom å avsløre kritikkverdige forhold*». Dette spørsmålet ligner på formuleringen Fawzi (2019) bruker «revealing political abuses and scandals». 3) «*Mediene formidler kompliserte saker på en forståelig måte*». Dette ligner på hvordan mediene ifølge Fawzi er viktige i å (2019) «explaining and transmitting complex issues». 4) «*Mediene er konfliktorienterte*» og 5) «*Mediene er sensasjonspregede*». Disse to siste spørsmålene fanger opp Fawzis (2019) formulering «Journalists purposely produce scandals to increase the circulation or market share.» På de fem spørsmålene om mediesyn ble det også benyttet en 7-punkts svars skala (svært uenig, uenig, noe uenig, verken enig eller uenig, noe enig, enig, svært enig). Faktoranalyser viser klart to underliggende dimensjoner (se tabell A2 i Appendiks), og de første tre spørsmålene danner til sammen en indeks for positivt mediesyn, mens de to siste spørsmålene danner en indeks for negativt mediesyn. FMP og mediesyn er korrelert, men måler ikke det samme fenomenet (se tabell A3 i Appendiks for Pearsons r).

Forklaringsvariabelen politisk orientering måles med følgende spørsmål om plassering på høyre-venstreskala: «I politikken snakker man ofte om 'venstresiden' og 'høyresiden'. Nedenfor er en skala der 0 representerer de som står helt til venstre politisk, og 10 representerer de som står helt til høyre politisk. Hvordan vil du plassere deg selv på en slik skala?».

I analysen inkluderer vi også kjønn, alder og utdanning som kontrollvariable. Kjønn er dikotomisert (0 = mann; 1 = kvinne). Aldersvariabelen har syv kategorier (1939 eller tidligere, 1940-49, 1950-59, 1960-69, 1970-79, 1980-89, 1990 eller senere). Utdanning er dikotomisert (Ingen og Videregående = 0, Høgskole/universitet = 1). Se tabell A4 i appendiks for deskriptiv statistikk.

Resultater

Vi starter med å beskrive «fiendtlig medie»-persepsjon hos borgere, politikere og journalister. Som det fremgår av figur 1 ser det ut til å være en tendens til at politikerne i større grad enn journalister og borgere sier seg enig i at nyhetsdekningen er farget (høye verdier = mer enige). Journalistene er tilsynelatende de som i minst grad mener at mediene er vinklet på en måte som går mot deres eget syn. De største gruppene respondenter befinner seg i midtkategorien (verken enig eller uenig), i de tre samfunnsgruppene ligger 40-46 pst. der. Basert på figur 2 er det derfor mulig å konkludere at «fiendtlig medie»-persepsjon ikke er voldsomt utbredt i Norge. Det er 11 prosent av de spurte politikerne, 10 prosent av de spurte borgerne og 5 prosent av de spurte journalistene som er enig eller svært enig i påstanden om at nyhetsdekningen vinkles på en måte som går mot deres eget syn. Inkluderes også svarkategorien «noe enig», er andelene 35 prosent, 21 prosent og 29 prosent for henholdsvis politikere, journalister og borgere. Ellers er det verdt å bemerke at fordelingen er ganske lik på tvers av de tre gruppene.



Figur 1. Oppfattelse av partiske medier på tvers av grupper (1 mediene er ikke partiske, 7 mediene er partiske)

Ser vi nærmere på gjennomsnittet, er det lavere for journalister (3,62) enn borgere (3,97) og høyest for politikere (4,15) (se tabell A1). Binære regresjoner med gruppe-dummys som uavhengig variable, viser at forskjellene er signifikante (se tabell A5). Likevel, forskjellene er ikke veldig store. Journalister er distinkt mindre kritiske til mediedekningen enn borgere ($b = -.351$; $p < .001$). Politikere er distinkt mer kritiske til mediedekningen enn borgere ($b = .178$; $p < .001$). Politikere er også distinkt mer kritiske til mediedekningen enn journalister ($b = .529$; $p < .001$).

For å undersøke betydningen av politisk orientering og grunnleggende syn på mediene vil vi nå se nærmere på variablene i en multivariat analyse. Tabell 1 viser ustandardiserte stikoeffisienter og angir derfor styrken på sammenhengen mellom de ulike variablene.

Når det gjelder *politisk orientering* (modell 2) er sammenhengen med FMP signifikant og positiv. Med andre ord mener respondenter som hører til på høyresiden politisk, samtidig i

større grad at mediedekningen er farget/partisk. Dette gjelder både for vanlige borgere, journalister og politikere. Resultatene er i tråd med tidligere studier av FMP (Eberl 2019; Eveland & Shah 2003; Lee 2005; Mathes & Beyer 2017). Vi finner at effekten av politisk orientering er sterkest blant journalister og politikere.

Når det gjelder et *positivt mediesyn* (modell 3) er sammenhengen med FMP signifikant og negativ. Respondenter som synes mediene har et viktig samfunnsoppdrag, mener altså i mindre grad at mediedekningen er farget/partisk. Også her gjelder dette for vanlige borgere, journalister og politikere. Effekten av mediesyn er sterkest blant borgere og journalister

Når det gjelder et *negativt mediesyn* (modell 3) er sammenhengen med FMP signifikant og positiv. Respondenter som synes mediene er sensasjonspreget og konfliktorientert, mener altså i større grad at mediedekningen er farget/partisk. Denne sammenhengen er også signifikant for både borgere, journalister, og politikere. Her er effekten sterkest blant journalistene.

Tabell 1. Sammenheng mellom politisk ideologi, mediesyn, og FMP. OLS regresjon. Ustandardiserte koeffisienter og standardavvik.

	Model 1	Model 2	Model 3
Borgere			
Konstant	4.233 (.094)***	3.834 (.128)***	4.130(.259)***
Kjønn (kvinne)	-.131 (.061)*	-.099 (.061)	-.019 (.059)
Alder	-.012(.020)	-.005 (.020)	-.010 (.019)
Utdanning	-.297 (.064)***	-.267 (.064)***	-.294 (.061)***
Politisk orientering		.060 (.013)***	.048 (.013)***
Positivt mediesyn			-.120 (.013)***
Negativt mediesyn			.157 (.016)***
Justert R ²	.016	.028	.118
N	1601	1601	1601
Journalister			
Konstant	3.289 (.237)***	2.736(.300)***	2.961(.716)***
Kjønn (kvinne)	-.012 (.147)	.047 (.147)	.091 (.137)
Alder	.022(.056)	.040 (.056)	.007 (.053)
Utdanning	.331 (.203)	.325 (.201)	.237 (.187)
Politisk orientering		.118 (.040)***	.103 (.037)**
Positivt mediesyn			-.128 (.039)***
Negativt mediesyn			.223 (.036)***
Adjusted R ²	.000	.022	.154
N	342	342	342
Politikere			
Konstant	4.182 (.131)***	3.616(.152)***	3.804(.326)***
Kjønn (kvinne)	-.096 (.075)	-.050 (.074)	-.006 (.072)
Alder	.022(.028)	.023 (.027)	.028 (.027)
Utdanning	-.165 (.078)*	-.122 (.076)	-.132 (.075)
Politisk orientering		.109 (.016)***	.099 (.015)***
Positivt mediesyn			-.079 (.015)***
Negativt mediesyn			.095 (.019)***
Adjusted R ²	.004	.046	.092
N	1074	1074	1074

* $p < .050$ ** $p < .010$ *** $p < .001$.

Enheter med missing-verdier er fjernet fra analysen.

Når det gjelder kontrollvariablene er det blant borgerne en klar tendens til at lavt utdannet mener at mediedekningen er farget/partisk. For journalister har ingen av kontrollvariablene effekt på FMP. Heller ikke for politikere har noen av kontrollvariablene effekt.

Når det gjelder modellenes forklaringskraft er det en tydelig økning når først politisk orientering (modell 2 vs. modell 1) og deretter mediesyn inkluderes i analysen (modell 3 vs. modell 2). Dette viser at politisk orientering på høyre-venstreaksen og grunnleggende mediesyn bidrar til å forklare hvorfor mediedekningen oppfattes som farget. Økningen i modellenes forklaringskraft gjelder på tvers av alle de tre gruppene.

Avsluttende diskusjon

De siste årene har det blitt stadig vanligere å beskyldte mediene for å komme med falske nyheter, spre misinformasjon og ha en politisk agenda. I denne artikkelen har vi hatt som ambisjon å undersøke om det også i Norge finnes en generell tendens til å mene nyhetsdekningen er vinklet i motstrid til egne meninger, og om denne tendens i så fall også gjenfinnes i sentrale elitegrupper som politikere og journalister, og ikke bare i befolkningen generelt.

Hverken borgere, journalister eller politikere uttrykker sterk «fiendtlig medie»-persepsjon. Dette er som forventet i Norge hvor tilliten til mediene relativt sett er høyere enn i mange andre land (Moe, Fladmoe, Thorbjørnsrud & Finstad 2022). 11 prosent av de spurte politikerne, 10 prosent av de spurte borgerne og 5 prosent av de spurte journalistene er enig eller svært enig i at nyhetssaker er partisk vinklet mot deres eget syn på saken. Vi mener derfor at FMP altså ikke et helt marginalt fenomen i Norge.¹

Det er også små, men signifikante, forskjeller mellom borgere, journalister og politikere når det gjelder denne tendensen til å oppfatte mediedekningen som farget mot eget ståsted. Journalister er i minst grad og politikere i størst grad enige i en slik påstand. Det er kanskje ikke så overraskende at journalister i mindre grad mener mediedekningen er farget etter som det er et viktig, journalistisk prinsipp at nyhetsdekningen skal være nøytral og balansert. Som forventet er det også en liten forskjell mellom vanlige borgere og politikere. Som vi diskuterte over kan én forklaring være at politikere er mer engasjert, og dermed også har sterkere oppfatning av at mediedekningen faktisk er skjev (Mathes, Maurer & Arendt 2019). Dersom politikere generelt virkelig oppfatter mediene som fiendtlige mot eget ståsted, kan det over tid få konsekvenser for kontakthyppheten og tilliten mellom journalister og politikere. Tidligere studier har funnet at politikere, konfrontert med det de oppfatter som kritiske medier, vil la vær å snakke med journalister (Mathes, Maurer & Arendt 2019: 355). En slik utvikling vil kunne være ødeleggende for den politiske journalistikken og dermed velgernes muligheter til å kunne ta informerte valg. I tillegg kan politikere som oppfatter mediene som partiske, aktivt forsøke å undergrave den objektive journalistikken, en tendens man blant annet har sett i USA. Dette er en negativ utvikling som fremtidige studier bør følge nøye med på.

En annen, mulig forklaring handler imidlertid om utvalget i studien. I Representantpanelet er den store majoriteten av respondenter kommunepolitikere, mens under én prosent er på Stortinget (Peters m.fl 2021). Den relativt sett høyere bekymringen rundt mediedekningen kan derfor kanskje tilskrives at de er *lokal* politikere. Rikspolitikere som er mer medievanne, vil kanskje i mindre grad mene mediedekningen er partisk. Vi har ingen mulighet til å

1. Det kan være vanskelig å angi en eksakt grense for når et fenomen bør anses som marginalt, men når ti prosent av respondenter sier seg enig i en påstand, mener vi det er grunn for å hevde at fenomenet ikke er helt marginalt.

undersøke dette spørsmålet i denne studien, men fremtidig forskning burde se nærmere på slike forklaringer. Fra et samfunnsmessig ståsted er det jo også bekymringsfullt hvis lokalpolitikere generelt oppfatter mediedekningen som partisk. Det er imidlertid på sin plass å minne om at forskjellene mellom de ulike gruppene er veldig små, og at FMP blant norske politikere ikke er spesielt høyt.

Videre var det et mål med artikkelen å undersøke om syn på mediens grunnleggende samfunnsrolle som informasjonskilde og vakthund, også henger sammen med inntrykk av at nyhetsdekningen er partisk mot eget ståsted; og om de som ligger til høyre i politikken, også har høyere grad av FMP. Resultatene fra den multivariate analysen viser tydelig at respondenter på høyresiden i større grad oppfatter mediedekningen som farget. Videre viser analysen at respondenter med et positivt mediesyn i mindre grad mener mediedekningen er farget, mens respondenter med et negativt mediesyn i større grad mener dekningen er farget. Som nevnt er det et selvstendig mål å undersøke forskjeller i FMP mellom samfunnsgrupper. Å undersøke disse spørsmålene på tvers av samfunnsgrupper fungerer i tillegg som en robusthetstest når det gjelder det andre hovedmålet, å undersøke de ulike forklaringsvariablenes effekt på FMP. Vi finner disse tendensene på tvers av borgere, journalister og politikere. Dette gir samlet sett en relativ sterk indikasjon på at grunnleggende mediesyn og politisk orientering faktisk bidrar til å forklare hvorfor mediedekningen oppfattes som vinklet mot eget syn. Tidligere forskning har fastslått en sammenheng mellom politisk ideologi og skepsis til mediene (Tsfati & Cappella 2003). Fawzi (2019) finner at populistiske holdninger som anti-elitisme fører til større utilfredshet med mediens rolle som vakthund, informasjonskanal og talerør for innbyggerne. Vår studie supplerer denne forskningen ved å vise hvordan grunnleggende mediesyn også henger sammen med «hostile media perceptions». Vi mener fremtidig forskning bør undersøke denne sammenhengen nærmere. Blant annet vil eksperimentelle studier kunne komme nærmere kausalretningen. I denne artikkelen har vi behandlet mediesyn som uavhengig og «fiendtlig medie»-persepsjon som avhengig variabel. Det er imidlertid plausibelt at sammenhengen kan være dynamisk, slik at oppfatninger om en farget mediedekning over tid vil kunne svekke ens tiltro til at mediene klarer å fylle sitt samfunnsoppdrag som informasjonskanal og vakthund.

I denne studien gikk vi bredt ut, og spurte om medier generelt, vi spesifiserte ikke type medium. En mer spesifikk tilnærming, som er brukt i litteraturen, er å spesifisere både medium og en konkret sak, eller til og med et konkret nyhetsoppslag. Dette ville så kunne blitt kombinert med innholdsanalyser for å kontrollere om skjevhet er tilfellet og ikke bare er noe ulike grupper oppfatter (Perloff 2015: 715). Ved ikke å være konkret mister man også muligheten for å si noe om antallet lesere eller seere av det aktuelle mediet, noe som tidligere forskning har vist også kan påvirke styrken på sammenhengen (Gunther & Schmitt 2004). Likevel, vår måte å måle FMP på forteller om tendensen til å mene at enkeltoppslag er vinklet mot eget ståsted også fører til at dette blir en generell oppfatning om mediens nyhetsdekning. FMP ville også trolig vært enda høyere hvis respondentene var blitt presentert for saker fra konkrete nyhetsmedier med en tydelig politisk profil som de ikke sympatiserer med.

Et annet kritikkpunkt kan være at det ikke ble spurt om alle funksjoner mediene kan ha i samfunnet. I denne studien ble fem spørsmål ansett som tilstrekkelig for å belyse to grunnleggende mediesyn (positivt/negativt). Fremtidig forskning bør inkludere flere spørsmål for å fange opp de ulike aspektene av mediens grunnleggende samfunnsfunksjoner.

Til tross for disse metodologiske begrensningene, mener vi likevel at artikkelen gir ny innsikt og har viktige implikasjoner.

For det første har artikkelen et viktig konseptuelt bidrag ved at den introduserer norske versjoner av begreper som er mye brukt i den internasjonale forskningslitteraturen. «Fiendt-

lig medie»-persepsjon (FMP) (Hostile Media Perceptions, HMP) defineres her som *tendensen til å oppfatte mediedekningen som farget* og mediesyn defineres som *syn på mediernes grunnleggende samfunnsfunksjoner*. Dette er definisjoner vi håper også kan benyttes i videre norske studier.

For det andre bidrar artikkelen med innsikt om ulike gruppers oppfatning av mediedekningen. Dette er viktig i et demokratisk perspektiv, for disse tendensene kan ha mer vidtgående konsekvenser. Selv om vi langt på vei kan konkludere med at borgeres, journalisters og politikeres syn på mediedekningen ikke preges av at de mener den er partisk vinklet mot eget ståsted, er FMP et fenomen som også finnes i Norge, og som det er verdt å følge. Dersom borgere oppfatter mediedekning som skjev og fiendtlig, er det liten grunn til å oppsøke mediene når man ønsker informasjon, og kanskje enda mindre grunn dersom man i tillegg må betale for innholdet (Fawzi & Mothes 2020: 343). Dersom eliter mener det samme, kan denne kritikken målbæres og igjen forsterke slike oppfatninger i befolkningen. Opplevelsen av partiske medier vil kunne nøre opp under en slik mistillit til annen informasjon og den «andre siden» (Knudsen, Iversen, & Vatnøy 2018). Dersom folk velger medier de stoler på og mistror informasjonen andre folk mottar, kan det bidra til polariseringen og at ulike virkelighetsoppfatninger etableres i samfunnet. Med ulike oppfatninger av hvilke problemer samfunnet står overfor, blir det vanskelig å bli enige om hva som bør prioriteres.

Litteratur

- Arpan, L. M., & Raney, A. A. (2003). An experimental investigation of news source and the hostile media effect. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(2), 265–281. <https://doi.org/10.1177/107769900308000203>
- Arlt, D., Dalmus, C., & Metag, J. (2019). Direct and Indirect Effects of Involvement on Hostile Media Perceptions in the Context of the Refugee Crisis in Germany and Switzerland. *Mass Communication and Society*, 22(2), 171–195. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1536791>
- Bastiansen, H. G. (2014). Fra konflikt til konsensus? : partipressens fall. *Pressehistorisk tidsskrift*, 21, 16–44.
- Bucy, E. P., D'Angelo, P., & Bauer, N. M. (2014). Crisis, credibility, and the press: A priming model of news evaluation. *The International Journal of Press/Politics*, 19(4), 453–475. <https://doi.org/10.1177/1940161214541682>
- Choi, J., Yang, M., & Chang, J. J. (2009). Elaboration of the hostile media phenomenon: The roles of involvement, media skepticism, congruency of perceived media influence, and perceived opinion climate. *Communication Research*, 36(1), 54–75. <https://doi.org/10.1177/0093650208326462>
- Christians, C. G., Glasser, T.L., McQuail, D., Nordenstreng, K., & White, R.A. (2009). *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies*. Urbana: University of Illinois Press.
- Clemet, K. (2021). Norske journalister blir stadig mer venstrevridde. Hva gjør det med journalistikken? 22. mai. *Aftenposten*.
- Coleman, S. (2012). Believing the news: From sinking trust to atrophied efficacy. *European Journal of Communication*, 27(1), 35–45. <https://doi.org/10.1177/0267323112438806>
- de Vreese, C. H., Reinemann, C., Stanyer, J., Esser, F., & Aalberg, T. (2019). Adapting to the different shades of populism: Key findings and implications for media, citizens, and politics. I Reinemann, C., Stanyer, J., Aalberg, T., Esser, F., & de Vreese, C. H. (Eds.). *Communicating populism: Comparing actor perceptions, media coverage, and effects on citizens in Europe*, s. 235 – 252. London: Routledge.
- Domke, D., Watts, M.D., Shah, D.V., and Fan, D.P. (1999). The Politics of Conservative Elites and the 'Liberal Media' Argument, *Journal of Communication*, 49(4), 35–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02816.x>

- Eide, M. (2005). *Til dagsorden!: Journalistikk, makt og demokrati*. Gyldendal Akademisk, Oslo.
- Eveland, W. P., & Shah, D. V. (2003). The impact of individual and interpersonal factors on perceived news media bias. *Political Psychology*, 24, 101-117. <https://doi.org/10.1111/0162-895x.00318>
- Fawzi, N. (2019). Untrustworthy News and the Media as «Enemy of the People?» How a Populist Worldview Shapes Recipients' Attitudes toward the Media. *International Journal of Press/Politics* 24, 146–164. <https://doi.org/10.1177/1940161218811981>
- Fawzi, N., & Mothes, C. (2020). Perceptions of media performance: Expectation-evaluation discrepancies and their relationship with media-related and populist attitudes. *Media and Communication*, 8(3), 335-347. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3142>
- Gottfried, J., Stocking, G., Grieco, E., Walker, M., Khuzam, M., and Mitchell, A. (2019). Trusting the News Media in the Trump Era. Pew Research Center. <https://www.journalism.org/2019/12/12/trusting-the-news-media-in-the-trump-era/>
- Giner-Sorolla, R., & Chaiken, S. (1994). The causes of hostile media judgment. *Journal of Experimental Social Psychology*, 30, 165-180. <https://doi.org/10.1006/jesp.1994.1008>
- Gunther, A. C. (1992). Biased press or biased public? Attitudes toward media coverage of social groups. *Public opinion quarterly*, 56(2), 147-167. <https://doi.org/10.1086/269308>
- Gunther, A. C., & Schmitt, K. (2004). Mapping boundaries of the hostile media effect. *Journal of Communication*, 54(1), 55-70. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02613.x>
- Gunther, A. C., Miller, N., & Liebhart, J. L. (2009). Assimilation and Contrast in a Test of the Hostile Media Effect. *Communication Research*, 36(6): 747–764. <https://doi.org/10.1177/0093650209346804>
- Hameleers, M. (2020). Populist disinformation: Exploring intersections between online populism and disinformation in the US and the Netherlands. *Politics and Governance*, 8(1), 146-157. <https://doi.org/10.17645/pag.v8i1.2478>
- Hanitzsch, T., van Dalen, A. & Steindl, N. (2017). Caught in the nexus: A comparative and longitudinal analysis of public trust in the press. *International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3-23. <https://doi.org/10.1177/1940161217740695>
- Hansen, G. J., & Kim, H. (2011). Is the media biased against me? A meta-analysis of the hostile media effect research. *Communication Research Reports*, 28(2), 169-179. <https://doi.org/10.1080/08824096.2011.565280>
- Hwang, H., Pan, Z., & Sun, Y. (2008). Influence of hostile media perception on willingness to engage in discursive activities: An examination of mediating role of media indignation. *Media Psychology*, 11(1), 76–97. <https://doi.org/10.1080/15213260701813454>
- Jenssen, A. T., & Aalberg, T. (2019). Why perceived political bias on TV does not inevitably lead to a polarized audience. The case of NRK and TV2 in Norway. *Communications*, 44(4), 382-406. <https://doi.org/10.1515/commun-2018-2022>
- Knudsen, E., Iversen, M. H., & Vatnøy, E. (2018). Mistillit til den andre siden. *Norsk medietidsskrift*, 25(02), 1-20. <https://doi.org/10.18261/issn.0805-9535-2018-02-04>
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2001). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*, New York, NY: Random House.
- Krämer, B. (2018). Populism, Media, and the Form of Society. *Communication Theory* 28:444–65. <https://doi.org/10.1093/ct/qty017>
- Lee, T.-T. (2005). The liberal media myth revisited: An examination of factors influencing perceptions of media bias. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 49(1). 43–64. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4901_4
- Matthes, J. (2013). The affective underpinnings of hostile media perceptions: Exploring the distinct effects of affective and cognitive involvement. *Communication Research*, 40(3), 360–387. <https://doi.org/10.1177/0093650211420255>

- Matthes, J., Maurer, P., & Arendt, F. (2019). Consequences of politicians' perceptions of the news media: A hostile media phenomenon approach. *Journalism Studies*, 20(3), 345-363. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2017.1377102>
- Matthes, J. & Beyer A. (2017) Toward a Cognitive-Affective Process Model of Hostile Media Perceptions: A Multi-Country Structural Equation Modeling Approach. *Communication Research* 44, 1075–1098. <https://doi.org/10.1177/0093650215594234>
- Moe, H., Thorbjørnsrud, K. & Fladmoe, A. (2017). Perceptions of Journalistic Bias: Party Preferences, Media Trust and Attitudes Towards Immigration. In A. Haagensen, K. Steen-Johnsen, and K. Thorbjørnsrud (eds) *Boundary Struggles. Contestations of Free Speech in the Public Sphere*. Oslo: Cappelen Damm.
- Moe, H., Fladmoe, A., Thorbjørnsrud, K., & Finstad, U. (2022) Tillit til mediene. Falske nyheter og partiske journalister? I Mangset, M., Midtbøen, A.H. & Thorbjørnsrud, K. (red.) *Ytringsfrihet i en ny offentlighet. Grensene for debatt og rommet for kunnskap*. Oslo: Universitetsforlaget, s. 113-133.
- McLeod, D. M., Wise, D., & Perryman, M. (2017). Thinking about the media: a review of theory and research on media perceptions, media effects perceptions, and their consequences. *Review of Communication Research*, 5, 35-83. <https://doi.org/10.12840/issn.2255-4165.2017.05.01.013>
- Nord, L. (2008). Comparing Nordic Media Systems: North between West and East. *Central European Journal of Communication* 1:95–110.
- Oh, H.J., Park, J. and Wanta, W. (2011). Exploring Factors in the Hostile Media Perception: Partisanship, Electoral Engagement, and Media Use Patterns. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(1): 40–54. <https://doi.org/10.1177/107769901108800103>
- Ohlsson, J. (2015). *The Nordic Media Market*. Gothenburg: Nordic Information Centre for Media and Communication Research (NORDICOM).
- Peifer, J. T. (2018). Perceived news media importance: Developing and validating a measure for personal valuations of normative journalistic functions. *Communication Methods and Measures*, 12(1), 55–79. <https://doi.org/10.1080/19312458.2017.1416342>
- Perloff, R. (2015) A three-decade retrospective on the hostile media effect, *Mass Communication and Society*, 18(6): 701–729. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1051234>
- Peters, Y., Broderstad, T.S., Helliesen, M.S., Schakel, A.H. og Skogen, M.S., (2021). *Representantpanelet. Resultater fra tredje runde*. Bergen: Universitetet i Bergen.
- Soontjens, K., Van Remoortere, A., & Walgrave, S. (2021). The hostile media: politicians' perceptions of coverage bias. *West European Politics*, 44(4), 991-1002. <https://doi.org/10.1080/01402382.2020.1792671>
- Schillemans, T., Karlsen, R., & Kolltveit, K. (2019). Why do civil servants experience media-stress differently and what can be done about it?. *Policy & Politics*, 47(4), 599-620.
- Schmitt, K. M., Gunther, A. C., & Liebhart, J. L. (2004). Why partisans see mass media as biased. *Communication Research*, 31, 623-641. <https://doi.org/10.1177/0093650204269390>
- Schulz, A., Wirth, W., & Müller, P. (2020). We are the people and you are fake news: A social identity approach to populist citizens' false consensus and hostile media perceptions. *Communication Research*, 47(2), 201-226. <https://doi.org/10.1177/0093650218794854>
- Skogerbø, E., & Karlsen, R. (2021). Media and politics in Norway. I Skogerbø, E., Ihlen, Ø, Kristensen, N.N. & Nord, L. W. (red.), *Power, communication, and politics in the Nordic countries*. Nordicom. s. 91-111.
- Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139-156. <https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338>

- Thorbjørnsrud, K. & Figenschou, T. U. (2020). The Alarmed Citizen: Fear, Mistrust, and Alternative Media. *Journalism Practice*, 16(5), 1018-1035. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1825113>
- Tsfati, Y. (2003). Media skepticism and climate of opinion perception. *International Journal of Public Opinion Research*, 15(1), 65-82. <https://doi.org/10.1093/ijpor/15.1.65>
- Tsfati, Y. (2007). Hostile media perceptions, presumed media influence, and minority alienation: The case of Arabs in Israel. *Journal of Communication*, 57, 632-651. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00361.x>
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure. *Communication research*, 30(5), 504-529. <https://doi.org/10.1177/0093650203253371>
- Tsfati, Y., & Cohen, J. (2012). Perceptions of media and media effects: The third person effect, trust in media and hostile media perceptions. *The international encyclopedia of media studies*.
- Tsfati, Y., & Peri, Y. (2006). Mainstream media skepticism and exposure to sectorial and extranational news media: The case of Israel. *Mass Communication and Society*, 9(2), 165-187, https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0902_3
- Vallone, R., Ross, L. and Lepper, M. (1985). The hostile media phenomenon: biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre, *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3): 577-585. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.3.577>
- van der Wurff, R., and Schönbach, K. (2014). Civic and Citizen Demands of News Media and Journalists: What Does the Audience Expect from Good Journalism? *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(3): 1–19. <https://doi.org/10.1177/1077699014538974>
- Weeks, B. E., Kim, D. H., Hahn, L. B., Diehl, T. H., & Kwak, N. (2019). Hostile Media Perceptions in the Age of Social Media: Following Politicians, Emotions, and Perceptions of Media Bias. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(3), 374–392. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1653069>

Appendiks

Tabell A1. Deskriptiv statistikk. Forklaringsvariable.

	NMP			NJP			NRP		
	Gj. snitt (SD)	Min-Max	n	Gj. snitt (SD)	Min-Max	n	Gj. snitt (SD)	Min-Max	n
Politisk orientering	5,60 (2,32)	0-10	1654	4,09 (1,75)	0-10	352	4,76 (2,23)	1-10	1103
Positivt mediesyn	14,00 (2,26)	0-18	1876	15,56 (1,69)	6-18	373	13,88 (2,29)	0-18	1191
Negativt mediesyn	9,22 (1,79)	2-12	1865	8,87 (1,83)	1-12	371	9,75 (1,80)	2-12	1183
Fiendtlig medie-persepsjon	3,97 (1,23)	1-7	1880	3,62 (1,28)	1-7	374	4,15 (1,18)	1-7	1191

Tabell A2. Faktoranalyse, mediespørsmål

	1	2
Media få frem enkeltskjebner	.766	.103
Media avsløre kritikkverdige forhold	.784	.075
Media forklare kompliserte saker	.690	-.213
Media konfliktorienterte	.144	.825
Media sensasjonspregede	-.147	.835
Eigenvalue	1.722	1.440

Principal component med varimax rotasjon

Tabell A3. Bivariate sammenhenger mellom forklaringsvariable, Pearsons r.

	Positivt mediesyn	Negativt mediesyn	Politisk orientering
Hostile Media Perceptions	-.214** (n=3436)	.221** (n=3414)	.166** (n=3095)
Positivt mediesyn		-.021 (n=3413)	-.122** (n=3091)
Negativt mediesyn			.013 (n=3072)

***. Korrelasjonen er signifikant på .01 nivå (to-halet).*

Tabell A4. Deskriptiv statistikk. Sosiodemografiske variable.

	%	N
Kjønn		
Mann	53.7	1862
Kvinne	45.6	1580
Alder		
1939 eller tidligere	3.0	104
1940-49	14.1	482
1950-59	23.8	815
1960-69	25.8	885
1970-79	18.3	626
1980-89	8.7	298
1990 eller senere	6.3	215
Utdanning		
Ingen og videregående	32.7	1105
Høgskole og universitet	67.3	2273

Tabell A5. Signifikanstest av gruppeforskjeller i FMP. OLS regresjon. Ustandardiserte koeffisienter og standardavvik.

Konstant	3.974***
	(.028)
Borgere vs. politikere	.178***
	(.045)
Justert R ²	.005
N	3071
<hr/>	
Konstant	3.974***
	(.237)
Journalister vs. borgere	-.315***
	(.070)
Adjusted R ²	.011
N	2254
<hr/>	
Konstant	3.623***
	(.131)
Journalister vs. politikere	.529***
	(.075)
Adjusted R ²	.033
N	1565

* $p < .050$ ** $p < .010$ *** $p < .001$.