

# **En nyhetsuke hos Dagsavisen**

## **Intermedial agendasetting og kildeinitiativ**

**Magnus Lundstein**

**Masteroppgave i medievitenskap**

**Universitetet i Oslo**

**Institutt for medier og kommunikasjon**

**15.08.2012**

## **Sammendrag**

I denne oppgaven presenteres det funn fra en innholdsanalyse som kartlegger bruk av nyhetssaker fra andre nyhetsmedier og nyhetsbyråer i Dagsavisen, uke 49, 2011. Videre er det gjennomført intervjuer med kilder som opptrer i sakene som var unike for Dagsavisen denne uken. Her var målet å avdekke hvor stor andel av Dagsavisen sine nyhetssaker som bygger på initiativ fra kildene ovenfor Dagsavisen sin redaksjon, og å undersøke hvem av kildene og redaksjonen som er dominerende i å fastsette vinklingen, eller *saksegenskapene*, til disse nyhetssakene. Til sammen gir innholdsanalysen og intervjuene et bilde av hvor mange av Dagsavisen sine nyhetssaker i uke 49, 2011, som var et resultat av selvstendig initiativ fra Dagsavisen sin redaksjon, og i hvilken grad vinklingen til Dagsavisen sine nyhetssaker er bestemt av kilder som ønsker å sette sine saker på medieagendaen. Undersøkelsen viser at nær halvparten av Dagsavisen sine nyhetssaker enten bygger på eller er delt med andre nyhetsmedier, kilder har ofte en stor evne til å styre vinklingen i nyhetssakene de opptrer i og journalistikken i Dagsavisen hever seg sjeldent over referatjournalistikk. Funnene blir analysert i lys av agendasettingsteori, og konseptet *informasjonssubsidier*.

## **Abstract**

This thesis presents findings from a content analysis that maps the use of news stories from other news media and news agencies in Dagsavisen in the 49<sup>th</sup> week of 2011. Additionally, interviews were conducted with sources cited in the news stories that were unique for Dagsavisen the same week. The interviews were conducted in order to chart how many of Dagsavisen's news stories were based on source initiative, and to investigate whether Dagsavisen or their sources were the dominant party in establishing the framing, or *issue attributes*, of the news stories. Combined, the findings give a picture of how many of Dagsavisen's news stories that are based on journalistic initiative from Dagsavisen, and a measure of how well news sources who want to put an issue on the media agenda succeed in establishing the framing of news stories. This survey shows that close to half of Dagsavisen's news stories are based on or shared with other news media, and that Dagsavisen's sources are often highly successful in establishing the framing of the news stories they appear in. Furthermore, the survey shows that Dagsavisen seldom challenges assertions made by news sources. The findings are viewed in light of agenda setting theory and the concept of information subsidies.

Takk til min veileder Sigurd Allern (Høst 2010 – Vår 2012) for veiledning over hva som skulle bli en lengre enn planlagt periode, og for tålmodighet og kloke innspill. Videre takk til venner og familie som har vist stor nysgjerrighet og interesse i oppgavens tematikk, noe som har vært til stor hjelp med å holde min egen motivasjon med oppgaven oppe.

# Innholdsfortegnelse

1 Innledning.....	6
1.1 Struktur på oppgaven.....	10
2 Tidligere forskning.....	12
2.1 Nyheter som produkt – journalistisk egenproduksjon eller kannibalisme?.....	13
2.1.1 Hvor kommer nyhetene fra?.....	13
2.1.2 'Ei nyhendeveke i Noreg'.....	14
2.1.3 'The Quality and Independence of British Journalism'.....	16
2.1.4 Erfaringer fra de tre undersøkelsene.....	18
2.2 Nyhetsredaksjoner og kilder.....	19
2.2.1 Kildeinitiativ versus journalistinitiativ.....	19
2.2.2 Informasjonssubsidier.....	22
2.3 Oppsummering.....	24
3 Teoretisk perspektiv.....	25
3.0.1 Agendasetting og informasjonssubsidier.....	25
3.1 mediene hadde makt allikevel.....	26
3.1.1 Agendasettingsteoriens framvekst.....	26
3.1.2 Agendasettingmodellen: Hva opptar mediene opptar publikum.....	28
3.1.3 Faktorer som spiller inn på agendasettingsprosessen.....	29
3.1.4 Ikke bare hvilke saker vi tenker om, men hvordan vi tenker om dem?.....	30
3.2 Hvordan settes medieagendaen?.....	32
3.2.1 Medieagendaen som løk.....	33
3.2.2 Å se på medieagendaen som produkt av flere prosesser.....	34
3.3 Informasjonssubsidier.....	35
3.3.1 Informasjonssubsidier som teoretisk begrep, og tilknytning til agendasetting.....	35
3.3.2 Informasjonssubsidier og nyhetsproduksjon - makt og ideologi.....	37
3.3.3 Kritikk og innvendinger mot agendasettingsteori.....	38
3.4 Å anvende agendasettingsteori og informasjonssubsidier.....	40
3.5 Oppsummering.....	41
4 Metode og forskningsdesign.....	42
4.1 Inspirasjon og utgangspunkt forskningsdesign og metode.....	42
4.1.1 To innholdsanalyser av nyhetsmedier.....	42
4.1.2 Bruk av innholdsanalyse – medieinnhold som prosess og produkt.....	44
4.1.2 Journalister versus kilder som informanter.....	45
4.1.3 En smalere innholdsanalyse.....	47
4.2 Innholdsanalysen.....	48
4.2.2 Enheter.....	50
4.2.3 Variabler.....	51
4.2.4 Å integrere innholdsanalyse i et større forskningsdesign.....	55
4.3 E-postintervjuene.....	55
4.4 Gjennomføringen av datainnsamlingen.....	57
4.4.1 Pilotundersøkelsen.....	57
4.4.2 Hovedundersøkelsen.....	58
4.5 Vurdering av validitet og reliabilitet.....	58
4.5.1 Innholdsanalysens reliabilitet.....	58

4.5.2	Innholdsanalysens validitet.....	59
4.5.3	E-postintervjuenes reliabilitet.....	60
4.5.4	E-postintervjuenes validitet.....	61
4.6	Oppsummering.....	62
5	Dagsavisen og den norske medieagendaen.....	63
5.1	Presentasjon av tallene fra innholdsanalysen.....	63
	Nyhets sakene fra uke 49 fordelt etter innholdsanalysens sakskategorier.....	63
5.2	'Fellehistorie', 'Oppfølgingshistorie' eller 'Lån'?.....	64
5.2.1	Fellehistorien.....	65
5.2.2	Oppfølgingshistorien.....	66
5.2.3	Lånet.....	68
5.3	Ran – Utbredt praksis, eller unntak?.....	69
5.3.1	Ukens Ran.....	70
5.3.2	Risikoer ved Ran.....	71
5.4	Egenproduksjon og Lån.....	72
5.4.1	'Solohistorier' og 'Originalproduksjon'.....	72
5.4.2	'Lån' og 'Oppfølgingshistorier, andres nyhetssaker'.....	74
5.4.3	Beretninger og levninger.....	77
5.5	Fellehistorier og nyhetsbyråer.....	78
5.5.1	Pressekonferanser, priser og protester.....	78
5.5.2	Nyhetsbyråene.....	80
5.6	Dagsavisen og den norske medieagendaen – leder eller etterdilter?.....	80
6	Dagsavisen og kildene.....	83
6.1	Tall fra e-postintervjuene.....	84
6.1.1	Spørsmål stilt i e-postintervjuene, og tilknytning til forskningsspørsmål.....	84
6.1.2	Resultater og koding.....	85
6.2	Saken blir til: Kildekontakt som en prosess i to faser.....	86
6.2.1	De to fasene av kildekontakt.....	86
6.2.2	Anvendelse av 'to-fase'-modellen.....	87
6.3	Journalistene tar initiativ.....	88
6.3.2	Gullpensjon, synkende grunn, industridød og barnevern.....	89
6.3.3	Journalistinitiativ – setter journalistene preg på redaksjonsagendaen?.....	92
6.4	Kildene tar initiativ.....	93
6.4.1	Klær og utbyttede arbeidere.....	94
6.4.2	Juleøl og barnegråt.....	95
6.4.3	Enkeltsaker fra kildene.....	96
6.5	Hvem fører? Journalistenes og kildenes definisjonsmakt.....	98
7	Oppsummering: Hvem fører når dansegulvet er skeivt?.....	100
7.1	Avis, ikke bevis.....	101
7.1.1	Demokratiet og Dagsavisen.....	102
8	Referanser.....	104

# 1 Innledning

Jeg begynte å brygge på idéen til denne oppgaven mens jeg hadde ansvar for å skaffe medieomtale i forskjellige lokalaviser for et prosjekt på en tidligere arbeidsplass. Jeg hadde ikke gjort denne typen arbeid før, og var ikke sikker på hvordan jeg best skulle gå fram for å pirre avisenes nysgjerrighet, eller om den eventuelle omtalen ville fremstille prosjektet vårt på en måte vi ønsket. Heldigvis involverte dette prosjektet skolebarn, og barn 'som gjør artige ting' var en sikker vinner hos media, ble jeg fortalt av kollegaene mine. Jeg gjøv så løs på oppgaven ved å intervjuer en del av skolebarna som var med på prosjektet, og forsøkte å stille de spørsmålene jeg antok ville gi de 'friskeste' sitatene. Jeg sendte så inn ferdige 'nyhetssaker' til de relevante lokalavisene, klare med overskrifter, ingress, brødtekst, sitater og medfølgende fotografier. Jeg la mye arbeid i å få dem til å ligne så mye som mulig på 'ekte' nyhetssaker, skrevet av ekte journalister.

Jeg skjønnte fort at jeg ikke trengte å bekymre meg for om lokalavisene ville plukke opp saken, og jeg trengte å bekymre meg enda mindre for hvordan prosjektet ble framstilt når avisene trykte saken. Ofte var nyhetssaken jeg kunne lese i avisene slående lik saken jeg hadde sendt til redaksjonene på e-post, og i blant hadde til og med avisene selv fulgt opp saken ved å selv dra ut til skolene for å sanke inn flere sitater selv. Vinklingene i nyhetssakene som kom på trykk var alltid sympatiske i forhold til prosjektet vårt, og ofte hadde de beholdt såpass mye av teksten jeg hadde skrevet at jeg i praksis hadde fått bestemme vinklingen selv. Jeg følte jeg hadde gjort en god jobb med å skaffe medieomtale for prosjektet, samtidig som jeg følte meg desillusjonert i forhold til den journalistiske praksisen hos norske lokalaviser. Ingen av avisene hadde forsøkt å verifisere informasjonen jeg hadde sendt dem, og jeg hadde sannsynligvis kunnet kommet unna med å finne opp både barn og sitater som passet saken vår, og som hadde skapt en vinkling vi ville oppnå. Spurte journalistene etter mer informasjon sendte vi dem brosjyrer eller pamfletter, informasjon som var laget for å markedsføre prosjektet. I blant supplerte journalistene sakene jeg hadde skrevet med faktabokser basert på nettopp disse brosjyrene.

Som et resultat av denne erfaringen, og gjennom lignende erfaringer i forbindelse med 'innsalg' av saker tilknyttet andre prosjekter, slo det meg at jeg hadde hatt et naivt syn på hvordan avisstoff blir til, selv som medievitenskapsstudent med bachelorgrad. Jeg hadde sett for meg at journalister i norske redaksjoner selv snuste frem saker de antok ville ha nyhetsverdi, og motsatte seg forsøk fra aktører med egne agendaer på å oppnå gratisreklame i avisspaltene deres. I de minste trodde jeg at de ville ha gjort større anstrengelser i å slå fast om stoff de fikk servert var sannferdig eller ikke. Møtet mitt med avisredaksjoner minnet meg med andre ord lite om den pressen jeg hadde hørt beskrive seg selv i Vær varsom-plakaten<sup>1</sup>, der punkt 2.6 slår fast at redaksjoner skal avvise «[...] reklame som tar sikte på å etterligne eller utnytte et redaksjonelt produkt [...]», og punkt 3.2, som leser «Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysninger som gis er korrekte.».

Dette var kimen som temaet for denne oppgaven skulle springe ut av. Jeg fant ut at jeg ville finne ut av hvor nyhetssakene vi leser i avisen egentlig hadde sitt utspring fra, og hva slags innflytelse aktører med egne agendaer hadde hatt på stoffet i prosessen fram til nyhetssakene stod på trykken. Var min erfaring med pressen typisk for en aktør med en sak eller agenda 'å selge' overfor pressen, eller hadde jeg vært spesielt heldig (eller god?) når det gjaldt å få innpass med mine egne saker i en rekke aviser? Hvor mye er det man kan lese i en typisk norsk avis faktisk skrevet av journalisten som har satt sin by-line på saken?

Jeg følte dette var interessante spørsmål, da vi tillegger pressen viktige samfunnsmessige oppgaver, oppgaver som bare kan løses av en fri, selvstendig og mangfoldig presse. Stoltenberg-regjeringen II (2005-) sier det slik: «[...] Regjeringen mener at pressefrihet og godt fungerende medier er en avgjørende forutsetning for ytringsfrihet, rettsikkerhet og et levende demokrati»<sup>2</sup> (Punkt 1.4.2 i Proposisjon 1 til Stortinget fra Kultur- og kirke departementet (2009-2010)). Pressen legger selv vekt på viktigheten av en «[...] fri og uavhengig presse» i det norske samfunnet (igjen, Vær varsom-plakaten ved punkt 1.1), og at journalister skal være «... den aktive og styrende part i sin kontakt med kilder som kan ha konkurrerende ambisjoner. Hverken pressen eller den enkelte journalist skal

---

1

<http://presse.no/Etisk-regelverk/Vaer-Varsom-plakaten>

2 <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/regpubl/prop/2009-2010/prop-1-s-20092010/1.html?id=580429>

med andre ord være medier i betydningen passive formidlere» (Raaum i Eide 2001:61). Videre blir det fra offentlig hold lagt vekt på at pressen skal tilrettelegge for *mangfoldighet* i den offentlige debatten, ved at våre ulike medier tilsammen tilbyr et bredt spekter av perspektiver og stemmer (kapittel 3 i NOU 2010: 14).

Spørsmålet var hvordan jeg skulle gå frem for å finne ut av hvor mye styring en redaksjon har på det redaksjonelle innholdet de selv trykker, og i hvilken grad redaksjonen selv fyller den journalistiske profesjonsambisjonen om 'å sette dagsorden' (Raaum i Eide 2001: 61) i sine egne spalter. Å få innpass i en redaksjon, for så å observere hvordan journalister og redaktører jobber med nyhetsproduksjon kunne kanskje ha latt seg gjøre, men jeg fryktet jeg bare hadde fått sett deler av prosessen der nyheter blir til, og at ting lett kunne ha blitt holdt skjult for meg hvis redaksjonen hadde ønsket det. Å undersøke nyhetssakene slik de stod på trykk ville heller ikke gi meg den innsikten jeg søkte, da jeg bare ville ha sittet med sluttproduktet, og prosessen fram til produktet var det som interesserte meg mest.

Jeg fant løsningen på denne metodiske utfordringen etter å ha lest boken *Flat Earth News* av Nick Davies (2009). Her avdekker forfatteren den utstrakte praksisen med såkalt *churnalism* i britisk presse, der nyheter raskt blir kvernet ut av overarbeidede journalister, nyheter som så blir plukket opp, gjengitt og spredt av andre nyhetsmedier, uten at nødvendig faktasjekkning eller forsøk på å undersøke hvem som opprinnelig står bak informasjonen blir gjennomført i noen av leddene, alt på grunn av dårlige arbeidsvilkår og høyt tidspress i redaksjonene, i følge forfatteren. Avisene som Davies tar for seg i boken er hovedsaklig såkalte kvalitetsaviser, aviser der man ville kunne forvente seg en høy standard på det journalistiske håndverket. Dette fikk meg til å mistenke at situasjonen hos norske nyhetsredaksjoner ikke er så annerledes, til tross for pressestøtte og et høyt aviskonsum i det norske avismarkedet.

Og ganske riktig: etter å ha gjort noen søk på undersøkelser av journalistiske arbeidsvilkår i Norge, fant jeg at 63 prosent av norske journalister kan melde at arbeidsmengden deres enten er like stor, eller *større*, etter å ha gått igjennom nedskjæringer i redaksjonen (Norsk Journalistlags store kvalitetsundersøkelse 2010: 6). Videre fant jeg tall fra forskningsprosjektet *Hvor kommer nyhetene fra?* fra Høgskulen i Volda, der det kommer fram at omlag 2/3 av den totale norske nyhetsproduksjonen bygger på 'gjenbruk, lån eller ran' fra andre medier sitt nyhetsstoff (NOU 2010:



14, side 131).

Det ante meg at hvis jeg ville finne ut av hvor mye av det man kan lese i en avis som har blitt nyhetssaker som resultat av initiativ fra redaksjonene selv måtte undersøkelsen min ha to steg: først måtte jeg avgjøre hvor mange av nyhetssakene som var basert på 'gjenbruk, lån eller ran' fra andre medier, og så når jeg satt igjen med et sett av nyhetssaker som var unike for redaksjonen jeg undersøkte kunne jeg finne ut av om disse unike sakene var kommet på trykk som et resultat av innsalg, fremstøt eller andre typer initiativ fra kilder. Siden jeg antok at jeg ville sitte igjen med totalt sett mindre antall saker etter å ha 'lukt vekk' sakene som var basert på saker fra andre medier antok jeg at det ville være overkommelig å kontakte kildene i de resterende sakene for å fremskaffe innsikt i hvordan de var blitt til. Etter å ha gjennomført disse to stegene ville jeg med andre ord sitte igjen med et 'nettomål' på hvor stor andel av nyhetsakene som faktisk var skrevet av redaksjonen selv, og som var et resultat av initiativ av redaksjonen. Forhåpentligvis ville denne prosessen også gi meg mer innsikt i hvordan en norsk nyhetsredaksjon typisk sett produserer nyhetssakene sine uten å være avhengig av audiens i en nyhetsredaksjon, og samtidig bote på min egen naivitet angående hvordan nyheter blir til.

Til sist måtte jeg bestemme meg for hvilken nyhetredaksjon jeg ønsket å undersøke nyhetsstoffet til. Jeg falt til slutt ned på Dagsavisen, av ulike grunner. For det første tar Dagsavisen for seg først og fremst samfunnsstoff og politikk, og i mindre grad 'hendelsesnyheter' som krim og ulykker. Aviser som i større grad tar for seg slike nyheter anså jeg som mindre interessante, da jeg antok at en stor del av nyhetsdekningen deres ville være relativt lik andre lignende nyhetsmedier uansett, og en lavere andel av nyhetssakene ville være interessante å undersøke med sikte på å finne ut av om kilder med egne agendaer var initiativtakere for nyhetssakene. For det andre ville nyhetsmengden i én uke av Dagsavisen være en passe mengde å undersøke i forhold til oppgavens størrelse, da jeg var av den oppfatning at Dagsavisen gjerne har noe færre, men lengre, nyhetssaker enn aviser som VG og Dagbladet. Videre er Dagsavisen den avisen som er mottaker av den største direkte pressestøtten i Norge<sup>3</sup>, nettopp fordi avisen blir ansett som en viktig bidragsyter til den norske offentligheten. Dette gjorde det ekstra fristende å undersøke hvordan det står til med den journalistiske praksisen i avisen som av dette målet alene virker å være redaksjonen fra norske myndigheter sitt synspunkt som i størst grad gjør seg fortjent til offentlig støtte til sin journalistiske

---

3 [http://www.medietilsynet.no/Documents/Stotteordninger/Produksjonstilskudd/Produksjonstilskuddprosent202011\\_10.pdf](http://www.medietilsynet.no/Documents/Stotteordninger/Produksjonstilskudd/Produksjonstilskuddprosent202011_10.pdf)

virksomhet.

Jeg formulerte tre forskningsspørsmål som jeg mente fanget opp essensen i det jeg ville undersøke:

1) I hvor stor grad er Dagsavisen sitt nyhetsstoff bygget på 'gjenbruk, lån og ran' fra andre nyhetsmedier? 2) I sakene som er unike for Dagsavisen, hva er andelen saker som er tatt initiativ til av redaksjonen, og hvor stor andel er tatt initiativ til av kildene? 3) I hvilken grad kan man finne spor av *informasjonssubsidier* (Gandy 1982) i Dagsavisen sine nyhetssaker?

## 1.1 Struktur på oppgaven

Kapittel 2 tar for seg tidligere forskning rundt gjenbruk av nyhetsstoff mellom redaksjoner, pr-fremstøt og bruk av informasjonssubsidier fra kilder. Her er spesielt forskningsrapportene *Hvor kommer nyhederne fra?* (Lund. et. Al 2009) og *Nyhendeveket-prosjektet* (NOU 2010: 14, vedlegg 1) sentrale, da de tar for seg gjenbrukspraksis i henholdsvis Danmark og Norge. Videre blir det brukt en del plass på å diskutere funnene til Zvi Reich sin undersøkelse av journalist- og kildeinitiativ i israelsk presse (*Sourcing the News*, 2009), da undersøkelsen er et sjeldent eksempel på nyere forskning som eksplisitt tar for seg problemstillinger rundt initiativ i nyhetssaker.

Kapittel 3 tar for seg det teoretiske rammeverket jeg har valgt for undersøkelsen min. Her er *agendasettingsteori* det overgripende perspektivet jeg vil anvende, og jeg vil i dette kapitlet legge frem en kort historisk oversikt over fremveksten av teorien, og så diskutere det jeg anser som sentrale begreper innen det teoretiske rammeverket. Videre vil jeg diskutere begrepet *informasjonssubsidier*, dets rolle i forhold til agendasetting, og hvordan jeg vil bruke begrepet i min egen undersøkelse.

I kapittel 4 presenterer jeg metodiske overveiinger, og begrunner det metodiske valgene jeg har gjort, samt at jeg gjør vurderinger av begreper som *reliabilitet* og *validitet* slik de gjør seg gjeldene i forhold til min egen undersøkelse.

I kapittel 5 presenterer jeg funnene mine som besvarer forskningsspørsmål 1, og diskuterer betydningen av dem. Jeg vil der gjøre rede for de ulike kategoriene jeg har valgt å benytte på

nyhetssakene jeg har undersøkt, og se på dem i lys av begreper hentet fra agendasettingsteori, i tillegg til å trekke inn perspektiver fra kildebruk og -kritikk fra Fossum og Meyer sin bok *Er det nå så sikkert? Journalistikk og kildekritikk* (2010).

Kapittel 6 tar for seg forskningsspørsmål 2 og 3, og presenterer funn fra undersøkelsen min som kan belyse dem. Her er det journalist- og kildeinitiativ som er hovedtema, i tillegg til bruk av informasjonssubsidier og andre kildestrategier ovenfor Dagsavisen sin redaksjon. Disse funnene vil også diskuteres i lys av begreper fra agendasettingsteori, og kildekritikk fra Fossum og Meyer sin bok (ibid).

Kapittel 7 oppsummerer funnene som blir presentert i kapittel 5 og 6, og diskuterer hva vi kan slutte av disse funnene. Hva sier dem om den journalistiske praksisen hos Dagsavisen, og hvordan står den i forhold til uttalte mål om journalistisk praksis fra offentlig hold og journalistikkens egne rekker, og til de krav man setter til media for å bidra til et velfungerende demokrati?

## 2 Tidligere forskning

En vanlig oppfatning hos vestlige journalister er at pressens mål er å peke på kritikkverdige forhold i samfunnet og opplyse publikum om viktige samfunnsforhold, noe som skal legge til rette for et veloplyst borgerskap (Hallin og Mancini 2004 [2008]: 271), som igjen skal muliggjøre et konstruktivt politisk engasjement hos publikum og veloverveide avgjørelser ved valgurnene. Dette synet på pressens oppgave blir reflektert i Stoltenberg-regjeringens 'Soria Moria'-erklæring fra 2005: «Pressefrihet og godt fungerende medier er en forutsetning for ytringsfrihet, rettssikkerhet og et levende demokrati» (Soria Moria-erklæring 2005: 62)<sup>4</sup>.

Både norske og utenlandske medieforskere har derfor sett på *hvordan* og *hvorfra* journalister får informasjonen sin fra som et viktig forskningsområde. Hvor mye er det som står i avisene et resultat av journalistenes eget arbeid i motsetning til gjenbruk av andres nyhetsinnhold, og hvem av journalister og kilder tar oftest initiativ til at nyhets saker blir til? I hvilken grad har aktører utenfor redaksjonene mulighet til å påvirke nyhetsmedienes innhold gjennom bruk av informasjonssubsidier? Jeg vil i dette kapitlet gjøre greie for forskningslitteratur som har tatt opp disse problemstillingene, og de ulike perspektivene de har inntatt for å belyse dem. Målet med kapitlet er å skissere opp et forskningshistorisk bakteppe for min egen diskusjon av problemstillingene.

Tematikken rundt journalisters arbeidsrutiner når det gjelder å innhente nyhetsstoff og kontakt med kilder er et stort forskningsfelt, og det finnes et bredt forskningsmateriale som tar opp disse temaene. Det overordnede målet med undersøkelsen er å finne et nettomål på andelen av saker der Dagsavisen selv har satt agendaen i nyhetssakene, men fremgangsmetoden for å finne dette nettomålet kan brytes ned i to ulike underproblemstillinger, henholdsvis gjenbruk av nyhetsinnhold og dekning av felles nyhetsstoff, i tillegg til evnen til nyhetskilder til å få gjennomslag med sine saker i Dagsavisen. Jeg vil her presentere tidligere forskning som tar for seg hver av de to respektive problemstillingene, og noen som berører begge. Målet er ikke å gi en komplett oversikt over forskningen på området, men å gi eksempler på relevant forskning som har inntatt ulike

---

4

perspektiver, metodisk og tematisk, på problemstillingene.

## 2.1 Nyheter som produkt – journalistisk egenproduksjon, eller kannibalisme?

I de siste årene har det blitt gjennomført flere analyser av hvordan ulike nyhetsmedier deler, låner og stjeler nyheter fra hverandre, og hvem som står for tilførselen av hovedparten av originalproduksjonen til det samlede nyhetsbildet. I Skandinavia har de danske *Nyhedsuge-prosjektene* fra 1999 og 2008 (Lund et. al 2009) vært inspirasjonskilde og utgangspunkt for det norske forskningsprosjektet fra Høgskulen i Volda, *Ei nyhetsveke i Noreg*, et forskningsprosjekt som fortsatt pågår (NOU 2010: 14: 129<sup>5</sup>). Videre har Cardiff University gjennomført en lignende undersøkelse av ett sett av britiske 'kvalitetsaviser', en tabloidavis og tre kringkastingsmedier i undersøkelsen *Quality and Independence of British Journalism* (Lewis et. Al 2006). Felles for dem er at de i hovedsak har tatt utgangspunkt i de ferdige *nyhetsproduktene*, nyhetsartiklene og nyhetssakene slik de fremstår på trykk eller sending, og så foretatt en kryssjekking av nyhetssakene opp mot resten av nyhetsuniverset i den aktuelle tidsperioden de ble publisert eller kringkastet for å spore utbredelsen av gjenbruk av andre medier sin nyhetsproduksjon. Jeg vil her gi en kort presentasjon av problemstillingene de tok utgangspunkt i, og funnene deres.

### 2.1.1 Hvor kommer nyhetene fra?

Det danske 'nyhetsuke'-prosjektet har blitt gjennomført to ganger, i 1999 og i 2008. Begge gangene ble den totale nyhetsproduksjonen i én uke, i begge tilfeller uke 46, i Danmark samlet inn og kryssjekket for å finne ut av hvilke medier som står for største delen av den journalistiske egenproduksjonen, og for å anslå mengden av gjenbruk og lån av nyheter på tvers av nyhetsmedier, og hvordan nyhetssaker 'flyter' mellom ulike nyhetsmedier (Lund et. Al 2009: 7-9). Videre har forskerteamet valgt ut en håndfull med nyhetstemaer som dominerte i nyhetsuken og analysert dekningen av disse, med fokus på hvordan sitater og redaksjonelt innhold har beveget seg mellom ulike redaksjoner. Disse temaene ble også evaluert med utgangspunkt i ulike teoretiske perspektiver som oppfyllelse av nyhetskriterier og hvordan ulike fortolkningsrammer blir gjort dominerende gjennom pressedekningen av sakene. I tillegg ble nyhetsdekningen gjennom nyhetsuken sammenlignet med resultatene fra en publikumsundersøkelse foretatt på 1010 respondenter, der

---

5 <http://www.regjeringen.no/pages/14757510/PDFS/NOU201020100014000DDDPDFS.pdf> – sist besøkt 15. mars 2012

respondentene ble spurt om hvilke saker de anså som de viktigste fra nyhetsuken (ibid: 7).

Funnene fra innholdsanalysen deres viste at andelen nyheter som kunne klassifiseres som 'gjenbruk, lån eller ran' hadde økt fra 42 prosent i 1999 til 64 prosent i 2008 (ibid: 9). Dagsavisene stod for 71 prosent av den originale nyhetsproduksjonen (ibid), og dermed for hovedparten av tilførselen av «nye» nyheter i hva undersøkelsen kaller 'den journalistiske næringskjeden'. Det totale antallet nyhetssaker hadde økt fra 32.000 i 1999 til 75.000 i 2008 (ibid). Den store økningen i det totale antallet nyhetssaker forklares hovedsaklig på grunn av framveksten av nettmedier i perioden fra 1999 til 2008 (ibid), men det blir også pekt på at tv-baserte nyhetsredaksjoner har hatt en betydelig økning av nyhetsproduksjon i denne perioden, i tillegg til at nyhetsbyråene også har økt sin totale nyhetsproduksjon i denne perioden (ibid: 10).

Selv om økningen i nyhetsproduksjon i denne perioden har vært voldsom har man ikke kunne se den samme økningen i antallet journalister i Danmark i samme periode. Ifølge tall fra *Hvor kommer nyhederne fra* har antallet journalister registrert i det danske journalistlaget som jobber i nyhetsmedier økt med omlag 8 prosent i denne perioden, mens nyhetsproduksjonen har mer enn fordoblet seg (ibid: 165). Dette er i følge forfatterne bekymringsverdig, da det følger at det sannsynligvis blir brukt langt mindre tid på faktasjekking og research på hver enkelt nyhetssak (ibid: 167). Ser man derimot på økningen i informasjonsarbeidere som er medlemmer i det danske journalistlaget er økningen her på 130 prosent i samme periode, et tall som ligger tett opptil økningen i nyhetsproduksjonen (ibid).

Selv om sammenfallet i økningen av informasjonsmedarbeidere og nyhetssaker virker besnærende, finnes nok mye av forklaringen i den totale økningen av nyhetssaker i andre samtidige utviklinger. Som allerede nevnt står nettnyhetene for en stor del av økningen i det i totale antallet nyhetssaker, og i de største avishusenes nettutgaver i Danmark består mellom 30 og 55 prosent av nettsakene av nyhetstelegramsaker (ibid: 155), mange av de andre er basert på lån fra danske og utenlandske medier (ibid: 149). Mye av den store økningen i nyhetsproduksjon kan med andre ord virke å stamme fra økende lån og gjenbruk fra andre nyhetsmedier, og en utbredt bruk av nyhetbyråstoff, spesielt hos nettmediene, i tillegg til synergieffekter mellom nett- og papirredaksjoner innad i avishusene. Hvor mye av dette stoffet som opprinnelige stammer fra informasjonsmedarbeidere forblir på en annen side ubesvart i *Hvor kommer nyhederne fra*.

### 2.1.2 'Ei nyhendeveke i Noreg'

En undersøkelse tuftet på samme lest som *Hvor kommer nyhederne fra* er under arbeid i Norge, utført av Avdeling for Mediefag ved Høgskulen i Volda. Prosjektet kalles *Ei nyhetsveke i Noreg*, og har også som mål å kartlegge nyhetsflyt mellom ulike nyhetsmedier og plattformer, med det mål å undersøke hvilke medier som er 'agenda-settende' i Norge (NOU 2010: 14: 129). I likhet med *Hvor kommer nyhederne fra* ble datagrunnlaget samlet inn i uke 46, og nyhetssakene ble samlet inn fra «... alle de viktigste nyhetsmediene i Norge» (ibid). Prosjektet operer med tre ulike analysenivåer. På det første nivået ønsker prosjektet å kartlegge kontakten mellom kilder og nyhetsredaksjoner for å avdekke «... I hvilken grad og i hvilken type saker bygger nyhetene på initiativ fra kilder, og i hvilken grad og i hvilken type saker er nyhetene redaksjonsinitierte?» (ibid). I nivå 2 ønsker de å undersøke hvordan nyhetsmedier låner nyhetstoff fra hverandre, utbredelsen av fellesstoff og hvem som står for originalproduksjonen. I nivå 3 undersøkes det hvordan stoff flyter mellom ulike plattformer internt i mediehus (ibid). Med inkluderingen av nivå 1 utvider det norske Nyhetsveke-prosjektet perspektivet på 'den journalistiske næringskjeden' til å inkludere en undersøkelse av opphavet til originalproduserte nyhetssaker, et perspektiv som minner om mitt eget i denne oppgaven. I skrivende stund foreligger det ikke resultater fra dette analysenivået, så hva slags funn de har gjort, eller metodikken de har brukt for å svare på dette forskningsspørsmålet er det vanskelig å kommentere på.

De midlertidige funnene til Nyhetsveke-prosjektet reflekterer til en viss grad funnene gjort i *Hvor kommer nyhederne fra*. De norske dagsavisene ser ut til, i likhet med de danske, å være de nyhetsmediene som i størst grad produserer flest originalhistorier (ibid: 131), og da spesielt riksavisene (ibid: 132). Slik kan de sies å være de nyhetsmediene i Norge som i størst grad er agenda- eller dagsordenssettende, da de fleste originale nyhetssakene har utspring fra denne typen nyhetsmedier. Andelen av nyheter som kan klassifiseres som gjenbruk, lån eller ran ser også i Norge ut til å ligge på rundt 2/3 av den totale nyhetsmengden, og nyhetsbyråene er også i Norge instrumentelle i å spre fellesstoff mellom nyhetsredaksjoner (ibid: 131). Videre finner de at de fleste nyhetsbyråsakene ender opp som notiser eller kortere nyhetsartikler (ibid: 132). I motsetning til *Hvor kommer nyhederne fra* fant nyhetsveke-prosjektet ikke grunnlag for at 'ran', lån av nyhetsstoff uten tydelig kreditering, er en utbredt praksis i norske aviser (ibid: 133-134).

Nyhetsveke-prosjektet omtaler resultatene fra de såkalte 'meningsbærende' avisene, deriblant Dagsavisen, og sammenlikner dem med resultater fra lokal- regional- og riksaviser. Blant disse avisene ligger andelen av egenproduserte nyhetssaker på mellom 45 og 70 prosent, hvor Dagsavisen

har en andel på 45 prosent egenproduserte nyhets saker (ibid: 132). Til tross for at Dagsavisen bare utgis i Oslo-området og derfor ikke kan sies å være en riksavis, tyder innholdsanalysen på at andelen egenproduserte saker i Dagsavisen ligger tett opptil tallet funnet for riksaviser (30-50 prosent), og har den høyeste andelen av nyhets saker som blir sitert av andre nyhetsmedier blant de meningsbærende avisene (ibid). Selv om andelen av egenproduserte saker i Dagsavisen er noe lavere enn for de andre omtalte meningsbærende avisene (Klassekampen, Nationen og Vårt Land), kan den høyere andelen av omtale Dagsavisen-sakene får ved første øyekast kompensere for Dagsavisens evne til å være dagsordenssettende.

### **2.1.3 'The Quality and Independence of British Journalism'**

*Quality and Independence of British Journalism* (Lewis et. Al: 2008) ble utført på bakgrunn av et bokprosjekt av journalisten Nick Davies. I *Flat Earth News* (2009) skriver han om erfaringene sine som journalist i britisk presse, og avdekker det han mener er bekymringsverdige tendenser i britisk journalistikk. Hovedtesen i boken er at informasjon som blir spredt i pressen sjelden blir faktasjekket og utfordret av journalister, og at usannheter, de titulære 'Flat Earth News', derfor raskt sprer seg blant nyhetsmediene og som en konsekvens etablerer seg som 'sannheter' i kraft av hyppige gjentakelser. Han kaller fenomenet 'churnalism', en praksis der journalister ukritisk 'kverner' ut nyhetsstoff basert på ferdig materiale hentet fra andre nyhetsmedier, nyhetsbyråmeldinger og pr-stoff fordi journalistene ikke blir gitt ressurser til å utføre tilstrekkelig med selvstendig research og faktasjekking (ibid: 59, 69-70).

Årsaken til denne praksisen mener Davies å finne i de senere tiårs utvikling i britisk presse, der aviser har gått fra å ofte være drevet av ideologisk motiverte pressebaroner til å bli drevet etter rene kommersielle motiver, der journalistiske ressurser har blitt kuttet ned for å øke profittmarginer (ibid: 14-16). Lignende resonnementer kan man finne blant annet hos McChesney, som mener amerikansk presse har gjennomgått en tilsvarende utvikling, der pressen har beveget seg fra å være ideologisk motivert til å bli dreid i en mer kommersiell retning, med et fall i den journalistiske kvaliteten som resultat (2004: 57-84). Petley (i Franklin og Carlson [red.] 2011) mener på sin side at Davies underspiller visse tendenser som hun mener er med på å forklare mange av endringene britiske presse har vært i gjennom de siste tiårene. Hun nevner spesielt rollen annonsører kan ha i å skape incentiver for en næringslivsvennlig redaksjonell linje til fordel for granskende journalistikk (ibid: 82), og det hun mener er medieeieres evne til fortsatt å forme redaksjonelt innhold ved å skape et redaksjonelt klima som produserer visse ideologiske tendenser i nyhetsstoffet (ibid: 83-89).



Forskningsprosjektet *Quality and Independence of British Journalism* ble gjennomført for å empirisk undersøke de antatte tendensene om at britisk journalistikk i stor grad bygger på ompakket nyhetsstoff i motsetning til nyheter som er produsert og researchet av journalistene selv (Lewis et. Al 2008: 3). Det tematiske utgangspunktet er med andre ord relativt likt det man finner i *Hvor kommer nyhederne fra* og i det norske nyhetsveke-prosjektet, da målet er å angi hvor avhengig den journalistiske produksjonen synes å være gjenbruk av eksternt produsert stoff. Undersøkelsen kan allikevel sies å ha et mer eksplisitt kritisk utgangspunkt, da forskningsprosjektet ble satt i gang som ledd i et større bokprosjekt der målet var å 'avdekke' manglende oppfyllelse av tradisjonelle journalistiske verdier som selvstendig research og faktasjekking. I tillegg ønsket prosjektet å avdekke i hvilken grad pr-stoff dannet grunnlaget for nyhetsstoff (ibid).

Funnene i undersøkelsen viser at 30 prosent av de undersøkte nyhetssakene var rene kopier av nyhetssaker fra nyhetsbyråer eller andre nyhetsmedier, 19 prosent av nyhetssakene var hovedsaklig basert på tidligere publisert materiale, 25 prosent hadde ikke spor av stoff fra hverken nyhetsbyråer eller andre nyhetsmedier og de resterende nyhetssakene inkluderte en miks av gjenbruk og journalistisk arbeid (ibid: 15). Det ble videre funnet at krediteringen av originalkildene til nyhetsstoffet var svært mangelfull (ibid). Det var med andre ord mange tilfeller av det som i *Hvor kommer nyhederne fra* og i nyhetsveke-prosjektet ville blitt klassifisert som 'ran'. Det ble videre funnet at nyhetsbyråene utgjorde den viktigste kilden for gjenbrukt nyhetsstoff, hvor 64 prosent av nyhetssakene inneholdt stoff fra nyhetsbyråer, og 11 prosent av sakene inneholdt stoff fra et annet nyhetsmedium (ibid: 16). I følge undersøkelsen virker nyhetsbyråene i likhet med i Norge og Danmark med andre ord å utgjøre en viktig nyhetsskilde for de analyserte britiske avisene.

Når det gjaldt å finne spor av pr-materiale i nyhetsstoffet til de analyserte avisene, ble det funnet at 19 prosent av nyhetssakene enten bygget alene eller hovedsaklig på pr-stoff, men det i 46 prosent av nyhetssakene ikke ble funnet spor av pr-materiale (ibid: 17). Videre ble det funnet at kortere nyhetssaker hadde større sannsynlighet for å være basert på pr-stoff, og blant notisene ble det funnet at hovedparten av dem var basert på pr-stoff (ibid: 18), selv om det også ble funnet at mange av de lengre nyhetssakene også bygget i større eller mindre grad på pr-stoff (ibid: 17).

Mer interessant enn selve prosenttallene var at pr-stoffet virket å spille en *agenda-settende* funksjon. Dette ved at pr-stoffet ofte utgjorde det tematiske utgangspunktet for nyhetssaker, hvor så sekundære kilder ble konsultert eller henvist til for å gi kontekst til temaene som pr-stoffet ga anslag til (ibid: 19). Alt i alt ble det funnet at pr hadde en agenda-settende funksjon, eller utgjorde

mesteparten av grunnlaget til nyhetssakene, i 41 prosent av de analyserte avissakene (ibid: 20). Mer generelt ble det funnet at utsagn eller påstander fra nyhetssakenes *primærkilder*, kildene som dannet utgangspunkt for sakens tema, sjeldent ble utfordret, og faktautsagn ble ikke forsøkt verifisert i 70 prosent av tilfellene (ibid: 26-27). Primærkildene kunne dermed sies å ha muligheter til å utøve en viss kontroll over vinkling og tematikk i nyhetssakene, da utsagnene deres sjeldent ble utfordret av avisenes redaksjoner.

#### 2.1.4 Erfaringer fra de tre undersøkelsene

Disse tre forskningsprosjektene har alle tatt utgangspunkt i forskjellige avisuniverser, med hvert sitt sett av unike omstendigheter. Man skal derfor være forsiktig med å hevde at de forteller *én* historie, eller at funnene kan sies å slå fast en eller flere hovedtendenser i vestlig journalistikk. En del av funnene er allikevel såpass sammenfallene at man kan ane noen felles tendenser, selv om de kan ha årsaker som er unike for de ulike avismarkedene. *Hvor kommer nyhederne fra* og Nyhetsvekeprosjektet fant begge at det er dagsavisene som er hovedprodusenten for originale nyhetshistorier, og som i størst grad setter nyhetsagendaen for de andre nyhetsmediene, og i alle de tre undersøkelsene ble det vist at nyhetsbyråene spiller en sentral rolle i å bringe nyhetssaker fra én redaksjon til andre, og at utbredelsen av gjenbruk av nyhetsstoff er høy, selv i såkalte 'kvalitetsaviser'. Forskning fra USA har kommet til lignende resultater, og vist at de landsdekkende 'kvalitetsavisene' og nyhetsbyrået AP i stor grad setter nyhetsagendaen for andre nyhetsmedier (McCombs 2004: 113-114, 116).

I *Hvor kommer nyhederne fra* blir det vist til historiske utviklinger i journalistiske ressurser ut i fra ansettelsestall som en mulig forklaring på en observert nedgang i andelen originale nyhetssaker, gjennom en økning i arbeidsmengde per journalist. Gjennom intervjuer med journalister i *Quality and Independence in British Journalism* blir også denne utviklingen dratt fram som en forklaring på mangelfull research og faktasjekking blant journalister. Funnene fra det norske nyhetsvekeprosjektet er mer tentative og innehar ikke et historisk perspektiv som en medvirkende forklaring på funnene som er blitt gjort. Men ser man på tallene innhentet i Norsk Journalistlag og Norsk Redaktørforening sin *Kvalitetsundersøkelse* fra 2010 kommer det fram at flere norske journalister følte arbeidsmengden økte heller enn at den ble mindre, sammenlignet med året før<sup>6</sup>. En gjennomgående tendens i både England, Norge og Danmark er med andre ord at antallet nyhetssaker en enkelt journalist er forventet å utføre ser ut til å være økende. Samtidig ser man en synkende andel av originalproduksjon i Danmark, og en oppfatning blant britiske journalister om at

6 Ark 6 fra <http://www.nj.no/?module=Files;action=File.getFile;ID=8334> – sist besøkt 31. mars 2012

den økte arbeidsmengden går på akkord med profesjonelle standarder (Lewis et. Al 2008: 45-52).

## 2.2 Nyhetsredaksjoner og kilder

Forskningsprosjektene jeg hittil har referert til har tatt utgangspunkt i nyhetsmediene sitt innhold, og så jobbet derifra for å forsøke å belyse journalistisk arbeidspraksis, og til en viss grad nyhetskildene sine muligheter til å fungere som *agenda-settende* aktører. Hovedfokuset deres har allikevel vært det *journalistiske produktet*, nyhetssakene, og hvordan det samlede nyhetsinnholdet er komponert av nyhetssaker bygget på varierende grader av egen research og journalistisk eget arbeid. De kan alle sies å være 'medie-sentriske' ved at de fokuserer på utfallet av journalistisk aktivitet slik det manifesterer seg i medieinnholdet (Schudson 2003: 135).

Jeg vil her presentere funn fra forskning som tar for seg prosessen som leder opp til de journalistiske produktene; kontakten mellom journalister og kilder. Denne forskningen kan sies å plassere seg i en mer 'kilde-sentrert' tradisjon i journalistikkforskningen, der fokuset er flyttet over på hvilken innvirkning nyhetskildene har på nyhetsinnholdet (McNair 1998: 143). I bunnen for slike studier ligger en antakelse om at media ikke 'speiler' resten av samfunnet, men at medieinnhold er et resultat av et samspill mellom strukturer og normer på den ene siden, og aktivt handlende aktører på den andre (Tuchman 1978: 182-184), og dette samspillet blir derfor interessant hvis man ønsker å forstå medietekster. I tråd med oppgavens tema vil jeg ta for meg forskning som har undersøkt kildeinitiativ versus journalistinitiativ og bruk av informasjonssubsidier.

### 2.2.1 Kildeinitiativ versus journalistinitiativ

Zvi Reich sin undersøkelse av kildebruk i Israelsk presse er en av de få nyere undersøkelsene som har sett konkret på samspillet mellom kilder og journalister når det kommer til hvem som oftest tar initiativ til nyhetssaker. I følge Reich (2009: 45) er hvem av journalist og kilde som tar initiativ til en nyhetssak interessant hvis man har som utgangspunkt at journalister vil sette søkelys på saker som publikum har interesse av, mens kilder gjerne har egne interesser i bakhodet når de går til pressen. Videre har parten som tar initiativ mulighet til å bestemme hvilken tidspunkt saken blir kjent på, hvem han eller hun velger å ta kontakt med, i tillegg til også å potensielt ha mulighet til å påvirke vinklingen til en nyhetssak (ibid). I følge Reich kan det med andre ord ligge et maktaspekt ved spørsmålet om initiativ, da initiativtakeren har mulighet til å utøve påvirkning ved flere aspekter av den endelige nyhetssaken.

Reich karakteriserer kontakten mellom kilder og journalister som en 'to-fase'-prosess, etter en modell utviklet av McManus (ibid: 35). Det første steget er 'News discovery', situasjonen der en journalist først blir oppmerksom på informasjon som kan lede til en nyhetssak (ibid: 36). Det andre steget er 'News gathering', en prosess som gjerne består av flere steg, der journalisten på bakgrunn av informasjonen som er mottatt i det første steget samler inn eller mottar ytterligere informasjon (ibid: 37-39). Reich (ibid: 41) fant i løpet av undersøkelsen at i halvparten av nyhetssakene kunne han finne en kompresjon av disse to stegene til étt steg; tilfeller der journalisten både ble oppmerksom på og fikk videre informasjon om nyhetssaken i ett og samme kontaktstillelse. I tilfellene der det var journalisten som tok initiativ var det gjerne snakk om at journalisten ønsket umiddelbart mer informasjon etter å ha blitt gjort oppmerksom på en potensiell nyhetssak (ibid: 42). I tilfellene der initiativet kom fra en kilde kunne kilden henvise til ytterligere informasjon samtidig som kilden gjorde journalisten oppmerksom på den potensielle nyhetssaken. Kildene som var involvert i en slik type kontakt var ofte pr- eller informasjonsmedarbeidere, noe som får Reich til å karakterisere slike komprimerte kontaktsteg med initiativ fra kilder som eksempler på *informasjonssubsidier* (ibid), forsøk fra kilden sin side på å få journalisten til å bruke en viss informasjon i nyhetssaken ved å servere denne informasjonen direkte til journalisten.

For å finne antallet journalist- og kildeinitiativ i løpet av journalistenes kildekontakt baserte Reich (ibid: 50) seg på hva slags kommunikasjonskanaler som ble brukt av journalistene i kontakten med kilder. Utgående telefonsamtaler eller e-poster fra redaksjonene ble kodet som journalistinitiativ, i tillegg til arkivsøk, oppsøkende intervjuer eller fysisk tilstedeværelse der en relevant hendelse skjedde eller hadde skjedd. Videre ble alle former for innkommende kommunikasjon til redaksjonen, stoff fra andre medier eller materiale overlevert av nyhetskilder kodet som kildeinitierte kontakter (ibid). Han fant at kildekontakten var initiert av kildene i 70 prosent av 'News discovery'-steget, og i 30 prosent av kildekontaktene i 'News gathering'-steget (ibid). Videre ble det funnet at i tilfeller der journalisten bare hadde innsamlet informasjon fra én kilde i 'News gathering'-steget var det oftere kilden (62 prosent av tilfellene) som hadde tatt initiativ enn journalisten (ibid: 68-69).

Reich (ibid) finner dette problematisk, og mener journalister kan fort ende opp med å fungere som rene 'budbringere' mellom kilder og publikum. Det at journalister ofte baserer seg på kildeinitiativ i det første kontaktsteget mener Reich (ibid: 54, 58) videre kan forklare at mange journalister later til å skrive om de samme sakene samtidig, siden den enkelte journalist sjeldent 'velger' nyhetstemaene de skriver om. Reich (ibid: 190-191) mener funnene han gjorde burde til en viss grad være

representative for vestlig presse, da journalisters arbeidsmetoder og rammevilkår gjerne har mange grunnleggende likheter på tvers av landegrensler.

Skjevfordelingen i journalist og kildeinitiativ fordelt på de to kontaktstegene forklarer Reich med tre faktorer. For det første virket intervjuede journalister å jobbe under en oppfatning av at jobben deres er å forsøksvis 'speile' en objektiv, ekstern nyhetsagenda, og rapportere på handlinger eller uttalelser fra nyhetskilder. På denne måten kan ikke journalistene anklages for å 'konstruere' en egen nyhetsagenda, og på den måten miste profesjonell kredibilitet (ibid : 52). For å forklare overvekten av journalistinitiativ i 'News gathering'-steget peker han (ibid: 53) på at journalister ikke vil bli sett på som ukritiske kanaler for pressemeldinger og andre kildeinitiativ, og at de derfor ofte følger opp kildeinitiativ med kontakt av andre kilder, gjerne for å kaste et mer kritisk lys på informasjonen de har mottatt av kildene som først opprettet kontakt. Videre fortalte journalistene at det er lettere å få kilder 'til å snakke' når journalisten allerede sitter på relevant informasjon fra det første nyhetssteget (ibid: 53-54).

Reich skriver at forholdet mellom kilder og journalister ofte blir kategorisert enten som et forhold der den ene parten dominerer eller der forholdet er preget av forhandling (ibid: 35). Funnene Reich gjorde peker på en annen type modell: der kildene gjerne dominerer i det første steget i kontakten, og der journalistene dominerer i den andre steget. Dette mener Reich (ibid: 58) er et uttrykk for at journalister setter egne profesjonelle interesser foran interessene til publikum, ved at de oppnår kontroll over det endelige publiserte materialet ved å ta kontroll i den siste fasen, men ofrer kontroll over hvilke temaer som blir tatt opp i nyhetsstoffet ved å la kildene ta initiativ i 'news discovery'-fasen, og kan dermed overse saker som potensielt kan være av stor interesse for publikum. I sin analyse av kontakten mellom journalister og større kildeorganisasjoner viste Ericson et. Al at kildeorganisasjonene taktisk holdt tilbake informasjon og hadde nøye kontroll av informasjonskanaler ut mot journalister som et middel for å kontrollere nyhetsdekningen av organisasjonene sine (1989: 383-385). Lignende taktiske overveielser fra kildenes side blir også beskrevet av Palmer (2000: 47-58). Slik tilbakeholdelse og kontroll av informasjon ut mot journalister støtter Reichs påstand om at det kan være uhensiktsmessig for journalistene å lene seg for mye på kildeinitiativ hvis de ønsker å unngå å bli talerør for kildene.

Oppsummert mener Reich at journalister som har en rutinepreget kontakt med kilder fører til en kunnskapsproduksjon der kunnskapen som blir generert er en form for sosialt fundert kunnskap, der det er vanskelig å si hva det er som objektivt sett er 'sant', men der det som kommer på trykk er en form for overenskomst i virkelighetsforståelsen til henholdsvis journalister og kilder. (2009: 188). Denne observasjonen finner man også hos Tuchman (1978: 85), der hun beskriver hvordan

journalistiske 'fakta' blir til gjennom å gi en sosialt konstruert virkelighet mening. En nyhetsaks 'sannferdighet' blir etablert gjennom et 'web of facticity', ved at journalistene refererer til ett sett med ulike påstander som tilsynelatende verifiserer hverandre som sanne, disse påstandene kan så bli brukt til å fortelle en historie som fremstår som sann (ibid: 86-87).

### 2.2.2 Informasjonssubsidier

Informasjonssubsidier blir av Gandy (1982: 61) definert som forsøk på å utøve innflytelse på aktørers handlinger ved å kontrollere tilgangen og bruken av informasjonsgrunnet aktører baserer handlingene sine på. De blir kalt *subsidier* fordi avsenderen av informasjonssubsidien gjør kostnaden på informasjonen lavere enn det den ville ha vært i fraværet av informasjonssubsidien, da det er avsenderen av informasjonssubsidien som tar kostnadene av tilretteleggingen av informasjonen (ibid). Ved å gjøre utvalgt informasjon tilgjengelig for journalister til en redusert pris øker sjansen for at journalisten vil bruke denne informasjonen, da det er mindre ressurskrevende for journalisten enn å hente inn informasjon selv (ibid:61-62).

Forskning rundt informasjonssubsidier har gjerne tatt for seg hvordan myndighetsinstitusjoner eller profesjonelle spesialistmiljøer bruker informasjonssubsidier som strategi for å oppnå ønskelig mediedekning. Tematikken til denne typen forskningsprosjekter faller noe på siden av denne oppgaven, da fokuset til disse prosjektene har vært hvordan enkelte kildeorganisasjoner har brukt informasjonssubsidier til å oppnå medieomtale rundt spesifikke saker.

Mer relevant i forhold til oppgavens tematikk er Sigurd Allern sin undersøkelse av 'profesjonelle kilders' evne til å skaffe seg medieomtale i norske nyhetsmedier i boken *Når kildene byr opp til dans* (1997), som bygger videre på funn gjort i *Kildenes makt. Ytringsfrihetens politiske økonomi* (1992). I *Når kildene byr opp til dans* kaster Allern et søkelys på den raskt voksende pr-bransjen og profesjonelle kildeorganisasjoner (1997: 98), og ser på samspillet mellom profesjonelle kilder og nyhetsmediene.

Allern sitt utgangspunkt er å skissere opp de avgjørende *forskjellene* mellom tradisjonell nyhetsjournalistikk og informasjon fra profesjonelle kilder. Mye av informasjonen som stammer fra profesjonelle kilder kan *minne* om nyhetsjournalistikk, da de bruker tradisjonelle nyhetsformater og -verdier for å få gjennomslag i nyhetsmediene (ibid: 10, Raaum i Eide [red.] 2001[2004]: 63). For å kunne skille nyhetsjournalistikk og pr-stoff tilbyr Allern denne definisjonen av nyhetsjournalistikk:

Nyhetsjournalistikk er innsamling og formidling av rapporter om faktiske hendelser og aktuelle begivenheter, samt

tolkninger av og meninger om dette, basert på adgang til ulike kilder og kildekritikk, formidlet i en form som er tilgjengelig for publikum på et gitt marked. (Allern 1997: 31)

Det avgjørende elementet i denne definisjonen som skiller nyhetsjournalistikken fra pr-materiale er leddet om '*adgang til ulike kilder og kildekritikk*' der «[...] journalisten prinsipielt skal stå fritt til å hente informasjonen hvor hun vil og ikke være bundet til å markedsføre eller skrive på oppdrag fra en spesiell kilde» (ibid). Dette kravet om at nyhetsjournalistikk skal være kildekritisk finner man igjen i Fossum og Meyer sin bok *Er det nå så sikkert? Journalistikk og kildekritikk*, der de skriver (1991[2010]: 101) at det bør forventes av journalister at de redegjør både for kildebruken sin og hvordan de vurderer troverdigheten til kildene. Pr handler på en annen side «[...] om å bearbeide relasjoner og om å påvirke oppfatninger som har betydning for adferd» (Allern 1997: 85), og er således basert på informasjon som setter kunde eller arbeidsgiver i et positivt lys (ibid: 138).

Informasjonssubsidier er i følge Allern et middel for å oppnå en slik påvirkning gjennom nyhetsmediene, og på den måten ikke seg den større legitimiteten nyhetsjournalistikken har i forhold annonser og annen betalt reklame hos publikum (ibid: 73-74, 104). Gjennom case-studier av ulike framstøt gjort av pr-byråer finner Allern at byråene ofte har en stor evne til å skaffe kundene mediedekning, også i tilfeller der mediene er klar over at saken de dekker er et pr-framstøt (ibid: 126). I analysen av pressemeldingsbyrået Newswire undersøker Allern hvor godt Newswire lykkes med å få media til å dekke saker som har utgangspunkt Newswires pressemeldingstjeneste. Slike pressemeldinger er tydelige eksempler på informasjonssubsidier, da de er tilrettelagt med tanke på å framstille saker på en måte som er gunstig for avsenderne, og de er laget 'ferdige til bruk' for journalister slik at kostnadene ved å bruke dem til å fylle spalteplass blir lav.

Allern tok utgangspunkt i 73 pressemeldinger som ble sendt ut i løpet av september 1996, og fant at de i snitt førte til 3.2 presseoppslag hver (ibid: 152-153). De fleste av dem (70 prosent) endte opp som notiser, 24 prosent endte opp som mellomstore artikler, og 6 prosent som større artikler (ibid: tabell 3.1, 154). Han undersøkte videre hvordan Newswire-meldingene ble brukt som nyhetskilder i nyhetssakene de resulterte i, og fant at hovedparten av dem ble gjengitt som enkel 'referatjournalistikk' uten journalistisk oppfølging fra redaksjonenes side, en del beholdt vinklingen til originalmeldingen og supplerte med oppfølgingssitater eller andre redaksjonelle tilskudd, mens et mindretall førte til en selvstendig journalistisk oppfølging (ibid: tabell 3.3, 160-161).

Tallene til Allern kan på en side tolkes som manglende kritisk oppfølging av pressemeldinger fra journalistenes side, men hvis man ser på tallene i lys av hvordan sakene fordelte seg på artikkelstørrelse er nok tallene i stor grad en refleksjon av at de fleste Newswire-meldingene endte

opp som notiser eller mindre nyhets saker, og at de derfor sjeldent ble prioritert høyt med tanke på spalteplass eller eksponering. Denne forklaringen gir mening sett i lys av resultatene fra *Quality and Independence in British Journalism*, der det ble funnet at en høyere andel av notiser baserte seg helt eller i hovedsak på pr-stoff enn større nyhetsartikler (Lewis et. Al 2008: tabell 2, 19).

## 2.3 Oppsummering

Tidligere forskning på avisers gjenbruk av nyhetsstoff, og bruk av kildeinitiativ og kildestyrt stoff strekker seg over flere ulike avismarkeder, og resultatene fra de ulike undersøkelsene kan ikke overføres 'en-til-en' fra ett avismarked til et annet. Der utvalg av datamaterialet er basert på enkelte nyhetsredaksjoner innen ett avismarked burde man på lignende vis være forsiktig med å generalisere funnene, da det kan være signifikante forskjeller mellom redaksjoner når det kommer til intern journalistisk kultur og produksjonsvilkår innad i et avismarked. Sett i 'fugleperspektiv' synes det allikevel å være en del sammenfallende tendenser. Dagsaviser synes å være de nyhetsmediene som produserer mest originaljournalistikk, og det er deres nyhets saker som i størst grad later til å bli videreformidlet av andre nyhetsmedier. Blant de meningsbærende avisene i Norge ser Dagsavisen spesielt ut til å ha en slik agenda-settende funksjon i forhold til andre nyhetsmedier. Fra studier gjort på Israelsk presse vet vi at journalistene av ulike grunner virket å la kildeinitiativ ofte styre hvilke saker som journalistene valgte å følge opp. Allerns undersøkelser av den norske pr-industrien og profesjonelle kildeorganisasjoner viser at slike kilder kan ha stor gjennomslagskraft i mediebilde, og ofte uten at informasjonssubsidiene fra disse kildene blir etterfulgt av selvstendige vinklinger fra journalistenes side.

Alt i alt kan funnene tyde på at nyhetsmedienes måte å jobbe med kilder på legger til rette for at kildeinformasjon ikke blir sjekket opp godt nok av journalister i tilfeller der de gjenbraker stoff fra andre medier eller nyhetsbyråer, og at kildeinitiativ i form av å ta kontakt med journalister eller å tilby dem informasjonssubsidier ofte fører til at journalistene følger opp kildeinitiativet og lar kildenes vinkling være førende i nyhetsstoffet det resulterer i. Dette er problemstillinger jeg vil ta opp i min egen undersøkelse, men til i motsetning til tidligere forskning vil jeg undersøke denne tematikken fra kildenes synspunkt, noe som forhåpentligvis kan bidra med et annerledes perspektiv enn forskning som har sett på kildekontakt fra journalistenes standpunkt.



# 3 Teoretisk perspektiv

I undersøkelsen min ønsket jeg å avdekke hvor mye av Dagsavisen sitt innenriksstoff som var basert på nyhetsstoff hentet fra andre nyhetsmedier og nyhetsbyråer, og hvor mange av sakene som var basert på initiativ og informasjonssubsidier fra kilder. Disse fenomenene har alle ett overordnet tema: i hvilken grad er det Dagsavisen sin egen redaksjon som styrer innholdet og vinklingen av nyhetsstoffet i Dagsavisen sin spalteplass? Med dette utgangspunktet gir det mening å snakke om kilder i en utvidet forstand, der journalisters kilder ikke utelukkende trenger å være personer eller dokumenter som befinner seg utenfor nyhetsredaksjonene, men der andre journalisters arbeid også kan ses på som kildemateriale (Phillips i Franklin og Carlson[red.] 2011). Sån sett kan problemstillingen hovedsaklig sies å handle om Dagsavisen sitt bruk av kilder, både i en tradisjonell og utvidet forstand.

I valg av teoretisk perspektiv var det nødvendig å finne et teoretisk rammeverk som fanget opp fenomenene som ble undersøkt, og som ga et fruktbart grunnlag for en diskusjon av funnene. Som Østbye et. al skriver: «Enhver problemstilling og ethvert saksforhold vi måtte ønske å undersøke, kan utdypes og perspektiviseres ved hjelp av teorier og teoretiske begrep – og gjennom eksisterende forskning» (2007: 288). Jeg har allerede gjort rede for det jeg mener er relevant eksisterende forskning som kan gi forståelsesrammer og kontekst for min egen undersøkelse, i dette kapitlet vil jeg gjøre rede for teoretiske perspektiver som vil kunne plassere funnene mine innenfor eksisterende forklaringstradisjoner, og tilby relevante begrepsapparater for å kunne videre drøfte funnene mine.

## 3.0.1 Agendasetting og informasjonssubsidier

I valg av teoretisk perspektiv har jeg valgt å bruke medieagendasetting og informasjonssubsidier, som begge kan sies å falle inn under agendasettingsteori. Medieagendasetting tar for seg prosessen rundt hvordan saker havner på nyhetsmedienes agenda, og et underbegrep av dette - intermedial agendasetting ('inter-media agenda setting') - tar for seg prosessen der mediers nyhetsdekning tilsynelatende konvergerer rundt enkelte nyhetssaker og vinklinger (Dearing og Rogers 1996: 24, 33-35). Dette virket som et relevant perspektiv å se på Dagsavisen sitt gjenbruk av andre medier sitt stoff gjennom. Når det gjelder begrepet 'informasjonssubsidier' vil jeg i dette kapitlet gjøre greie for begrepets teoretiske utgangspunkt, og hvordan det henger sammen med medieagendasetting.

## 3.1 mediene hadde makt allikevel

Jeg vil her gjøre rede for agendasettingsteori slik begrepet blir forstått i faglitteraturen. Jeg vil først gi en kort historisk gjennomgang av hvordan agendasetting som teori ble utviklet for å gi en forståelse av hvordan teorien vokste ut av tidligere perspektiver og forskning, og framlegge perspektivene teorien har på media sin rolle i forhold til publikum og offentligheten. Effektene agendasettingsteori tilskriver medieagendaen ovenfor publikum vil danne en teoretisk kontekst for betydningen av å undersøke prosessen der medieagendaen blir til.

### 3.1.1 Agendasettingsteoriens framvekst

Agendasettingsteori kan spores helt tilbake til Walter Lippmanns *Public Opinion* fra 1922, hvor Lippmann slår fast (Mccombs 2004[2006]: 21-22) at siden verden er enormt stor og kompleks kan mennesker umulig ha en komplett kjennskap og forståelse av verden rundt seg gjennom direkte erfaringer. Media fungerer som en bro mellom en ekstern verden og menneskene som lever i den, ved å gi mennesker et vindu ut mot verden. «The world outside» blir gjort til «Pictures inside our head» (Dearing og Rogers 1996: 11), bilder som av nødvendighet må være ufullstendige og unøyaktige, da mediene selv heller aldri kan vite om alt som skjer i verden, eller kjenne til alle aspekter av alle hendelser. Denne 'pseudo-virkeligheten' er den virkeligheten mennesker må forholde seg til og handle ut i fra, da det er den eneste vi kan kjenne til, i følge Lippmann (Mccombs 2004[2006]: 21-22). Et lignende syn ble fremsatt av Park (ibid:1), som beskrev mediene som kanaler som både signaliserte hendelser sin eksistens til publikum, og gjennom sitt begrensede, men nøye utvalgte stoff også indirekte kommuniserte til publikum *hvilke* saker som var verdt å vite om. Disse oppfatningene rundt medias egenskaper skulle utgjøre grunnfundamentet i det som senere vokste fram som agendasettingsteori.

Som et resultat av erfaringene med propagandaens tilsynelatende sterke effekt på publikum under første og andre verdenskrig førte verdenskrigene til en stor interesse blant politikere og forskere til å forstå medias *påvirkningsfunksjon* ovenfor publikum (Neuendorf 2002: 32). Harold Lasswell var etter første verdenskrig en av de fremste medieforskerne som vitenskapelig undersøkte medieinnhold for å kartlegge hvordan media påvirket publikums holdninger (ibid: 32-37), formulert gjennom den velkjente setningen «Who says what to whom via what channel with what effect?» (ibid: 34). Lasswell var av den oppfatning at medias hadde en overvåkningsfunksjon i samfunnet, og samordnet hvilke saker som ble ansett som viktige (Dearing og Rogers 1996: 11). Under

presidentkampanjen i 1940 undersøkte på sin side Lazarsfield medias antatte effekt på publikums holdninger og meninger (McCombs 2004[2006]: 3-4). Denne undersøkelsen, og andre som kom etter, fant at media spilte en viktig rolle i å gi publikum informasjon om begivenheter og hendelser, men i motsetning til det mange hadde ventet hadde media svært liten evne til å *endre* publikums meninger. «The law of minimal consequences» ble rådende utover 50-tallet (McCombs 2004[2006]: 4), formulert av Bernhard Cohen som at pressen «[...] may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about» (Dearing og Rogers 1996: 12, McCombs 2004[2006]: 71). Mange pressefolk og medieforskere hadde allikevel mistanke om at den tidligere forskningen rett og slett ikke hadde klart å fange opp avgjørende aspekter av medias påvirkningsevne (Dearing og Rogers 1996: 13, McCombs 2004[2006]: 4).

Det var på bakgrunn av dette ønsket om tenke annerledes om medias funksjon at McCombs og Shaw i 1968 ønsket å se på samspeillet mellom media, publikum og presidentkandidatenes kampanjefokus under presidentkampanjen i Chapell Hill i 1968. Hypotesen deres var at media avgjorde hvilke saker som ble vektlagt av kandidatene gjennom å påvirke hvilke saker som ble ansett som de viktigste hos publikum, og dermed velgerne (ibid). En spørreundersøkelse ble gjennomført av 100 personer som ikke hadde bestemt seg for hvem de skulle stemme på, disse respondentene ble bedt om å rangere hvilke politiske saker de anså som de viktigste. Det ble så gjennomført en innholdsanalyse av nyhetsmediene respondentene hadde angitt de brukte mest i ukene som hadde ledet opp til spørreundersøkelsen, hvor det ble undersøkt hvilke saker som ble dekket, og hvor mye dekning de fikk. Sakene ble så rangert etter hvor mye dekning i form av spalteplass de fikk (ibid).

McCombs og Shaw (ibid: 4-8) fant et nærmest identisk sammenfall mellom hvilke saker som fikk mest spalteplass i avisene, og hvilke saker som ble angitt av respondentene å være de viktigste, og selv etter å ha kontrollert for politiske sympatier hos respondentene og ulik nyhetsdekning i de ulike mediene var korrelasjonen svært høy. De formulerte på bakgrunn av dette det som skulle bli grunntesen bak agendasettingsteori: at media har en svært sterk effekt i å påvirke både hvilke saker som publikum anså som viktige, og også *hvor viktige* relativt til hverandre publikum anså dem for å være (ibid: 6). I motsetning til hva «The law of minimal consequences» dikterte, leste ikke publikum mediene selektivt ved å bare søke ut nyhetsemner som de allerede var opptatt av, men mediene i sin helhet virket å diktere hvilke saker publikum anså som de viktige, i tillegg til den relative graden av sakenes viktighet ('salience') (ibid). *Medieagendaen* påvirket *publikumsagendaen*.

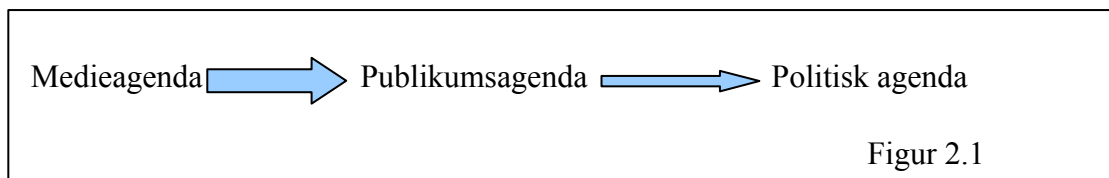
### 3.1.2 Agendasettingmodellen: Hva opptar mediene opptar publikum

Som vi har sett antydnet McCombs og Shaw at media kan ha en evne gjennom sin dekning av saker å ha en innvirkning på hvilke saker medienes publikum anser som viktige. Jeg vil her legge fram hvordan denne prosessen blir forklart, og faktorene som muliggjør, forsterker eller minker denne effekten. Kildegrunnlaget vil bestå i hovedsak av *Setting the Agenda* (2004) av Maxwell McCombs og *Agenda-Setting* (1996) av James W. Dearing og Everett M. Rogers.

Rogers og Dearing (1996: 1-2) beskriver agendasettingprosessen som en kontinuerlig kamp mellom ulike *saksfremmere* ('issue proponents') for å oppnå oppmerksomhet fra media, publikum og myndighetspersoner ('policy makers') til sakene de fremmer. En *agenda* blir forstått som ett sett med saker som kan ordnet hierarkisk etter oppfattet viktighet på ett tidspunkt (ibid: 2). Man kan snakke om *publikumsagenda* ('public agenda', saker sin viktighetsrangering angitt av publikumsundersøkelser), *medieagenda* (saker sin viktighetsrangering angitt av mengden av mediedekning), og *politisk agenda* (offentlig ressursbruk, lovgivning, valgkampfokus o.l.) (ibid: 84). En *sak* blir av Dearing og Rogers (ibid: 3) definert som et sosialt problem som har fått mediedekning, ofte er saken kjennetegnet av å være *konfliktfylt* med tanke på hvordan problemet blir forstått og i oppfattelser av mulige løsninger.

Generelt sett har en sak verdi fordi den kan bli brukt som politisk valuta , gjennom å bli gitt visse forståelsesrammer, og potensielle politiske løsninger hvis saken forstås som et sosialt problem (Rogers og Dearing 1996: 3). Fordi saker gjerne har en iboende politisk dimensjon, og medias evne til å gi saker oppmerksomhet er begrenset, kan kampen om medieomtale ses på som en *politisk prosess* (ibid). *Publikum* har også begrensede ressurser til å gi saker oppmerksomhet (Rogers og Dearing 1996: 66, McCombs 2004[2006]: 38). Når én sak får oppmerksomhet må dette derfor gå på bekostning av andre sakers oppmerksomhet, både hos media og hos publikum. Kampen om omtale kan derfor også ses på som et nullsumspill (Rogers og Dearing 1996: 66, McCombs 2004[2006]: 38).

Gjennom å undersøke mediedekning av saker og publikumsundersøkelser av den oppfattede viktigheten av disse sakene hos publikum før og etter mediedekningen, kan man finne korrelasjonsstyrken og tidsretningen i interaksjonen mellom disse variablene (Dearing og Rogers 1996: 68). Dette kan framstilles i en modell der tid og retning for korrelasjonen angis (figur 2.1).



Merk at kausalitetspilen mellom medieagendaen og publikumsagendaen er tykkere. Dette viser til at flere funn har funnet korrelasjon mellom medieagendaen og publikumsagendaen enn mellom publikumsagendaen og den politiske agendaen (Dearing og Rogers 1996: 68).

### 3.1.3 Faktorer som spiller inn på agendasettingsprosessen

Det har blitt vist at publikum som viser stort engasjement i å diskutere aktuelle saker viser spor av en raskere agendaoverføring fra media til publikum (McCombs 2004[2006]: 45). *Dekning over tid* er allikevel avgjørende for at den oppfattede viktigheten av en sak overføres fra medieagendaen til publikumsagendaen, og McCombs (ibid: 46-47) bruker en metafor der han sammenligner media som en pågående frivillig forelesningsrekke, der publikum dukker opp når de ønsker det, og over tid tar til seg deler av agendaen som presenteres.

Noen faktorer er på en annen side nødt til å være tilstede for at media kan ha en agendasettende effekt. For at publikum skal tillegge viktighet til sakene som blir dekket i media, trenger mediene å ha et minimum av troverdighet blant publikum. I følge McCombs (ibid: 36-37) er en fri og uavhengig presse generelt sett derfor et minstekrav for at mediene kan ha en agendasettende effekt på publikum. Videre er publikums meninger nødt til å ha politiske konsekvenser hvis mediene skal kunne ha en indirekte effekt på politiske avgjørelser gjennom å påvirke publikumsagendaen. Demokrati og en fri presse er derfor to grunnleggende kriterier for at media kan ha en agendasettende effekt på samfunnet (ibid).

Mer spesifikt fra sak til sak, må publikum føle et *behov for orientering* om en sak, for at de skal oppfatte den som viktig. Et behov for orientering melder seg i publikum hvis de oppfatter at en sak har relevans for dem eller samfunnet de er en del av, og de føler at de ikke allerede sitter på tilstrekkelig informasjon om saken (ibid: 53-57). Disse to faktorene mener McCombs (ibid: 58) kan være med på å forklare den svært høye graden av korrelasjon (+0.97) mellom publikumsagendaen og medieagendaen i Chapell Hill-studien, da publikumsagendaen ble målt av et utvalg respondenter som var stemmere registrerte, men som ikke hadde bestemt seg for hvem de ville stemme på. Med andre ord, ut i fra et *behov for orientering*-perspektiv kan disse respondentene ha følt at sakene media dekket var relevante for å skaffe seg informasjon om politiske emner, og at de enda ikke satt på nok informasjon om viktige politiske temaer siden de fortsatt var ubestemte velgere, og

derfor tok til seg medieagendaen.

### 3.1.4 Ikke bare *hvilke* saker vi tenker om, men *hvordan* vi tenker om dem?

Agendasettingsteori har etterhvert utviklet seg til å omfatte mer enn bare undersøkelser av hvordan mengden av dekning saker får i media påvirker hvilke saker publikum anser som viktige. Agendasetting-forskere tok etterhvert også for seg hvordan medias framstilling av *egenskapene* ('attributes') til sakene kunne ha en innvirkning på hvordan publikum oppfattet sakene. Media referer ikke bare til rene saksområder, men omtaler offentlige personer, politiske strategier og ulike aspekter og underproblemstillinger av saker som blir tatt opp i media (McCombs 2004[2006]: 69-70), sakstyper som gjerne blir satt inn i større kontekster og blir tillagt ulike kvaliteter. Der agendasetting i utgangspunktet bare fokuserte på det første steget i kommunikasjonsprosessen til en sak; dekning eller ikke dekning, gikk agendaforskningen videre ved å ta for seg *hvordan* disse sakene ble dekket, og hvordan måten de ble dekket på hadde en innvirkning på publikum (ibid: 70). Agendasettingsteori skulle med andre ord ikke bare undersøke *hvilke* ting vi ser i Lippmanns «Pictures in our head», men *hvordan* vi ser dem (ibid: 72). Ved å også se på hvordan egenskapene til saker ble framstilt i media, og effekten av dette på publikums oppfatning av sakene, introduserte agendasettingsteori ett nytt *nivå* av agendasetting, der undersøkelser av medias effekt gjennom å vektlegge visse egenskaper i saker blir beskrevet som '*andre nivå*'-agendasetting, mens det tradisjonelle agendasettingfokuset på effekten av mengden av mediedekning av saker på publikum blir beskrevet som '*første nivå*'-agendasetting (ibid:70-71).

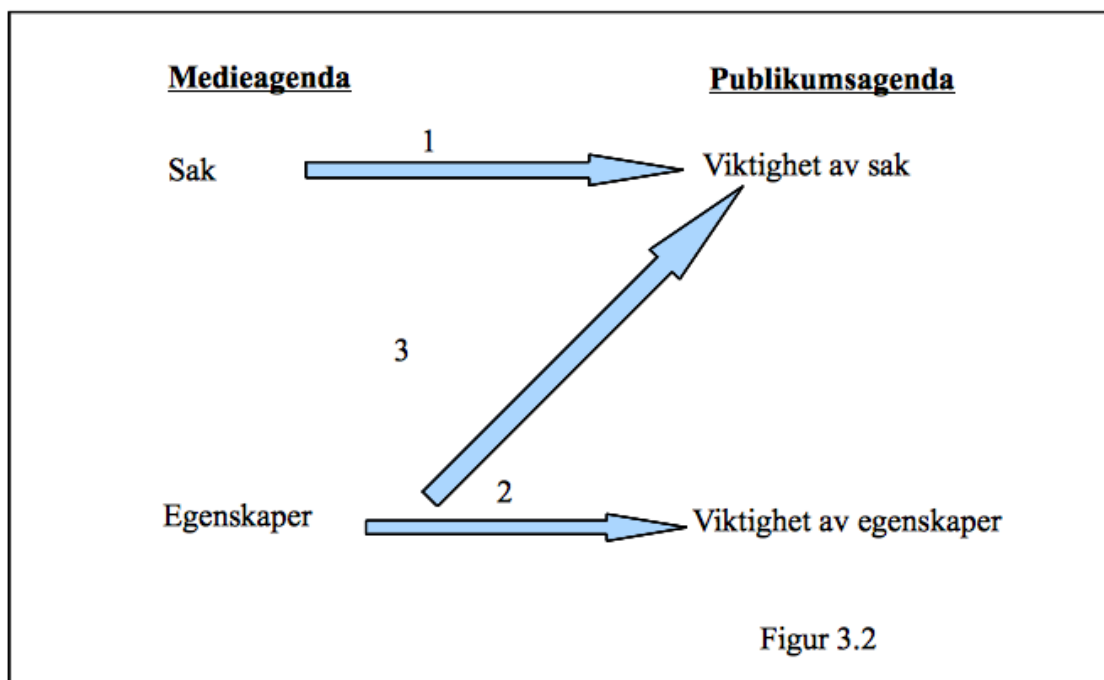
Dette utvidede fokuset kan bli lest som en påvirkning fra mer kvalitative medieforskningstradisjoner, og da spesielt forskning rundt *framing*, som nettopp tar for seg hvordan innvirkning media sin måte å framstille nyheter har på publikum (Takeshita i McCombs et. al 1997: 23). I tillegg til en *saksagenda* kan man med andre ord også snakke om en *egenskapsagenda*, hvilke aspekter og egenskaper av en sak som blir sett på som de relativt viktigste. I følge Takeshita (ibid: 25) kan en *egenskapsagenda* bestå av fire dimensjoner: (a) *definisjon* av saken, (b) *årsaker* til saken, (c) *moralske evalueringer* av saken og (d) *foreslåtte løsninger* av saken. McCombs (2004[2006]: 87) mener *framing*-begrepet kan anvendes i agendasettingsteori med utgangspunkt i denne definisjonen: «[...] framing is the selection of – and emphasis upon – particular attributes for the media agenda when talking about an object». I følge Ghanem og McCombs (ibid: 88) kan egenskaper ses på som variabler som plasseres på et mikro-makro kontinuum, der egenskaper som alder og bosted er mer detaljorienterte egenskaper som ligger mot mikro-enden av kontinuumet,

mens mer komplekse egenskaper som politisk tilhørighet ligger mot makro-enden. Egenskaper som spiller inn på en saks framing er gjerne egenskaper som ligger mot makro-enden, da de tilbyr tolkningsrammer, sentrale temaer eller 'dominante perspektiver' som styrer publikums lesning av sakene (ibid: 89, 91).

I følge Ghanem (Ghanem i McCombs et. Al 1997: 4) bærer introduksjonen av begrepet *egenskaper* med seg to nye hypoteser til agendasettingteorien: (1) Måten en sak blir framstilt på i media kan ha innvirkninger på *hvordan* publikum oppfatter denne saken, og: (2) Måten en sak blir framstilt på i media kan ha betydning for hvor *viktig* denne saken blir oppfattet som av publikum. Forskning viste tilsynelatende at media hadde en agendasettingsfunksjon når det gjaldt publikums forståelse av ulike saker. Benton og Frazier (i Protesse og McCombs[red.] 1991) var blant de første som undersøkte dette, og funnene deres så ut til å støtte hypotese 1 ved at media virket å ha en agendasettingsfunksjon også når det gjaldt egenskapsagenda, ved at oppfattelsen av potensielle løsninger på sosiale problemer hos publikum så ut til i en viss grad å være en refleksjon av omtalen av løsningsforslag i media. King (i McCombs et. al 1997) mener på sin side å ha vist at egenskaper hos politiske kandidater som blir vektlagt i media ser ut til å ha en virkning på hvilke egenskaper som også blir vektlagt hos publikum.

I følge McCombs (2004[2006]: 92) kan egenskapene media vektlegger også ha en effekt på hvor viktig publikum oppfatter en sak (hypotese 2). Enkelte egenskaper fungerer da som '*fengslende argumenter*' ('compelling arguments'). Slike 'fengslende argumenter' er visse egenskaper eller forståelsesrammer som gjør en sak mer nyhetsverdig for publikum, og kan sies å være en form for 'frame' som får saken til å oppfattes som viktig av publikum (ibid). Her vil det gjerne finnes forskjeller på ulike grupper av publikum når det gjelder hvilke fengslende argumenter som kan øke den oppfattede viktigheten av en sak (ibid: 93-96). Ved for eksempel å vektlegge mulige miljømessige konsekvenser ved utbyggingen av et gasskraftverk vil saken bli oppfattet som mer viktig for de delene av publikum som allerede er opptatt av miljø saker. Ved å innføre begrepet 'fengslende argumenter' nyanserer agendasettingteorien prosessen der saker sin oppfattede viktighet blir overført fra media til publikum, ved at saker ikke oppnår en oppfattet viktighet hos publikum utelukkende ut i fra den relative mengden av nyhetsdekning, men der *måten* saken blir dekket på også spiller inn på hvor viktig saken fremstår for publikum (ibid: 93).

Man kan dermed integrere de to nivåene i agendasettingsteori til én modell som viser hvordan den samlede medieagendaen (nivå 1 og 2) overføres til publikumsagendaen:



Pil 1 angir her nivå 1 agendasetting, overføring av saksagenda fra media til publikum. Pil 2 angir overføring av egenskapsagenda fra medier til publikum. Pil 3 angir virkningen av fengslende argumenter fra egenskapsagendaen hos mediene på saksagendaen hos publikum. Figuren er basert på figur 6.1 i McCombs 2004

### 3.2 Hvordan settes medieagendaen?

Vi har nå sett hvordan media sin dekning av saker kan ha en innvirkning på hvordan og hvor viktig publikum oppfatter saker. Agendasettingforskning kan sies å ha vært med på å balansere synet på hvor stor innvirkning media har på publikum, ved å vise at media tilsynelatende hadde en effektstyrke som gikk utover «The law of Minimal Consequences», så lenge mediene har en tilstrekkelig grad av kredibilitet, og publikum føler de har et behov for å lære om emnene media tar opp ('behov for orientering'). Siden agendasettingforskning mener å ha vist at media kan ha en agendasettende effekt på publikum, blir et viktig spørsmål *hvordan* medieagendaen fastsettes. Agendasettingsteori gir med andre ord en viktig impuls til å undersøke prosessen der en saker blir tatt opp i medieagendaen, siden mediedekning har blitt vist å kunne gjøre saker viktige for publikum, og for måten publikum oppfatter sakene. Dearing og Rogers (1996: 24) skriver, «The agenda setting process begins with an issue climbing the media agenda». Jeg vil her kort fremlegge en del av faktorene som blir tillagt vekt i agendasettinglitteraturen med tanke på denne prosessen.



### 3.2.1 Medieagendaen som løk

Når man diskuterer medieagendaen er det fortsatt *saker* ('issues') som er 'objektene' vi følger, og i en undersøkelse av hvordan medieagendaen fastlegges ønsker vi å se på hvordan disse sakene får innpass og spredning i mediene. I følge McCombs (2004[2006]: 98-99) kan medieagendaen beskrives med en 'løk-analogi', der de ytre skallene i løken er alle de sosiale kreftene og de eksterne nyhetskildene som virker på hvilke saker som til en hver tid har plass på medieagendaen. Nærmere kjernen finner vi samspillet mellom ulike medier, og de profesjonsmessige normene som springer ut av dette samspillet. Enda nærmere kjernen finner vi de enkelte journalistenes psykologiske karakter, før vi til slutt finner selve medieagendaen i kjernen som et produkt av disse ytre faktorene. Eksterne aktører kan sees på som innehavere av egne 'agendaer', sett med saker de anser for å være viktige, og hvis de ønsker å få innpass i mediene med sine saker må sakene deres foreta en reise gjennom alle 'løklagene' rundt medieagendaen, der hvert lag øver hver sin innflytelse på hvordan saken vil bli fremstilt, og i hvilken utstrekning den vil bli dekket (ibid:98).

For å undersøke hvordan medieagendaen blir fastlagt trenger man med andre ord å undersøke effektene av disse nivåene. En undersøkelse av 'det ytre skallet', vil ta for seg eksterne aktører sin evne til å oppnå innpass i medieagendaen. Studier av kilders evne til å få gjennomslag i media gjennom bruk av pressemeldinger eller pr-framstøt (Turk i Protess og McCombs 1991, Allern 1997) er eksempler på undersøkelser som ser på agendasetting fra eksterne aktører, eller *saksfremmere*, ovenfor medieagendaen. Hvis man ønsker å undersøke nivået under, samspillet mellom mediene, ser man på de enkelte medienes innflytelse på *hverandres* agendaer, intermedial agendasetting. Man kan for eksempel ta for seg enkeltsaker som plutselig oppnår bred mediedekning og undersøke hvilke medier som ser ut til å lede an og sette rammene for mediedekningen av disse sakene. Et eksempel på slik forskning er Reese og Danielian (i Protess og McCombs 1991) sin undersøkelse av nyhetsdekning av kokain-bruk i 1986, hvor det ble sett på hvordan den brede nyhetsdekningen av en sak i seg selv så ut til å gjøre saken nyhetsverdig for andre medier .

I studier som ser på hvordan utvalg av saker fra nyhetsbyråer gjerne reflekterer 'nyhetsbyråagendaen' som sakene blir valgt ut fra (Whitney og Becker i ibid), er utgangspunktet gjerne hentet fra et 'portvakt'-perspektiv ('Gatekeeping'). Her ser man på hvordan informasjon formidles gjennom visse kanaler, og hvordan 'informasjonsbearbeidere' som redaktører og journalister vurderer og bearbeider informasjonen de kommer i kontakt med gjennom disse kanalene (Kapittel 1 i Shoemaker og Vos 2009). Ved å snakke om en egen 'nyhetsbyråagenda' blir

en slik studie en undersøkelse av hvordan en ekstern agenda trenger igjennom lagene som ligger rundt medieagendaen. Hvis man på en annen side ser på nyhetsbyråene som en del av media blir en undersøkelse av effektene av nyhetsbyråer på medieagendaen en undersøkelsen av prosesser som foregår nærmere 'kjernen' av medieagendaen, og vil bli klassifisert som en undersøkelse av intermedial agendasetting.

### **3.2.2 Å se på medieagendaen som produkt av flere prosesser**

En annen innfallsvinkel til denne problemstillingen vil være å se på hvordan medier følger opp andre medier og nyhetsbyråer sine saker på tvers av ulike sakstyper, og inkorporerer deler av andre medier sin nyhetsdekning i sitt eget innhold. De tidligere omtalte 'nyhetsuke-prosjektene' (NOU:2010:14, Lund et. Al 2009) kan sies å falle inn under denne kategorien. Her ble det undersøkt hvilke medier som oftest innførte nye saker i medieagendaen, og man så på hvordan disse sakene så ble distribuert mediene imellom. I nyhetsuke-prosjektene starter ikke analysen med å kartlegge en helhetlig medieagenda hvor saksområder blir ordnet hierarkisk etter hvor utbredt dekning de får, for så å undersøke hvordan denne agendaen endrer seg som resultat av andre medier sin dekning. Det er den rutinemessige flyten og tilblivelsen av nye saker som det tas utgangspunkt i, og hvordan medieagendaen i sin helhet vokser fram av dette. Den journalistiske praksisen med å låne, stjele og utveksle informasjon fra andre medier er med andre ord fokuset for undersøkelsen (Lund et. al 2009, NOU 2010: 14) og ikke hvordan enkelte saker stiger frem på medieagendaen på bekostning av andre saker.

Felles for disse innfallsvinklene er at de ser på faktorer som spiller inn på medier sin samlede agenda, og er med på å kaste lys på prosessene som spiller inn på innholdet i nyhetsmediene fram til de går i trykken, kringkastes, eller blir lastet opp på nettservere. Som Rogers og Dearing (1996: 7) skriver, hva som blir dekket av media kan ikke alene forklares med 'real-world indicators', objektivt fastsatte indikatorer på hvor påtrengende sosiale problemer er, men er også et resultat av framstøt fra saksfremmere, andre medier sin nyhetsdekning (ibid: 39-40), og daglige journalistiske rutiner (Lund et. al 2009, NOU 2010: 14). Å undersøke denne prosessen nærmere er derfor fruktbart for å forstå hvordan medienes agenda blir til, og kan gjøres på ulike måter, alt ettersom hvilke skall i 'medieløken' man undersøker.

## 3.3 Informasjonssubsidier

### 3.3.1 Informasjonssubsidier som teoretisk begrep, og tilknytning til agendasetting

Informasjonssubsidier er et konsept som gjerne inngår i studier av medieagendaer, og antologier som omhandler agendasetting (McCombs 2004[2006]: 102-104, Turk i Protess og McCombs 1991, Gandy i Protess og McCombs 1991). Gandy (i Protess og McCombs 1991) tar utgangspunkt i agendasettingforskningens funn vedrørende medias evne til å påvirke hvilke saker publikum er opptatte av, men mener McCombs perspektiv på agendasettingsteori, at teorien skal holde seg til undersøkelser av hvordan den oppfattede *viktigheten* av saker formes, utelukker viktige perspektiver på *hvem* som er styrende i å få saker på medieagendaen i første omgang. For å finne ut av hvem som er styrende i denne prosessen, hvilke motiver de har og hva slags konsekvenser dette har for fordelingen av makt i samfunnet, ønsker Gandy (ibid: 266) å gå utover den klassiske problemstillingen med overføring av viktighet ('salience') mellom ulike agendaer.

Gandy inntar et annet perspektiv enn tradisjonell agendasettingsteori på rollen informasjon har i offentligheten. I hans egne ord ser han på medias rolle i å viderebringe og spre informasjon i et politisk økonomisk perspektiv (Gandy 1982: 8), i motsetning til agendasetting, som ser på overføring av agendaer som en sosial prosess der publikum etablerer sakers viktighet etter tekstuelle markører i media som spalteplass, overskriftstørrelse, og egenskapene (attributes) sakene blir tilskrevet (McCombs 2004[2006]: 2, Dearing og Rogers 1996: 62).

Mer konkret beskriver Gandy (1982: 28) samfunnsaktører som *rasjonelle aktører*, aktører som baserer handlingene sine etter et mål om *nyttmaksimering*. Aktører vil med andre ord alltid utføre handlinger med det formål å oppnå et best mulig resultat knyttet til problemstillingen de står ovenfor. Disse handlingene vil baseres på den informasjonen aktøren har tilgjengelig, og blir brukt for å *senke usikkerheten* knyttet til utfallet av handlinger (ibid: 20-21). Jo mer informasjon en aktør innehar i forhold til en problemstilling, jo bedre rustet er aktøren til å kjenne til potensielle utfall av ulike handlinger knyttet til problemstillingen, og velge det mest gunstige alternativet. På en annen side, desto vanskeligere det er å for aktører å tilegne seg informasjon om en problemstilling fra førstehåndserfaringer, jo mer avhengig blir aktøren av eksterne kilder som kan tilby det som blir oppfattet som relevant informasjon for å senke aktørens usikkerhet til problemstillingene (ibid: 22).

Det er her konseptet om informasjonssubsidier kommer inn. Å innhente informasjon medfører *kostnader*, som må veies opp mot den oppfattede nytteverdien av informasjonen (ibid: 27). Aktører med en interesse i visse handlingsutfall vil ha mulighet til å *øke konsumpsjonen* av informasjon som støtter opp om handlinger som vil føre til nettopp disse handlingsutfallene. Dette blir gjort gjennom å *senke kostnadene* på denne informasjonen (ibid: 28-30). Informasjon ses med andre ord i et økonomisk perspektiv, der konsumpsjon av en viss type informasjon vil øke hvis den oppfattede nytteverdien av informasjonen er høy og prisen på tilegnelsen av informasjonen er lav. Siden journalister også er nyttemaksimerende aktører, og må vurdere kostnadene på å innsamle og bearbeide informasjon opp mot den antatte nytteverdien til informasjonen, vil en senkning av kostnaden knyttet til viss informasjon *øke sjansen* for at denne informasjonen blir brukt av journalisten, så fremt *kredibiliteten* til avsenderen av informasjonen vurderes høyt nok (ibid: 31). Kredibilitet kan også knyttes til informasjonen gjennom det oppfattede forholdet mellom hvem som tilsynelatende er avsender av informasjonen og informasjonen i seg selv. Hvis avsenderen til informasjonen blir oppfattet til å ha klare interesser knyttet til innholdet i informasjonen, vil informasjonen gjerne oppfattes som mindre troverdig. Avsendere av informasjonssubsidier vil derfor ha et motiv til å *skjule* tilknytningen deres til informasjonssubsidien (ibid: 61).

Dette er en av grunnene til at informasjonssubsidier ofte er rettet mot journalister. Hvis avsenderen av en informasjonssubsidie kan få innholdet i informasjonen gjengitt 'intakt' av en journalist, vil informasjonen kunne 'låne' kredibilitet av journalisten, da publikum gjerne oppfatter journalister som mer objektive i forhold til saksforhold de skriver om enn aktørene som er direkte innblandet eller har åpenbare interesser i saksforholdene (Allern 1997: 254). Journalister er gode mål for informasjonssubsidier siden de har et stort behov for informasjon og jobber opp mot korte 'deadlines' (Gandy 1982: 62), og informasjonen de distribuerer videre blitt mottatt av mange aktører, deriblant politikere og andre mektige aktører hvis handlinger har potensielt viktige konsekvenser. Journalisten er gjerne ikke målgruppen for informasjonens *innhold*, selv om *formen* på innholdet ofte er tilpasset journalistiske normer for å gjøre innholdet mest mulig 'klart til bruk' av journalisten, og på den måten ytterligere senke kostnadene knyttet til bearbeiding for journalisten (Gandy 1982: 62, Allern 1997: 73). Handlingene eller holdningene man ønsker å påvirke gjennom informasjonen er gjerne de som tilhører journalistens *publikum*, da de er både politiske beslutningstakere og forbrukere.

Journalister har i likhet med andre aktører ikke mulighet til å skaffe seg informasjon om alle potensielt viktige saksområder gjennom førstehåndserfaringer (McCombs 2004[2006]: 102), og er således avhengige av eksterne kilder for å tilegne seg informasjon om saksforhold. Journalister blir

mål for *direkte informasjonssubsidier*, ved at kostnadene for en viss informasjon senkes for journalisten gjennom å tilrettelegge 'pakker' med informasjon for journalisten (eksklusive intervjuer, pressemeldinger, resultater fra publikumsundersøkelser osv.), mens journalistene sitt publikum er mål for *indirekte informasjonssubsidier*, ved at informasjonen de konsumerer fra journalisten vil være basert på en informasjonssubsidier, og ment for å påvirke deres holdninger eller handlinger (Gandy 1982: 62).

### 3.3.2 Informasjonssubsidier og nyhetsproduksjon - makt og ideologi

Informasjonssubsidie-begrepet slik det blir brukt av Gandy har et eksplisitt maktspekt, ved at det kreves ressurser for å innsamle, bearbeide og distribuere informasjon, og således har aktører med økonomiske ressurser større muligheter for å øke konsumpsjonen av informasjon som gagnar dem enn aktører som ikke har de samme ressursene til å tilrettelegge og distribuere informasjon (ibid: 54-55). Kredibilitetsaspektet har også en iboende maktdimensjon, ved at et samfunns *ideologi* definerer hvilke sosiale problemer og løsningsforslag som anses som de mest relevante, og aktører som tilbyr informasjon som definerer problemer og løsningsforslag innenfor en dominerende ideologi vil ha lettere for å få 'sin' informasjon godtatt og konsumert (ibid: 55). I følge Gandy (ibid) virker disse to faktorene konserverende på samfunnet, og fører til en *ideologisk treghet*, der aktører med økonomisk makt, og som også befinner seg på innsiden av den ideologiske konsensusen, har større mulighet til å definere sosiale problemer og løsningsforslag.

Gandy sitt perspektiv på hvordan informasjonssubsidier kan fremme og opprettholde et konservativt maktmønster i medieagendaen finner man refleksjoner av i kildesosiologisk forskning som peker på at dynamikken mellom journalister og kilder kan være med på å opprettholde eksisterende ideologier. I *Negotiating Control* (Ericson et. al 1989) peker forfatterne på at journalister som rutinemessig dekker visse nyhetsinstitusjoner ('news beats'), som ulike etater og privat næringsliv, blir gjennom gjensidige sosialiseringprosesser på mange måter *deler* av institusjonene de er ment å dekke, og ender opp med å dele mange av kildenes verdier og forståelsesrammer, og i enkelte tilfeller strekker rolleoverlappingen til det punkt at kilder fungerer som kvasijournalister ved å tilby journalistene ferdigproduserte tekster (6, 14). En lignende type 'kulturell konvergens' mellom journalister og institusjonene de dekker på jevnlig basis har også blitt pekt på i britiske journalister sin dekning av det britiske parlamentet (Davis i Cottle [red.] 2003: 35).

Tuchman mener videre man kan forstå nyheter som ideologireproduksjon ved å se på hva som *ikke*

blir til nyheter, gjennom rutinepreget kontakt med et smalt spekter av kilder og bruk av fastsatte nyhetskonsvensjoner (1978: 179-181). Tuchmann skriver:

News, I have argued, is a social resource whose construction limits an analytical understanding of contemporary life.

Through its dispersion of the news net, its typifications, the claimed professionalism of newswriters, the mutual constitution of fact and source, the representational forms of the news narrative, the claims to First Amendment rights of both private property and professionalism – through all these phenomena, objectified as constraints or as resources, news legitimates the status quo (ibid: 215-216).

Å ha et blikk for både profesjonsmessige normer og arbeidsrutiner som inngår i kontakten mellom journalister og kilder, samtidig som man anerkjenner de større politiske og økonomiske maktstrukturene som denne aktiviteten er en del av, er alle nødvendige aspekter som må høre til i kildesosiologi, i følge Manning (2001: 43). Kildesosiologi bør derfor inkorporere perspektiver fra både politisk økonomiske analyser, som Gandy tar utgangspunkt i, samtidig som innsikter fra mer fenomenologisk forskning, som Tuchman (1978) sin studie av journalistiske rutiner, også bør vektlegges. Å ha et ensidig fokus på tekster, og fra tekstene gjøre antakelser om tekstenes produksjonsvilkår, vil sjeldent resultere i mer enn nettopp antakelser (Manning 2001: 41). Men et ensidig fokus på den andre enden av spekteret, å redusere tekstproduksjon til en ren refleksjon av politisk-økonomiske maktstrukturer, vil overse de mange komplekse sosiale prosessene som spiller inn i nyhetsproduksjonen, og gi et for deterministisk bilde av prosessen der nyheter blir til (ibid: 42). Kildesosiologi må i følge Manning klare å bruke både innsikter fra politisk økonomiske analyser samtidig som man anerkjenner *fleksibiliteten* i prosessen der nyheter blir til, der det ikke *alltid* er slik at de med makt får definere og sette rammene for medieagendaen (ibid: 42-43). For å bruke løkanalogien igjen, både de indre og ytre lagene må med på å forklare hvordan nyhetstekster ender opp som de gjør.

### 3.3.3 Kritikk og innvendinger mot agendasettingsteori

Agendasettingsteori har ikke vært fri for kritikk, hverken når det gjelder konseptene som inngår i teorien eller hvordan teorien forklarer prosessene rundt agendaoverføring. Vi har allerede sett hvordan Gandy mente det var nødvendig å gå utenfor de tradisjonelle rammene for agendasettingsteori for å svare på spørsmål om hvordan saker kommer på medieagendaen i første omgang.

Spørsmålet om hvordan man i det hele tatt skal definere konseptet 'sak' er ikke alltid likefrem, Dearing og Rogers (1996) sin definisjon av 'sak' som et sosialt problem som har fått dekning av media (3) kan vanskelig sies å være en presis avgrensning. Lang og Lang (i Protesse og McCombs

1991: 280) peker på at denne ukklarheten i hvordan en sak bør defineres betyr at tilnærmet alt som har fått mediedekning og hvor man senere har sett en økning i publikums vurdering av dette temaets viktighet kan defineres som en sak, noe som visker ut eventuelle skiller mellom hva som i hovedsak opptar mennesker som privatpersoner, og hva som er relevante saksområder for offentlige beslutningstakere, og således har politisk og offentlig betydning. Hvordan man klassifiserer enkelte nyhetssaker inn i større 'saks kategorier' vil heller ikke alltid være entydig, der nyhetssaker kan dreie seg om både privat næringsliv, næringspolitikk og 'kjendisstoff' i nyhetssaker som for eksempel omhandler kjente entreprenører i krangel med norske politikere. Ulike klassifiseringer her vil kunne gi helt ulike resultater når man sammenholder en målt publikumsagenda med en målt medieagenda (ibid: 279).

Selve agendaoverføringsprosessen mellom medieagendaer, publikumsagendaer og politiske agendaer har også vært mål for kritikk av Lang og Lang (i ibid). Som vi har sett har agendasettingsteoretikere som Maxwell McCombs skissert opp forholdet mellom det offentlige, media og publikum i agendasettingsprosessen som separate komponenter som står i tydelige påvirkningsforhold ovenfor hverandre. Sakene som utgjør visse agendaer blir så beskrevet som objekter som beveger seg mellom de ulike agendaene på en forhåndsbestemt måte, beskrevet av agendasettingsmodellene. I følge Lang og Lang (i ibid: 285) er ikke denne prosessen alltid så likefrem som den tradisjonelle agendasettingsmodellen (se figur 2.1) kan gi inntrykk av, da mange saker som opptar publikum ikke vil ha sitt utspring fra media, men fra personlige erfaringer, som for eksempel rentenivåer og boligpriser.

I saker som vanligvis ikke har direkte betydning for publikum sitt dagligliv mener Lang og Lang (i ibid: 286) at media vil kunne spille en både *sterkere* og mer *kompleks* rolle enn hva agendasettingsteori beskriver. Lang og Lang (i ibid) bruker Watergate-skandalen som eksempel, og hevder at publikum sannsynligvis aldri ville ha kjent til denne saken hadde det ikke vært for mediedekningen rundt hendelsen. Medieagendaen hadde med andre ord ikke bare betydning for den oppfattede *viktigheten* av saken hos publikum, men gjorde det til en sak i første omgang. I følge Lang og Lang (i ibid) skjedde heller ikke denne prosessen like lineært som agendasettingsmodellen liker å framstille det, men mener media sin dekning i starten av saken ga saken den nødvendige oppmerksomheten som muliggjorde en mer intensiv etterforskning, som igjen skapte mer mediedekning. Det var med andre ord ikke snakk om en enkel overføring av sakens viktighet, men en gjensidig pågående prosess der media var en av aktørene som spilte en rolle i at saken fikk den karakteren den etterhvert fikk.

En beslektet kritikk har blitt fremsatt av Burt (i *ibid*: 291-292), som mener agendasettingsteori ofte har sett på agendasetting som en mekanisk prosess der media viderefører informasjon som publikum mer eller mindre passivt assimilerer. Burt (i *ibid*:292) mener forskningsmetodene i agendasettingforskning overser de personlige arenaene der journalister, kilder, offentlige personer og andre mennesker møtes og diskuterer seg i mellom, og mener mye av agendasettingsprosessen skjer i slike private sfærer. Han påpeker videre (i *ibid*: 293) at agendasettingforskning har sett for lite på hvordan nyhetsrutiner kan farge medieagendaen og mener innsikter fra kildesosiologi som tar for seg slike problemstillinger bør innarbeides i agendasettingforskning. Videre etterspør Burt (*ibid*: 294) bruk av metoder som kan produsere kvalitative innsikter fra førstehåndsberetninger av sentrale aktører i agendasettingsprosessen, da slike metoder kan kaste lys på hvordan den konkrete kontakten mellom journalister og andre aktører arter seg.

### **3.4 Å anvende agendasettingsteori og informasjonssubsidier**

Siden forskningsspørsmålene mine ikke fordrer at jeg ser på hvordan Dagsavisen sin agenda potensielt påvirker en målt publikumsagenda vil det ikke være et hovedmål for meg her å kategorisere Dagsavisen sine saker tematisk inn under et sett med 'saker' ('issues'), og så se hvordan dekningen av disse sakene virker inn på en publikumsagenda. Analysen vil ha som mål å se hvordan *Dagsavisen* sin agenda blir satt, både av eksterne kilder og av andre medier.

Analysen vil med andre ord i hovedsak bestå av to deler: først en analyse av Dagsavisen sin bruk av eksternt mediestoff, og undersøke effektene av intermedial agendasetting på Dagsavisen sitt redaksjonelle stoff. Jeg vil her se på hvordan Dagsavisen bearbeider og kontekstualiserer stoff de har hentet fra andre redaksjoner, i lys av begrepet *saksegenskaper*. Ser disse ut til å nevneverdig endres i Dagsavisen sin bruk av dem, eller følges saken opp i tråd med slik de har blitt omtalt i mediene Dagsavisen henter stoffet fra?

Jeg vil vil bruke de samme begrepene når jeg ser på sakene som Dagsavisen er alene om, men her er det uttalelsene fra de jeg har definert som *primærkildene* som jeg vil undersøke om fastsetter sakenes egenskaper ('attributes'). Utfordres kildenes uttalelser og deres kontekstualisering av sakene de uttaler seg om, eller ser kildene ut til å legge føringer for sakenes egenskaper? Gjennom e-postintervjuer med primærkildene ønsker jeg å kartlegge kontaktsforløpet og eventuell utveksling av informasjon fra disse kildene og Dagsavisen sin redaksjon. Disse faktorene ser jeg på som viktige i å undersøke hvordan Dagsavisen sin agenda blir til, ved at jeg antar at kilder som tar



kontakt med redaksjonen gjerne har en interesse i at informasjonen kommer på medieagendaen, og vil kunne oppnå en viss kontroll på dekningen av saken ved å være den initiativtakende parten ovenfor media (Ericson et. al 1989: 381, Reich 2009: 45). Gjennom å tilføre denne typen kvalitative data i analysen håper jeg på å kunne innføre innsikter fra aktører som har vært sentrale i dannelsen av sakene, slik Burt etterspør.

Videre vil jeg gjennom e-postintervjuene forsøke å avdekke i hvilken grad det har forekommet overføringer av informasjonssubsidier fra kildene til Dagsavisen sin redaksjon. Jeg vil her spørre om kildene sendte journalistene skriftlig materialet av noe slag, og om de 'tipset' redaksjonen om andre kilder redaksjonen burde snakke med i forbindelse med saken. Jeg vil så sammenholde saken slik den står på trykk med svarene jeg fikk fra kildene, og se om spor av eventuelt stoff fra kildene eller bruk av 'anbefalte' sekundærkilder forekommer i nyhetsaken, og i hvilken grad de fikk utslag for saksegenskapene.

### **3.5 Oppsummering**

Gjennom å undersøke samspillet mellom eksterne kilder, andre nyhetsmedier og Dagsavisen sin redaksjon er målet mitt å kunne undersøke flere av lagene rundt Dagsavisen sin nyhetsagenda. Ved å bruke e-postintervjuer til å innhente innsikt fra kildenes ståsted håper jeg å unngå Burt sin kritikk av agendasettingsteori som for lite opptatt av kvalitative data rundt enkeltpersoner sin deltakelse i agendasettingsprosessen, og forsøksvis belyse Dagsavisen sine arbeidsrutiner når det gjelder bruk av andre medier sitt nyhetsstoff, og hvordan kildeuttalelser og kildeinitiativ slår inn på saksegenskapene til Dagsavisen sine saker. Gjennom å velge å se på hvordan Dagsavisen sin nyhetsagenda blir til på en 'sak-til-sak'-basis ønsker jeg også å unngå en potensielt problematisk inndeling av de konkrete nyhetssakene i 'issues' (i henhold til Lang og Lang sin kritikk av begrepet 'saker'), og heller se mer konkret på hvordan Dagsavisen bruker eksternt stoff og kildeinnspill på hver enkelt sak. Analysen av hvordan medieagendaen til Dagsavisen kommer til vil med andre ord følge i sporene til nyhetsuke-prosjektene, med tilskudd av en undersøkelse av kildenes betydning. Dette vil forhåpentligvis føre til en undersøkelse av agendaforming i Dagsavisen sin redaksjon som tar høyde for ulike typer bruk av stoff fra andre medier og kilder, og ulike typer kontaktsforløp med eksterne kilder.

# 4 Metode og forskningsdesign

## 4.1 Inspirasjon og utgangspunkt forskningsdesign og metode

Oppgavens tematikk og forskningsspørsmålene mine var inspirert av to tidligere forskningsprosjekter. Begge disse forskningsprosjektene baserer seg i hovedsak på (kvantitativ) innholdsanalyse. Siden jeg kommer til å bruke begreper knyttet til innholdsanalyse når jeg diskuterer metodikken til disse forskningsprosjektene, vil jeg innledningsvis gi en kort introduksjon til disse begrepene slik de blir forstått i faglitteraturen. Jeg vil gi en mer substansiell diskusjon av innholdsanalyse som metode i underkapittelet «Forskningsdesign».

I følge Neuendorf (2002: 1) er innholdsanalyse en systematisk, objektiv og kvantitativ analyse av et sett med meningsbudskap. Med denne metoden undersøker man et sett med budskap, som kan være all form for meningsbærende informasjon, og tallfester de egenskapene, eller *variablene*, ved budskapene man er interessert i (Østbye et. al 2007: 218). De enkelte budskapene man undersøker, kaller man *enheter*, og er trukket ut fra et *univers*, eller *populasjon* (ibid: 214-217), det samlede settet med enheter man ønsker å generalisere funnene sine til (Neuendorf 2002: 49). I innholdsanalyse er man ute etter å undersøke egenskaper ved meningsbærende informasjon som kan tallfestes, og innholdsanalyse er derfor en *kvantitativ* forskningsmetode (Bruhn Jensen i Bruhn Jensen 2002: 255).

### 4.1.1 To innholdsanalyser av nyhetsmedier

Det ene av de to forskningsprosjektene som utgjorde den metodiske inspirasjonen for min egen undersøkelse var en undersøkelse foretatt i samarbeid av journalisten og forfatteren Nick Davies sammen med Cardiff University (mediawise.co.uk<sup>7</sup>). I denne undersøkelsen, kalt *Quality and Independence of British Journalism* (Lewis et. al 2008), gjennomførte et forskerteam en innholdsanalyse av en større mengde med nyhetssaker fra et utvalg av britiske 'kvalitetsaviser' i

---

7

<http://www.mediawise.org.uk/www.mediawise.org.uk/files/uploaded/Qualityprosent20prosent26prosent20Independenceprosent20ofprosent20Britishprosent20Journalism.pdf>

tillegg til et utvalg av radio og TV-nyheter. Det andre forskningsprosjektet som dannet det metodiske utgangspunktet for min egen undersøkelse var det danske prosjektet *Hvor kommer nyhederne fra? Den journalistiske fødekede i Danmark før og nå* (Lund. et. Al 2009).

Undersøkelsen ble foretatt i 2008, og registrerte nyhetsstoffet som ble produsert av danske nyhetsmedier, i tillegg til nyhetsstoffet fra et utvalg av fagblader, gratisaviser og ulike web-medier i uke 46 (ibid:7-8). Funnene til disse forskningsprosjektene ble diskutert henholdsvis i underkapittelene 2.1.3 og 2.1.1

Felles for disse forskningsprosjektene var at de brukte et stort antall nyhetsartikler og -saker som grunnlag for en komparativ innholdsanalyse for å belyse hvordan nyhetsstoff ble spredt fra nyhets- og pr-byårer til nyhetsredaksjoner, og hvordan nyhetsredaksjonene siterte, lånte og stjal fra hverandre. I tillegg til de tematiske likhetene mellom forskningsprosjektene hadde de også metodisk til felles at *universet*, det samlede settet med enheter de ønsket å si noe om (Østbye et. al 2007: 148-149, 216), var relativt omfattende. I den danske innholdsanalysen var det snakk om et univers som bestod mer eller mindre av den totale nyhetsproduksjonen i Danmark, og i uke 46, 2008, ble samtlige nyhetssaker registrert som enheter, totalt over 75.000 nyhetssaker (Lund et. Al 2009: 9). Uttrekket av enheter omfattet alt redaksjonelt innhold, med unntak av listeoppføringer og brukergenerert innhold (ibid). Undersøkelsen som ble utført av Cardiff University spesifiserer ikke like nøyaktig hva slags stoff, om noe, som ble utelatt, men det totale antallet enheter som utgjorde grunnlaget for innholdsanalysen var 2.207 nyhetssaker uttrukket av de fem avisene som var med i undersøkelsen, i tillegg til 402 nyhetssaker fra de inkluderte radio- og tv-mediene (Lewis et. al 2008: 13-14). Universet bestod her av de fem avisene, i tillegg til radio- og tv-kanalene.

Rent tematisk ligger disse to forskningsprosjektene tett opptil mitt eget, med tanke på at de ønsket å avdekke andelen av egenprodusert og lånt nyhetsmateriale i gitte medieunivers, og i den britiske undersøkelsen i tillegg avdekke hvor mye av nyhetsstoffet som var helt eller delvis basert på pr-fremstøt fra eksterne aktører. Siden de forsøker å undersøke lignende problemstillinger som min egen oppgave tar utgangspunkt i ga det også mening for meg å ta utgangspunkt i dem når det gjelder metodologisk fremgangsmåte. Jeg vil her diskutere hva slags metodologiske erfaringer jeg kan trekke fra disse prosjektene og hvilke metodologiske fremgangsmåter jeg eventuelt kunne overføre på mitt eget prosjekt, samt diskutere andre metodologiske fremgangsmåter som bedre kunne passe inn i mitt eget forskningsdesign, med tanke på å svare på forskningsspørsmålene mine og prosjektets omfang tatt i betraktning.

#### 4.1.2 Bruk av innholdsanalyse – medieinnhold som prosess og produkt

Når det gjaldt å bedømme om nyhetssakene var egenproduserte i den britiske og danske undersøkelsen, baserte de seg utelukkende på komparative innholdsanalyser, der nyhetssakene ble kryssjekket med avisuniverset i henholdsvis Danmark og Storbritannia. I den britiske undersøkelsen ble det også lett etter spor av pr-materiale i sakene. Samtidig som jeg ønsket å undersøke andelen av stoff fra et avisunivers som var originalprodusert versus på basert på stoff hentet utenfra, ønsket jeg i tillegg å undersøke videre de tilfellene der saken så ut til å være en 'Solohistorie' for å avdekke hvem som hadde vært initiativtaker til saken, og for å avdekke bruk av eventuelle informasjonssubsidier (forskningsspørsmål 2 og 3).

Vedrørende bruken av innholdsanalyse for å spore bruk av informasjonssubsidier kan det settes spørsmålstegn ved validiteten ved denne fremgangsmåten, da nyhetsstoff kan være basert helt eller delvis på informasjonssubsidier uten at dette gjør seg synlig i nyhetssaken slik den ender opp i trykk eller sending, og dermed føre til en underrapportering av fenomenet. Man kan her snakke om en lav grad av *Face validity*, et mål på hvor godt en variabel synes å fange opp fenomenet som skal måles (Gunter i Bruhn Jensen 2002: 212), eller et tilfelle av *målefeil*, der den avleste verdien avviker fra den virkelige verdien (Østby et. al 2007: 24).

Forfatterne av den britiske undersøkelsen (Lewis et. Al 2008: 13) var klar over dette og vedgår at metodikken deres sannsynligvis fører til en underrapportering av bruk av «pr-stoff», og siterer en pr-medarbeider som forteller at det blir sett på som mer effektivt å heller bruke metoder som eksklusive intervjuer, «sound-bites» og e-poster rettet mot enkeltmennesker i redaksjonene heller enn å «teppebombe» en mengde redaksjoner med pressemeldinger, metoder som ikke setter like klare spor etter seg som for eksempel et sitat fra en pressemelding. Oppfatningen av at andre pr-strategier enn utsendelse av pressemeldinger ofte foretrekkes av pr- og informasjonsmedarbeidere deles også av informasjonssjefen i Handel og Kontor, Ove Magnus Halkjær, som i en e-post til meg 6. februar 2012 skrev:

Å kjøre ut pressemelding på "middelsaker" er en god måte å ikke få oppslag noen steder. Siden alle journalister da tror at alle andre skriver om den (selv om ingen gjør det siden alle tror at alle gjør det). Det er bedre å enten plante saken (eksklusivt), eller la journalisten finne fram selv.

Slike pr-strategier er vanskeligere å oppdage ved rene innholdsanalyser, da sporene de setter i nyhetssakene ofte ikke er *manifeste*, eller tilkjenner seg i tekstens overflate (Østbye et. al 2007: 59). Man kan *ane* eller mistenke at saker man kommer over er et resultat av et pr-framstøt, men det blir vanskelig å slå fast med sikkerhet ved en lesning av teksten, eller nyhetsartikkelen, alene. Som Zvi Reich fremholder i *Sourcing the News* (2009); å bruke innholdsanalyse for å avdekke hvordan nyhetssaker har blitt produsert hviler på to ubegrunnede antakelser: at *prosessen* som har ført fram til nyhetsproduktet er *kodet* inn i selve nyhetsproduktet, og at leseren kan *dekodet* denne prosessen gjennom en innholdsanalyse av nyhetssakene slik de fremstår som *produkter* (23). Begrensningene ved å bruke innholdsanalyse for å analysere sosiale praksiser og maktforhold mellom journalister og kilder påpekes også av Manning (2001: 48).

Selv om de to foregående undersøkelsene hadde et langt bredt og stort utvalg, og har benyttet seg av supplerende metoder som observasjon og spørreundersøkelser av journalister og pr-medarbeidere, har de altså en tydelig metodologisk begrensning når det gjelder å si noe om fra *hvor* og *hvordan* avisene hadde fått takk i nyhetsstoffet sitt, med unntak av de tilfellene hvor pressemeldinger og annet pr-stoff tydelig var tilstede i nyhetssaken). De kunne fortelle om hvordan stoff beveget seg mellom flere ulike redaksjoner, og hvilke redaksjoner som først hadde hatt nyhetssaker på trykk, men kunne si lite om hvordan stoffet hadde endt opp hos avisene som var først ute med eller alene med en sak. Det var på dette punktet jeg antok at jeg kunne bidra med en ytterligere innfallsvinkel som kunne si noe om *prosessen* som fører opp til publikasjon eller kringkasting av en nyhetssak, og dermed si noe om *hvordan* nyhetssaker som ser ut til å være egenprodusert av en redaksjon faktisk kommer til.

#### **4.1.2 Journalister versus kilder som informanter**

I prosessen der en nyhetssak blir produsert, kan det sies i å være to typer hovedaktører, kilder og journalister (Gans 1979[2004]: 116-117). Skulle jeg undersøke denne prosessen ga det med andre ord mening å oppsøke en av disse partene, eventuelt begge. Jeg kunne enten snakke med journalistene som hadde skrevet sakene, og forhørt meg om hvor de først hadde fått ideen om saken fra, og hørt hvordan kontaktsforløpet deres hadde vært med kildene som var oppgitt i saken. Jeg kunne så ha spurt om hva slags type informasjonsutveksling som hadde funnet sted mellom journalisten og kildene. Denne fremgangsmåten kunne gitt meg svar på hvem som hadde «bydd opp til dans» av journalisten og kildene og kartlagt eventuelt bruk av informasjonssubsidier i de enkelte sakene. Det ville hatt klare praktiske fordeler å bruke journalistene som respondenter på denne

måten. Journalisten som har skrevet eller produsert en nyhetssak er vanligvis kreditert med en byline, og det er lett å finne journalistens kontaktinformasjon.

Selv om denne fremgangsmåten virker tiltalende i sin enkelthet, er det spesielt én metodologisk fallgrube knyttet til den. Hovedsaklig er det snakk om hva Østbye et. Al (2007: 143) kaller tendensen til å gi *sosialt akseptable svar*, der respondenter, som mennesker flest, gjerne ønsker å presentere et bilde av seg selv som er i samsvar med rådende sosiale eller moralske normer. I forbindelse med å spørre journalister om deres profesjonelle virke er det lett å tenke seg at journalisten prøver å framstille arbeidet sitt på en måte som gjør at det samsvarer med de profesjonsmessige normene til journalistikkyrket. Siden spørsmålene dreier seg om deres kontakt med, og informasjon hentet fra kilder, kan de lett tolkes til å dreie seg om journalisters profesjonsmessige uavhengighet, som er blant de sterkeste verdiene i journalistikkyrket (Raaum i Eide 2001[2004]:61). Motivasjonen til å «sminke sannheten» vil derfor sannsynligvis være høy, og validiteten i svarene vil synke som et resultat av dette (Kvale og Brinkmann 2009: 256-257). En annen tenkt innvending mot å bruke journalister som informanter i denne sammenhengen er et fenomen Reich (2009: 22) kaller *unexamined responses*, der spørsmål til journalister som angår detaljer rundt journalistenes arbeid ofte vil gi unøyaktige svar på grunn av det høye arbeidstempoet journalister jobber under, og evnen til å gjenkalle detaljer rundt arbeidet deres synker som et resultat av dette.

Det virket derfor som en bedre idé å bruke de oppgitte kildene som informanter. Den metodologiske fordelene ville først å fremst være at motivasjonen for å bevisst gi unøyaktige svar ville være lavere, da spørsmål om det var kilden eller journalisten som tok kontakt og om det hadde forekommet utveksling av eventuelle informasjonssubsidier ikke kunne sies å på samme måte true kildenes etterfølgelse av profesjonsmessige eller sosiale normer. Ett mulig unntak vil være at kilder kan underkommunisere viktigheten av initiativ ovenfor journalister for å få dem til å dekke sakene. Dette fordi de kunne tenkes å ville framstille sakene som såpass viktige og nyhetsverdige at de ikke trengte å kontakte journalistene eller å tilby informasjonssubsidier for å få journalister eller redaktører interessert dem. På en annen side vil en informasjonskonsulent få mulighet til å 'skryte' av sine ferdigheter til å skaffe arbeidsgiveren mediedekning. Alt i alt ble risikoen for svar med lav validitet vurdert som lavere ved å bruke kilder fremfor journalister som respondenter.

### 4.1.3 En smalere innholdsanalyse

Med tanke på å avdekke hvilke saker som kunne klassifiseres som «originalstoff» virket en komparativ innholdsanalyse i ånd av den danske og britiske undersøkelsen mer anvendelig, da det her er snakk om en undersøkelse av nyhetsstoffet som *produkt*. Jeg ville i likhet med dem kryssjekke nyhetssakene i utvalget mitt opp mot det norske avisuniverset i den aktuelle tidsperioden for å kategorisere Dagsavisens nyhetssaker etter *Hvor kommer nyhederne fra* (Lund et. Al 2009) sine nyhetskategorier, for så å undersøke 'Solohistoriene' videre ved å bruke de oppgitte kildene i disse nyhetssakene som respondenter.

Når det gjaldt mengden av nyhetsstoff jeg kunne analysere var det klart at jeg ikke kunne konkurrere med hverken den britiske eller danske undersøkelsen i omfang. Skulle jeg gjøre en tilsvarende innholdsanalyse av Dagsavisens nyhetsproduksjon for å undersøke den samme tematikken var jeg allikevel av den oppfatning at jeg kunne undersøke nyhetsstoffet i Dagsavisen så lenge utvalget var betydelig mindre. Som Allern (2001: 79) skriver om utvalgsstørrelse i innholdsanalyser av aviser: hvis man vil undersøke tendenser som sannsynligvis er stabile over tid «... trengs det mindre utvalg enn hvis målet er å gå mer spesifikt inn på nyhetstemaene», og siterer videre Guido H. Stempel (1952) som gjorde en undersøkelse av hvordan utvalgsstørrelse på aviser i innholdsanalyser påvirket utfallet av undersøkelser. Resultatet var at utfallet av undersøkelsene ikke ble nevneverdig mer holdbare av å bruke et uttrekk av mer enn 12 aviser, og at man kunne få holdbare resultater ved å bruke seks avisutgaver (ibid). Siden jeg ikke hadde noen grunn til å mistenke at bruken av eksternt produsert stoff ville variere nevneverdig i forhold til årstid eller sesong, muligens med unntak av den såkalte «agurktiden» i fellesferien, støttet det mitt sin på at en innholdsanalyse inspirert av de britiske og danske undersøkelsene, men med et lavere utvalg og smalere univers, kunne gi holdbare resultater.

Med andre ord, ved å utfylle en lignende, men omfangsbegrenset, komparativ innholdsanalyse av medieinnholdet som den danske og britiske undersøkelsen gjennomførte med en metode der jeg kunne trekke på oppgitte kilder som informanter til å svare på forskningsspørsmål 2 og 3, mente jeg at jeg kunne gi et utfyllende perspektiv på *prosessen* som fører opp til nyhetssaker som i *Hvor kommer nyhederne fra* ville blitt kategorisert som «originalproduksjon» (Lund et. Al 2009: 10). I tillegg ville denne fremgangsmåten bedre enn den brukt i *Quality and Independence in British Journalism* (Lewis et. Al 2008) kunne avdekke tilfeller der saker er bygget på informasjonssubsidier som ikke setter manifeste spor i nyhetssakene.

Ved å ta utgangspunkt i forskningsspørsmålene mine og å se på metodikken som har blitt brukt i undersøkelser som har omhandlet samme tematikk, falt jeg ned på to metodiske perspektiver jeg ønsket å innarbeide i forskningsdesignet. I følge Østbye et. al er et forskningsdesign «... en samlet plan for innsamling av datamateriale, bearbeiding, analyse og formidling av forskningsresultater» (2007: 14), og det er dette jeg ønsker å gjøre rede for i det kommende underkapittelet.

## 4.2 Innholdsanalysen

Den første fremgangsmåten ville gå ut på å bruke en innholdsanalyse inspirert av den danske og britiske undersøkelsen, men tilpasset i omfang slik at den ville være realistisk å gjennomføre med ressursene og tidsrammen jeg var nødt til å jobbe innenfor. Resultatene fra innholdsanalysen ville danne grunnlaget for en videre undersøkelse av kontakten mellom kildene og journalistene i sakene der innholdsanalysen kunne vise at Dagsavisen hadde vært alene eller først ute med sakene.

Grunnen til at jeg valgte å fokusere på én nyhetsredaksjon var av hensyn til de nevnte begrensningene mine med tanke på tid og ressurser. Jeg antok at jeg ville være i stand til å gjennomføre en innholdsanalyse av omlag én ukes nyhetsproduksjon fra en papiravis, hvis jeg i tillegg skulle følge opp resultatene mine med innhenting av informasjon fra kilder. Dette ville utgjøre seks avisutgaver i Dagsavisens tilfelle, da de ikke lenger gir ut søndagsutgaver. Jeg valgte å ta utgangspunkt i Dagsavisens papirutgave av to grunner: for det første ville det gjøre registreringen av nyhetssaker enklere, da sakene i papiravisene er endelige mens sakene på Dagsavisens nettside vil kunne endre seg etter de har blitt publisert. Dermed ville jeg unngå å måle variabler som ville kunne endre seg over tid, i tillegg til å unngå å operere med flere publikasjons- eller oppdateringstidspunkter for hver enkelt sak. For det andre gikk jeg inn i undersøkelsen med en antakelse av at papirutgaven ville inneholde en større andel av Dagsavisens prestisjetunge og eksklusive saker, mens nettutgaven i større grad ville inneholde saker klippet fra nyhetsbyråer og andre medier, i tillegg til redigerte utgaver av papiravisens saker. Funnene i *Hvor kommer nyhederne fra* (Lund et. al 2009: 147) støtter denne antakelsen om at det er de trykte nyhetsmediene som står for hovedparten av den journalistiske originalproduksjonen.

Dagsavisen organiserer sakene sine under rubrikkene «Samfunn», «I dag», «Verden», «Kultur», «Sport», «Spill og streker» og «Folk». Jeg avgrenset videre utvalget mitt til å omfatte nyhetssaker som falt under rubrikken «Samfunn», og «Verden», siden jeg var ute etter å undersøke nyhetssaker som omhandlet samfunnsstoff og politikk. Denne avgrensningen kan selvfølgelig diskuteres, da man kan finne nyhetssaker under rubrikkene «Sport» og «Kultur» som også omhandler



samfunnsspørsmål og/eller politikk, men siden jeg var ute etter en tydelig avgrensning av utvalgsuniverset mitt følte jeg det var mest fornuft å trekke enheter fra disse rubrikkene.

Videre valgte jeg å ikke inkludere notiser. Denne avgjørelsen var basert på erfaringer jeg gjorde i tiden før jeg startet på undersøkelse, da jeg fant at samtlige notiser var klippet direkte fra nyhetsbyråer, og dermed ikke syntes å være interessante å undersøke med tanke på å kategorisere nyhetssakene etter *Hvor kommer nyhederne fra* (Lund et. Al 2009) sine kategorier, siden det eneste redaksjonelle arbeidet som var utført av Dagsavisen her bestod i å eventuelt korte dem ned fra originalutgavene. I en sammenligning med mine funn opp mot funnene som ble gjort i *Hvor kommer nyhederne fra* og *Quality and Independence in British Journalism* må resultatene mine veies opp mot denne avgrensningen, da disse notisene ville blitt kodet som 'Lån'.

Da jeg hadde bestemt meg for å analysere en ukesproduksjon av nyhetssaker fra Dagsavisens papirutgave, trengte jeg en metode for å trekke ut hvilke avisutgaver jeg ville ha med i innholdsanalysen. En metode som ofte blir brukt i innholdsanalyser av aviser er å bruke en *konstruert uke*. Denne uttrekksmetoden går ut på å trekke enheter fra alle ukedagene, men ikke innenfor samme uke. I mitt tilfelle kunne jeg for eksempel ha brukt mandagsutgaven til Dagsavisen i uke 40, tirsdagsutgaven i uke 42 osv (Østbye et. al 2007: 2017). Fordelen med denne uttrekksmetoden er at man unngår at hendelser som dominerer nyhetsbildet i perioden der man trekker ut enheter forskyver funnene i innholdsanalysen, og gjør funnene mindre generaliserbare (Neuendorf 2002: 115).

Jeg anså allikevel denne eventuelle problemstillingen til å være mindre relevant i forhold til problemstillingen til oppgaven min. Siden min innholdsanalyse ikke kom til å beskjefte seg med frekvensen av *typer* av innhold, var jeg av den oppfatning at én eller flere dominerende nyhetssaker ikke i like stor grad forskyve funnene mine. Med andre ord antok jeg at den journalistiske praksisen med å låne sitater, innhold og tematiske vinklinger fra andre medier burde ikke være like utsatt for ukentlige endringer som for eksempel antallet av saker som dekker overfallsvoldtekter, norske entreprenører i utlandet eller vinklingen av kvinner i lederposisjoner.

På grunnlag av denne avveielser, i tillegg til at det tids- og logistikkmessig var mer praktisk, endte jeg opp med å bruke uttrekksmetoden *klyngeutvalg*, eller *cluster sampling*. Denne uttrekksmetoden går ut på å trekke ut ett samlet sett med enheter, slik de naturlig opptrer sammen (Østbye et al 2007: 245, Neuendorf 2002: 85). Utvalget mitt ble dermed én uke med Dagsavisens papirutgaver, der uke

49 ble valgt som uttrekksperiode.<sup>2</sup> Selv om jeg hadde vurdert risikoen ved at enkelte dominerende nyhetstemaer i denne uken kunne farge resultatene mine som lav, er det umulig å totalt avfeie at denne nyhetsuken ville ha unike karakteristikk som kunne senke generaliserbarheten til funnene mine. På en annen side ville et uttrekk i kronologisk rekkefølge gi meg muligheten til å ta en nærmere kikk på eventuelle temaer som gikk igjen i løpet av uken, og hvordan Dagsavisen eventuelt valgte å gjenbruke stoff fra tidligere egne saker, et moment som ville være relevant i forhold til forskningsspørsmål 1.

Disse uttrekksvalgene førte til at nyhetssakene, ekskludert notiser, under rubrikken «Samfunn» i Dagsavisens papirutgave ville utgjøre *universet* til innholdsanalysen, det totale settet med enheter som mine enheter ville bli trukket fra, og som resultatene mine eventuelt kunne generaliseres til (Neuendorf 2002: 12). Uttrekket mitt ville bestå av samtlige nyhetssaker fra dette universet i uke 49, 2011.

#### 4.2.2 Enheter

Enheter i innholdsanalyse blir av Neuendorf (ibid: 13) definert som «[...] the individual 'thing' that is the subject of study – what or whom is studied». Enheter blir delt i to undergrupper – *kodingsenhet* ('unit of data collection') og *analyseenhet* ('unit of analysis') (ibid). Kodingsenhet er enhetene som variablene man undersøker blir målt fra, analyseenheter er enhetene som man ønsker å si noe om gjennom innholdsanalysen, enhetene man rapporterer funn fra (ibid). Siden nyhetssakene i Dagsavisens papirutgave både er de enhetene jeg ville måle variabler fra og de enhetene jeg ville rapportere funn fra, utgjorde nyhetssakene både kodingsenhet og analyseenhet.

Jeg har allerede vært inne på hvordan jeg tilnærmet meg en avgjørelse på hva slags type enheter jeg anså det som relevant og praktisk å ha med i undersøkelsen i underkapittelet om utvalg. Jeg kom fram til at universet jeg ville trekke enheter fra skulle bestå i nyhetsartikler, men ikke notiser, under rubrikken «Samfunn». Jeg trengte en mer presis definisjon av enhetene mine, «nyhetssaker». For å skille lengre artikler og reportasjer fra notiser, definerte jeg nyhetssakene som enheter hvis sakene hadde en by-line fra en Dagsavisen-journalist. Jeg oppfattet by-line som en fornuftig markør, da mindre nyhetssaker hentet og kreditert fra nyhetsbyråer ikke var oppført med by-lines. Jeg kunne ha

---

<sup>2</sup> Jeg hadde opprinnelig planlagt å utføre innholdsanalysen i uke 48, men siden dette sammenfalt med offentliggjøringen av de rettsoppnevnte psykologenes rapport av Anders Behring Breivik, valgte jeg å vente til uken etter. Grunnen til dette var at en stor andel av de siterte kildene i sakene i denne perioden var de rettsoppnevnte psykologene, og andre tilknyttet rettsaken mot Anders Behring Breivik. Siden en del av oppgaven går ut på å undersøke kildekontakten til Dagsavisens redaksjon ville det potensielt blitt et stort antall nyhetssaker for hver kilde å kommentere, noe jeg anså som uheldig.

brukt en definisjon der jeg kodet nyhetssaker som enten relevante enheter eller notiser ut i fra størrelsen på nyhetssakene, men jeg følte dette ville være en mindre god definisjon, da enkelte av sakene uten by-lines kunne ha tilnærmet lik størrelse som noen av de kortere nyhetssakene med by-line. Jeg var i tillegg av den oppfatning at by-lines'ene fungerte som en markør fra Dagsavisens side for å markere hvilke saker som var produsert av Dagsavisens redaksjon, da by-lines gjerne oppfattes som en kreditering av hvem som har skrevet saken.

Videre kan det i enkelte tilfeller være vanskelig å avgjøre om man skal kode en nyhetssak som én eller flere enheter, da ett større tema ofte blir dekket gjennom flere «undersaker», eller gjennom én hovedsak og flere undersaker. Allern valgte å løse denne utfordringen i *Nyhetsverdier* (2001) ved å kode nyhetssakene som én sak om det kom tydelig fram det var én hovedsak med flere tilhørende undersaker (81). Siden jeg allerede hadde fastslått at jeg ville definere nyhetssaker som relevante enheter hvis de hadde by-line anvendte jeg dette prinsippet også i disse tilfellene, da jeg følte dette var mest metodisk konsistent.

### 4.2.3 Variabler

Variabler er som nevnt egenskapene ved enhetene som man ønsker å måle. Neuendorf (2002: 107) skriver at det første steget på veien til å definere hvordan man vil måle hver enkelt variabel er å gi en *konseptuell definisjon* ('conceptual definition') av variablene, «[...] a declaration by the researcher as to exactly what he or she wishes to study», en artikulering av hvilke variabler som er relevante i forhold til problemstilling, hypoteser eller forskningsspørsmål. Variablene jeg valgte var basert forskningsspørsmål 1; «Hvor stor andel av sakene kan sies å havne i Lund. et. al (2009) kategorier 'solohistorier, oppfølgingshistorier, fellehistorier, lån og ran'». Jeg tar utgangspunkt i Lund. et. al sine definisjoner av disse begrepene i den konseptuelle definisjonen av variablene mine. Definisjonene har jeg funnet i tilleggskildene «Projekt Nyhedsuge: Metodisk brug af Infomedia», som ligger tilgjengelig på cbs.dk<sup>8</sup>.

'Solohistorier' i Hvor kommer nyhederne fra blir definert som nyhetssaker som er «[...] først med noget nyt eller ubeskrevet» (Burkal: 14<sup>8</sup>), og blir delt i tre underkategorier: 'Solonolo' – solohistorier som ikke har blitt sitert av andre medier, 'Solocit' – solohistorier som har blitt sitert i andre medier og 'Solohandel' – solohistorier som har blitt levert til nyhetsredaksjonen av kildene (ibid) (hvordan det blir avgjort avgjort at saken har blitt levert fra kildene klargjøres ikke).

<sup>8</sup> <http://www.cbs.dk/Forskning/Institutter-centre/Projekter/Forum-Business-Communication/Menu/Nyhedsugen/Menu/Supplerende-artikler>

'Lån og ran' blir definert som tilfeller der «[...] idé og/eller kilde hentet fra andet medie (ibid), der tilfellene blir kodet som 'Lån' hvis idéen eller kilden blir kreditert til det opprinnelige nyhetsmediet der idéen eller kilden er hentet fra, eller 'Ran' hvis ingen slik kreditering forekommer (ibid).

'Felleshistorier' blir definert som nyhetssaker som enten er ubearbeidet nyhetsbyråstoff, saker som er tilført egne sitater, tilført nye vinklinger, eller bearbeidet med 'nye virkemidler' (ibid).

'Oppfølgingshistorier' er oppfølgingssaker basert på en av de tidligere beskrevne type sakene (ibid).

Siden *Hvor kommer nyhederne fra* (Lund et. al 2009) hadde et noe annet mål med undersøkelsen sin enn det jeg har med min, vil jeg avvike noe i hvordan jeg bruker disse variabelverdiene. Målet til *Hvor kommer nyhederne fra* var å sette «... fokus på, hvordan nyheder bliver til, og hvem låner fra hvem – med og uden citat» (ibid: 7), og å analysere den «journalistiske fødekæde» (ibid), mens mitt mål var å undersøke én redaksjon, og gjennom innholdsanalyse komme fram til ett sett med nyhetssaker der det ville være interessant å nærmere undersøke kontakten mellom redaksjon og kilder. Å kartlegge hvilke nyhetsmedier som saker lånes fra eller til er derfor ikke en del av mitt forskningsformål, men heller å registrere utbredelsen av lån og ran, de ulike typene av felleshistorier og oppfølgingshistorier i utvalget mitt, samt kartlegge solohistoriene slik at disse kan undersøkes videre. Jeg ville også nyansere eller endre kategorikriteriene der jeg følte det var nødvendig.

Operasjonalisering er prosessen der man definerer den konkrete fremgangsmetoden for hvordan man har tenkt å måle variablene i datamaterialet man har innsamlet (Neuendorf 2002: 118), og gjennom operasjonaliseringen ønsker man å (1) utvikle variabelkategorier som fanger opp alle aspekter av enhetene som er relevante med tanke på målet med undersøkelsen, (2) å utvikle variabelkategorier som er gjensidig utelukkende, og (3) å bruke et *målenivå* som er best egnet i forhold til målet til innholdsanalysen (ibid: 118-120). Ved å oppfylle punkt 1 og 2 i operasjonaliseringsprosessen forsikrer man seg om at variabelmålingen fanger opp alle tenkelige fenomener som opptrer blant enhetene man ønsker å analysere og som er relevante for hypotesen eller forskningsspørsmålene, og at variabelverdiene skal være gjensidig utelukkende. Med målenivå menes hvilke type verdier man måler på variablene. Målenivået jeg bruker i innholdsanalysen er av typen *nominelle* kategorier, det vil si kategorier som ikke kan plasseres på et kontinuum fra lav til stigende verdi (ibid: 120), til forskjell fra kategorier som for eksempel alder, temperatur eller inntekt.

Variablene som vil avgjøre hvilken sakskategori nyhetssakene havner i vil være følgende: (1) Har saken blitt dekket av andre medier? (2) Hvis ja på nummer 1, har andre medier dekket saken *tidligere* enn dagen før publikasjonstidspunkt, dagen før publikasjonsstidspunkt, eller samme dagen som publikasjonstidspunkt for Dagsavisen sin nyhetssak? (3) Hvis en nyhetssaken har blitt dekket dagen før publikasjonstidspunkt for Dagsavisen sin sak eller samme dag som publikasjon, har flere nyhetsmedier dekket saken samtidig, og uavhengig av hverandre? (4) Hvis variabelverdien på variabel 2 er at andre medier har dekket saken tidligere enn dagen før, eller dagen før, publikasjonstidspunkt, krediteres noen av disse mediene i Dagsavisen sin nyhetssak? (5) Hvis ja på nummer 4, har Dagsavisen trukket inn nye momenter eller vinklinger i saken?

Kategorien 'Solohistorier' ('S') vil i min undersøkelse forstås som nyhetssaker der det ved publikasjonstidspunkt ikke ble funnet andre medier som har dekket samme sak. Dette blir med andre ord avgjort av variabelverdien på variabel 1. I motsetning til *Hvor kommer nyhederne fra* (ibid) vil jeg ikke kartlegge alle nyhetsmedier som eventuelt siterer eller følger opp disse sakene, men om jeg finner at andre medier har sitert eller fulgt opp denne saken i tidsperioden jeg kryssjekker sakene med saker fra andre medier vil jeg registrere dette. Jeg vil heller ikke forsøke å avgjøre om det er kildene som har levert saken til redaksjonen gjennom innholdsanalysen, da dette vil bli gjort i undersøkelsens andre ledd, gjennom e-postintervjuer med primærkildene.

'Felleshistorier' ('F') vil jeg i likhet med *Hvor kommer nyhederne fra* (ibid) forstå som saker som også er dekket av andre medier, og der Dagsavisen enten har tilført egne sitater eller vinkling. Nyhetssaker vil kodes som 'Felleshistorier' dersom det ikke kommer fram av innholdsanalysen at historien kan spores til én nyhetsredaksjon, men der flere medier har dekket saken på samme tidspunkt. Variabelverdiene som vil avgjøre om en nyhetssak kategoriseres som en 'Felleshistorie' vil altså være om *flere* medier har dekket den samme saken *samtidig*, med andre ord avgjort av variabelverdien på variabel 3. I felleshistorier der jeg antar at initiativet til pressedekningen kan ha kommet i form av informasjonssubsidier, eller andre kildeinitiativ ovenfor pressen, vil jeg identifisere sakens primærkilde(r), og gjennomføre e-postintervju på samme måte som med solohistoriene. Saker som hovedsakelig er basert på en nyhetsbyråsak vil kodes som 'Felleshistorie', med mindre vesentlige nye momenter eller vinklinger er blitt tilført av Dagsavisen sin redaksjon.

Kategorien 'Lån og ran' vil jeg forstå noe annerledes enn *Hvor kommer nyhederne fra*. Jeg vil kode saker som 'Lån' ('L') dersom saken bygger på gjenbruk av saker som er tidligere publisert av en eller flere nyhetsredaksjoner, og der de lånte elementene blir kreditert redaksjonene som opprinnelig publiserte saken (Positiv variabelverdi på variabel 4, negativ variabelverdi på variabel 5). Jeg vil

også kode nyhetssaker som 'Lån' i saker der Dagsavisen har innhentet egne sitater, men der temaet og hovedvinklingen kan sies å være lik originalsaken(e), og de nye kildene som siteres i Dagsavisens sak er kommentarer på den opprinnelige saken eller sitatene, men der ingen nye momenter eller vinklinger blir introdusert. Dette vil føre til at enkelte saker som i *Hvor kommer nyhederne fra* (ibid) ville blitt definert som 'Oppfølgningsaker' vil her bli kodet som 'Lån', da det etter min oppfatning ikke er meningsfullt å kode nyhetssaker som oppfølgningsaker i tilfeller der både tema, vinkling og kilder i hovedsak er hentet fra andre nyhetssaker, og det eneste tilskuddet i Dagsavisens utgave av saken har vært innhenting av kommentarer som ikke kan sies å introdusere nye temaer eller vinklinger.

'Ran' ('R'), eller ukreditert bruk av andres ideer eller kilder, vil jeg ikke bruke som en egen kategori av nyhetssaker, da jeg var av den oppfatning at ukreditert bruk av andres kilder eller annet stoff gjerne kunne forekomme i saker som kan kodes som en av de andre kategoriene (med mindre saken i sin helhet er basert på 'stjålet' materiale). Dette ville i mitt syn stride mot prinsippet om å ha variabelverdier som er gjensidig utelukkende (Neuendorf 2002: 119). Jeg vil derfor heller registrere tilfeller av 'Ran' jeg finner blant enhetene, og kode dette som en frittstående variabelverdi som kan inngå i de andre kategoriene.

'Oppfølgningsaker' ('O') vil jeg forstå på samme måte som i *Hvor kommer nyhederne fra* (Lund et. Al 2009), og jeg vil her skille mellom oppfølging av egne saker ('O1'), og oppfølging av andre nyhetredaksjoners saker ('O2'). EN nyhetssak kodes som 'Oppfølgingssak' hvis variabel 4 og variabel 5 har positiv verdi.

Videre ønsket jeg å indentifisere det jeg ville kalle *primærkilder* ('P') i nyhetssakene som havnet i kategorien 'Solohistorier'. Med primærkilder mener jeg de kildene som gjennom handling eller utspill danner grunnlag hovedtemaet for nyhetssaken. Jeg ønsket å indentifisere disse kildene slik at jeg kunne ta kontakt med dem senere i undersøkelsen for å få svar på forskningsspørsmål 2 og 3. Antall kilder i nyhetssakene ble også registrert.

Disse variabelkategoriene kan i hovedsak kategoriseres som *latente innholdsvariabler*. Variablene er innholdsvariabler ved at de ikke ment å fange opp egenskaper som lay-out eller spalteplass, men tar for seg egenskaper som beskriver nyhetssakenes meningsinnhold (Neuendorf 2002: 24), nærmere bestemt i hvilken grad meningsinnholdet er produsert av Dagsavisens egen redaksjon. Med latente variabler menes variabler som fanger opp egenskaper ved meningsinnholdet som ikke er direkte tilgjengelige gjennom meningsinnholdet alene, men gjør seg til kjenne gjennom en eller flere

indikatorer (ibid: 23). Disse indikatorene vil i min innholdsanalyse utgjøre bruk av sitater og annen tekst, valg av tema og vinkling. Når det gjelder en variabel som bruk av sitat er dette på én side en tydelig manifest egenskap, da et lånt sitat burde være likt originalsitatet, men en avgjørelse om sitatet er lånt, stjålet eller innhentet av Dagsavisen selv er ikke alltid tilgjengelig gjennom en lesning av nyhetssaken alene, da man i mangel av en kreditering av sitatet ikke kan være sikker på hvor sitatet kommer fra, og hvordan det således bør kodes.

#### **4.2.4 Å integrere innholdsanalyse i et større forskningsdesign**

Innholdsanalyse er en metode som er vel egnet til å gi en kvantitativ oversikt av egenskaper ved meningsinnhold (Østbye et. Al 2007: 210). På en annen side har den klare begrensninger når det kommer til å skulle si noe om prosessen som har ført opp til innholdet som blir analysert, eller eventuelle effekter av dette innholdet på mottakere. I følge Neuendorf (2002: 56-57) kan resultater fra en innholdsanalyse på en annen side integreres med data som er innsamlet gjennom andre metoder for å gi et mer utfyllende bilde av forholdet mellom avsender, meningsinnhold og mottaker, og siterer en modell utviklet av Shoemaker og Reese (1996) som peker på ulike måter data fra innholdsanalyse kan kombineres med data innhentet med andre metoder, og kombineres inn i et større forskningsdesign.

Å se på innholdsanalyse innenfor et større metodologisk rammeverk vil i følge Neuendorf (ibid: 60-61) bidra til at innholdsanalyse kan videreutvikle seg fra å være en metode der slutninger trekkes fra det analyserte innholdet alene, til å være en del av et større sett med forskningsverktøy som sammen kan gi og integrere innsikt i ulike deler av produksjon, mediering, resepsjon og bruk av meningsinnhold. Mitt forskningsdesign er konstruert med tanke på en slik metodologisk integrasjon; resultatene fra innholdsanalysen vil lede an til en videre undersøkelse av nyhetssakene, med det mål å kunne si noe om *prosessen* som har ledet fram til publiseringen av nyhetssakene som faller inn under variabelkategorien 'Solohistorier'.

### **4.3 E-postintervjuene**

Etter jeg hadde gjennomført innholdsanalysen, og kommet fram til ett sett med saker som kvalifiserte som 'Solohistorier' ønsket jeg å undersøke forskningsspørsmål 2 og 3, hvem som hadde tatt det første initiativet til kontakt av kilde og journalist, og å kartlegge om det hadde forekommet en overføring av *informasjonssubsidier* fra kilde til journalist.

Jeg hadde bestemt meg for å kontakte kildene i de aktuelle sakene for å få svar på disse spørsmålene, og siden det kunne dreie seg om et større antall relevante personer kom jeg fram til at korte, strukturerte e-postintervjuer ville være den mest praktiske metoden for å hente inn informasjonen. Det jeg ønsket å undersøke i forskningsspørsmål 2 og 3 kan sies å falle inn under begrepet 'produksjonsanalyse', og her er kvalitative intervju godt egnet som metode for å innhente innsikter fra de relevante aktørene (Østbye et. al. 2007: 96). Ved å gjennomføre intervjuene som strukturerte intervju ville jeg lettere kunne ordne tilbakemeldingene i tabeller (ibid: 100), noe som var ønskelig, da jeg ønsket å tallfeste fenomenene 'initiativ' og 'informasjonssubsidier'.

Jeg antok at jeg blant de potensielle respondentene ville kunne finne en del travle mennesker, som politikere, næringslivsledere og organisasjonsledere, da tidligere innholdsanalyser har funnet at mennesker i slike lederroller med stor frekvens blir brukt som kilder (Allern i Eide (red.) 2001[2004]: 288). Jeg anså det derfor som mer sannsynlig å få en tilfredsstillende svarprosent gjennom e-posthenvendelser enn gjennom oppsøkende intervju eller telefonintervju.

*Utvalget* av respondenter ble bestemt gjennom resultatene fra innholdsanalysen. De aktuelle informantene var oppgitte kilder i nyhetssakene som var blitt kodet som 'Solohistorier'. Jeg sendte ikke ut spørreskjemaet til samtlige kilder som var sitert i disse sakene, men til kildene som jeg i innholdsanalysen hadde definert som *primærkilder*. Dette fordi jeg ønsket svar på hvem av kilde og journalist som hadde tatt initiativ til at selve nyhetssaken var blitt til en sak i første omgang, og ikke hvem av kilde og journalist som først tok kontakt av de oppfølgende, eller 'sekundære', kildene i saken. I de fleste Solohistoriene var det gjerne én kilde som gjennom ett sett med uttalelser eller en annen form for aktivitet la grunnlaget for sakens tema og vinkling, mens andre siterte kilder i saken fungerte som supplerende kommentatorer, eller ble etterspurt informasjon fra journalisten som kunne gi kontekst eller faktaopplysninger i forbindelse med den aktuelle saken. I de sakene der jeg fant det vanskelig å avgjøre hvem av kildene som virket til å være den primære kilden, sendte jeg spørreskjemaet til samtlige oppgitte kilder.

Jeg forsøkte å holde formen på e-postintervjuet så kort som mulig, med det mål å sikre en høyest mulig svarprosent (Østbye et. Al 2007: 132), samtidig som jeg sikret meg at spørsmålene mine ville fange opp begrepene jeg var ute etter å undersøke. Jeg stilte informantene spørsmål om hvordan kontakten mellom kilden og Dagsavisens redaksjon hadde forløpt fram mot publiseringen av saken, og om kilden hadde oversendt journalisten skriftlig informasjon eller henvist journalisten til andre kilder de kunne kontakte. Til slutt stilte jeg et åpent spørsmål om hvordan kilden følte saken hadde blitt fremstilt på trykk. Spørsmålet som gjaldt hvem av journalist/redaksjon og kilde som først



hadde tatt kontakt er i utgangspunktet et relativt lukket spørsmål, der svaralternativene hovedsaklig består av enten «journalisten tok kontakt først» eller «jeg tok kontakt først». Jeg valgte å formulere spørsmålet noe mer åpent, og ba kilden beskrive kontaktsforløpet fram mot publiseringen av saken, slik at respondenten stod friere i å forklare hele hendelsesforløpet, slik at eventuelle aspekter ved kontakten som ellers ville blitt redusert til «jeg tok først kontakt/ journalisten tok først kontakt» kunne bli fanget opp (ibid: 138-139).

Videre sørget jeg for å klargjøre hvem jeg var, og hva som var problemstillingen i oppgaven min, slik at informantene mine hadde mulighet til å gjøre et *informert samtykke* (ibid: 101). Slik sikret jeg at informantene var klar over hvilken sammenheng de ble intervjuet i, og hvordan svarene deres ville bli brukt i undersøkelsen min.

## 4.4 Gjennomføringen av datainnsamlingen

### 4.4.1 Pilotundersøkelsen

I innholdsanalyse er pilotundersøkelser nyttige å gjennomføre av ulike grunner. I en innholdsanalyse hvor flere kodere skal kode variabler, er av avgjørende betydning å teste *interkoderreliabiliteten*, målet på hvor samsvarende de målte variabeleverdiene er blant de ulike koderne (Østbye et. Al 2007 144), slik at problematiske variabler, eller kriterier for å bestemme variabelerverdier, kan ytterligere klargjøres eller endres (ibid: 147-148). Siden jeg var den eneste koderen i denne undersøkelsen ville denne problemstillingen falle noe på siden av målet med å gjennomføre en pilotundersøkelse. Målet mitt med pilotundersøkelsen var å teste om metoden min med å sammenligne enhetene mine med det totale norske nyhetsuniverset av avisartikler ville være en valid metode å avgjøre om enhetene mine kunne sies å være 'Solohistorier', eller en av de andre variabelkategoriene. Pilotundersøkelsen ville også vise seg å ha konsekvenser for utvalgskriteriene av enhetene mine.

Pilotundersøkelsen ble gjennomført tirsdag 18. oktober, 2011. Uttrekket av enheter bestod av nyhetssakene under rubrikkene «Samfunn» og «Verden», uttrekket omfattet med andre ord både innenrikssaker og utenrikssaker. Jeg søkte etter det jeg anså som relevante stikkord fra nyhetssakene på A-tekst<sup>9</sup>, med en angitt søkeperiode fra to uker før publiseringstidspunkt og fram til datoen for

---

9 <https://web.retriever-info.com/services/archive.html>

publisering, og med 'alle norske' som søkeunivers. Jeg kodet så enhetene mine ut i fra hvilke variabelverdier jeg kunne måle i enhetene mine sammenlignet med søkeresultatene.

Hovederfaringen jeg gjorde meg i pilotundersøkelsen var at en analyse av utenriksnyhetssaker ville være svært vanskelig å gjennomføre med metodene jeg hadde valgt. Kildene i disse nyhetssakene var ofte mangelfullt identifisert, og innhenting av korrekt kontaktinformasjon med hensyn til å gjennomføre e-postintervjuer så ikke ut til i mange tilfeller å være umulig. Å inkludere alle utenrikssakene i analysen min ville i tillegg utvidet antallet enheter som skulle analyseres betydelig, og jeg anså det derfor om mer forsvarlig å heller fokusere analysen min på innenrikssakene, da dette ville gi meg mulighet til å grundigere se på hver nyhetssak, være sikker på at datainnsamlingen gjennom innholdsanalysen og e-postintervjuer ville holde en tilfredsstillende grad av reliabilitet, i tillegg til at jeg kunne fokusere på sakene som virket mest relevante i forhold til resten av den norske medieagendaen.

#### **4.4.2 Hovedundersøkelsen**

Innholdsanalysen ble gjennomført i uke 49 og 50, 2011. Det totale antallet enheter, alle nyhetssaker med by-line fra rubrikken «samfunn», var 49 nyhetssaker, fordelt på seks utgaver av Dagsavisens papiravis fra uke 49. Jeg kodet nyhetssakene etter kriteriene i kodeboka, og registrerte funnene mine. E-postintervjuene ble sendt til det jeg identifiserte som primærkilder mellom 13. og 30. januar. Det ble sendt ut e-postintervjuer i forbindelse med totalt 20 nyhetssaker. Grunnen til at det var et opphold mellom innholdsanalysen og utsendelsen av e-postintervjuer var at juleferien nærmet seg i det jeg var ferdig med kodingen i innholdsanalysen, og for å forhindre at e-postene mine med spørsmålene ble 'begravet' i innboksen til respondentene over romjul og nyttår valgte jeg å sende dem ut på nyåret.

### **4.5 Vurdering av validitet og reliabilitet**

Siden jeg har benyttet meg av to ulike metoder, innholdsanalyse og spørreskjema, vil jeg vurdere validiteten og reliabiliteten deres hver for seg, da kriteriene for vurderingen av disse begrepene skiller seg fra hverandre i de to metodene.

#### **4.5.1 Innholdsanalysens reliabilitet**

Reliabilitet i innholdsanalyse blir vanligvis forstått som et mål på graden av samsvar i kodingen til de ulike koderne som har gjennomført innholdsanalysen (Neuendorf 2002: 141). Jeg lot en sekundærkoder gjennomføre en koding av mandagsutgaven av Dagsavisen (5. desember 2011) med instruksjer fra kodeboken, og fikk en samsvarende koding på alle 7 nyhetssaker som var kodet. Jeg anså dette som en indikasjon på tilfredsstillende operasjonalisering av variablene mine.

#### 4.5.2 Innholdsanalysens validitet

I innholdsanalyse skiller man gjerne mellom *intern validitet* og *ekstern validitet*. Med intern validitet mener man hvor godt de operasjonaliserte målene fanger opp fenomenene man ønsker å undersøke, variablene slik de har blitt konseptuelt definert (Neuendorf 2002: 115). Med ekstern validitet mener man i hvilken grad funnene i undersøkelsen er overførbare utover utvalget som er analysert (ibid). Jeg vil her se på disse begrepene hver for seg.

Innholdsanalysen sin interne validitet avhenger av hvor godt de ulike egenskapene ved nyhetsartiklene jeg har analysert fanger opp relevante aspekter med hensyn til å kategorisere dem i de ulike variabelkategoriene. Jeg har i denne undersøkelsen valgt å basere meg på variabelmålene som lå til grunn for *Hvor kommer nyhetene fra* (Lund et. Al 2009), med noen endringer som jeg beskrev i underkapittelet om variabler. Variabelmålene jeg har valgt å bruke er bruk og kreditering av sitater og annen tekst fra andre nyhetsmedier, og å undersøke om nyhetsartiklene i analysen har omhandlet temaer som har vært dekket av andre norske aviser, hvor jeg har brukt publiseringstidspunkt som indikator på hvem som har vært først ute eller om avisene har skrevet om saken på samme tidspunkt. I tillegg har jeg gjennom innholdsanalysen identifisert hva jeg kaller 'primære kilder', kildene som danner sentrum for sakens tema gjennom handling eller utspill.

I følge mitt syn er det tre ulike validitetsbegreper som er relevante for å evaluere den interne validiteten i innholdsanalysen. Disse validitetsmålene er de Neuendorf kaller *Face Validity*, *Content Validity* og *Construct Validity* (ibid: 115-118). Med 'Face Validity' menes hvor godt variabelmålene 'ved første øyekast' synes å fange opp det man i de konseptuelle definisjonene av variablene ønsker å fange opp i analysen. Jeg er av den oppfatning at variabelmålene jeg har valgt virker som fornuftige mål med tanke på å plassere nyhetssakene i de ulike variabelkategoriene, og at det ikke er for stor 'konseptuell avstand' mellom variabelkategoriene og variabelmålene (ibid: 115).

Med 'Content Validity' (ibid:116-117) menes det om variabelverdiene plukker opp alle relevante

aspekter ved de undersøkte enhetene med tanke på det man er ute etter å måle. I innholdsanalysen min kunne jeg helt klart ha målt flere variabler, som for eksempel bruk av fotomotiver, oppsøking av de samme kildene osv. Jeg mener allikevel jeg har foretatt en avgrensning av variablene jeg har målt som er fornuftig med tanke på forskningsspørsmålene mine.

Når man vurderer 'Construct Validity' vurderer man i hvilken grad de ulike variabelmålene henger sammen med tanke på det overordnede teoretiske begrepet man er ute etter å måle, eller de ulike begrepene som utgjør variabelkategoriene i tilfellet med denne undersøkelsen (ibid: 158). Siden variabelkategoriene mine ikke har utgangspunkt i teori, men tidligere forskning, og kan sies å være relativt beskrivende i navn angående hva de innebærer, blir denne validitetsvurderingen relativt lik målet på 'Face Validity'. Jeg mener variabelkategoriene mine blir relativt godt fanget opp av variabelmålene jeg har brukt i denne undersøkelsen.

Det fjerde validitetsmålet Neuendorf ta for seg, 'Criterion Validity' innebærer hvor godt variabelmålene fanger opp relevante egenskaper i forhold til etablerte konsepter eller standarder (ibid: 115-116). Siden variabelkategoriene mine ikke baserer seg på slike allerede etablerte standarder eller konsepter, men begreper lånt fra en tidligere undersøkelse, anser jeg ikke dette validitetsmålet å være relevant i forhold til innholdsanalysen min.

Innholdsanalysens eksterne validitet, eller *generaliserbarheten*, kan helt klart diskuteres, og må sies å avhenge av hvilket univers man skulle forsøke å generalisere funnene til. Som jeg har påpekt har det blitt vist at et uttrekksgrunnlag på seks aviser kan gi resultater med tilfredsstillende eksterne validitet, men i forbindelse med denne innholdsanalysen er det da relevant å påpeke at uttrekket er gjort fra et bare en del av Dagsavisen, nemlig innenrikssakene som omhandler samfunnsproblemer (saker under rubrikken 'Samfunn'). Videre er uttrekket ikke gjort gjennom metoden med 'konstruert uke' (Østbye et. Al 2007: 217, 244-245, 266), og enkelthendelser kan helt klart ha farget resultatene mine. Uttrekket ble gjort én uke etter publiseringen den første psykologiske evalueringen av Anders Behring Breivik, en hendelse som dominerte nyhetsbilde en periode, også til en viss grad i uken jeg gjorde uttrekket mitt. Denne saken utgjorde allikevel bare tre av de totalt 49 nyhetssakene jeg analyserte, tematisk sett. Alt i alt mener jeg resultatene kan gi en pekepinn på hvordan Dagsavisens innenrikssaker fordeler seg etter variabelkategoriene generelt, og kan muligens gi en pekepinn på utbredelsen av bruk av fellesstoff og gjenbruk i norske aviser med fokus på samfunnsstoff og politikk.

### **4.5.3 E-postintervjuenes reliabilitet**

Hovedmomentet når det gjelder reliabilitet i data hentet fra e-postintervjuer som stiller retrospektive spørsmål er gjerne om informantene kan korrekt gjengi informasjon om hendelser eller handlinger som ligger bakover i tid (ibid: 135). I min undersøkelse ble spørreskjemaene sendt ut seks til åtte uker etter at nyhetssakene der de hadde blitt oppgitt som kilder var gått i trykken. De ble med andre ord spurt om å gjengi handlinger de hadde utført for seks til åtte uker siden, eller noe lengre, avhengig av hvor lenge kontakten mellom dem og journalistene vedvarte før sakene gikk i trykk.

Siden spørsmålene mine var relativt åpne var det rom for dem å uttrykke eventuell tvil om hvordan hendelsene jeg spurte om hadde forløpt. Stort sett virket informantene sikre da de beskrev hendelsene jeg spurte om, men det enkelte tilfeller der de ikke husket å ha vært i kontakt med journalister i forbindelse med de aktuelle sakene i det hele tatt. Jeg transkriberte da sitatene deres fra sakene de var siterte i, og oversendte de til dem. Evnen til å gjenkalle hendelsene virket da til å komme tilbake, og i ingen tilfeller endte jeg opp med å få svar der respondentene uttrykte tvil om hendelsesforløpene, eller svar der de uttrykte at de ikke kunne gjenkalle informasjonen jeg spurte etter. Siden jeg valgte å ikke kontakte journalistene angående de aktuelle sakene hadde jeg ikke mulighet til å kryssjekke respondentenes svar, noe som ville ha økt reliabiliteten til dataene fra spørreundersøkelsen, men totalt sett virket evnen blant respondentene til å gjenkalle relevant informasjon høy.

Når det gjelder informantenes eventuelle tilbøyelighet til å 'pynte på sannheten', eller på andre måter å bevisst gi unøyaktige svar har jeg dekket dette momentet i diskusjonen angående valget av å bruke kildene som informanter. Oppsummert kom jeg her fram til at sjansen for å motta bevisst unøyaktige svar var lavere enn hvis jeg hadde brukt journalistene som informanter, og at det etter min vurdering ikke burde forekomme feilaktig informasjon i en slik grad at reliabiliteten totalt sett ville blitt for lav til at dataene kunne brukes.

### **4.5.4 E-postintervjuenes validitet**

Når det kommer til validiteten til dataene hentet fra spørreundersøkelsen er dette knyttet opp til om spørsmålene i intervjuene fanger opp begrepene jeg var ute etter å undersøke, med andre ord om spørsmålene mine var blitt operasjonalisert fra de teoretiske begrepene på en god nok måte. Jeg er av den oppfatning at operasjonaliseringen her var relativt 'rett fram' med tanke på at jeg ønsket svar på hvem av respondent og journalist som hadde initiert den første kontakten. Når det kom til

operasjonaliseringen av begrepet 'informasjonssubsidier' valgte her å operasjonalisere begrepet med spørsmålet 'Ga eller henviste [respondent/respondentens arbeidsgiver] Dagsavisen skriftlig informasjon/kilder eller andre muntlige kilder de kunne bruke i forbindelse med saken?'. Dette spørsmålet dekker eventuelle direkte overføringer av skriftlig informasjon til journalisten, henvisning til spesifikk informasjon eller skriftlige kilder, og henvisninger til muntlige kilder. Jeg mener disse momentene fanger opp kildestrategien med «[...] reduc[ing] the prices faced by others for certain information in order to increase its consumption [...]» (Gandy 1982: 8).

## 4.6 Oppsummering

Ved å gjennomføre en innholdsanalyse der jeg har sammenlignet innholdet i nyhetssaker fra Dagsavisens 'Samfunn'-rubrikk med nyhetssaker funnet i A-tekst, ønsket jeg å finne ut av andelen av nyhetssaker som ville falle inn under kategoriene brukt i *Hvor kommer nyhederne fra* (Lund et. Al 2009). Disse funnene har jeg så undersøkt videre ved hjelp av en e-postintervjuer for å videre nyansere kategorien 'Solohistorier', med tanke på å avdekke andelen av saker som er initiert av Dagsavisens redaksjon versus primærkildene. Videre har jeg brukt informasjon hentet fra e-postintervjuene for å avdekke eventuelt bruk av informasjonssubsidier fra primærkildene i disse sakene. Alt i alt ble 49 nyhetssaker analysert i innholdsanalyse, og det ble sendt ut e-postintervjuer i forbindelse med 20 av disse sakene. Målet med dette forskningsdesignet har vært å bruke innholdsanalyse for å kartlegge nyhetsinnholdet slik de fordeler seg på kategoriene til *Hvor kommer nyhederne fra* (ibid), for så å kunne si noen om *prosessen* som har ført fram til publiseringen av kategorien 'Solohistorier'.

# 5 Dagsavisen og den norske medieagendaen

Innholdsanalysen fra Dagsavisen sine papirutgaver fra uke 49 i 2011 strakk seg over 49 nyhetssaker fordelt på 6 avisutgaver (mandag 5. desember til lørdag 10. desember). Tematisk dekker disse sakene et bredt spekter av ulike temaer. Noen temaer omfattet flere nyhetsaker, deler av historier og pågående prosesser som i noen tilfeller hadde utgangspunkt fra lang tid før uke 49, andre dukket først opp denne uken, og avfødte så flere nyhetssaker utover uken. Mange av dem lever fortsatt i beste velgående i den norske medieagendaen i skrivende stund (våren 2012). Andre nyhetstemaer meldte sin ankomst, for så å forsvinne uten å ha satt mer spor etter seg enn én enslig nyhetssak.

Et utvalg av nyhetssaker fra én uke vil med andre ord fremstille et ufullstendig og fragmentert bilde av de mange tematiske trådene som går igjennom de ulike nyhetssakene. Dette er et viktig forbehold å ha i bakhodet når funnene mine skal presenteres og drøftes. Nyhetssaker er ikke bare 'nyheter', ny informasjon som blir oppfattet som viktig nok til å påspanderes spalteplass, de er også *fortellinger*; deler av større pågående narrativer som gir nyhetssaken mening (Schudson 2003: 177-181). Funnene mine fra uke 49 vil ikke kunne gi 'hele historien' når det gjelder hvordan de konkrete nyhetssakene fra utvalget kom til på Dagsavisen sin nyhetsagenda, hvordan de ble spilt ut før de forsvant igjen fra avissidene, og den relevante samfunnsmessige konteksten de var en del av. Det funnene mine forhåpentligvis kan kaste lys på er i hvilken grad Dagsavisen følger *etter* den norske presseagendaen, hvordan de følger *opp* sine egne og andres nyhetssaker, og hvordan Dagsavisen sine eksklusive nyhetssaker kommer til i første omgang. Det blir forhåpentligvis et bilde av en typisk nyhetsuke hos Dagsavisen som kan gi et mer eller mindre representativt bilde av hvordan Dagsavisen følger opp og bruker saker fra andre nyhetsmedier, og hvordan de bringer nye saker til sin egen nyhetsagenda.

## 5.1 Presentasjon av tallene fra innholdsanalysen

### Nyhetssakene fra uke 49 fordelt etter innholdsanalysens sakskategorier

Innholdsanalysen jeg gjennomførte inneholdt fem gjensidig utelukkende kategorier som de kodede

nyhetssakene kunne plasseres i. I tillegg registrerte jeg tilfeller av ran som ble funnet i nyhetssakene. Hvordan nyhetssakene fra uke 49 fordeler seg på sakskategoriene kan leses fra tabell 4.1. Saken vil bli omtalt etter et system der første siffer angir dagen i uken de stod på trykk, og der siste siffer angir posisjonen til saken slik de fremstår på trykk, lest fra øverst til venstre til nederst til høyre. Sak 4.3 vil for eksempel angi at det er den tredje saken som stod på trykk torsdag, uke 49. der det har vært mulig har jeg lagt ved lenker til saker jeg nevner fra andre medier sine nettutgaver, da det slik blir lettere for leseren å sammenligne originaltekstene jeg omtaler i forbindelse med diskusjonene av Dagsavisen sine saker.

Tabell 4.1	<u>Sakskategori</u>	<u>Antall saker</u>	<u>Andel i prosent</u>	<u>Antall kilder, gjennomsnitt</u>
	Solohistorier (S)	17	35	3,1
	Felleshistorier (F)	20	41	2,4
	Oppfølgingshistorier, egne saker (O1)	3	6	2,5
	Oppfølgingshistorier, andres saker (O2)	7	14	2,5
	Lån (L)	2	4	2,9
	<b>SUM</b>	<b>49</b>	<b>100prosent</b>	<b>2,8</b>

Merk at tallene ikke er vektet etter spalteplass, og at arealet av spalteplass fordelt på sakskategorier kan gi andre tall enn de som er presentert her. Det totale kildesnittet er vektet i forhold til antall saker på hver sakskategori, og angir gjennomsnittlig antall kilder til de 49 enkeltsakene totalt

Grensene mellom kategoriene 'Oppfølgingshistorier, andres saker', 'Felleshistorier' og 'Lån' kan ved første øyekast virke noe flytende, så jeg vil gi et eksempel på hver av disse kategoriene for å belyse de avgjørende forskjellene mellom dem.

## 5.2 'Felleshistorie', 'Oppfølgingshistorie' eller 'Lån'?

Skillet mellom de ulike sakskategoriene hviler på karakteristikkene jeg har skissert her og i metodekapittelet, men vil til syvende og sist blir avgjort av en kvalitativ lesning av hver enkelt sak, og ved å sammenligne dem med nyhetssaker som omtaler de samme sakene ('issues'). Som Neuendorf (2002: 23) skriver, det kan være vanskelig å kategorisere egenskaper ved tekster som *enten* manifeste *eller* latente, ofte er grensen noe uklar. Dette er også tilfellet når nyhetssaker skal kategoriseres i henhold til kategoriene jeg har brukt. Spesielt de tre sakskategoriene jeg skriver om her skiller seg fra hverandre i spørsmål om vinkling (eller '*framing*'), og i spørsmålet om nye momenter, eller ny vesentlig informasjon har blitt tilført en sak. Jeg mener de avgjørende



forskjellene ved disse kategoriene best kan tydeliggjøres ved å trekke fram ett eksempel fra hver av kategoriene fra Dagsavisen sine saker fra uke 49, og se på dem i lys av hvordan *egenskapsagendaen* til Dagsavisen sine saker forholder seg i forhold til andre medier sin dekning av sakene.

### 5.2.1 Felleshistorien

Som eksempel på en typisk felleshistorie vil jeg bruke saken «Møbler og mangfold» (3.12) fra Dagsavisen onsdag 7. desember. Her var saken at IKEA Furuset hadde vunnet årets mangfoldspris, som deles ut av Integrerings- og mangfoldsdirektoratet. I Dagsavisen blir juryens begrunnelse for å tildele IKEA Furuset prisen forklart, supplert med sitater av prisutdeler Audun Lysbakken, arbeidere ved IKEA Furuset og IKEA-sjef Carl Janzen. Blant de andre mediene som hadde dekket saken var Aftenposten<sup>10</sup> og medlemsmagasinet HK-nytt<sup>11</sup>. Her åpnes det også med å forklare hvordan juryen kom frem til vinneren, og alle tre mediene har med nøkkelformuleringen at de ansatte i IKEA Furuset «... gjenspeiler befolkningen i nærområdet» (Dagsavisen 7. desember 2011: 14). I HK-nytt er også Lysbakken og Janzen sitert, men har andre sitater enn Dagsavisen. Innholdsmessig er de allikevel svært like: Lysbakken skryter av IKEA Furuset sitt mangfold blant de ansatte, og Janzen er takknemlig for den positive oppmerksomheten. Begge sakene inkluderer også sitater fra ansatte som forteller om hvor viktig IKEA sin vilje til å ansette mennesker fra ulike kulturer er.

Typisk for felleshistorier er at vi ser mediene *referer* til en hendelse eller et sett med uttalelser, og at kildene gjerne går igjen i sakene til de ulike nyhetsmediene, ofte med noe ulike sitater, men med svært likt meningsinnhold. Aftenposten sin utgave av saken skiller seg noe fra de to andre, da det i deres utgave av saken bare er innhentet sitater fra kommunikasjonssjefen i IKEA, men formuleringen om at IKEA Furuset har fått til å speile den lokale befolkningssammensetningen i arbeidsstokken sin, samt juryens videre begrunnelse for avgjørelsen har også funnet vei inn i Aftenposten sin sak, og er det sentrale temaet i saken. Videre ser vi fra publiseringstidspunktene til de tre sakene at de tilsynelatende er skrevet samme dag, sakene til Aftenposten og HK-magasinet er publisert 6. desember, mens Dagsavisen sin sak står på trykk i papirutgaven 7 desember.

Videre kan det være vært å nevne at både Dagsavisen, HK-nytt og Aftenposten ikke så ut til å være interesserte i å finne egne vinklinger på, eller problematisere prisutdelingen. Vinklingen av sakene reflekterte hva arrangøren av prisutdelingen, Integrerings- og mangfoldsdirektoratet, vektla i

---

10

[http://www.aftenposten.no/job/Ikea-er-best-p-mangfold-6714747.html#.T8Yi\\_jt\\_jAs](http://www.aftenposten.no/job/Ikea-er-best-p-mangfold-6714747.html#.T8Yi_jt_jAs)

11 <http://www.hk-nytt.no/arbeidslivet/article5836050.ece>

uttalelsene sine under utdelingsseremonien, og spørsmålene som ble stilt kildene dreide seg om hvordan de opplevde å motta prisen. I Dagsavisen sin utgave av saken er flere av formuleringene fra juryens begrunnelse<sup>12</sup>, i tillegg til tall på andelen arbeidere hos IKEA Furuset med innvandrerbakgrunn, gjengitt uten å vise til at disse kommer fra en pressemelding fra Integrerings- og mangfoldsdirektoratet, og blir stående uten noen form for kildehenvisninger. At den redaksjonelle linjen til Dagsavisen i denne saken ligger så tett opptil arrangørens er et eksempel på at journalister og kilder noen ganger, for å låne en formulering av Allern (1997: 126), «spiller på lag», og kan i likhet med 'Kvinner bak rattet'-aksjonen som Allern omtaler (ibid), sannsynligvis forklares med at journalistene hadde sympati for arrangørens sak. Hvis man ser på en sak som en sum av ulike *egenskaper* (Takeshita i McCombs et. al 1997: 22), som underproblemstillinger, antakelser om årsakssammenhenger og moralske evalueringer, ser vi at kildene er de styrende i disse type sakene, og at nyhetsmediene med noe ulik form, men svært likt i innhold, gjengir saksegenskapene kildene legger vekt på.

### 5.2.2 Oppfølgingshistorien

Et eksempel på en 'typisk' oppfølgingshistorie av andre medier sine saker er saken «Krever styrket tilsyn» (5.1), fra fredag 9. desember. Denne saken tar opp en undersøkelse foretatt av Adresseavisen<sup>13</sup> (8. desember), der det ble avslørt at 52 barn har blitt utsatt for grove overgrep mens barnevernet hadde omsorg for dem. I artikkelen fra Adresseavisen legges det fram tall på antall domfellelser disse overgrepene har resultert i, erstatningssummer og lengden på noen av dommene. Dagsavisen følger opp saken med et intervju med barneombud Reider Hjermand. Barneombudet peker i intervjuet på at barn som er plassert i omsorgstiltak ofte har mangelfull kontakt med tilsynsførere, og at Barneverntjenesten ofte bruker lang tid på å behandle saker på grunn av få ressurser. Barneombudet peker videre på at bakgrunnssjekkene som blir utført på potensielle fosterforeldre ofte er mangelfulle.

Vi ser her at Dagsavisen sin sak *starter* med å gjengi funnene fra Adresseavisen sin sak, og følger så opp gjennom kilden Reidar Hjermand med å introdusere flere momenter til saken, blant annet arbeidsrutinene og ressursene til Barnevernstjenesten. I stedet for at saken utelukkende dreier seg om overgrepene i seg selv, og eventuell mangelfull oppfølging fra rettsvesenet, blir Barnevernstjenestens rutiner og evne til å følge opp barn satt under offentlig omsorg en del av saken, blant annet svakheter i tilsynsførerordningen. Til kontrast kan vi se Aftenposten sin sak om

12 <http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/pressesenter/pressemeldinger/2011/ikeafarmangfoldsprisen2011.htmlid=6658>

13 <http://www.adressa.no/nyheter/deglemtebarna/article1738925.ece>

overgrepene som er publisert på nett 8 desember<sup>14</sup>. Her gjengis funnene til Adressavisen uten at nye vinklinger eller momenter har blitt lagt til, og ville blitt klassifisert som 'Lån' i innholdsanalysen. I seinere dekning av saken kan vi se at spørsmålet om tilsynsføreres evne til å følge opp barn hos fosterforeldre har nettopp blitt en av de sentrale vinklingene i hvordan saken blir rapportert i media. Allerede i Dagsrevyen 8. desember<sup>15</sup> blir dette momentet vektlagt, og i en oppfølgende artikkel i Adresseavisa 9. desember<sup>16</sup> er dette den sentrale vinklingen på saken.

Oppfølgingshistorier er interessante nettopp fordi man kan få et innblikk i hvordan en sak sin *egenskapsagenda* blir formet ved at nye momenter blir dratt inn i oppfølgende nyhetssaker, og hvordan flere medier ser ut til å samle seg rundt en viss egenskapsagenda. Hvilket nyhetsmedium som i dette tilfellet var først ute med å innføre momentene om Barneverntjenesten sin evne til å utføre jevnlig besøk hos fosterbarn er ikke så lett å avdekke i dette tilfellet, og flere medier kan nok ha samlet seg rundt denne vinklingen parallelt. Noen av de som tilsynelatende var tidligst ute var allikevel Dagsrevyen 8. desember, og Dagsavisen sin nyhetssak 9 desember.

Hvis vi vil benytte Takeshita sin definisjon av egenskapsagenda (i *ibid*: 25) på denne saken kan de fire dimensjonene av egenskapsagendaen forstås slik: A) *Definisjonen av saken* vil her bli at det har blitt dokumentert 52 grove overgrep mot barn satt under offentlig omsorg siden 2000. B) *Årsaker til saken* er i Adresseavisen sitt første oppslag ikke diskutert utover setningen «[dommene] forteller om et offentlig system som ikke nødvendigvis tar affære til tross for bekymringsmeldinger og varsling – heller ikke når barna selv forteller om vold». I Dagsavisen sin sak fra 9 desember blir dette spesifisert til å dreie seg om svikt i tilsynsførerordningen, samt manglende bakgrunnsjekk av potensielle fosterforeldre.

C) I *moralske evalueringer av saken* blir spørsmålet om ansvar viktig, og henger således i denne saken tett sammen med de oppfattede årsakene (Punkt B). I Adresseavisen sin første sak ble det lagt vekt på hvor mye som skulle til før fosterforeldre ble domfelt, og i ett eksempel blir det nevnt at en fosterforelder fikk «kun 60 dagers fengsel for seksuelt misbruk». I Dagsavisen sin sak er det som nevnt Barneverntjenesten sin mangelfulle evne til å følge opp fosterbarna som blir vektlagt, i likhet med i Dagsrevyen sitt innslag. At barnevernet ikke makter å utøve ansvaret sitt med tilsyn av fosterbarn ser ut til å ha blitt en dominerende moralsk vurdering av ansvar i denne saken. I en sak fra VG sin nettutgave 23. mai 2012<sup>17</sup> blir også manglende tilsyn av barneverninstitusjoner trukket

---

14 [http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/52-barnevernsbarn-utsatt-for-grove-overgrep-6716101.html#.T8pVfTt\\_jAt](http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/52-barnevernsbarn-utsatt-for-grove-overgrep-6716101.html#.T8pVfTt_jAt)

15 <http://www.nrk.no/nett-tv/indeks/289994/>

16 <http://www.adressa.no/nyheter/deglemtebarna/article1738917.ece>

17 <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/artikkel.php?artid=10070430>

fram som en alvorlig svikt i apparatet rundt barn satt under offentlig omsorg. D) Av *foreslåtte løsninger* ser vi flere ulike egenskaper i de forskjellige nyhetssakene rundt denne saken. I Dagsavisen sin utgave foreslår barneombudet en sikkerhetsklarering med inspirasjon fra militæret av potensielle fosterforeldre. I NRK sitt innslag på Dagsrevyen 8. desember sier barne- og likestillingsminister Audun Lysbakken at regjeringen ønsker å øremerket midler for å bedre Barnevernets ressurser. Og i Adressavisen sin sak fra 9. desember blir det foreslått et eget 'barnetilsyn'.

Vi kan av disse to eksemplene se tydelige forskjeller på en Felleshistorie og en Oppfølgelseshistorie. Felleshistoriene som blir skrevet eller kringkastet rundt en sak har gjerne en lik egenskapsagenda, og er ofte rent referende til rapporterte hendelser, og/eller uttalelser fra kilder. Vi så i eksempelet på Felleshistorien (sak 3.12) at selv om de ulike nyhetssakene hadde flere ulike kilder, var meningsinnholdet i uttalelsene på trykk mer eller mindre like. Vinklingene til sakene var stort sett identiske, og selv mange av setningene i 'brødtekstene' var formulert svært likt på tvers av nyhetssakene. I «Krever styrket tilsyn» ser vi derimot en utvikling av sakens egenskapsagenda, der tre av fire aspekter av sakens egenskapsagenda enten blir konkretisert eller endret i Dagsavisen sin nyhetssak.

### 5.2.3 Lånet

Som et eksempel på 'Lån' vil jeg bruke nyhetssaken «Fjordmann truet med Ragnarok» (3.1). Denne saken tar utgangspunkt i et utspill fra Geir Lippestad til VG<sup>18</sup> 6. desember, om at bloggeren Peder Nøstvold Jensen må ta sin del av ansvaret for terrorangrepet 22. juli 2011. Videre siteres det utdrag fra Breiviks manifest, og avslutningsvis er det en kommentar fra Jensen sin advokat. Hvis vi sammenligner Dagsavisen sin sak med VG-saken kan vi se at saksegenskapene er til de to ulike sakene er svært like, til tross for at Dagsavisen har sitert Breivik sitt manifest, og innhentet kommentarer fra sjefsredaktøren i 'Vepsen', Tor Bach, og Jensen sin advokat. Dette eksempelet belyser poenget med at en sak vil kunne klassifiseres som 'Lån' til tross for at Dagsavisen sin redaksjon har bidratt med ytterligere kilder i tillegg til de som er lånt fra VG sin sak.

Hvis vi analyserer saken med utgangspunkt i Takeshita sin firedelte definisjon av saksegenskaper kan vi tydeliggjøre de grunnleggende likhetene mellom de to sakene som har ført til at saken har blitt klassifisert som et lån. Av *definisjon av saken* (A) finner vi de største forskjellene mellom de to sakene. I VG sin sak er det Lippestad sine uttalelser om at Jensen og «hans likesinnede på nettet»

<sup>18</sup> <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/22-juli/artikkel.php?artid=10032175>

må ta sin del av ansvaret for terrorhandlingene. I Dagsavisen sin utgave er dette også en av de sentrale aspektene av saken, men her blir også deler av et essay av Jensen, sitert gjennom Breivik sitt manifest, viet en del plass. Både åpningen og den siste delen av Dagsavisen sin nyhetssak dreier seg allikevel her også om Lippestad sine uttalelser.

I *årsaker til saken* (B) finner vi Lippestad sine uttalelser som utslagsgivende i begge nyhetssaker, da de bygger på disse uttalelsene, og reaksjoner på disse. Av *moralske evalueringer* (C) finner vi på en side Lippestads påstand om at debattanter som kommer med 'ekstreme ytringer' må ta ansvar for virkningene disse ytringene kan ha på andre. På en annen side har vi motreaksjonene til disse uttalelsene. I VG sin sak er Rustad parafasert gjennom en nyhetssak fra Klassekampen der han uttrykker misnøye med at han skal holdes ansvarlig for en annen person sine handlinger. I Dagsavisen sin sak finner vi den samme evalueringen fra Jensen sin advokat, der han også uttrykker misnøye over å bli ansvarliggjort for Breivik sine handlinger. Når det gjelder *foreslåtte løsninger* (D) finner vi igjen Lippestad sitt ønske om at nettdebatanter må ta på seg ansvar, om ikke rettslig ansvar, for handlingene, mens nettdebatantene, eller advokatene deres, som er sitert i nyhetssakene mener de bør fritas for å bli koblet opp mot Breivik sine handlinger.

Dagsavisen sin sak er på mange måter problematisk å klassifisere, da det ikke fremkommer tydelig hva som faktisk er hovedtema i nyhetssaken. Overskriften på saken knytter seg til utdraget fra Breivik sitt manifest, og midtparten av saken består i hovedsak av lengre utdrag fra Jensen sitt essay, som har blitt gjengitt i Breivik sitt manifest. Disse utdragene fra Breivik sitt essay er på en annen side ikke ny informasjon, men blir brukt til å kontekstualisere Lippestad sitt utspill, og reaksjonene på Lippestad sitt utspill som blir gjengitt i Dagsavisen kan ikke sies å tilføre eller endre saksegenskapene i Dagsavisen sin nyhetssak. Av disse grunnene ble denne nyhetssaken klassifisert som et 'Lån'.

### **5.3 Ran – Utbredt praksis, eller unntak?**

I den danske Nyhedsuge-undersøkelsen fant forfatterne at det totale antallet nyhetssaker som kunne klassifiseres som 'gjenbruk, lån eller ran' lå på 64 prosent i den analyserte uken, opp fra 42 prosent i 1999 (Lund et. al 2009: 9). Nettavisene lente seg i større grad enn papiravisene på gjenbrukt og lånt materiale (Harley i *ibid*: 156), og i et utvalg av de største nettavisene fant forfatterne, avhengig av nettavis, at nyhetsbyråsaker utgjorde mellom 55 og 30 prosent av det totale antallet nyhetssaker (*ibid*: 155), mens saker som var kreditert andre medier utgjorde mellom 1 og 40 prosent av

nyhetssakene, igjen avhengig av hvilken nettavis man så på. Når det gjelder andelen av nyhetssakene som baserte seg på ran er en svakhet ved den danske studien at de i stor grad baserte seg på «[...] hvad mediernes selv fortæller os, og at det derfor kan være, at de medier, som ender i kassen med de mest citerende medier, blot er ærligere enn de andre medier» (ibid: 156), selv om forfatterne mente de var i stand til å finne en del usiterte lån gjennom oversikten de skaffet seg over det totale nyhetsbildet i nyhetsuken (ibid). Det samme gjelder kodingen av nyhetsbyråsaker, der forfatterne igjen baserte seg på hva mediene selv oppga av krediteringer i nyhetssakene (ibid: 158-159).

Det blir allikevel slått fast at mangelfull kreditering er svært utbredt, og at dette gjør det vanskelig å avgjøre hva som er gjenbruk eller lån, og hva som faktisk er ran (Willig og Lund i ibid: 168). Spesielt nyhetsbyråer, gratismagasiner og fagblader ser ut til å være ofre for ukrediterte lån av andre nyhetsmedier (ibid: 177). Antallet ran blir aldri separert ut fra kategoriene 'gjenbruk' og 'lån', så en direkte sammenligning med tallene fra Dagsavisen blir derfor vanskelig. Formuleringen man blir sittende igjen med er at praksisen med mangelfull kreditering er utbredt, spesielt når det gjelder lån fra mindre 'tradisjonelle' nyhetsmedier som nyhetsbyråer, gratismagasiner og lignende. Det norske nyhetsveke-prosjektet er ikke så mye mer spesifikt, men slår fast at ran ikke later til å være en utbredt praksis blant norske medier (NOU 2010: 14: 134).

### 5.3.1 Ukens Ran

I min gjennomgang av Dagsavisen sine saker fra uke 49 fant jeg totalt 5 nyhetssaker med innhold av ran. Ranene ble funnet i sakene «SV nærmer seg Ap – sint fagbevegelse» (2.2), «Fjordmann truet med ragnarok» (3.1), «Møbler og mangfold» (3.12), «Rødgrønn KrF-flørt fortsetter» (4.6) og «Vil regulere varehandelen» (6.2). I sakene 2.2, 3.12 og 6.2 ble ranene avdekket ved google-søk på sitater og innhold fra nyhetssakene. I sak 2.2 er et sitat fra leder i Fagforbundet, Jan Davidsen, tatt fra en sak fra medlemsmagasinet FriFagbevegelse<sup>19</sup>, i sak 3.12 er deler av brødteksten i saken hentet fra Barne- og likestillingsdepartementet<sup>20</sup> og i sak 6.2 later deler av brødteksten til å være hentet fra Handel og Kontor sin kampanjeside «Kampanje mot søndagsåpent»<sup>21</sup>. Disse ranene er ikke gjort fra tradisjonelle nyhetsmedier, men er hentet fra henholdsvis et medlemsmagasin, en departementspressemelding og fra en kampanjeside. Slike former for ran ville med andre ord vanskelig ha latt seg avdekke gjennom en gjennomgang av A-tekst alene.

19 [http://www.frifagbevegelse.no/politikk\\_ff/article5834647.ece](http://www.frifagbevegelse.no/politikk_ff/article5834647.ece)

20 <http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/pressesenter/pressemeldinger/2011/ikea-far-mangfoldsprisen-2011.html?id=665638>

21 [https://www.handellogkontor.no/portal/page/portal/hk/nyhet?element\\_id=15890040&displaypage=TRUE](https://www.handellogkontor.no/portal/page/portal/hk/nyhet?element_id=15890040&displaypage=TRUE)

I sak 3.1 er sitatet fra advokat Lippestad tatt fra VG sin sak «Stevner islamkritikere som forsvarerervitne»<sup>22</sup>, og enkelte formuleringer ser også ut til å ha vært tatt fra VG-saken, uten krediteringer. Denne saken er en oppfølgingssak fra VG sin sak, som er kreditert i starten av brødteksten på Dagsavisen sin sak. Denne saken er det eneste tilfellet som ble funnet i utvalget der det ble identifisert ran fra en annen avis. Sak 3.12 er allerede omtalt i underkapittelet «Lånet», der ranet også ble gjennomgått. I denne saken var en hel nyhetsbyråsak gjenbrukt uten at NTB eller ANB var kreditert, med unntak av tre av sitatene. Et slikt form for ran kan underbygge påstanden fra Nyhedsuge-prosjektet om at nyhetsbyråer er ofre for 'grovere' ran enn andre nyhetsmedier, og i eksempelet med ranet fra FriFagbevegelse ser vi også et ran fra et fagblad, som Nyhedsuge-prosjektet også peker på er utbredt (Willig og Lund i Lund et. al 2009: 177).

### 5.3.2 Risikoer ved Ran

Å låne stoff fra eksterne kilder uten å kreditere dem kan medføre flere uheldige konsekvenser. Phillips i Franklin og Carlson (2011: 53) påpeker at ranet nyhetsstoff alltid vil favorisere parten som raner, da journalistene som opprinnelig stod for innhenting av informasjon mister sin kreditering, på bekostning av de som utfører ranet. Den opprinnelige merverdien av å publisere nytt stoff forsvinner fort da andre kostnadsfritt kan bruke informasjonen, sette sin by-line på saken, og på den måten 'ta æren' for nyhetssaken. Dette fører fort til at incentivene for å produsere 'scoop' blir borte, da andre med enkelthet kan ta kreditten for nyhetssaken (ibid:54). Et annet element med manglende kildehenvisninger som blir påpekt av Phillips (ibid: 56) er at det blir vanskelig for konsumenter av nyhetsstoff å kunne vurdere innholdet i lys av hvem som opprinnelig har satt saken på medieagendaen.

I sak 3.12 og 6.2 ser vi tydelige eksempler på at manglende kildehenvisninger, eller kreditering, kan medføre en slik risiko. Her utgjør en pressemelding (3.12) og kampanjemateriale (6.2) betydelige deler av brødteksten, og vinklingen i resten av saken må sies å holde seg tett opp til det ranede materialet. Her har vi eksempler på at saksfremmere, kilder som ønsker å sette en sak på medieagendaen (Dearing og Rogers 1996: 25) får fastlegge egenskapene til nyhetssakene, til dels gjennom direkte siteringer av informasjonssubsidier, uten at lesere blir gjort oppmerksomme på at nyhetsstoffet kommer 'ufiltrert' fra kilden. Her møter med andre ord leserne nyhetssaker som i form og innhold minner om tradisjonelle nyhetssaker, men der begge av disse aspektene i stor grad er fastsatt av informasjonssubsidier fra saksfremmere.

---

22 <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/22-juli/artikkel.php?artid=10032175>

Fossum og Meyer skriver i innføringsboken om kildekritikk i journalistikk, *Er det nå så sikkert – Journalistikk og kildekritikk* (1991[2010]: 75), at både personkilder og institusjonskilder sjeldent vil være frie for *tendens* i kommunikasjonen sin, og at journalistene her har et ansvar ovenfor lesere å gjøre vurderinger av kildenes tendenser, og tydeliggjøre disse, da ukritisk bruk av stoff fra kilder vil gjøre det vanskelig for lesere å vurdere sakens troverdighet. Et annet element som blir pekt på av Fossum og Meyer (ibid: 97) er prinsippet om *intersubjektivitet*, journalistene skal så langt det lar seg gjøre klargjøre både metode og kilder de har brukt i det journalistiske arbeidet, slik at lesere kan etterprøve arbeidet deres. Ran er tydelige brudd på slik praksis, og når det skjer fra kilder som også kan ses på som saksfremmere gjør det fenomenet enda mer problematisk, da eventuelle tendenser fra kildenes side får mulighet til å fastlegge deler av saksegenskapene, mens det for leserne framstår som stoffet er produsert av journalisten, da han eller henne har satt sin by-line på saken.

## 5.4 Egenproduksjon og Lån

### 5.4.1 'Solohistorier' og 'Originalproduksjon'

I både det norske Nyhendeveke-prosjektet (NOU 2010: 14: 131, 135) og i det danske Nyhedsuge-prosjektet (Lund et. al. 2009: 10) ble det funnet at dagsavisene var hovedleverandør av original nyhetsproduksjon sett i forhold til den totale nyhetsproduksjonen, og i følge Nyhendeveke-prosjektet (NOU 2010: 14: 132) står riksavisene, hvor Dagsavisen regnes med, for mesteparten av originalproduksjonen som blir sitert i andre medier. Å sammenligne tall på originalproduksjon fra Nyhendeveke-prosjektet og 'solohistorier' fra min innholdsanalyse når det gjelder Dagsavisen er relativt uproblematisk, da de begge tar for seg nyhetssaker om *ikke* bygger på saker fra andre medier eller nyhetsbyråer, men der saken har blitt satt på medieagendaen ('nyhetsagendaen' i Nyhendeveke-prosjektets ord) av nyhetsmediet selv (NOU 2010: 14: 129). Når det gjelder de andre nyhetssakskategoriene er det derimot mer problematisk å foreta direkte sammenligninger. Nyhendeveke-prosjektet deler nyhetssaker inn i 'egenproduserte nyheter' og 'fellesstoff' (ibid: 131), der fellesstoff er en kategori som omfatter alle typer nyhetssaker som i større eller mindre grad bygger på stoff fra andre nyhetsmedier eller nyhetsbyråer. Videre deles 'fellesstoff' inn i kategorier for saker som bygger på nyhetsbyråstoff og saker som bygger på stoff fra andre nyhetsmedier. Disse kategoriene kalles henholdsvis 'Byråstoff' og 'Viderefremming' (ibid: 134). 'Originalproduksjon' deles på sin side inn i nyhetssaker som blir sitert i andre medier, og nyhetssaker som bare opptrer i mediet som først brakte saken på bane (ibid: 131-132).



Skal en direkte sammenligning av tallene fra innholdsanalysen av Dagsavisen fra uke 49, 2011, og tallene fra Nyhendeveke-prosjektet gjennomføres, må en del av kategoriene fra min innholdsanalyse slås sammen. 'Solohistorier' og 'oppfølgingshistorier, egne nyhetssaker' vil til sammen da tilsvare det samlede tallet for 'originalproduksjon', mens de andre kategoriene vil tilsvare kategorien 'fellesstoff'. I tillegg til 'solohistorier' forstås da 'oppfølgingshistorier, egne nyhetssaker' også som originalproduksjon, i og med at dette er saker som bygger direkte på tidligere 'solohistorier'. Hvis vi gjør en slik sammenligning ser vi at  $S + O1 = 35 \text{ prosent} + 6 \text{ prosent} = 41 \text{ prosent}$ , noe som samsvarer rimelig godt med tallet på originalproduksjon for Dagsavisen i Nyhendeveke-prosjektet, som fant et tall på 45 prosent originalproduksjon (ibid: 132).

Det vil si, det samsvarer godt hvis man ser bort i fra at notiser ikke har blitt tatt med i innholdsanalysen min av Dagsavisen. Dette medfører at man egentlig kunne ha forventet et høyere tall enn 41 prosent egenproduksjon ( $S + O1$ ), spesielt siden Nyhendeveke-prosjektet ikke ser ut til å ha vektet etter spalteplass, og antallet notiser vil vanligvis være relativt høyt. Hva som er grunnen til at disse tallene ikke har et tettere samsvar kan ligge i ulikheter mellom operasjonaliseringen av disse kategoriene, men siden operasjonaliseringen av sakskategoriene er ikke gjort rede for i den midlertidige rapporten fra HVO, så det er vanskelig å avgjøre fra rapporten alene. Én forklaring som allikevel kan virke rimelig er at nyhetssaker som i min innholdsanalyse ville ha blitt kodet som 'oppfølgingshistorier, andres nyhetssaker' har blitt kodet som 'originalproduksjon' i Nyhendeveke-prosjektet, da det ikke alltid fremkommer like tydelig i slike nyhetssaker at de er oppfølginger av andre medier sine nyhetssaker, og at Nyhendeveke-prosjektet, som det danske Nyhedsuge-prosjektet, har hovedsaklig basert seg på hva som eksplisitt blir oppgitt av mediene selv i nyhetsakene. Andre årsaker kan igjen være at andelen originalsaker i kultur-, sport- og utenriksseksjonene av Dagsavisen har en høyere andel originalhistorier, og at dette har trukket snittet opp i tallene til Nyhendeveke-prosjektet. Disse seksjonene ble ikke analysert i min innholdsanalyse, og er således ikke en del av datamaterialet.

Når det gjelder Dagsavisen sin evne til å få gjennomslag i resten av medieagendaen for sine saker, ligger tallet fra innholdsanalysen fra uke 49 relativt nærme opp til tallene fra Nyhendeveke-prosjektet. I alt fant jeg at 7 av de 17 'solohistoriene' hadde blitt sitert eller fulgt opp av andre nyhetsmedier, i tillegg til én av  $O1$ -sakene. Av 49 nyhetssakene jeg undersøkte utgjorde dette ca 16 prosent av nyhetssakene totalt, og ca en tredjedel av solohistoriene. Nyhendeveke-prosjektet fant at fra totalt 105 nyhetssaker som var kodet som 'originalproduksjon', var 21 nyhetssaker sitert i andre medier (tabell 1.1 i ibid: 135), eller omlag 20 prosent av originalhistoriene totalt. Variansen her kan igjen komme av eventuelle forskjeller i andelene av siterte historier i de andre seksjonene av

Dagsavisen enn «Samfunn»-sakene, men forskjellen er ikke større enn at den sannsynligvis også kan forklares som et utslag av statistisk varians mellom de analyserte ukene. Nyhendevekeprosjektet fant at Dagsavisen var den 'meningsbærende' avisen som hadde størst gjennomslag i medieagendaen, og funnene mine ser ut til å støtte påstanden om at Dagsavisen har en relativt stor evne til å innføre saker i den norske medieagendaen.

#### 5.4.2 'Lån' og 'Oppfølgingshistorier, andres nyhetssaker'

Disse kategoriene med nyhetssaker tar for seg saker som bygger direkte på nyhetssaker fra andre nyhetsmedier, og utgjør totalt 14 prosent av de analyserte sakene. Dette er som forklart i underkapitlene 'Lånet' og 'Oppfølgingshistorien' nyhetssaker som allerede har eksistert på den norske medieagendaen, og som Dagsavisen har valgt å dekke selv. 10 prosent av disse sakene var av typen O2, 4 prosent var av typen L. Dersom Dagsavisen sine utgaver av sakene har beholdt de originale nyhetssakene sine saksegenskaper har de blitt kodet som 'Lån', har Dagsavisen innført nye momenter eller vinklinger har de blitt kodet som 'Oppfølgingshistorier, andres nyhetssaker' (O2). Nyhendevekeprosjektet fant 13 tilsvarende nyhetssaker i sin undersøkelse (ibid), mens min undersøkelse fant 7. Igjen har Nyhendevekeprosjektet analysert samtlige nyhetssaker fra Dagsavisen gjennom en uke, så det er å forvente at tallet de har kommet fram til er en del høyere enn fra min innholdsanalyse, i tillegg til at noe statistisk varians mellom ukene også kan forventes.

Andelen med 'Lån' ser ikke ut til å være spesielt høy, med bare 2 nyhetssaker av 49 totalt. Dagsavisen ser ut til å kvie seg for å reprodusere andre medier sine nyhetssaker uten 'å bringe noe eget til bordet'. Dette kan være en refleksjon av hva Lund et. al. Kaller *anti-lemningeffekten* (2009: 146), som peker på at mange medier helst ikke vil sitere eller videreformidle andre medier sine saker, med mindre de kan supplere med egne caser eller vinkler. Med andre ord, få nyhetssaker fra andre nyhetsmedier har blitt videreformidlet av Dagsavisen i uke 49 som samtidig har beholdt saksegenskapene fra den originale nyhetssaken.

Det kan være verdt å se litt nærmere på oppfølgingshistorier fra andre medier, og gå litt utover en analyse av sakenes saksegenskaper. En av 'grunntesene' i Nick Davies sin bok *Flat Earth News* (2009) er at unøyaktigheter og direkte usannheter lett spres gjennom mediene, fordi de grunnleggende påstandene som nyhetssaker bygger på sjelden blir utfordret av nyhetsmedier når de viderebringer sakene, men tar originalhistorien sin sannhetsgestalt for gitt. Dette er de titulære 'Flat Earth News', historier som i kraft av å bli gjengitt og gjentatt av nyhetsmedier etablerer seg som

'sanne'. Davies (kapittel 1 i *ibid*) nevner den antatte 'Y2K'-katastrofen i årene som ledet opp mot 2000, og har listet opp en rekke andre eksempler på bokens hjemmeside<sup>23</sup>. Eksempelene Davies tilbyr er av den 'dramatiske' og omfattende arten, men stammer i følge forfatteren (*ibid*: 44-45, 153) av prosaiske årsaker som arbeidsrutinene i avisredaksjonene og stort arbeidspress på journalistene, som tilsammen bidrar til manglende faktasjekkning, selvstendige undersøkelser og kontekstualiseringer av påstander som har blitt ytret i tidligere saker. Videre mener Davies at journalister ofte holder seg til 'trygge' og aksepterte fortolkningsrammer rundt rapporterte hendelser som har blitt fastlagt i tidligere nyhetssaker, og som ofte har blitt etablert av autoritetspersoner i samfunnet (*ibid*: 152). Ser vi spor av slike tendenser i O2-sakene fra uke 49?

I saken «Folkevalgt og lobbyist» (2.4), omtales Sylvi Listhaugs overgang fra å fylle stillingen som helsebyråd for FrP Oslo til PR-selskapet First House, en sak som fikk bred dekning i norske nyhetsmedier. I «Folkevalgt og lobbyist» har Dagsavisen fått et intervju med Listhaug, som åpner med spørsmålet om hun synes det er problematisk å befinne seg i en dobbeltrolle, ettersom hun i en periode vil fungere som vararepresentant i Stortinget samtidig som hun er ansatt i First House. Problemstillingen rundt en eventuell dobbeltrolle har vært en del av den øvrige mediedekningen av overgangen hennes til First House, og blir gjentatt i Dagsavisen som et intervju spørsmål. Videre blir hun spurt om hvordan hun rent praktisk vil håndtere overgangen, og Stortingspresident Dag Terje Andersen blir sitert på at han har rådet Listhaug om å være åpen om hennes portefølje i First House mens hun fungerer som vararepresentant på Stortinget. Videre slår Listhaug fast at hun mener det er en fordel at PR-bransjen får inn flere mennesker med kunnskap om politiske prosesser, og blir spurt om hun ser fram til ny jobb, hvordan hun har opplevd karrieren som politiker, og blir spurt om mulighetene for et senere politisk comeback. De andre kildene som er brukt i saken er en pressemelding fra First House, og en kommentar fra lederen i First House om at de har et behov for mennesker med politisk kompetanse.

Sett i et saksegenskapsperspektiv blir det innført nye saksegenskaper i Dagsavisen sin sak. Refleksjonene til Listhaug rundt overgangen til PR-bransjen, tankene hennes rundt den tidligere politikerkarrieren, sjansene for et 'politisk come-back' og mulighetene for en ministerpost i en eventuell FrP-regjering blir innført som nye elementer av Dagsavisen. Ser vi på en annen side på kildeutvalget og innholdet i kildeuttalelsene støtter alle disse opp om Listhaug sin overgang til PR-bransjen, og ingen kilder som er kritiske til overgangen blir sitert eller nevnt. Dagsavisen utfordrer Listhaug angående problemstillingen rundt en eventuell dobbeltrolle, men denne problemstillingen knyttet til politikere som går over til PR-bransjen har på en annen side vært en del av disse sakene<sup>24</sup>

23 <http://www.flatearthnews.net/media-falsehoods-and-propaganda>

24 <http://www.dagbladet.no/2011/12/05/nyheter/politikk/innenriks/frp/listhaug/19292217/>

før Dagsavisen sin nyhetssak, og kan vanskelig sies å være innført av Dagsavisen. Vi ser en gjentakelse av velkjente poeng, men ingen gjennomgang eller videre kontekstualisering av de underliggende problemstillingene rundt ansettelsen av politikere i PR-bransjen, og de omtalte hovedaktørene ser ut til å få fram sine poeng mer eller mindre uimotsagte, iallefall i Dagsavisen sin nyhetssak.

I en annen O2-sak, «Ut mot Aps integrering» (5.3), dreier saken seg rundt et sett med utspill fra Siv Jensen som kommer på bakgrunn av en pågående debatt angående debattklimaet rundt innvandringsspørsmål i tiden etter 22. juli. Dagsavisen sin oppfølgingssak i denne konteksten inneholder en rekke kommentarer fra Siv Jensen angående tidligere utspill fra Jonas Gahr Støre, og påstår videre at mange av Aps forslag fra sitt integreringsutvalget våren 2011 var 'blåkopier' av forslag fra FrP. I denne saken er Siv Jensen eneste kilde, og svarer tilsynelatende ikke direkte på spørsmål fra Dagsavisen, men lanserer en rekke utspill som Dagsavisen så kontekstualiserer blant annet ved å trekke linjer til tidligere utspill fra Per Sandberg og kronikken 'Søppelmennesker' av Eivind Trædal. Som eneste kilde i saken får Jensen fastsette sakens tematikk på egen hånd, uten måtte svare på spørsmål fra Dagsavisen sin journalist. Kontekstualiseringene fra Dagsavisen rundt utspillene hennes utfordrer heller aldri utspillenes sannferdighet eller nøyaktighet, blant annet påstandene om at svært mange av AP sine integreringsforslag fra integreringsutvalget er 'blåkopier' av FrP sine forslag, og at de ikke har blitt satt i verk. Disse utspillene får bli stående uten oppfølging eller sjekk av Dagsavisen.

Disse to oppfølgingshistoriene kan til en viss grad se ut til å bekrefte Davies (2009) sin påstand om at nyhetsmedier lett gjengir informasjon fra mektige kilder uten at de blir utfordret. Lewis et. Al (2006: 26) fant også i sin undersøkelse av britisk presse at faktuelle påstander som ble gjengitt ikke ble forsøkt verifisert i 70 prosent av de undersøkte nyhetssakene, og at hovedkilden eller informasjonen en sak bygget på ikke ble kontekstualisert med informasjon som fremmet andre perspektiver i halvparten av de analyserte nyhetssakene.

På en annen side har vi O2-saken «15 måneder etterlønn» (6.4), der Stortingspresident Dag Terje Andersen sin påstand om at Stortingets pensjonsordning var på linje med folk flest sin, og tilbød det samme som var vanlig i privat næringsliv ble gått etter i sømmene av journalisten. Her ble påstanden delvis tilbakevist gjennom å høre med NHO hva som var vanlig praksis i privat næringsliv, og gjennom å sjekke med NAV hva rutinene for økonomisk bistand er for vanlige arbeidstakere mens de søker etter ny jobb. Det er problematisk å trekke vidtrekkende konklusjoner gjennom en håndfull av nyhetssaker, men det kan i det minste se ut som at det forekommer

manglende sjekk av faktapåstander og informasjon som er videreformidlet i Dagsavisen, selv om det også forekommer at faktapåstander og uttalelser fra mektige kilder blir utfordret.

### 5.4.3 Beretninger og levninger

Denne problematikken leder tankene hen mot forskjellene mellom kilder som *beretninger* og kilder som *levninger* (Fossum og Meyer 2010[1991]: 40). Når en kilde forteller oss om et saksforhold, og kan enten verifiseres eller falsifiseres, har vi en berettende kilde (ibid). Dette er den typen kildeutsagn som gjerne blir brukt i saksorientert journalistikk. Hvis vi er interessert i hva kildematerialet forteller oss om *kilden i seg selv*, bruker vi kilden som levning (ibid). Holdbarheten til berettende kilder skal sjekkes av journalistene, eller *verifiseres* som sannferdige (ibid: 87). Slik unngår journalisten å gjengi falsk informasjon ovenfor mottakerne av nyhetssaken. I nyhetssaken «Ut mot Aps integrering» ser vi at kilden, Siv Jensen, blir behandlet mer som en levning enn en beretning; saken ender opp med å dreie seg om at Siv Jensen har kommet med en rekke utspill, og ikke innholdet av utspillene i seg selv. I en nyhetssak dagen etterpå, i Dagsavisen 10. desember, svarer Jonas Gahr Støre på kritikken fra Jensen («Ikke imponert over Sivs tone», 6.3), og denne nyhetssaken følger samme formel som nyhetssaken om Jensen sitt utspill. Det er det *politiske spillet* og replikkvekslingene mellom Støre og Jensen som blir sakens fokus, mens innholdet i utspillene ikke blir behandlet kildekritisk av Dagsavisen.

Dette kan minne om hva Martin Eide har kalt *impresario-instrumentalisme*, «[...] en journalistisk praksis der det avgjørende imperativ er å rigge til den friskeste konfrontasjon og den festligste meningsutveksling» (Eide i Eide[red.] 2004[2001]: 33) der «[...] dramaturgi og iscenesetting [blir] viktigere enn saksspørsmål og innhold» (ibid). Denne journalistiske mekanikken fungerer gjennom at journalistene etablerer en dramaturgisk linje mellom nyhetssakene ved å trykke spisse utspill fra en politiker, for så å straks henvende seg til parten som har vært mål for uttalelsene for å få en motkommentar i en senere nyhetssak (ibid: 42-43).

Dette skaper utvilsomt 'friske' nyhetssaker, som nok kan vekke interesse hos Dagsavisen sine lesere. På en annen side er det journalistisk problematisk at så lenge kildene i slike saker blir behandlet som *levninger* og ikke som *berettende* kilder, blir det vanskelig for leserne å avgjøre holdbarheten i utsagnene, og Dagsavisen løper en risiko for å bli 'brukt' av politikere som gjerne kommer med friske utspill i bytte mot oppmerksomhet, så lenge utsagnene deres ikke blir forsøkt verifisert av Dagsavisen.

## 5.5 Fellestrier og nyhetsbyråer

### 5.5.1 Pressekonferanser, priser og protester

Fra tabell 4.1 kan vi se at Fellestrier (F) utgjorde totalt 41 prosent av de analyserte nyhetssakene, med 20 nyhetssaker kodet som F. Dette er med andre ord den største kategorien med nyhetssaker fra Dagsavisen i uke 49. Her vil jeg først ta for meg de 7 nyhetssakene av type F som *ikke* stammet fra nyhetsbyråer, men som flere medier, tilsynelatende uavhengig av hverandre, dekket samtidig.

Som underoverskriften antyder, er det en del fellestrekke ved disse nyhetssakene. De stammer gjerne fra ulike typer kildefremstøt som oppnår en mer eller mindre bred dekning i norske nyhetsmedier. Av disse type fremstøtene har vi én presentasjon av en årsrapport («Den utilregnelige diagnosen», 1.3), én demonstrasjon («Protestene fortsetter», 2.8), én pressekonferanse (Faremo freder PST-sjefen», 3.3), én forskningsrapport («Klimasinken Norge», 3.5), én prisutdeling («Møbler og mangfold», 3.12), én pressemelding («Han blir sjef for gigantsykehuset», 3.11) og én nyhetssak som er et resultat av en kampanje («Vil regulere julehandelen», 6.2). Av disse kan kildeinitiativene sies å stamme fra saksfremmere i sak 2.8, 3.5, 3.12 og 6.2, da kildene i disse tilfellene enten har hatt en sak de har frontet (2.8, 3.5 og 6.2) (Dearing og Rogers 1996: 25), eller har ønsket å fremme «[...] a vision or value system» (ibid) i sak 3.12.

I sak 1.3 kan relasjonen mellom kilden, Den rettsmedisinske kommisjon, og journalistene bedre sees på som en *rettighetsrelasjon* (Allern 1997: 46), der informasjon har blitt frigjort på bakgrunn av offentlighetsloven, som gir publikum rett på tilgang til offentlige dokumenter. Sak 3.3 og 3.11 kan på sin side sees på som et eksempel på en *uegennyttig relasjon* (ibid), der kildene frigir informasjon fordi informasjonen blir sett på som å være i allmennhetens interesse. I disse tilfellene har mediene stort sett referert til det som har blitt presentert av kildene og stilt enkelte oppfølgingsspørsmål, men saksegenskapene i disse sakene kan ikke sies å ha blitt preget hovedsakelig av nyhetsmediene. Fire av disse seks sakene kan med andre ord sies å være resultater av kildefremstøt med egennyttige motiver, mens to av dem er resultater av andre motiver hos kildene.

Som vi så i underkapittelet «Oppfølgingshistorien» var saksegenskapene i sak 3.12 stort sett lik i de ulike mediene som dekket mediefremstøtet fra Integrerings- og mangfoldsdirektoratet, og sakene

var enten sympatisk vinklet, eller vinklet hovedsaklig av kildene. Dette er også tilfellet i de andre fellestoriene som er satt i gang av saksfremmere. I sak 2.8 er de siterte kildene en appellan ved protesten, Steinar Solberg, og en sykepleier som uttrykker sympati for motstanden mot sykehusfusjonen som protesten dreier seg om. Brødteksten i nyhetssaken gir kontekst til kildeuttalelsene, og peker på stor misnøye blant de ansatte ved sykehusene som vil bli berørt av fusjonen. Ingen representanter for administrasjonen ved sykehusene er siterte, eller blir henvist til. Alle fire aspekter av Takeshita sin saksegnskapsdefinisjon blir dermed fastlagt av saksfremmerne, og en sympatisk journalist.

Sak 3.5 er et resultat av en pressemelding fra WWF Norge (verifisert gjennom e-postintervju av Ina Toften i WWF Norge 23. januar 2012) som presenterer funn fra en global klimaranking utført av Climate Change Performance Index. Andre kilder enn rapporten er generalsekretær i WWF, Rasmus Hansson, tall fra SSB som kontekstualiserer funnene fra rapporten, og til slutt en kommentar fra politisk rådgiver i miljøverndepartementet Audun Garberg, som beklager de nedslående tallene fra klimarapporten. Ser vi på aspektene av saksegenskapene, blir *Definisjon av saken* at Norge har dalt på en internasjonal klimarangering, fastslått av rapporten utsendt av WWF Norge. *Årsaker til saken* blir fastslått av både brødteksten i saken, og generalsekretæren i WWF Norge, som påstar at manglende politiske tiltak har ført til den dårlige rangeringen. *Moralske evalueringer* framtrer i brødteksten ved at det blir slått fast at Norge, til tross for et godt utgangspunkt ved å ha tilgang på mye vannkraft, ikke lever opp til regjeringen sin framstilling av Norge som et foregangsland i internasjonal klimapolitikk, med andre ord et sprik i 'liv og lære'.

I *forslag til løsninger* ser vi en delt definisjon, der saksfremmerne, ved WWF, foreslår en klimalov i Norge som tar etter den svenske klimaloven, og ved Garberg, som sier regjeringen jobber med en ny klimamelding. Som eksempel på hvor tett brødteksten i saken legger seg opp til saksfremmernes kritikk av regjeringen kan vi bruke dette sitatet, som ikke kommer fra noen av kildene eller peker direkte på noen av kildenes sitater, men er en evaluering fra Dagsavisen sin journalist: «Men nå falmer glansbildet dag for dag, og ikke bare på grunn av en viss olje- og energiminister som benytter enhver anledning til å prise fossile energikilder» (Dagsavisen 7. desember 2012: 9). Sak 6.2 blir omtalt i underkapittelet 'Ukens Ran', hvor det blir slått fast at saksegenskapene også i stor grad er fastsatt av saksfremmerne.

Alt i alt ser det ut som saksfremmere har stor suksess med å fastlegge saksegenskaper i fellestrier, og at journalister, både i Dagsavisen og i andre medier, mer enn gjerne stiller med sympatiske brødtekster som utfyller poengene fra saksfremmerne med kontekstualiseringer og

sitater fra kilder som støtter saksfremmernes agenda.

### 5.5.2 Nyhetsbyråene

Av de 20 felleshistoriene, var 13 av dem basert på nyhetstelegrammer fra nyhetsbyråene NTB eller ANB. 3 av disse var identiske med det opprinnelige nyhetstelegrammet, 8 var blitt kortet ned eller redigert av Dagsavisen, i én sak (6.9) supplerte Dagsavisen nyhetssaken med et innhentet sitat, og i én sak (4.6) la Dagsavisen inn referanser til tidligere Dagsavisen-saker om samme tema. Samlet sett utgjorde nyhetsbyråsakene hovedparten av fellessakene til Dagsavisen i uke 49, noe som støtter funnene i Nyhedsuge-prosjektet (Lund i Lund et. al. 2009: 10) og Nyhendeveket-prosjektet (NOU 2010: 14: 134) om at nyhetsbyråene spiller en nøkkelrolle i å formidle fellessaker på tvers av nyhetsmediene. Nyhetsbyråsakene i Dagsavisen uke 49 er stort sett gjengitt i en form som ligger svært tett opp til originalsakene fra nyhetsbyråene, og i bare to av dem har Dagsavisen bidratt med eget redaksjonelt stoff, kontekstualisering i ett tilfelle (4.6), og ett sitat i et annet (6.9). Bidragene i disse to tilfellene kan ikke sies å endre saksegenskapene i nevneverdig grad for noen av sakene.

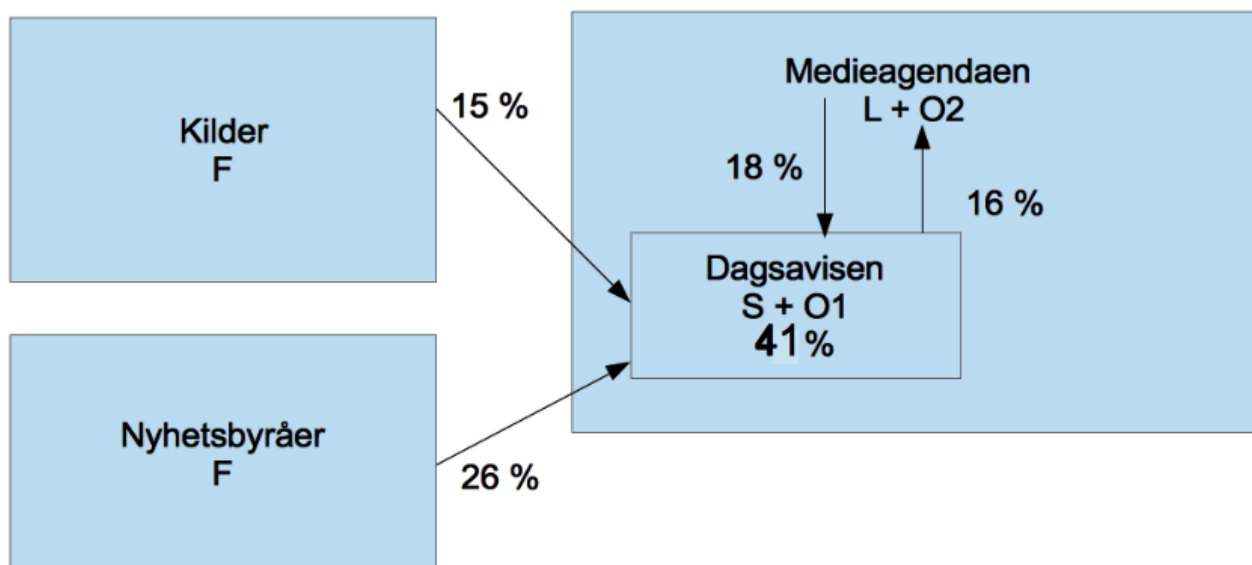
I Nyhedsuge-prosjektet ble det funnet at nyhetsbyråstoffet ofte utgjorde grunnlaget for egne saker hos nyhetsmediene, som så versjoniserte eller fant egne vinkler på nyhetsbyråstoffet (Lund i Lund et. al. 2009: 10). Dette ser ikke ut til å være tilfellet i hos Dagsavisen i uke 49, da Dagsavisen ikke endret saksegenskapene til noen av nyhetsbyråsakene, og bare i minimal grad endret nyhetssakene før de gikk i trykken hos Dagsavisen. I den grad de ble endret bestod disse endringene stort sett i å korte ned de originale nyhetsbyråsakene.

## 5.6 Dagsavisen og den norske medieagendaen – leder eller etterdilter?

Hvilket bildet tegner fordelingen av Dagsavisen sine nyhetssaker over de ulike nyhetskategoriene fra uke 49, 2011? Ser man Dagsavisen sine saker i forhold til resten av medieagendaen i uke 49, kan vi se hvor Dagsavisen får sakene sine fra, og hvordan Dagsavisen tilfører saker tilbake til medieagendaen i figur 5.1. Dette viser flyten av intermedial agendasetting fra og til Dagsavisen og resten av den norske medieagendaen. Her blir sakskategoriene S og O1 ansett som 'egenproduksjon', og de øvrige sakskategoriene har blitt ordnet etter hvor de har sitt opphav fra, henholdsvis 'Andre nyhetsmedier', 'Kilder' og 'Nyhetsbyråer'. Merk at kategorien 'Felleshistorier' (F) har blitt delt opp ut i fra om de har sitt opphav fra nyhetsbyråer eller kildefremstøt.



Figur 5.1



Flyt i saksagendaen mellom Dagsavisen uke 49, 2011 og norsk medieagenda, kilder og nyhetsbyråer. Merk at 'Fellesthistorier' har blitt delt opp i to kategorier avhengig av om de hadde utgangspunkt i kildefremstøt som pressekonferanser og pressemeldinger ('Kilder'), eller om de kom fra nyhetsbyråer.

Fra figuren ser vi at hovedparten av Dagsavisen sine saker fra uke 49, skrevet under by-line fra Dagsavisen sine journalister, har opphav utenfra redaksjonen. Totalt utgjør disse sakene 59 prosent av de analyserte nyhetssakene. Skal man se på sakene i et perspektiv på i hvor stor grad saksegenskapene er videreutviklet av Dagsavisen i sakene som kommer utenfra Dagsavisen sin redaksjon, vil sakene av type O2 utgjøre saker der Dagsavisen har vært med på å prege saksegenskapene. Som vi har sett har sakene i kategorien 'Lån' beholdt sine saksegenskaper fra originalsakene, og i 'Fellesthistoriene' er det henholdsvis kildene og nyhetsbyråene som har fastsatt saksegenskapene. Ut fra innholdsanalysen tyder det med andre ord på at Dagsavisen enten har vært styrende, eller har satt preg på, saksegenskapene i det redaksjonelle innholdet sitt i 55 prosent av sakene (41 prosent + 14 prosent).

Merk at det ikke er undersøkt om det faktisk er nyhetsbyråene eller de mediene som sakene av type 'L' er bygget på som faktisk har vært de styrende i fastleggelsen av saksegenskapene i disse sakene, da jeg i analysen av sakene har sammenlignet Dagsavisen sine saker og nyhetssakene de bygger på. Jeg har med andre ord her sett på eventuelle endringer i saksegenskapene mellom Dagsavisen sine utgaver av nyhetssakene og originalsakene de har bygget på. Det kan for eksempel hende at saksegenskapene i fellesthistoriene som kommer fra nyhetsbyråer i stor grad har vært kildestyrte, men denne problemstillingen faller utenfor rekkevidden til undersøkelsen min.

Alt i alt peker analysen i retning av et redaksjonelt innhold i Dagsavisen som inneholder en

substansiell andel egenproduksjon, men som også i stor grad bruker andre medier sine nyhetssaker som utgangspunkt for egne saker, og der kildeframstøt som oppnår innpass ellers i den norske medieagendaen også oppnår dekning i Dagsavisen. I disse sakene ser kildene ut til å være styrende i vinklingen av sakene, også i tilfellene der sakene stammer fra saksfremmere med interesse av å oppnå gunstige dekning for sakene de representerer. Videre ser vi at den største andelen av sakstyper som Dagsavisen trykker og som ikke har opphav i Dagsavisen sin redaksjon er saker fra nyhetsbyråer. Selv om analysen har sett bort fra notiser, som samtlige har utgangspunkt fra nyhetsbyråer i Dagsavisen i uke 49, utgjør nyhetsbyråsaker fortsatt 26 prosent av Dagsavisen sine nyhetssaker totalt.

Vi ser også enkelte brudd på god kildepraksis hvis vi jamfører det redaksjonelle innholdet med standardene som er trukket opp i innføringsboken i kildekritikk av Fossum og Meyer (2010[1991]). Ran forekommer i 10 prosent av nyhetssakene, og bidrar i enkelte tilfeller med å fordekke kildestyring av det redaksjonelle stoffet. Andre ganger forekommer det manglende krediteringer av andre medier sin redaksjonelle innsats som har blitt brukt av Dagsavisen. Videre ser vi at det forekommer at utspill fra politiske aktører ikke blir behandlet som saksutspill, men mer som utslag av politisk 'sirkus', og blir således mangelfullt sjekket for sannhetsgestalt og nøyaktighet.

Vi har hittil sett på Dagsavisen sitt redaksjonelle innhold i lys av *hvor* nyhetssakene kommer fra i forholdet mellom Dagsavisen, medieagendaen, nyhetsbyråer og kildeframstøt som pressekonferanser o.l.. Hvis man ser på de analyserte nyhetssakene som Dagsavisen sin egen 'redaksjonsagenda' har Dagsavisen sitt bidrag til denne redaksjonsagendaen, og avhengighet av saker fra andre medier, kildefremstøt ovenfor medieagendaen, og nyhetsbyråer blitt gjort rede for. Neste skritt er å se på det som i dette kapittelet har blitt betegnet som 'egenproduksjon', solohistoriene og oppfølgingshistoriene som er basert på tidligere solohistorier. Hvem har styring her når det kommer til hvilke saker som gjør sitt inntok i Dagsavisen sitt redaksjonelle innhold, og hvem er styrende av Dagsavisen og kildene i å fastlegge saksegenskapene i disse sakene? Disse spørsmålene trenger vi å få svar på før vi kan danne oss et mer totalt bilde av hvor Dagsavisen sine saker kommer fra, og hvem som er styrende i å fastlegge vinklingen i Dagsavisen sitt redaksjonelle innhold.

## 6 Dagsavisen og kildene

I det forrige kapittelet ble det undersøkt hvor stor andel av Dagsavisen sine nyhetssaker som hadde utgangspunkt i Dagsavisen, og hvor stor andel som enten var delt med andre medier, basert på andre medier sine saker, eller hentet fra nyhetsbyråer. Dette kapittelet skal dreie seg om de nyhetssakene det forrige kapittelet omtalte som 'originalproduksjon'; saker Dagsavisen var alene om da sakene gikk i trykken, og kan sies å være Dagsavisen sitt tilskudd til den norske medieagendaen.

Utgangspunktet for dette kapittelet er forskningsspørsmål 2 og 3: (2) Av sakene som kan klassifiseres som 'Solohistorier', er det redaksjon eller kilder som har tatt initiativ til at nyhetssaken oppstod, og (3) i hvilken grad bygger sakene på informasjonssubsidier fra kildene? Ved å svare på disse forskningsspørsmålene, og sammenholde funnene med resultatene fra innholdsanalysen som ble gjennomgått i forrige kapittel, er målet å nå fram til et 'nettomål' på redaksjonen til Dagsavisen sin evne til selv å sette saker på sin egen redaksjonelle agenda, og i hvilken grad sakenes vinkling, eller *saksegenskaper*, blir styrt av Dagsavisen sin redaksjon.

Bakgrunnen for at jeg anser det som interessant å finne ut av hvem det er av kilde og redaksjon som har tatt initiativ til å sette en sak på Dagsavisen sin redaksjonelle agenda, er en antakelse om at kilder som ønsker å sette en sak på medieagendaen ofte har et egennyttig motiv i å skaffe saken medieoppmerksomhet, enten på vegne av seg selv eller organisasjonen kilden representerer, og vil forsøke å oppnå en type dekning som gagnar kilden, organisasjonen eller saken som blir frontet (Dearing og Rogers 1996: 25, Fossum og Meyer 2010[1991]: 74-75, Reich 2009: 45). En sak som er initiert av redaksjonen vil det være naturlig å anta har blitt initiert fordi redaksjonen anser saken som viktig for offentligheten å bli opplyst om, hvis man legger til grunn at journalistene er ledet av journalistiske profesjonsnormer om å opplyse og overvåke (McNair i de Burgh[red.] 2005: 28). Dette er to kvalitativt ulike motivasjoner som begge kan ligge til grunn for hvilke saker som oppnår redaksjonell dekning og hvordan dekningen vil framstå på trykk, og typen motivasjon som dominerer i disse prosessene vil derfor *de facto* være avgjørende for Dagsavisen sin funksjon i den norske medieagendaen, uavhengig av ideelle redaksjonelle retningslinjer og målsetninger. Er det saksfremmere med klar egeninteresse i en viss type dekning som har mest agendasettende makt, eller er det Dagsavisen sin redaksjon?

## 6.1 Tall fra e-postintervjuene

### 6.1.1 Spørsmål stilt i e-postintervjuene, og tilknytning til forsknings spørsmål

Som jeg har diskutert i kapittelet om metode, kontaktet jeg de jeg identifiserte som *primærkilder* i solohistoriene, og gjennomførte et kort, strukturert e-postintervju med disse kildene. Spørsmålene jeg stilte var (1) Hva var kontaktsforløpet mellom [respondent] og Dagsavisen sin redaksjon fram til saken kom på trykk? (2) Ga eller henviste [respondent] skriftlig informasjon/kilder eller andre muntlige kilder redaksjonen kunne bruke i forbindelse med saken? (3) Hvordan følte [respondent] at saken ble fremstilt på trykk?

Hensikten med spørsmål 1 og 2 var henholdsvis å avdekke hvem som hadde vært den initiativtakende parten i saken, og å avdekke eventuell bruk av informasjonssubsidier. Jeg valgte her å se på tips om andre muntlige og skriftlige kilder fra primærkilden som en form som informasjonssubsidie, da et slikt tips ville senke ressursene journalisten ville trenge å bruke til å finne fram til ytterligere informasjon om saken (Gandy 1982: 62), og siden jeg så på det som en rimelig antakelse at primærkildene ville først og fremst foreslå kilder og informasjon som ville støtte opp om primærkilden sin sak. Dette ville også gjøre det mulig å avdekke graden av *kildestyrt søking* (Fossum og Meyer 2010[1991]: 55), som kan ha implikasjoner for om saken blir dekket på en måte som først og fremst gagnar kildens interesser i tilfeller der primærkilden kan sies å være en saksfremmer, eller om kildesøket først og fremst virket til å være styrt av journalisten.

Spørsmål 3 var et åpent spørsmål som ikke var motivert av å svare på spesifikke forsknings spørsmål, men var ment som en mulighet for kilden til å kunne forklare seg mer fritt om hvordan de vurderte sakens dekning, sett fra deres perspektiv. Videre er det en åpning for kilden som aktør i agendasettingsprosessen til å kunne tilby en fri, kvalitativ vurdering av resultatet av samspillet mellom kilden og redaksjonen, en type innsikt som Burt (i Protess og McCombs 1991: 293) mener kan være fruktbar i agendasettingsforskning. Svaret her vil også kunne peke på om nyhetssaken slik den gikk i trykken hadde en vinkling som ble opplevd som gunstig fra kilden sitt perspektiv.

Tallene fra e-postintervjuet er presentert i tabell 5.1. Tallene bygger på undersøkelse av de 17 nyhetssakene som ble kodet som 'Solohistorier', og de 3 nyhetssakene som ble kodet som 'Oppfølgingshistorier, egne nyhetssaker'. Av disse 20 nyhetssakene, fikk jeg bekreftet initiativtaker

og om det hadde forekommet informasjonssubsidier i 16 av nyhetssakene. For de resterende 4 nyhetssakene fikk jeg ingen respons på e-postintervjuene, og data fra disse fire sakene er følgelig ikke inkludert i tabell 6.1.

### 6.1.2 Resultater og koding

Tabell 6.1

	<u>Antall saker</u>	<u>Andel i prosent</u>
Saker initiert av kilde	9	56
Saker initiert av redaksjon	7	44
<b>Sum</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

Som vi kan se er et knapt flertall av Dagsavisen sin 'egenproduksjon', eller eksklusive saker, basert på kildeinitiativ. Det lave totaltallet på enhetene som er undersøkt tatt i betraktning, er det rimelig å si at kildeinitierte saker og redaksjonsinitierte saker er relativt jevnfordelt utover de analyserte nyhetssakene. Når det gjelder spalteplass for de to kategoriene er dette ikke målt, men ut fra øyemål later det ikke til å være noen signifikante forskjeller på sakene som er kildeinitierte og de som er redaksjonsinitierte. Begge kategoriene har nyhetssaker som spenner fra korte, énkilde-saker til nyhetssaker som strekker seg over dobbeltsider.

Måten O1-sakene er kodet er slik at hvis nyhetssaken saken opprinnelig bygget på var redaksjonsinitiert ble også den tilhørende O1-saken kodet som redaksjonsinitiert, og motsatt hvis den opprinnelige nyhetssaken var kildeinitiert. Årsaken til at jeg har kodet O1-sakene likt som S-sakene er at jeg først og fremst var interessert i hvem av kilder og redaksjon som var mest aktive i å sette saker på Dagsavisen sin redaksjonsagenda, og siden O1-saker per definisjon tilhører den samme saken ('issue') som S-sakene de bygger på ble de derfor kodet tilsvarende. Hvordan saksegenskapene til disse sakene utviklet seg fra de opprinnelige S-sakene til de etterfølgende O1-sakene vil bli gjenstand for analyse senere i kapittelet.

Vi ser videre at 44 prosent av Dagsavisen sine egenproduksjon bygger i større eller mindre grad på informasjonssubsidier. Av de 7 sakene der det ble funnet at kildene hadde benyttet informasjonssubsidier var 6 av dem i saker der primærkilden hadde tatt initiativ til saken, og i én sak der redaksjonen hadde tatt initiativ til saken («Industridød kan svekke velferdsstaten», 6.7). Hvordan disse informasjonssubsidiene preget saksegenskapene til nyhetssakene de var knyttet til vil også bli gjenstand for analyse. Kanskje ikke så overraskende viser det seg at informasjonssubsidier

er brukt oftere i kildeinitierte nyhetssaker enn i saker som er redaksjonsinitierte.

## **6.2 Saken blir til: Kildekontakt som en prosess i to faser**

I diskusjonen av kildeinitiativ versus redaksjonsinitiativ kan det være informativt å se på disse fenomenene i lys av begreper som har blitt utviklet for å analysere kontakten mellom journalister og kilder i prosessen der en sak blir til en nyhetssak. Jeg vil her bruke begrepsparet 'nyhetsoppdagelse' ('News discovery') og 'informasjonsinnsamling' ('News gathering') i diskusjonen av funnene. Begrepsparet 'nyhetsoppdagelse' og 'informasjonsinnsamling' ble utviklet av John H. McManus (1994), og har senere blitt brukt av Zvi Reich i *Sourcing the News* (2009). Jeg nevnte kort disse begrepene i underkapittelet 2.2.1, og jeg vil her gi en nærmere presentasjon av begrepene slik de blir forklart i litteraturen, og hvordan de kan være nyttige i analysen av de 17 nyhetssakene som jeg innhentet data fra gjennom e-postintervjuer.

### **6.2.1 De to fasene av kildekontakt**

Nyhetsoppdagelsen er i følge McManus (1994: 95) øyeblikket der en journalist blir gjort oppmerksom på en potensiell sak. Nyhetsoppdagelsen kan foregå på ulike måter, og disse kan kategoriseres ut i fra hvor ressursintensiv metoden for nyhetsoppdagelsen er for redaksjonen. McManus (ibid: 97-99) deler opp ulike former for nyhetsoppdagelse i 'minimalt aktiv oppdagelse', 'moderat aktiv oppdagelse' og 'svært aktiv oppdagelse'.

'Minimalt aktiv oppdagelse' består av saker som blir oppdaget gjennom andre nyhetsmedier, nyhetsbyråer, pressemeldinger og andre fremstøt fra kilder som vil promotere en sak. I slike tilfeller er journalistene passive i oppdagelsesfasen (ibid: 97). Ved 'moderat aktiv oppdagelse' skjer nyhetsoppdagelsen gjennom å finne nye vinkler på tidligere saker eller gjennom anonyme tips fra kilder der journalisten må utføre videre undersøkelser for å finne ut av om saken er 'nyhetsverdige' (ibid: 97-98). Her må journalisten finne nye vinkler eller skape nye problemstillinger basert på tidligere kjente saker, og kan sies å være moderat aktiv i oppdagelsen av en ny sak.

Saker som har utgangspunkt i 'svært aktiv oppdagelse' starter ofte med at journalisten tar kontakt med eksterne kilder for å få svar på et spørsmål eller undersøke en problemstilling (ibid: 98-99). De kan også starte med anonyme tips hvis forholdet dreier seg om å avdekke kritikkverdige forhold, da det gjerne koster journalisten mye ressurser å grave frem informasjon som det er uønsket at

journalisten skal få tak på. Nyhetssaker som har utgangspunkt i problemstillinger journalisten har blitt klar over gjennom lengre kontakt med kilder de har et tett forhold til blir også klassifisert som 'svært aktiv oppdagelse' (ibid). Journalisten er svært aktiv i oppdagelsesfasen i slike tilfeller, da problemstillingen journalisten ønsker å undersøke dannes gjennom et lengre kildearbeid, og tar ikke direkte utgangspunkt i tidligere kjente saker.

Etter journalisten har blitt klar over en potensiell sak, starter 'informasjonsinnsamlingsfasen'. Her ønsker journalisten å kontakte flere kilder, samle inn mer informasjon om emnet, og forsøker å underbygge, eller utfordre informasjonen som ble mottatt i oppdagelsesfasen (Reich 2009: 38). Skillet mellom disse to fasene er imidlertid ikke alltid 'hugget i stein', og undersøkelsene av Reich (ibid: 41-42) angående forholdet mellom journalister og kilder i disse to fasene viste at de ofte komprimeres til én fase, i stedet for to tydelige adskilte faser. Denne komprimeringen består gjerne av at en kilde tar initiativ ovenfor en journalist og tilbyr 'oppdagelsesinformasjon' som gjør journalisten klar over en potensiell sak, og samtidig bidrar med videre informasjon, som tips om flere kilder, eller mer bakgrunnsinformasjon som journalisten kan bruke i nyhetssaken (ibid). I tillegg til at disse to fasene ofte forekommer som én kontakt mellom kilde og journalist, fant Reich (ibid: 51) at det forekom ulike former for aktivitet og passivitet mellom kildene og journalisten også i 'informasjonsinnsamlingsfasen'.

### **6.2.2 Anvendelse av 'to-fase'-modellen**

Som vi ser fra tallene i tabell 5.1 var 9 av de 17 analyserte nyhetssakene kildeinitierte, og 8 av dem journalistinitierte. Jeg vil her gi en kort gjennomgang av hver av disse kategoriene med nyhetssaker, og undersøke hvordan forholdet mellom journalistene og kildene ser ut til å ha vært i hver av dem, med tanke på hvilken part som så ut til å være de mest aktive i de to ulike nyhetsfasene, og hvordan partene har vært med på å forme de ferdige nyhetstekstene. Videre kan jeg gjennom dataene fra e-postintervjuene gi et anslag på hvordan de 17 nyhetssakene fordeler seg etter de ulike nivåene av journalistaktivitet, slik de er beskrevet av McManus.

Videre kan si se på funnene fra e-postintervjuene gjennom linsen til 'to-fase'-modellen, og undersøke nærmere hvem av journalistene og kildene som latet til å være de mest aktive i de to fasene, og undersøke om vi ser spor til kompresjoner av de to fasene i kontakten mellom Dagsavisen sine journalister, og kildene deres. I tillegg til å spørre kildene om kontaktsforløpet mellom dem og Dagsavisen, spurte jeg dem også om de hadde tipset journalisten om andre

personkilder journalisten kunne bruke i nyhetssaken, og ved å sammenholde eventuelle personer som ble nevnt av kildene i intervjuene med de ferdige nyhetstekstene, kan jeg få et mål på hvor suksessfulle kildene eventuelt var med å fastsette den videre kildekontakten til journalisten etter 'oppdagelsesfasen'.

## 6.3 Journalistene tar initiativ

Jeg vil her presentere nyhetssakene der jeg gjennom e-postintervjuene avdekket at Dagsavisen tok initiativ ovenfor primærkildene i nyhetssaken. Hvem har vært mest aktive av journalistene og kildene i 'informasjonsinnsamlingsfasen'? I hvilken grad forekommer det informasjonssubsidier i saker der redaksjonen har tatt initiativ, og hvilken part er dominerende å fastsette nyhetssakenes saksegenskaper?

### 6.3.1 Støre-trilogien

Av de 7 nyhetssakene som hører hjemme her, dreier 3 seg om utspill fra Jonas Gahr Støre, ett av dem, «Ikke imponert over Sivs tone» (6.3), kom som en reaksjon på Siv Jensen sine utspill i nyhetssaken «Ut mot Aps integrering» (5.3). I følge politisk rådgiver ved UD, Astrid Huitfeldt (gjennom svar på e-postintervju mottatt 27. januar 2012), var de to første nyhetssakene av disse tre, «Støre i tenkeboksen» (2.1) og «Vil ha blanke ark» (3.4) resultat av ett intervju som Støre takket ja til å gjennomføre. I den første saken blir Støre (2.1) spurt om sin politiske fremtid, og om han vurderer å ta over som statsminister en gang i fremtiden. I den andre nyhetssaken (3.4) tar Støre opp innvandringsdebatten i kjølvannet av 22. juli, der har utfordrer FrP til debatt rundt innvandringsspørsmålet.

Vi ser her at Dagsavisen gjennom étt redaksjonelt initiativ har skaffet 'råmateriale' for to ulike nyhetssaker, begge med ulike temaer og saksegenskaper. Initiativet fra redaksjonen kan kalles 'svært aktiv oppdagelse' i oppdagelsesfasen, da nyhetssakens tematikk ikke vokste ut fra tidligere nyhetssaker, men kom som et resultat av initiativ ovenfor en kilde de selv oppsøkte (McManus 1994: 98). Sak 6.3 kan sies å være resultat av 'moderat aktivt oppdagelse', da nyhetssaken er et resultat av utsagn gjort i en tidligere nyhetssak. De to første sakene kan på en annen side sies å bare inneholde denne ene fasen: ingen andre kilder enn Støre er oppsøkt i disse nyhetssakene, og innholdet i nyhetssakene utenom Støre sine kommentarer er kontekstualiseringer av Dagsavisen som ikke i nevneverdig grad kan sies å trekke inn flere momenter enn de Støre selv reiser gjennom



kommentarene sine. Det samme kan sies å gjelde den tredje saken, 6.3, der Støre svarer på kritikken fra Siv Jensen i sak 5.3, som igjen var et resultat av uttalelsene til Støre i sak 3.4.

Reich (2009: 48) påpeker at dynamikken mellom journalister og kilder endrer seg i henhold til hvilken fase de befinner seg i, der kildene ofte har et overtak i den første fasen, siden kilden da sitter inne på informasjon journalisten gjerne vil ha tak i. I 'innsamlingsfasen' har journalister ofte en større grad av relativ makt ovenfor kildene, da de allerede har en 'sak' og ikke lengre er like avhengig av kildene som i det første steget. Journalistene kan da fokusere på å finne en egen vinkel på saken, opparbeide en større grad av kontroll over hva som blir publisert under by-linen deres, og 'kaste et videre nett' når det gjelder å oppsøke supplerende kilder som kan være relevante i forhold til saken (ibid). Ved at journalistene i tilfellet med disse tre nyhetssakene bare har basert seg på én kilde, og ikke beveget seg over i den andre fasen, overgir de på denne måten mye av kontrollen av saksegenskapene til den ene kilden, spesielt siden Støre slipper å bli utfordret på noen av kommentarene sine av Dagsavisen sine journalister. Nyhetssaker som begynner som saksintervju glir over til å bli personintervju, og 'meningsintervju' (Fossum og Meyer 2010[1991]: 91), og påstandene får bli stående uimotsagt, helt til en annen politiker kommer med motkommentarer (5.3), som også får form som 'meningsintervju'. Disse sakene er med andre ord et eksempel på at journalistinitiativ ikke alltid betyr at journalistene preger saksegenskapene, og at kontaktsprosessen mellom kilder og journalist ikke alltid følger Reich (2009) sin modell.

### **6.3.2 Gullpensjon, synkende grunn, industridød og barnevern**

De resterende fire nyhetssakene som Dagsavisen sine journalister tok initiativ til i uke 49 strekker seg over et relativt bredt spekter av temaer. I saken «Staten må styrke barnevernet» (3.7) finner vi et intervju med lederen av Stine Sofies stiftelse, Ada Sofie Austegård, der hun slår fast at staten må ta et større ansvar for å beskytte barn mot vold i hjemmet. Her finner vi igjen en journalistinitiert sak som samtidig er en én-kildesak. Denne saken sklir på en annen side ikke over til å bli verken et personintervju eller et meningsintervju, men holder seg til saksområdet gjennom hele nyhetssaken.

Når det gjelder saksegenskapene ser vi at også i denne én-kildesaken blir det primærkilden som får fastlegge saksegenskapene. Austegård kommer med en rekke utspill angående Christoffer-saken, og norsk rettsvesen sitt ansvar ovenfor barn som er utsatt for vold i hjemmet. Saken avsluttes med en relativt lang smørbrødtype av punkter fra stiftelsen over politiske tiltak som er gjennomført de siste årene i forbindelse med barns beskyttelse mot vold, i tillegg til en liste over en rekke tiltak som

stiftelsen mener staten burde gjennomføre. Sett i perspektiv på aktivitetskategoriene til McManus kan journalistinitiativet her klassifiseres som 'moderat aktivt', ved at saken tilfører nye vinkler på problemstillinger rundt vold i hjemmet mot barn, en problemstilling som er aktualisert ved Christoffer-saken. I følge Austegård (svar på e-postintervju med Austegård 6. februar 2012) ga hun journalisten tips om andre kilder som kunne kontaktes, men tipsene ser ikke ut til å ha blitt fulgt opp av journalisten. Journalisten har på en annen side selv listet opp en rekke punkter som er kreditert stiftelsen, og er sannsynligvis funnet frem av journalisten selv.

I saken «Grunnen synker under togene» (5.5) er overingeniør Thomas Aarskog intervjuet av Dagsavisen sin journalist i forbindelse med at grunnfundamenteter rundt Oslo S har beveget på seg som et resultat av byggearbeidene rundt Bjørvika. Dette medførte flere skader for Jernbaneverket, og Oslo S Utvikling, som har ansvaret for utbyggingen har tilbudt seg å betale en halv million kroner i erstatning til Jernbaneverket. I tillegg til intervjuet av overingeniøren har journalisten gjennomført et intervju med administrerende direktør i Oslo S Utvikling, der direktøren blir spurt om risikoen for skader i fremtiden og på andre bygg i nærheten

Saken ble til gjennom at journalisten til Dagsavisen ba om innsyn i saksdokumenter rundt reparasjoner og vedlikeholdsarbeid av jernbanesporene på Oslo S, og ble satt i kontakt med overingeniøren gjennom infoavdelingen til Jernbaneverket (informasjon fra e-postintervju med Aarskog, svar mottatt 27. januar 2012). Dette er et godt eksempel på en sak hvor journalisten har gjort en 'svært aktiv oppdagelse' da saken virker til å ha blitt en del av medieagendaen gjennom en rutinemessig gjennomgang av saksdokumenter fra journalisten sin side, som så har fulgt opp 'oppdagelsesinformasjonen' i saksdokumentene med intervjuer av flere kilder. Her ser vi også at saksegenskapene ikke utelukkende blir fastlagt av primærkilden, da informasjonen journalisten fikk gjennom overingeniøren dannet grunnlaget for et intervju med direktøren av Oslo S Utvikling, der momenter rundt potensielle skader på 'Barcode-bygningene' blir trukket inn av journalisten. Begge 'parter' i saken får dermed bidra til saksegenskapene, i tillegg til journalisten gjennom informasjon hentet fra saksdokumenter fra Jernbaneverket. Kildeletingen i informasjonsinnsamlingsfasen ser heller ikke ut til å ha vært styrt av primærkilden, da Aarskog ikke viderefremmet ytterligere skriftlig informasjon til journalisten, eller tipset han om ytterligere kilder han kunne kontakte.

I saken «Gullpensjon ut 2011» (4.1) omtales SV, ved Bård Vegard Solhjell og Akhtar Chaudhry, sitt ønske om at Stortingets nye pensjonsordning skal ha tilbakevirkende kraft, og Stortingspresident Dag Terje Andersen uttrykker sin misnøye over regjeringen sin tidsbruk på å implementere den nye pensjonsordningen. Journalistene fikk her oppdagelsesinformasjonen sin gjennom presentskapets

skriftlige innstilling i forbindelse med pensjonssaken (informasjon fra e-postintervju med Solhjell, svar mottatt 25. januar 2012), og tok så kontakt med Solhjell, Chaudhry og Andersen for kommentarer.

Saken hører tematisk inn under de andre nyhetssakene som også har dekket Stortingets pensjonsordning, men bidrar med ny informasjon og vinklinger, og er basert på journalistinitiativ. Den kan således sies å være basert på 'moderat aktiv oppdagelse'. Sett i saksegenskapsperspektiv, blir disse delvis angitt av personkildene som er intervjuet, men er også fastlagt av informasjon fra presidenskapets innstilling, som ble innhentet av Dagsavisen. På en annen side ble det ikke innhentet kommentarer fra noen representanter for regjeringen, selv om regjeringen blir utsatt for kritikk i nyhetssaken gjennom stortingspresident Andersen.

Den siste av de journalistinitierte nyhetssakene er «Industridød kan svekke velferdsstaten» (6.7). Denne nyhetssaken tar utgangspunkt i uttalelser fra lederen i Oslo LO, Roy Pedersen. Pedersen mener at norsk industri omlegge seg i retning av miljøvennlig industri for å for å sikre verdiskapning i fremtiden. Videre omtales nedleggelsen av Norsk Skog Follum, hvor klubbleder Stein Roar Eriksen er intervjuet i forbindelse med nedleggelsen. Pedersen ble her kontaktet av Dagsavisen, og spurt om han kunne tipse journalistene om tillitsvalgte de kunne kontakte i forbindelse med industrinedleggelse (informasjon fra e-postintervju med Pedersen, svar mottatt 1. februar 2012). Videre snakket Pedersen med journalistene, som endte opp som sitater fra Pedersen i nyhetssaken.

Pedersen var ikke klar over at samtalen hans med journalistene kom til å bli en del av saken, og Dagsavisen trykket senere en dementi som et resultat på en klage fra Pedersen. Noe ufrivillig fikk altså Pedersen mulighet til å prege saksegenskapene til nyhetssaken ved å få slått fast *årsaker til saken*, som at norsk industri er for knyttet til olje og gass, og at en omlegging er nødvendig. Fagsjef Sindre Finnes i Norsk Industri følger opp dette aspektet av saken ved en kommentar i nyhetssaken, og det samme gjør klubbleder Eriksen. Klubblederen innfører også en *moralsk evaluering* ved å peke på manglende solidaritet blant ledelsen i Norsk Skog Follum, som gikk inn for å stenge fabrikken.

Samlet sett det allikevel Pedersen som i hovedsak styrer saksegenskapene gjennom vinklingen på miljøvennlig industri, og nedleggelsen av Follum blir mer et bakteppe i saken. Saken kan sies å være et resultat av 'moderat aktiv oppdagelse', da nedleggelsen av Follum allerede var bredt dekket av media, men der Dagsavisen tok initiativ til å lage en ny med nye vinklinger på bakgrunn av

nedleggelsen. I 'informasjonsinnsamlingsfasen' har Pedersen bidratt noe ved å tilby navn på intervjuobjekter (Eriksen), men journalistene har selv tatt initiativ til å intervju flere andre kilder, både skriftlige og muntlige. Ingen av dem bidrar allikevel i noen substansiell grad til å endre saksegenskapene utover slik de blir fastlagt av Pedersen sine kommentarer.

### **6.3.3 Journalistinitiativ – setter journalistene preg på redaksjonsagendaen?**

Oppsummert ser vi at av 6 journalistinitiativ, hvor ett av dem førte til to Støre-saker, kan to av dem sies å være utført ved 'svært aktiv oppdagelse', og de resterende 4 er av typen 'moderat aktiv oppdagelse'. Mange av Dagsavisen sine journalistinitierte saker ser ut til å bygge videre på saker som allerede finnes på medieagendaen, og supplerer dem med nye vinklinger og momenter. Vi ser også at journalistinitiativ fører til at helt nye saker kommer til på Dagsavisen sin redaksjonsagenda, som saken om den synkende grunnen ved Oslo S (5.5). Denne saken ble senere også en del av den større medieagendaen, blant annet ved en sak på nrk.no<sup>25</sup>, der Dagsavisen blir kreditert.

Et gjennomgående tema er at enkelte kilder ser ut til å få styre saksegenskapene til nyhetssakene i utstrakt grad. Tilsammen er fire av de syv nyhetssakene med journalistinitiativ én-kildesaker, og kildene får her ytre seg uten at påstandene deres blir utfordret hverken av journalisten eller av andre kilder. Mange påstander kilder kommer med er utvilsomt vanskelig for journalistene å få verifisert, de kan dreie seg om komplekse saksforhold, eller forhold der det er mange meninger om hva som er sannheten. Spesielt innenfor journalistikk som omhandler politiske temaer kan disse momentene utgjøre problemer for journalister når det kommer til å kontrollere kildene sine påstander. Kilder og saksutsagn glir da fort sammen (Tuchmann 1978: 89-90), og det kan være vanskelig for journalisten å skille dem, og stille kilden til ansvar for uttalelsene sine. Saksutsagn blir fort til beretninger. Dette blir spesielt problematisk når sakene bare inneholder denne ene kilden, eller når de andre kildene som er intervjuet ikke utfordrer utsagn som blir gjort i saken av andre kilder.

En del av disse sakene kan sies å være det Fossum og Meyer (2010 [1991]: 81-82) kaller 'nivå én'-journalistikk, eller 'referatjournalistikk'. Her refereres det bare til kildeutsagn, og utsagnene blir ikke forsøkt verifisert av journalisten. Dette er det kildestyrte nivået av saken (ibid: 82), og kan på en del måter ses på som analogt med å holde seg på 'oppdagelsesfasen', der journalisten er avhengig av utspill fra kildene for å ha et utgangspunkt for en sak. Selv om andre kilder er intervjuet som kan kritisere eller utfordre andre utsagn befinner vi oss fortsatt på nivå 1 – vi har kanskje balanse i

---

25

<http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/ostlandssendingen/1.7909308>

nyhetssaken, men vi har da egentlig ikke noe annet enn kildestyring fra mer enn én kilde (ibid: 87), og journalisten – og mottakerne av nyhetssaken – kan fortsatt ikke være sikre på hvilke utsagn som er sannferdige eller ikke. For at journalistikken skal nå opp på nivå 2 må journalisten selv forsøke å undersøke påstandene til kildene. Påstandene fra kildene blir da det som undersøkes av journalisten, og som danner utgangspunktet for den journaliststyrte delen av saken, der journalisten selv forsøker å verifisere saksutsagnene (ibid: 87-88), som en aktør som i motsetning til kildene ikke skal ha egeninteresser i hvilken side av saken som blir fremstilt som mest kredibel.

Vi ser at kildene har stor makt i å fastsette saksegenskapene i disse nyhetssakene, og sakene virker i stor grad til å være kildestyrte, selv om samtlige av sakene ble til som følge av journalistinitiativ. Av de syv nyhetssakene er det bare i sak 5.5 og 4.1 at kildene ikke har fastlagt alle saksegenskapene. En del av problemet her ser ut til å være at i mange av sakene har journalisten blitt stående på 'opplagsfasen', eller nivå 1, og har ikke forsøkt å verifisere eller utføre tolkninger av kildeutsagn. Journalistenes evne til å ta kontroll over deknningen av en nyhetssaken melder seg først og fremst i informasjonsinnsamlingsfasen, der journalisten har et sett med utspill som kan danne utgangspunktet for en sak, og der journalisten så kan gjøre mer selvstendig research som kan kontekstualisere og etterprøve kildeutsagnene (Reich 2009: 47-48). Hvis ikke journalisten kan innta en slik rolle på vegne av leserne sine, kan ikke leserne sies å egentlig ha blitt så mye klokere av å lese saken. Argumenter for og imot blir presentert, men hvis ikke leseren allerede er kunnskapsrik om temaet blir det vanskelig å avgjøre hvilken part i saken som har de tyngstveiende, eller mest sannferdige virkelighetsbeskrivelsene, hvis noen av partenes utsagn i det hele tatt kan karakteriseres som sannferdige.

I flere av sakene ser journalistene ut til å enten ha holdt seg på det første nivået, eller latt kilden styre søkingen i det andre. Journalistene har i disse sakene gjennom initiativ i opplagsfasen valgt tema for sakene, med ikke alltid satt preg på hvordan sakene blir forstått. Det er selvfølgelig journalistene som til syvende og sist har bestemt hvem av kildene som har fått komme til ordet, og hvordan utsagnene deres er strukturert i nyhetssakene, men meningsinnholdet er det kildene som først og fremst står for. Journalistene velger '*What to think about*', kildene '*how to think about*'.

## 6.4 Kildene tar initiativ

Av egenproduksjonen som var basert på kildeinitiativ hos Dagsavisen i uke 49, har vi 9 nyhetssaker. Som vi skal se var flere av disse kildeinitiativ svært vellykkede i å prege Dagsavisen sin

redaksjonelle agenda denne uken, og flere av initiativene resulterte i mer enn ett oppslag. Her vil jeg ordne nyhetssakene slik de hører sammen tematisk, se på kildeinitiativene som satte i gang nyhetssakene, og hvordan de utviklet seg utover uken.

#### **6.4.1 Klær og utbyttede arbeidere**

I Dagsavisen uke 49 kan vi lese tre nyhetssaker om hvordan KappAhl og H&M selger klær som er laget av indiske arbeidere som jobber under vanskelige vilkår. I den første nyhetssaken, «Lider for våre billige klær» (1.4), som også er forsidesaken til Dagsavisen mandag 5. desember 2011, kan vi lese at en rapport fra Fremtiden i våre hender og Society of Labour and Development<sup>26</sup> fastslår at arbeiderne ved to klesfabrikker i India jobber under kritikkverdige forhold. Disse fabrikkene produserer klær for blant annet KappAhl og H&M. Samme dag har vi også en nyhetsaken «Lar seg presse til bedring» (1.5), der Steinar Olsen ved Stormberg er intervjuet, og den globale pressekontakten ved H&M er kontaktet for kommentar. Til slutt har vi saken «KappAhl vil rydde opp» (5.2), der informasjonssjef for KappAhl svarer på kritikken som blir reist i rapporten.

Denne saken var et resultat av et fremstøt fra FIVH, der de slapp en rapport om arbeidsforholdene i de to omtalte fabrikkene. Flere punkter fra rapporten, som ble sendt til redaksjonen som en informasjonssubsidie (informasjon mottatt over telefonintervju med Carin Leffler i FIVH, 23 mai 2012), er gjengitt i den første nyhetssaken. Videre er en rekke kommentarer fra Leffler gjengitt i saken, der hun kommenterer funnene fra rapporten. Til slutt er en kommentar fra Peggy Følsvik Hansen, 1. nestleder for Handel og Kontor, inkludert, der hun krever at KappAhl og H&M raskt må rydde opp. Hele brødteksten består av referanser til rapporten, og Leffler er sitert flere steder i saken. Samtlige av saksegenskapene kan sies å være fastslått av primærkilden, FIVH. Den eneste andre kilden som er sitert støtter opp om de moralske evalueringene fra FIVH om at kleskjedene trenger å bedre rutinene sine med kontroller av arbeidsvilkår.

Allerede samme dag ser vi en oppfølgelseshistorie, der også Leffler er intervjuet, og utdyper mer av funnene av rapporten. Her blir også daglig leder i Stormberg, Steinar Olsen, intervjuet, hvor han etterlyser mer åpenhet hos kleskjedene om hvilke leverandører de bruker. Til slutt i denne saken er det en kommentar fra den globale pressekontakten i H&M, som slår fast at hun ikke kan kommentere rapporten før hun har lest den. Den siste saken i denne serien er «KappAhl vil rydde opp» (5.2), der informasjonssjefen i kjeden svarer på kritikken, og to 'mannen i gata'-intervjuer med

---

<sup>26</sup> <http://www.framtiden.no/201112045401/aktuelt/bedrifters-samfunnsansvar/hm-og-kappahl-i-kritikkverdigg-produksjon.html>

kleshandlere som mener at etiske betraktninger rundt kleskjøp har blitt viktigere for dem. Vi kan se av disse sakene at offensiven fra FIVH har vært svært vellykket i å få sin sak på Dagsavisen sin redaksjonsagenda i uke 49. Problemstillingene de setter lys på i den første nyhetssaken forblir dominerende i nyhetssakene som er oppfølginger av den første nyhetssaken, og i sak 5.2 blir KappAhl nødt til å ta selvkritikk som en følge av funnene i rapporten. Både *definisjon av saken*, *årsaker til saken*, *forslag til løsninger* og *moralske evalueringer* blir fastslått allerede i den første nyhetssaken, og bevares gjennom alle de tre nyhetssakene. Selve rapporten fra FIVH blir referert til i utstrakt grad gjennom alle tre nyhetssaker.

Vi ser her at informasjonssubsidien til FIVH, rapporten de sendte til Dagsavisen sin redaksjon, i stor grad fikk dominere formen på nyhetssakene. Journalistene til Dagsavisen fulgte opp i innsamlingsfasen med å intervju andre kilder, og med å konfrontere kleskjedene med rapporten. Dette er et godt eksempel på hvordan informasjonssubsidier kan være svært effektive i å påvirke aktørene de er ment for, ved å gå veien gjennom media. Ved å få rapporten publisert i Dagsavisen blir rapporten for det første en del av den offentlige samtalen, samtidig som den får Dagsavisen sin redaksjon til selv å handle som aktør i saken ved å konfrontere partene som blir utsatt for kritikk gjennom informasjonssubsidien. KappAhl og H&M kan her sies å ha vært de *indirekte målene* for informasjonssubsidien, gjennom den *direkte* informasjonssubsidien til Dagsavisen sin redaksjon (Gandy 1982: 62-63), og informasjonssubsidien må sies å ha truffet blink i dette tilfellet, med forsideoppslag, oppfølgende dekning gjennom uken, og en redaksjon som stiller målene for informasjonssubsidien til veggen, på vegne av FIVH.

#### **6.4.2 Juleøl og barnegråt**

En annen serie av kildeinitierte nyhetssaker vi finner i uke 49 er to nyhetssaker som tar for seg sesongnyheten med alkoholkonsumet til voksne i julen, og barns opplevelser av dette. Disse sakene kom også til som et resultat av offentliggjøringen av en forskningsrapport, denne gangen fra organisasjonen AV-OG-TIL. I den første nyhetssaken, «Rike drikker mer foran barna» (2.9), er leder i organisasjonen, Kari Randen, intervjuet om rapporten, og avslutningsvis er det gjennomført et intervju med en kunde på CC Vest om alkoholkonsum i julen. I den andre nyhetssaken, «Får julefeiringen ødelagt av foreldrenes alkoholbruk» (2.10), blir psykolog Gørild Westborg Smiseth intervjuet om eventuelle skadevirkninger hos barn i hjem der det blir konsumert mye alkohol i julen.

Denne saken kom på Dagsavisen sin redaksjonsagenda som et resultat av en telefonsamtale mellom presseansvarlig for 'Hvor Mange Glass'-kampanjen til organisasjonen AV-OG-TIL, Elise Nyborg Eriksen, og Dagsavisen sin journalist (informasjonen fra e-postintervju med Eriksen, svar mottatt 17. januar 2012). Her ble journalisten presentert hovedfunnene til rapporten, og ble tilbudt eksklusivitet om de valgte å dekke saken. Dagsavisen ble valgt som mål for informasjonssubsidien fra AV-OG-TIL av den grunn at «Selv om avisen kanskje ikke har det største opplaget vurderte vi det slik at det er mange viktige meningsbærere i samfunnet som leser avisen» (svar fra e-postintervju med Eriksen, 17. januar 2012).

Taktikken fra kilden må sies å ha lyktes, da de selv kunne registrere 43 ytterligere nyhetsoppslag gjennom NTB som et resultat av Dagsavisen sine saker. Vi ser her at kilden har brukt kunnskapene sine om Dagsavisen sin posisjon blant norske nyhetsmedier, og vurdert avisen til å være en nyhetsredaksjon med et tungt nedslag. Dagsavisen sin evne til å skape oppfølgeshistorier, og felleshistorier gjennom NTB, gjør det dermed ekstra fristende for saksfremmere å bruke Dagsavisen som mål for fremstøt og informasjonssubsidier.

Den andre nyhetssaken, som er en én-kildesak med psykolog Smiseth, kom som et resultat av et samarbeid mellom psykolog Smiseth og AV-OG-TIL, der AV-OG-TIL tipser journalister om å bruke henne som fagkilde (informasjon innhentet gjennom e-postintervju med Smiseth, svar mottatt 17. januar 2012), hvor hun så uttaler seg om saken. I denne saken følger hun vinklingen AV-OG-TIL har etablert om mulige følelsesmessige skader hos barn i hjem der det blir konsumert mye alkohol.

For mottakerne av nyhetssakene kan det se ut som om journalisten har forsøkt å verifisere saksinnholdet som har blitt fremstilt av AV-OG-TIL av en fagperson, som det ikke fremkommer av nyhetssaken har en tett profesjonell tilknytning til saksfremmeren som først kom med påstandene. Her har altså informasjonssubsidien, tips om videre kilder for journalisten, slått til og resultert i en egen nyhetssak. Dette kan sies å være et typisk tilfelle på en fasekompresjon av 'oppdagelse'- og 'innsamlingsfasen', der journalisten har blitt servert både skriftlig bakgrunnsinformasjon og tips om videre kilder, i tillegg til at gulroten med eksklusivitet har blitt brukt. Alt i alt førte fremstøtet til en nyhetssak som fulgte saksfremmerens definisjon av saksegenskapene, i tillegg til en ekstra nyhetssak der en tilsynelatende uavhengig fagperson støttet opp om saksfremmeren sine utsagn.

### **6.4.3 Enkeltsaker fra kildene**



I tillegg til disse to seriene med nyhetssaker, er det ytterligere fire nyhetssaker i Dagsavisen uke 49 der kildene har tatt initiativ ovenfor redaksjonen, og har fått sakene sine på Dagsavisen sin redaksjonelle agenda. Disse sakene er «Sammen mot splittelse» (1.1), «Vil bli som Sveits» (2.7), «Mange avskyr julehandelen» (6.1) og «Unge støtter klimakutt» (6.5). Sakene 6.1 og 6.5 er begge resultater av forskningsrapporter som er sendt til Dagsavisen som informasjonssubsidier (informasjonen innhentet gjennom e-postintervju med Silje Sandmæl, svar mottatt 23. mai 2012, og Marit Aspaas, svar mottatt 1. februar), og i sak 2.7 sendte Hallgeir Langeland (Informasjon innhentet gjennom e-postintervju med Langeland, svar mottatt 16. januar 2012) informasjon fra en studietur han hadde vært på i Sveits og Østerrike.

Sak 2.7 er ytterligere en én-kildesak, da med Hallgeir Langeland som kilde. Etter å ha vært på studietur i Sveits vil han at Norge skal la seg inspirere av landet når det kommer til å satse mer på tog. Denne saken føyer seg inn i rekken av saker der en profilert politiker får ytre seg som eneste kilde, og får mulighet til å fastlegge saksegenskapene på egen hånd. Til forskjell fra nyhetssakene om Støre og Jensen er det riktignok ikke politisk spill som er fokus her, men saksområdet i seg selv.

Videre kan 1.1 også sees på som en én-kildesak. Her er saken at en gruppe mødre uttrykker bekymring over den synkende andelen etnisk norske barn på Stovner skole. De er riktignok sitert hver for seg, men uttrykker seg samlet om den samme saken, uten at andre kilder trekkes inn. De kan til sammen sees på som en gruppe som utgjør én saksfremmer, da de alle ønsker å skaffe den samme saken oppmerksomhet, og uttaler seg som én gruppe med 'bekymrede mødre'. Saken kom som et resultat av et fremstøt fra en av de siterte mødrene, og kilden registrerte selv at oppslaget senere førte til at flere medier dekket saken (informasjon innhentet gjennom e-postintervju med Marit Wright, svar mottatt 3. februar 2012).

Denne saken hadde allerede hatt dekning i flere medier tidligere, og det samme kan sies om sak 6.5, som tematisk hører sammen med saken «Klimasinken Norge» (3.5), som er omtalt i underkapittelet «Pressekonferanser, priser og protester». Primærkilden i sak 1.1 mente selv at det var lettere for dem å få saken inn hos Dagsavisen når saken allerede var blitt omtalt i media, og det kan godt hende dette også har spilt inn i tilfellet med sak 6.5. Dette gjør at nyhetssakene blir en del av et større nyhetsnarrativ (Schudson 2003: 180), og skaper tematiske råde tråder som journalistene gjerne referer til i brødtekstene av nyhetssakene. Vi kan se det samme fenomenet i Støre-sakene og i sakene som berørte arbeidsforholdene til klesprodusentene i India.

## 6.5 Hvem fører? Journalistenes og kildenes definisjonsmakt

Hvordan kan funnene fra e-postintervjuene sammenfattes? Vi ser at mange av kildene som tar initiativ er av typen profesjonelle kilder (Allern 1997: 16-17), og har ofte en inngående kjennskap til Dagsavisen sin plass i medieagendaen, og til enkeltjournalistene som jobber der. Både Langeland (2.7) og overingeniør Aarskog (5.5) utpekte begge den samme journalisten som en de gjerne tok opp saker med, da de anså denne journalisten for å være svært kunnskapsrik innenfor feltet han dekker for Dagsavisen. Som vi så valgte AV-OG-TIL ut Dagsavisen som mål for fremstøt på grunn av Dagsavisen sitt rykte som en profilert agendasettende aktør i samfunnet. Kildene virket til å lykkes godt med å etablere vinklingen i sakene, og så ut til å ha en stor evne til å være styrende når det gjaldt hvilke kilder som journalisten kontaktet i innsamlingsfasen, enten eksplisitt gjennom informasjonssubsidier, eller ved at journalisten holdt seg til kildenes vinkling, og valgte ut kilder som støttet opp om denne. 8 av de 9 nyhetssakene med kildeinitiativ bygget enten direkte på informasjonssubsidier som ofte fikk prominente siteringer i nyhetssaken, eller var oppfølgeshistorier på disse nyhetssakene. Funnene støtter konklusjonen fra Lewis et. Al om at initiativ fra kilder med egeninteresse ofte danner grunnlaget for nyhetssaker der journalister villig følger opp med supplerende kilder og kontekstualisering (2008: 19).

Av kildene som ble kontaktet av Dagsavisen ser vi at det finnes flere politikere og viktige samfunnsaktører. Selv om det her var journalistene som tok initiativet, virket kildene her også ofte til å ha en stor grad av kontroll på fastleggelsen av saksegenskapene. Ofte skjedde dette ved at de var den eneste kilden i saken, fire av syv av saker der Dagsavisen sine journalister tok initiativ var én-kildesaker (2.1, 3.4, 3.7 og 6.3). Av de journalistinitierte sakene er det bare i sak 5.5, «Grunnen synker under togene», hvor journalisten kan sies å ha en stor grad av styring over saksegenskapene, og der journalistikken kan sies å heve seg over referatjournalistikk, ved å selv trekke inn flere momenter i saken, og bruke disse momentene som utgangspunkt til spørsmål til sekundære kilder.

I uke 49 så vi at svært mange nyhetssaker var resultater av informasjonssubsidier i form av forskningsrapporter fra saksfremmere (1.4, 1.5, 2.9, 2.10, 5.2, 6.1 og 6.5). Om dette er representativt for en typisk uke hos Dagsavisen er vanskelig å si. Disse rapportene skaper nyhetssaker som er tunge på saksinnhold, men journalistikken rundt holder seg på referatnivå, og kildene blir aldri utfordret i noen av de analyserte nyhetssakene. Reaksjoner på dem kan selvfølgelig ha kommet i perioden etter uke 49, og har således ikke blitt del av min analyse. Bildet som uke 49 tegner viser uansett at forskningsrapporter har en stor agendasettende evne hos Dagsavisen, og kildene rapporterte i enkelte tilfeller om at Dagsavisen sine saker hadde senere fått

stor dekning gjennom NTB. Organisasjoner som har forskningsrapporter å tilby gjør lurt i å gå gjennom Dagsavisen for å få oppslag, spesielt siden oppslag i Dagsavisen gjerne fører til dekning i NTB som i sin tur fører til videre dekning i andre nyhetsmedier.

I følge Reich (2009: 58-59) sine funn fra Israelske aviser er kildene de som oftest tar initiativ i oppdagelsesfasen, mens journalistene oftere tar initiativ i innsamlingsfasen. Journalistisk- versus kildeinitiativ i innsamlingsfasen har det ikke vært mulig for meg å måle direkte gjennom metodene jeg har brukt, men ved å sammenholde svarene fra kildene i e-postintervjuene med innholdsanalyser av nyhetssakene ser det ut som om kildene *er* de mest aktive i oppdagelsesfasen, men at de i tillegg har en stor evne til å styre journalistene også i innsamlingsfasen, enten direkte gjennom informasjonssubsidier, eller indirekte ved at journalistene holder seg til kildenes vinkling av saken. Ved å utelukkende se på initiativ overser man fort andre viktige aspekter knyttet til kontroll, og funnene mine tyder på at selv om journalistene ofte finner kilder på egen hånd i innsamlingsfasen, utfordrer disse kildene sjeldent primærkildene, men kommer med uttalelser som støtter opp under 'storyen' som primærkildene legger opp til. Årsakene til at denne journalistiske praksisen virker utbredt i Dagsavisen faller utenfor denne oppgavens rammer, men er en problemstilling som ville ha vært svært interessant å se på, da det er en type journalistikk som tjener saksfremmere svært godt, men som ikke nødvendigvis tilrettelegger for god opplysning av avisen sine lesere.

## 7 Oppsummering: Hvem fører når dansegulvet er skeivt?

Hvis vi sammenholder funnene gjort i innholdsanalysen og gjennom e-postintervjuene kan vi skissere opp et totalbilde av agendasettingsprosessen i Dagsavisen sin redaksjon gjennom uke 49, 2011. Fra innholdsanalysen så vi at av de 49 nyhetssakene Dagsavisen trykket med by-line fra journalistene sine var 20 av dem saker som Dagsavisen selv innførte på medieagendaen. Tallene fra e-postintervjuene viste at 56 prosent av disse nyhetssakene var initiert av saksfremmere, og 44 prosent var initiert av Dagsavisen sine journalister. Hvis vi faktorer andelen av egenproduksjonen som var initiert av Dagsavisen sine journalister med andelen egenproduksjon av nyhetssakene totalt får vi et tall som viser at 18 prosent av Dagsavisen sine nyhetssaker blir satt på Dagsavisen sin redaksjonsagenda av redaksjonen selv.

Ser vi nærmere på disse 18 prosentene finner vi at kildene har en svært god evne til å prege saksegenskapene selv i disse nyhetssakene, og en enda større evne i de sakene som er initiert av kildene selv. Kildene uttrykker til dels en høy grad av innsikt i Dagsavisen sin posisjon i den norske medieagendaen, og vet å bruke denne posisjonen for å skaffe videre dekning i andre medier. Kjennskap til enkelte journalister virker også å være en del av regnestykket til kildene når de velger å gå til Dagsavisen med sakene sine. Av Dagsavisen sin egenproduksjon er kildene styrene i 14 av de 16 undersøkte sakene når det gjelder å fastsette saksegenskapene.

Referatjournalistikken virker til å være utbredt når det gjelder å videreformidle saksstoff, og når politikere utgjør primærkilden i sakene (og ofte den eneste), blir utspillene ofte behandlet som beretninger, der fokuset er på reaksjonene utspillene er myntet på, og i mindre grad saksinnholdet i utspillene. Selv om det finnes unntak, utfordres sjelden autoritetspersoner når de kommer med utspill, og hvis de utfordres er det gjerne gjennom referater av andre kilder sine uttalelser.

Dagsavisen virker i stor grad å være avhengige av fellesstoff, spesielt gjennom nyhetsbyråene, og hviler seg i stor grad på kildeinitiativ. I seg selv trenger ikke saker som bygger på nyhetsbyråsaker eller kildeinitiativ å føre til dårlig journalistikk, men vi ser at den journalistiske bearbeidningen av saker fra disse kildene ofte kan være mangelfull. Nyhetsbyråsakene trykkes slik de kom fra nyhetsbyrået, eller har blitt kuttet ned noe slik de forekommer hos Dagsavisen. Og som vi har sett

hever sjeldent Dagsavisen sin egenproduksjon, både på kildeinitierte saker og på redaksjonsinitierte saker, over 'nivå 1'-journalistikk (Kapittel 6 i Fossum og Meyer 2010[1991]).

I og med at nyhetsbyråsaker blir brukt i en så utstrakt grad som det blir av Dagsavisen, i tillegg til av andre nyhetsmedier, ville en undersøkelse av hvem som er agendasettende både når det gjelder hvilke saker som blir omtalt og fastleggelsen av saksegenskaper i disse nyhetssakene være interessant hvis man vil ha et mer komplett bilde av agendasettingsprosessen i norske nyhetsmedier. I følge Davies (2009: Del 2, kapittel 3) jobber journalistene i nyhetsbyråer under et enda større arbeidspress enn journalister i presse og kringkasting. Siden fellesstoff utgjør en betraktelig andel av det samlede nyhetsbildet (Lund et. al. 2009: 10, NOU 2010: 14: 134), burde dette være et interessant felt å undersøke i forhold til den norske medieagendaen.

## **7.1 Avis, ikke bevis**

I spørsmålet på hvem som fører av kildene og journalistene i Dagsavisen i uke 49 blir nok svaret ganske tydelig at kildene ser ut til å være de førende i dansen, både til dels i hvilke saker som dekkes, men spesielt i hvordan de dekkes. Kilder med en oppfattet autoritet, som politikere og organisasjoner som kan tilby forskningsrapporter, ser ut til å ha en stor evne til å få styre deknningen i sakene de opptrer i. Andre kilder ser ut til å sitte på kompetanse når det gjelder kjennskap til norsk media, og vet når det er Dagsavisen de burde gå til, og enkelte ganger hvilken journalist i redaksjonen de foretrekker å samarbeide med.

Om et slikt tett forhold mellom Dagsavisen sin redaksjon og enkelte kilder er årsaken til at kildene som saksfremmere få et såpass stort armslag i å presentere sakene sine, med velvillig oppfølging av Dagsavisen, er det vanskelig å si, men det er en hypotese som virker nærliggende etter å ha hatt kontakt med flere av primærkildene i Dagsavisen sine nyhetssaker. Dette er nok i så fall et resultat både av Dagsavisen sin posisjon som agendasettende i forhold til resten av den norske medieagendaen, og av typen saker Dagsavisen gjerne skriver om, saker som ofte har politiske slagsider og som føyer seg inn i lengre nyhetsnarrativer. Disse faktorene gjør det nok utvilsomt fristende for saksfremmere å gå til Dagsavisen når det har en sak de vil sette på agendaen, spesielt hvis saken deres er en 'typisk Dagsavisen-sak'. Informasjonssjefen i Handel og Kontor mente for eksempel at saken deres («Vil regulere julehandelen», 6.2) var en god Dagsavisen-sak, noe som gjør det fristende å tro at ideologiske sympatier i Dagsavisen sin redaksjon ofte kan være utslagsgivende i hvilke saker de dekker, og hvordan de dekker dem. Slike oppfattede sympatier virker iallefall å være en del av regnestykket til profesjonelle kilder når de velger å gå til Dagsavisen med en sak.

Det er kanskje naivt å tro at noe annet er tilfellet, men hvis slike sympatier gir utslag i lavere grad av sjekking av sakene fra Dagsavisen sin side, vil dette på sikt kunne føre til en senking av Dagsavisen sin redaksjonelle uavhengighet, noe som kan medføre en lavere oppfattet kredibilitet av Dagsavisen hos publikum.

Det er selvfølgelig et stort aber her, og det er at jeg utelukkende har hørt kildene sine fremstillinger av prosessen. Siden jeg ikke har hørt journalistenes side av hvordan nyhetsakene har blitt til kan det godt hende jeg sitter med et inntrykk av at kildene har en større evne til å øve innflytelse på Dagsavisen sin dekning enn hva de har i virkeligheten. På sett og hvis har jeg gjort det samme som jeg flere steder har kritisert Dagsavisen for; holdt meg til én side av saken. Ved å ta utgangspunkt i nyhetssakene som stod på trykk i Dagsavisen har heller ikke alle kildeinitiativene som *ikke* fikk plass i Dagsavisen på grunn av avgjørelser fra redaksjonen blitt en del av analysen. Denne formen for makt fra redaksjonen sin side er ikke like opplagt når man tar utgangspunkt i det ferdige medieproduktet. Jeg mener allikevel jeg har gitt en rimelig fremstilling av kildenes definisjonsmakt gjennom å sammenholde de ferdige tekstene med informasjon jeg fikk av kilden gjennom e-postintervjuene, og den redaksjonelle behandlingen av informasjonen de fikk av kildene fremgår først og fremst av hvordan de ferdige nyhetstekstene fremstår.

### **7.1.1 Demokratiet og Dagsavisen**

Oppfyller det jeg har fått vite om den journalistiske praksisen i Dagsavisen idealene om pressens rolle slik den ble beskrevet av seg selv, og fra offentlig hold i innledningen? Mange av sakene som Dagsavisen hentet fra andre medier ble utfylt med flere momenter, og i blant nye vinklinger. Det er også helt klart at mange av Dagsavisen sine egne saker var av stor offentlig interesse, og i enkelte saker tok journalistene en aktiv rolle når det gjaldt å imøtegå uttalelser fra kilder, i å kontekstualisere temaer og i å finne og løfte fram ulike synspunkter rundt temaene som ble tatt opp. Dette var på en annen side på langt nær alltid tilfellet, og det er heller ikke nok å dekke saker som har stor potensiell offentlig interesse på en nøyaktig måte, hvis journalistene inntar rolle som 'redaktør' og videreformidler for kilder som har en sak å selge. Det store gjenbruket og utstrekningen av videreformidling av nyhetsstoff er heller ikke med på å underbygge det uttalte ønsket fra offentlig side om mangfoldighet i norsk presse, et ønske som ligger til grunn for den store overføringen av direkte pressestøtte til Dagsavisen.

Selv om saksfremmerne som var suksessfulle i å generere nyhetssaker i Dagsavisen i uke 49, 2011, ofte fremmet saker som mange vil anse som 'gode' saker det er lett å sympatisere med, eller i det

minste som mange lett kunne være enig i er saker som hadde rett på offentlighetens oppmerksomhet, gjelder fortsatt punkt 2.6 i Vær varsom-plakaten<sup>27</sup>, etterligninger av journalistiske produkter skal avvises som journalistikk, uansett hvor gode hensiktene bak måtte være. Det er aldri en garanti for at mennesker som fremmer en god sak fremmer saken på en god måte, og da er det journalistene sitt ansvar å kontekstualisere og trekke inn andre stemmer. Hvis denne praksisen blir for lite tilstedeværende faller Dagsavisen fort tilbake i en praksis som 'mikrofonstativ'-avis, om enn for organisasjoner, fagbevegelse og politikere til fordel for arbeiderpartiet. Og skal Dagsavisen fylle den rollen vi forventer av nyhetsmedier som medforvaltere av demokratiet, trenger vi at journalistene tør imøtekomme innspill fra politikere, organisasjoner og privatpersoner med en kritisk holdning, og ikke forveksler virkelighetsbeskrivelsene deres med virkeligheten.

---

27 <http://presse.no/Etisk-regelverk/Vaer-Varsom-plakaten>

# 8 Referanser

## Nettressurser

<http://medienorge.uib.no/> - [23.01.12]

Vær Varsom-plakaten, <http://presse.no/Etisk-regelverk/Vaer-Varsom-plakaten> – [27.01.12]

Den store kvalitetsundesøkelsen 2010, <http://www.nj.no/?module=Files;action=File.getFile;ID=8334> – [21.05.11]

Medietilsynet, produksjonstilskudd 2011

[http://www.medietilsynet.no/Documents/Stotteordninger/Produksjonstilskudd/Produksjonstilskuddprosent202011\\_10.pdf](http://www.medietilsynet.no/Documents/Stotteordninger/Produksjonstilskudd/Produksjonstilskuddprosent202011_10.pdf) – [26.06.12]

Proposisjon 1 til Stortinget fra Kultur- og kirke departementet (2009-2010)

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/regpubl/prop/2009-2010/prop-1-s-20092010/1.html?id=580429> [16.03.12]

Soria Moria-erklæringen, 2005,

[http://www.regjeringen.no/nb/dep/smk/dok/rapporter\\_planer/rapporter/2005/soria-moria-erklaringen.html?id=438515](http://www.regjeringen.no/nb/dep/smk/dok/rapporter_planer/rapporter/2005/soria-moria-erklaringen.html?id=438515) [1.03.12]

Norsk offentlig utredning 2010: 14, *Lett å komme til orde, vanskelig å bli hørt – En moderne mediestøtte,*

<http://www.regjeringen.no/pages/14757510/PDFS/NOU201020100014000DDDPDFS.pdf>

[18.04.12]

Lewis, Justin, Williams, Andrew, Franklin, Bob, Thomas, James, Mosdell, Nick: *Quality and Independence of British Journalism*

Publisert 2006,

<http://www.cardiff.ac.uk/jomec/resources/QualityIndependenceofBritishJournalism.pdf> [19.02.12]



Prosjekt Nyhedsuge: Metodisk brug af Infomedia, <http://www.cbs.dk/Forskning/Institutter-centre/Projekter/Forum-Business-Communication/Menu/Nyhedsugen/Menu/Supplerende-artikler>  
[05.03.11]

## Litteratur

Allern, Sigurd i Eide, Martin[red.]: «Kildene og mediemakten» i *Til Dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*

Publisert 2001, 2004

Oslo: Gyldendal Norsk Forlag

Allern, Sigurd: *Når kildene byr opp til dans*

Publisert 1997

Valdres: Pax Forlag

Allern, Sigurd: *Nyhetsverdier*

Publisert 2001

Kristiansand: Høyskoleforlaget

Benton, Marc og Frazier, P. Jean i Protes, David L. Og McCombs, Maxwell: «The Agenda Setting Function of the Mass Media at Three Leves of 'Information Holding'» i *Agenda Setting – Readings on Media, Public Opinion, and Policy Making*

Publisert 1991

New York: Routledge

Burt, Gene i i Protes, David L. Og McCombs, Maxwell: «A Critique of Two Decades of Agenda-Setting Research» i *Agenda Setting – Readings on Media, Public Opinion, and Policy Making*

Publisert 1991

New York: Routledge

Davies, Aaron i Cottle, Simon (red.): «Public Relations and News Sources» i *News, Public Relations and Power*

Publisert 2003

London: Sage Publications

Davies, Nick: *Flat Earth News*

Publisert 2009

London: Vintage

Dearing, James W. Og Rogers, Everett M.: *Agenda-Setting*

Publisert 1996

London: Sage Publications

Ericson, Richard V, Baranek, Patricia M. Og Chan, Janet B. L.: *Negotiating Control – A Study of News Sources*

Publisert 1989

New York: Open University Press

Phillips, Angela i Franklin, Bob og Carlson Matt: «Journalists as 'Unwilling' Sources? Transparency and the New Ethics of Journalism» i *Journalists, Sources and Credibility – New Perspectives*

Publisert 2011

New York: Routledge

Fossum, Egil og Meyer, Sidsel: *Er det nå så sikkert? Journalistikk og kildekritikk*

Publisert 1991, 2010

Oslo: Cappelen Damm AS

Gandy, Oscar H.: *Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public Policy*

Publisert 1982

New Jersey: Ablex Publication Corporation

Gandy, Oscar H. i Proress, David L. Og McCombs, Maxwell: «Beyond Agenda Setting» i *Agenda Setting – Readings on Media, Public Opinion, and Policy Making*

Publisert 1991

New York: Routledge

Gans, Herbert J.: *Deciding Whats News – A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*

Publisert 1979, 2004

Evanston, Illinois: Northwestern University Press

Ghanem, Salma i McCombs, Maxwell, Shaw, Donald. L. Og Weaver, David: «Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting» i *Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda Setting Research*

Publisert 1997

New Jersey: Lawrence Earlbaum Inc.

Gunter, Barrie i Jensen, Klaus Bruhn (red.): «The Quantitative Reseach Process» i *A Handbook of Media and Communication Research*

Publisert 2002

Oxon: Routledge

Jensen, Klaus Bruhn i Jensen, Klaus Bruhn (red.): «The Qualitative Reseach Process» i *A Handbook of Media and Communication Research*

Publisert 2002

Oxon: Routledge

King, Pu-Tsung i i McCombs, Maxwell, Shaw, Donald. L. Og Weaver, David: «The Press, Candidate Images and Voter Perception» i *Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda Setting Research*

Publisert 1997

New Jersey: Lawrence Earlbaum Inc.

Kvaale, Steinar og Brinkmann, Svend: *Det kvalitative forskningsintervju*

Publisert 2009

Oslo: Gyldedal Norsk Forlag

Lang, Gladys Engel og Lang, Kurt i Protess, David L. Og McCombs, Maxwell: «Watergate: An Exploration of the Agenda-Building Process» i *Agenda Setting – Readings on Media, Public Opinion, and Policy Making*

Publisert 1991

New Jersey: Lawrence Earlbaum Inc

Lund, Anker Brink i Lund, Anker Brink, Willig, Ida og Blach-Ørsten, Mark: *Hvor kommer nyhederne fra?*

Publisert 2009

Århus: Forlaget Ajour

Manning, Paul: *News and News Sources – A Critical Introduction*

Publisert 2001

London: Sage Publications Inc.

McChesney, Robert W.: *The Problem of the Media*

Publisert 2004

New York: Monthly Review Press

McManus, John H.: *Market-driven Journalism – Let the Citizen Beware?*

Publisert 1994

London: Sage Publications Inc.

McNair, Brian: *The Sociology of Journalism*

Publisert 1998

London: Arnold

McCombs, Maxwell: *Setting the Agenda – The Mass Media and Public Opinion*

Publisert 2004

Cambridge: Polity Press

Hallin, Daniel C. Og Mancini, Paolo: *Comparing Media Systems – Three models of Media and Politics*

Publisert 2004, 2008

New York: Cambridge University Press

Harley, Jannie Møller i Lund, Anker Brink, Willig, Ida og Blach-Ørsten, Mark: *Hvor kommer nyhederne fra?*

Publisert 2009

Århus: Forlaget Ajour

Neuendorf, Kimberley A.: *The Content Analysis Guidebook*

Publisert 2002

Thousand Oaks, California: Sage Publications Inc.

Palmer, Jerry: *Spinning into Control – News Values and Source Strategies*

Publisert 2000

Leicester: Leicester University Press

Petley, Julian i Franklin, Bob og Carlson, Matt: «Rules, Recycling, Filters and Conspiracies: Nick Davies and the Propaganda Model» i *Journalists, Sources and Credibility – New Perspectives*

Publisert 2011

New York: Routledge

Raaum, Odd i Eide, Martin[red.]: «Se opp for etterligninger» i *Til Dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*

Publisert 2001, 2004

Oslo: Gyldendal Norsk Forlag

Reese, Stephen D. Og Becker, Lee B. I Protes, David L. Og McCombs, Maxwell: «Intermedia Influence and the Drug Issue: Converging on Cocaine» i *Agenda Setting – Readings on Media, Public Opinion, and Policy Making*

Publisert 1991

New Jersey: Lawrence Earlbaum Inc

Reich, Zvi: *Sourcing the News*

Publisert 2009

Cresskill, New Jersey: Hampton Press Inc.

Schudson, Michael: *The Sociology of News*

Publisert 2003

U.S.A: W. W. Norton & Company

Shoemaker, Pamela J. Og Vos, Tim P.: *Gatekeeping Theory*

Publisert 2009

New York: Routledge

Takeshita, Toshio i McCombs, Maxwell, Shaw, Donald. L. Og Weaver, David: «Exploring the Media's Role in Defining Reality: From Issue-agenda Setting to Attribute-agenda Setting» i *Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda Setting Research*

Publisert 1997

New Jersey: Lawrence Earlbaum Inc.

Tuchman, Gaye: *Making News – A Study in the Construction of reality*

Publisert 1978

New York: The Free Press

Turk, Judy VanSlyke i Protes, David L. Og McCombs, Maxwell: «Public Relations' Influence on News» i *Agenda Setting – Readings on Media, Public Opinion, and Policy Making*

Publisert 1991

New Jersey: Lawrence Earlbaum Inc

Østbye, Helge, Helland, Knut, Knapskog, Karl og Larsen, Leif Ove: *Metodebok for mediefag*

Publisert 2007

Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS

Willig, Ida og Lund, Anker Brink i Lund, Anker Brink, Willig, Ida og Blach-Ørsten, Mark: «Sådan gjør man nåheder til nyheder» i *Hvor kommer nyhederne fra?*

Publisert 2009

Århus: Ajour