

Norsk presse – politisk forankret for alltid?

En studie av fem avisers valgkampdekning i 2011

Tonje Charlotte Storås



Masteroppgave i medievitenskap
Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

01.06.13

© Tonje Charlotte Storås

2013

Norsk presse – politisk forankret for alltid?

Tonje Charlotte Storås

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

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

Denne masteroppgaven tar for seg fem norske avisers dekning av valgkampen ved kommune- og fylkestingsvalget i 2011. Disse fem er Aftenposten, Dagsavisen, Klassekampen, Nordlys og iTromsø. Avisene er valgt ut på grunn av deres tidligere politiske ståsted, og fordi de i dag er konkurrenter med tanke på lokalisering og størrelse. Formålet med oppgaven er å belyse likheter og ulikheter i avisene og deres dekning av de enkelte partiene, og å se dekningen i forhold til deres tidligere partitilhørighet og pressens samfunnsoppdrag i dag. For å finne ut dette brukes kvantitativ innholdsanalyse og kvalitative intervjuer med ansatte i tre av avisene. Den kvantitative innholdsanalysen bidrar med å vise hvordan dekningen av valgkampen var, mens de kvalitative intervjuene bidrar til å forstå hva redaksjonene selv mener er deres samfunnsansvar og hvordan de mente de hadde dekket valgkampen. Politisk kommunikasjon som forskningsfelt danner grunnlaget for de teoretiske perspektivene. Medialiseringen av politikken, normativ medieteorier og medienes rolle i valgkampen gir teoretisk grunnlag for å kunne si noe om endringene i samfunnsoppdraget og hvilke følger disse har fått for demokratiet.

Abstract

This master thesis examines the coverage of the election campaign by municipal and county elections in 2011 by five norwegian newspapers. These five newspapers are Aftenposten, Dagsavisen, Klassekampen, Nordlys and iTromsø. The newspapers have been selected on the basis that they all previously had specific political standpoints and today are competitors in terms of location and size. The aim of this study is to examine similarities and differences in the newspapers and their coverage of the various parties, and to see the cover in relation to their former party affiliation and the press' role in today's society. To determine this, two methods have been used; quantitative content analysis and qualitative interviews with some of the staff in three of the newspapers. The quantitative content analysis is intended to show how the coverage of the campaign was, while the qualitative interviews help to understand what editors think are their responsibility and how they covered the election campaign. Political communication research fields form the basis of the theoretical perspectives. Mediatization of politics, normative media theory and media's role in the campaign provides the theoretical basis to say something about the changes of the mediated social responsibility and the implications these have had for the democracy.

Forord

Nå er dagen kommet, enden på masteroppgaven er nådd. Da er det på tide å takke alle de som har bidratt med oppmuntrende ord og gode råd på veien.

Først og fremst retter jeg en stor takk til Eli Skogerbø for veiledning, for pensumbøker jeg har fått låne, motivasjon og inspirasjon underveis. Retter en stor takk også til veiledningsgruppa mi for nyttige tips og innspill.

Jeg vil takke jentene på skrivestua, og spesielt Karianne og Ragnhild for korrekturlesing på oppgaven. Og Ragnhild; Takk for seks kjempefine år som verdens beste med-studine.

Takk til Marte, Vilde og Helena som jeg bor med, for frisøndager og annen hygge, og takk til Marte og Helena for korrekturlesing.

Takk til kollegene mine som har stilt opp og brydd seg, og Silje-sjef som har latt meg ta mye fri for at jeg skulle bli ferdig.

Takk til intervjuobjektene mine – Anders Opdahl, Ole Mathismoen og Jørn-Christian Skoglund.

Sist men ikke minst, takk til mamma, pappa og Filip for all støtte dere har gitt meg, og ikke minst for at dere har bidratt til å gjøre meg interessert i politikk. Dere er fantastiske!

Innholdsfortegnelse

Sammendrag.....	III
1 Innledning	1
1.1 Fra partipresse til definert samfunnsoppdrag.....	1
1.2 Pressens rolle i valgkamp.....	3
1.3 Problemstillinger	4
1.4 Metodiske valg.....	5
1.5 Teoretiske perspektiver	6
1.6 Oppgavens struktur.....	6
2 Pressens historie fra 1945 til 2000-tallet.....	7
2.1 Gjenoppbyggingen av pressen	7
2.2 Partipressen - fra storhetstid til avisdød og avvikling.....	8
2.2.1 Begynnelsen på slutten	10
2.3 Valgkamp i mediene - fra kanal til regissør.....	11
2.4 Endringene i partitilhørigheten hos analyseobjektene	12
2.4.1 Aftenposten	12
2.4.2 Dagsavisen	12
2.4.3 Klassekampen	13
2.4.4 Nordlys	13
2.4.5 iTromsø.....	14
2.5 Historien som teoretisk bakgrunn	14
3 Kvantitativ innholdsanalyse og kvalitative intervju.....	15
3.1 Metodiske hovedvalg	15
3.2 Utvelgelse av tekster til kvantitativ innholdsanalyse.....	17
3.3 Kvantitativ innholdsanalyse.....	18
3.3.1 Seks steg i utførelsen av en kvantitativ innholdsanalysen	18
3.3.2 Kodebokens utforming.....	20
3.3.3 Problemer ved bruk av kvantitativ innholdsanalyse	21
3.3.4 Reliabilitet, validitet og operasjonalisering av oppgaven.....	23
3.4 Kvalitative forskningsintervju.....	25
3.4.1 Utfordringer ved kvalitative forskningsintervju.....	30
3.5 Oppsummering av metode	32
4 Politisk kommunikasjon i offentligheten	33
4.1 Endringer av vilkårene for politisk kommunikasjon.	34
4.2 Medialiseringen av politikken	37
4.2.1 Hvilke følger har en politiske medialiseringen for demokratiet?.....	39
4.3 Medienes rolle i offentligheten.....	41
4.3.1 Teorier innenfor mediernes rolle i offentligheten	43
4.4 Pressens rolle i valgkamp.....	45
4.5 Oppsummering av teorien	46
5 Avisenes visjoner	47
5.1 Redaksjonene	47
5.2 Fri og uavhengig - eller politiske plattformer fortsatt?	48
5.3 Dagsordensetting og politisk påvirkning.....	49
5.4 Partidekningen	54

5.5	Oppsummering av intervjuene.....	55
6	Valgkampdekningen	56
6.1	Total dekning av valgkampen	56
6.2	Partidekningen i hver av de fem avisene	60
6.3	Tema i avisene	65
6.3.1	Tema i Aftenposten	66
6.3.2	Tema i Dagsavisen.....	68
6.3.3	Tema i Klassekampen	70
6.3.4	Tema i Nordlys.....	71
6.3.5	Tema i iTromsø.....	72
6.4	Avisenes vinkling av de ulike partiene	73
6.4.1	Vinkling i Aftenposten.....	73
6.4.2	Vinkling i Dagsavisen	75
6.4.4	Vinklingen i Klassekampen.....	77
6.3.4	Vinklingen i Nordlys.....	78
6.3.5	Vinkling i iTromsø	80
6.4	Artikkelform	82
6.5	Tendensen i avisene under valgkampen	86
6.4.1	Tendensen i Aftenposten.....	86
6.4.2	Tendensen i Dagsavisen.....	88
6.4.3	Tendensen i Klassekampen.....	89
6.4.4	Tendensen i Nordlys.....	91
6.4.5	Tendensen i iTromsø	92
6.5	Bilder som påvirkning	93
6.5.1	Bildebruk i Aftenposten.....	93
6.5.2	Bildebruk i Dagsavisen	95
6.5.3	Bildebruken i Klassekampen	96
6.5.4	Bildebruken i Nordlys.....	97
6.5.5	Bildebruken i iTromsø.....	98
6.6	Oppsummering av de viktigste funnene.....	98
7	Konklusjon	101
7.1	Oppsummering	106
	Litteraturliste.....	108
	Vedlegg 1.....	113
	Vedlegg 2.....	118
	Vedlegg 3.....	120
	Vedlegg 4.....	121
	Vedlegg 5.....	122
	Vedlegg 6.....	123
	Vedlegg 7.....	124
	Vedlegg 8.....	125
	Vedlegg 9.....	127
	Vedlegg 10	129

1 Innledning

Aviser er har hatt en særegen evne til å stadig utvikle seg i takt med teknologien og den økte konkurranse om publikum, i håp om å beholde sin plass som viktige nyhetsformidlere og ledende informasjonskanaler. På grunnlag av dette er de derfor svært interessante analyseobjekter. Endringene har gjenspeilet seg både når det kom til utseende, struktur og pressens rolle i samfunnet. Mange moderne aviser har gått fra å være politiske organer og talerør for spesifikke politiske parti, til å gjenspeile et mer helhetlig nyhetsbilde, og selv hevder pressen i dag at de er frie og uavhengige en hver politisk tilhørighet. Forandringene pressen har gått igjennom har vært essensielle for at de skulle klare å holde tritt med et økende antall massemedier, og for å beholde sin plass på markedet som viktige informasjonskanaler samt kunne utføre den samfunnsrollen de har blitt tilegnet.

Ideen til oppgaven kom fra forsiden til Dagsavisen på valgdagen ved Stortingsvalget i 2009.¹ Overskriften ”Velg rødgrønt” prydet forsiden som ga et sammendrag av suksessen til den sittende rødgrønne regjeringen og hvilke politiske målsetninger regjeringen hadde oppnådd i perioden. Videre sto det at dersom det norske folk stemte på et borgerlig parti ville Fremskrittspartiet få innflytelse og de belyste de negative konsekvensene dette ville få. Min interesse for avisenes tidligere partitilhørighet ble til et ønske om å gjennomføre en studie på hvordan forholdet mellom aviser og deres tidligere parti har utviklet seg. Jeg ville også se på hvordan dette forholdet går i samkvem med deres egne ideer om pressens samfunnsrolle. I studien har jeg derfor gjort rede for hvordan fem norske aviser, både regionale og lokale, har dekket de ulike partiene og om dette er i tråd med samfunnsrollen og ansvaret pressen har. Avisene som er gjenstand for mine undersøkelser er de regionale avisene Aftenposten, Dagsavisen og Klassekampen, og de to Tromsøbaserte lokalavisene Nordlys og iTromsø.

1.1 Fra partipresse til definert samfunnsoppdrag

Ifølge Terje Rasmussen (2004:88) defineres partipresse ut i fra at det eksisterte strukturelle forhold som sikret et lojalitetsforhold mellom avisene og et parti. Dette forholdte kunne observeres i avisenes redaksjonelle innhold. Partivisene hadde hatt en sterk posisjon i norsk

¹ Forsiden ligger som vedlegg nr. 3

presse både før og etter andre verdenskrig, men på slutten av 1950- og begynnelsen av 1960-tallet rammet avisdøden også norske aviser, og mange måtte legges ned. Denne delen vil jeg beskrive mer konkret i kapittel 2. Svein Brurås (2000:30-31). forteller om den offentlige maktutredningen som kom i 1982.² Denne la vekt på en egen rapport om massemediene og mer spesifikt på pressens oppgaver, som ble nevnt i fire punkter.

- *Informasjonsfunksjonen.* Pressen skal gi publikum den informasjon som er nødvendig, slik at folk kan ta stilling i samfunnsspørsmål. Motsatt vei skal pressen også gi informasjon fra borgerne til politikere.
- *Kommentarfunksjonen.* Fra sitt ideologiske ståsted skal massemediene kommentere og analysere samfunnsforholdene.
- *Overvåkningsfunksjonen.* Pressen skal granske og kontrollere dem som har innflytelse i samfunnet.
- *Gruppekommunikasjonsfunksjonen.* Mediene bør fremme kommunikasjon innen og mellom politiske, faglige og ideelle grupper i samfunnet»

Journalister snakker ofte om sin ”informasjonsplikt” som at noen har pålagt pressen en plikt om å informere, men i følge Brurås (2000) er dette ikke tilfelle. Han mener at det kan være både meningsfullt og treffende å si at pressen har en informasjonoppgave, et informasjonsansvar og kanskje også en informasjonsplikt hvis man ser dette i sammenheng med tesen om ”publikums rett til å vite” (2000:31-32). Brurås peker på at pressens demokratiske og kulturelle rolle som informasjonsformidler, overvåker og som en arena for samfunnsdebatten er nødvendig i et demokrati. En fri presse blir av mange sett på som en forutsetning for demokratiet ved at folk får omfattende og bred tilgang på informasjon og dermed blir opplyste om hvordan samfunnet fungerer. Dette gir folket muligheten til å utøve reelt folkestyre, både som informerte velgere og gjennom aktiv deltakelse i samfunnslivet (Brurås 2000:30). Jesper Strömbäck (2004) gir mer belegg for denne tanken ved å hevde at journalistikkens hovedmål er å gi folk den informasjonen de trenger for å kunne ta stilling i samfunnsspørsmål, granske disse og på denne måten være et forum for debatt. Det er likevel viktig å peke på at pressen ikke nødvendigvis trenger å være a-politisert selv om den ikke lenger har tilhørighet til et spesifikt parti. Den kan være fri, men det politiske aspektet vil ofte ligge til grunn.

² (NOU 1982:30). NOU står for Norges offentlige utredninger og er et dokument hvor regjeringen eller et departement har nedsatt et utvalg som har som oppgave å utrede forskjellige forhold i samfunnet (regjeringen.no).

1.2 Pressens rolle i valgkamp

Avisene har lenge vært viktige både som informasjonskanal og som en arena for debatt under valgkamper (Allern 2007). Mediene spiller en stadig viktigere rolle i valgkampen, og de har endret sin fremstilling av politisk nyhetsstoff de senere år. Mange snakker om en medialisering av politikken, og i følge Kent Asp (1986) betegner dette begrepet hvordan politiske aktører og medieinstitusjonene påvirkes av, og tilpasser seg endringene i den politiske kommunikasjonen. Det er en pågående debatt om hvorvidt dette er truende for demokratiet eller ikke, og det vil jeg komme nærmere inn på i kapittel 4.

Anders Todal Jenssen og Toril Aalberge viser til Tor Bjørklund (1991) og Helge Østbyes (1997) beskrivelse av endringene i samspillet og maktforholdet mellom mediene og politikerne siden andre verdenskrig. Tabellen viser endringene i løpet av de siste 60-70 årene:

Tabell 1.1: Historiske faser av medialiseringen av norsk politikk (Jenssen og Aalberg 2007:252)

Tidsperiode	Medienes rolle	Perioden kjennetegnes av
Første fase 1945-1957	Mediene som kanal	Partikontrollert presse og radioens gjennombrudd.
Andre fase 1961-1969	Mediene som arena	Svekket partipresse og introduksjon av fjernsyn.
Tredje fase 1973-1991	Mediene som aktør	Oppløsning av partipressen, "journalismen" som profesjonsideologi og TV-alderen innledes.
Fjerde fase 1992-	Mediene som regissør	Mediene, særlig TV, iscenesetter politikken og koloniserer offentligheten. Alternative arenaer for politisk debatt marginaliseres.

Det tabellen viser er at medienes rolle er viktigere nå enn tidligere, og de hevdes i dag å dominere dagsordensettingen i valgkamp. Partipressen sies å ha forsvunnet, men enkelte forskere hevder at det fortsatt er en klar politisk tilhørighet i mange norske aviser. Blant annet Paul Bjerke (2001) hevdet i en forskningsrapporten *Fortsatt partipresse. Norske avisers holdning til regjeringsskiftet i mars 2000* at avisene fortsatt synlig sympatiserte med sine tidligere parti. Han skriver følgende:

Konklusjonen på denne gjennomgangen er at avisene på lederplass i stor grad argumenterer i tråd med sin partihistorie; i alle fall i en periode da regjeringsspørsmålet sto øverst på den politiske dagsorden: Gamle sentrumsaviser er sentrumsvennlige, gamle ap-aviser er ap-vennlige mens gamle høyreaviser i likhet med partiet ikke helt vet om det vil støtte ap eller sentrum. (Bjerke 2001:47).

Terje Rasmussen (2004) og Sigurd Allern (2001) på sin side diskuterer begge for at pressen er avpartifisert med hensyn til både eierskap og andre formelle bånd. Allern peker likevel på

at flertallet av avisene i A-media (tidligere A-pressen) fortsatt har vedtekter som gjør at de er underlagt en sosialdemokratisk plattform, selv om ingen av dem lengre er definert som organer for Arbeiderpartiet (2001:13).

Analysen i denne oppgaven baserer seg på den korte valgkampen de fire siste ukene før kommune- og fylkestingsvalget i 2011. I begynnelsen av året lå dette an til å bli en helt ordinær valgkamp, hvor saker som preger lokalmiljøet kunne komme til å bli avgjørende på hvem som fikk makten i området. Men 22.juli samme år opplevde Norge den største tragedien siden andre verdenskrig, da Regjeringskvartalet og Utøya ble rammet av terrorangrep. På bakgrunn av dette fikk valgkampen sine konsekvenser, og valgkampstarten ble flyttet fra begynnelsen av august til 13. august. Utsettelsen ble tatt i fellesskap av alle partiene, og valgkampen varte derfor i underkant av en måned, frem til valgdagen, 12. september. Denne oppgaven skal ikke handle om terroraksjonen i veldig stor grad, kun de som direkte er relevante i forbindelse med valgkampen blir analysert.

1.3 Problemstillinger

Problemstillingene er definert ut i ønsket om å finne ut hvordan forholdet mellom aviser og deres tidligere parti har utviklet seg, og om deres samfunnsrolle affekteres som følge av disse partiene også i dag. Problemstillingene er som følger:

- 1. Hvordan dekket de ulike avisene valgkampen i 2011? Var det store ulikheter i avisenes dekning av de enkelte partiene?*
- 2. Ble valgkampdekningen påvirket av avisenes tidligere politiske tilhørighet eller deres egen idé om presses samfunnsrolle?*

Målet med den første problemstillingen er å belyse selve dekningen av valgkampen, og danner grunnlaget for den andre problemstillingen. Den andre problemstillingen ser på sammenhengen mellom dekningen av valgkampen i 2011 og avisenes tidligere politiske tilknytning kontra dagens samfunnsrolle. Her ønsker jeg å belyse hvorvidt man kan se klart og tydelig hvilke verdier som ligger til grunn i de ulike redaksjonene, partitilknytningen eller samfunnsoppdraget. En avis trenger ikke nødvendigvis å være a-politisk for å kunne opprettholde samfunnsrollen, men dette vil jeg komme tilbake til i kapittel 4.

1.4 Metodiske valg

Problemstillingene legger føringer for de metodiske valgene, og i dette tilfellet legger de opp til at jeg måtte gjøre en konkret undersøkelse av avisenes innhold, og granske teksten nøye. I tillegg ønsket jeg å vite hva redaksjonene selv mener deres samfunnsrolle er. Jeg samlet inn to typer empiriske data, kvantitativt innhold og kvalitative intervju.

Jeg samlet inn 830 artikler. Det var nyhetsartikler, lederartikler, politiske kommentarer, avisintervju, forsider og bilder som var på trykk i de fem utvalgte avisene som var mest interessant for studien. Artikkene ble hentet fra perioden 13. august til 15. september 2011, og disse dannet grunnlaget for den kvantitative innholdsanalysen. Denne metoden gjorde at jeg kunne gå dypere inn i tekstene og se hvilke parti som fikk spalteplass og på hvilken måte de ble dekket i de ulike avisene. Jeg laget en kodebok som inneholdt kategorier som ville hjelpe meg å svare på problemstillingene.

Hensikten med de kvalitative forskningsintervjuene var å finne ut hvordan avisene selv mente de hadde dekket den aktuelle valgkampen, hva de mener pressens samfunnsrolle er, avisens politiske grunntanke per 2011 og hvordan de mener de har forandret seg siden tiden som partiorganer. Intervjuene ble gjort med sjefredaktør i iTromsø, Jørn-Christian Skoglund, sjefredaktør i Nordlys, Anders Opdahl og leder for Politisk avdeling i Aftenposten, Ole Mathismoen. Det var ikke mulig å få gjort intervju med ansatte i Klassekampen og Dagsavisen, og derfor har jeg satt opp en hypotese for hver av de som jeg vil bruke i diskusjonen av funnene i kapittel 6. Disse er som følger:

- Dagsavisen: Avisen var tidligere et organ for Arbeiderpartiet. De favoriserer fortsatt det rødgrønne alternativet i deres avis.

Bakgrunnen for denne hypotesen er hentet med hjemmel i den nevnte forsida deres fra valgdagen 14. september 2009, samt god bakgrunnskunnskap om avisas tidligere eiere og styreform, som nevnt i kapittel 2.

- Klassekampen: Alle forbindelsen til Akp-ml er brutt, men avisen driver stadig en dekning som favoriserer venstresida i norsk politikk.

Hypotesen er laget på bakgrunn av at Klassekampen hevder å være ”Venstresidas dagsavis” daglig på deres forsider og med bakgrunnskunnskap om avisas tid som partiavis for Kommunistpartiet og fordi partiet Rødt i dag er medeier av avisen.

1.5 Teoretiske perspektiver

Jeg har valgt å bruke ulike teorier innenfor forskningsfeltet politisk kommunikasjon for å analysere empirien. Dette forskningsfeltet tar for seg mange ulike teorier, og hovedfokuset i denne studien ligger på samspillet mellom partiene og mediene i den politiske kommunikasjonen. Kapittel 2 fungerer som et bakgrunnskapittel for teorien ved at jeg her belyser endringene i mediene over en periode på 60-70 år, og på denne måten kan vise hvordan forholdet mellom avisene og partiene var tidligere. Kapittel 4 begynner med en oppsummering av hva begrepet politisk kommunikasjon innebærer for så å ta for seg noen av teoriene som finnes innen forskningsfeltet. Deretter vil jeg forklare hvilken betydning medialiseringen av politikken har hatt å si for kommunikasjonen og hvilke følger medialiseringen har hatt for demokratiet. Studien baserer seg på en normativ medieteori. Til slutt i kapitlet vil jeg beskrive pressens rolle i moderne valgkamp og belyse eventuelle forskjeller i deknningen i lokalaviser og regionalaviser.

1.6 Oppgavens struktur

Oppgaven har sju kapitler. Kapittel 2 tar for seg pressens historie etter andre verdenskrig og frem til starten av 2000-tallet, samt historien til de fem analyseobjektene. I kapittel 3 redegjør jeg for og drøfter studiens metoder og på hvilken måte de har blitt brukt til å analysere empirien. Kapittel 4 tar for seg oppgavens teoretiske perspektiver med hovedvekt på ulike teorier og perspektiver innenfor politisk kommunikasjon. Medialiseringen av politikken, normativ medieteori og pressens rolle i valgkamp tilegnes stor plass i teorikapitlet. Kapittel 5 tar for seg de viktigste funnene fra intervjuene, mens kapittel 6 tar for seg funnene fra den kvantitative innholdsanalysen. Underveis i kapittel 6 vil jeg trekke inn funn fra intervjuene, men jeg vil i et avsluttende underkapittel diskutere funnene fra intervjuene opp mot funnene i innholdsanalysen for å svare på problemstillingene. Deretter avslutter jeg med en oppsummering av oppgaven i kapittel 7.

2 Pressens historie fra 1945 til 2000-tallet

Pressen sees gjerne på som en institusjon i det demokratiske samfunnet, og har en lang og innholdsrik historie. Spesielt etter andre verdenskrig har pressen gjennomgått store endringer som har hatt konsekvenser for slik vi kjenner den i dag. Kapitlet vil ta for seg endringene i pressens samfunnsrolle fra tiden med partipresse til det økte samfunnsoppdraget i dag. Kapitlet vil også gi innsikt i historien til de fem analyseobjektene, samt si noe om endringene i pressens rolle i valgkamp.

2.1 Gjenoppbyggingen av pressen

For mange aviser tok det en stund før de klarte å starte opp igjen etter krigen. Dette førte til at det for mange aviser tok det en stund å starte opp alene og i samme virke som før krigen, og dette førte til at mange by-aviser slo seg sammen og gav ut en felles avis de første dagene etter frigjøringsdagen. Samarbeidet ble gjennomført for at de store avisene som hadde fortsatt sitt virke under krigen, ikke skulle få et enormt forsprang på sine konkurrenter som ikke ble utgitt i perioden. Mange aviser klarte aldri å komme seg opp igjen etter krigen, og flere av de som klarte det, klarte aldri å få tilbake hele lezerskaren sin (Bastiansen 2010a). I etterkrigstiden fikk noen av avisene behov for å organisere seg i forhold til den partitilhørigheten de hadde hatt før krigen. Etter denne prosessen var det fire avisgrupper som skulle vise seg å være dominerende i pressen over en lengre periode. Disse fire var Arbeiderpressen, Høyrepressen, Bondepressen og Venstrepressen. Når alle disse fire var godt i gang, var konkurransen mellom disse et faktum. Innad i gruppene kunne avisene føre en nokså parallell argumentasjon, men i mellom gruppene var forskjellene store, og de hadde ulike formål som førte til at de drev konstant polemikk mot hverandre (Bastiansen 2010b:43). Arbeiderpressen fikk hjelp fra LO og myndighetene da de opprettet papirrasjoneringen, til store protester fra høyresiden. Dette førte til at A-pressen slo seg opp mye fortere enn de kanskje ellers ville gjort, men Høyre fortsatte likevel å ha flest nr. 1-aviser, og var derfor den største avisgruppen i lang tid fram mot det som betegnes som avisdøden på midten av 1950- og utover 1960-tallet (Bastiansen 2010b).

2.2 Partipressen – fra storhetstid til avisdød og avvikling

På 1950- og 1960-tallet fungerte store deler av avisene som organer for politiske parti, eller hadde en politisk plattform som lå til grunn for deres redaksjonelle virke. Tilhørigheten ble vist synlig ved at avisen oppga et spesifikt parti som avisens politiske tendens i en bransjeoversikt i Norsk Aviskatalog. På lederplass ga de heller ingen tvil om hvilket parti de oppfordret sine lesere til å støtte (Bastiansen og Dahl 2003). På tross av at partipressen var rådende i det norske pressesystemet, begynte pressen allerede på slutten av 1940-tallet å få en økt selvbevissthet, og så tidlig som i 1946 ble Norsk Journalistlag opprettet. Målet med organisasjonen var at den skulle sammenfatte journalister på tvers av både politikk og arbeidsgiver, og øke profesjonaliseringen i norsk presse og medier for øvrig (Bastiansen og Dahl 2003:296). Samme år organiserte Universitetet i Oslo et seks måneders deltidskurs i pressetrening for dagspressens journalister, og fem år etterpå ble Journalistakademiet åpnet, og ble starten på utdannede journalister i Norge (Bastiansen og Dahl 2003:297). Ved pressedekningen av Norges tilslutning til NATO i 1949, endte den samlede pressen opp med å både framstå som enstemmig i de avgjørende utenrikspolitiske spørsmål, og ga beskjed om at folk som var i mot medlemskapet, ikke hadde noe presseorgan å uttrykke meningene sine i (Bastiansen og Dahl, 2003:259). I 1950 oppdaget også redaktørene behovet for en tverrpolitisk organisasjon, og Norsk Redaktørforening var et faktum. Tre år senere kom redaktørplakaten, som siden har blitt stående som en varig norm for redaktører i norsk presse (Bastiansen og Dahl 2003:297). I denne er hovedprinsippet i redaktørinstituttet klart uttrykt : ”Den ansvarshavende redaktør har det personlige og fulle ansvar for avisens innhold.” (Brurås 2000:47). Videre beskriver den redaktørens overordnede ansvar: ”En redaktør skal alltid ha frie mediens ideelle mål for øye. Redaktøren skal ivareta ytringsfriheten og etter beste evne arbeide for det som etter hans/hennes mening tjener samfunnet” (Fagpressen, 2007, 1. avsnitt). Disse organisatoriske endringene i pressen blir sett på som begynnelsen for en delvis friere presse, og dette ble mer synlig for folk.

På midten av 1950-tallet og utover 60-tallet ble avisetterspørselen mettet noen steder, og en rekke mindre aviser måtte gi tapt og legges ned. Dette er det som gjerne kalles ”avisdøden”, men sett i et større perspektiv fikk den liten betydning for det samlede aviskonsumet. Grunnen til dette var at avisdøden rammet de svakeste avisen på steder hvor det fantes konkurrenter, og små, svake fådagersaviser på steder uten konkurrenter. I tillegg så økte de største avisene sidetallet sitt som følge av at papirrasjoneringen tok slutt i 1952 (Høst

2010a:76). Avisdøden ble spesielt hard for partipressen, og på en periode på 17 år ble en rekke partiaviser nedlagt mens de nøytrale avisene holdt opplaget nærmest stabilt.

Høyrepressen og venstrepressen ble hardest rammet av avisdøden fordi de ikke fusjonerte sine aviser i stede for å legge dem ned, slik konkurrentene i A-pressen gjorde i de fleste tilfellene (Høst 2010a; Bastiansen 2010c:81-82).

Avisdøden var riktignok ikke den eneste tendensen som preget mediene på 1960-tallet. Mot slutten av tiåret ble fjernsynet mer og mer vanlig, og de etablerte mediene måtte tenke i nye baner for å ta opp konkurransen om publikum for ikke å få problemer med sin virksomhet, slik det hadde vært i andre vestlige land som fikk fjernsyn før Norge. På denne tiden var mange av avisene fortsatt partiaviser, og dette preget dem også når det gjaldt å dekke fjernsynet. Den politiske plattformen lå bak, også når de skrev om NRK og de ønsket å bygge en mening blant leserne som utgikk fra deres politiske grunnholdning. Den konservative avisen Morgenbladet hadde en negativ holdning til NRK, mens sosialdemokratiske Arbeiderbladet tok de i forsvar (Bastiansen og Dahl 2003:409-410).

I 1969 kom Pressestøtten som hadde som formål å opprettholde en differensiert dagspresse. Pressestøtten var viktig for at konkurranseutsatte nr.2-aviser og riksdekkende meningsbærende aviser som Nationen, Vårt Land og Arbeiderbladet (nå Dagsavisen) skulle overleve den knallharde konkurransen (Bastiansen og Dahl 2003:427). Selv etter at pressestøtten kom så valgte de fire avisgruppene delvis å holde på sin tilhørighet også inn på 1970-tallet til tross for at de i større grad var klar over at endringene til en friere presse var underveis. Grunnen til dette var at fjernsynet ble mer utbredt og publikum fikk en mer nyansert informasjonsstrøm, noe som igjen gjorde at publikum mistet tilliten til den ensidige partipressen. I 1972 ble et nytt statlig utvalg oppført som følge av nedgangstider i dagspressen, Dagspresseutvalget. Som begrunnelse for pressestøtten, viste Dagspresseutvalget til dagspressens rolle i et demokratisk samfunn: «Et aktivt og levende demokrati krever en variert og allsidig sammensatt presse som kan dekke det brede informasjonsbehov både på riksplan og i lokalsamfunnet». Videre het det: «Et demokratisk styresett er i praksis utenkelig uten den meningsbrytning som daglig foregår i pressen både om lokale, nasjonale og internasjonale spørsmål». Det ble senere nedsatt nye Dagspresseutvalg i 1980, 1991 og i 1999 (regjeringen.no,2010).³

³ NOU 2010:14

2.2.1 Begynnelsen på slutten

Sigurd Allern (2001) pekte på noen sentrale faktorer som bidro til prosessen hvor pressen gikk fra å være partiljale til å bedrive en mer profesjonalisert journalistikk. Han mener Kings Bay-saken⁴ i 1963 da Gerhardsens regjering måtte gå, bidro til at lojaliteten i A-pressen ble satt på en hard prøve. Gerhardsen ble re-innsatt senere samme år, men to år senere førte valget til at en borgerlig koalisjon kom til makten, etter 20 år med Arbeiderpartiet i regjering. ”En sidevirkning var at den tradisjonelt så statslojale A-pressen, ikke lenger hadde noen regjering å misjonere for. Trauste forsvarsspillere måtte lære seg å gå i angrep” (Allern 2001:17). Høyre kom til makten i 1965 og da hadde ikke A-pressen noen regjering å misjonere for og måtte nå lære seg å gå til angrep som en del av opposisjonens trofaste tilhengerskare. Under EF-avstemningen i 1972 var det store motstridigheter blant folk, mens Høyrepressen på sin side fulgte opp Høyre-regjeringens ja til EF med kampanjejournalistikk, som igjen førte til at de mistet mange lesere som var EF-motstandere. Også i Venstre var det motsetninger i EF-avstemningen, og her gikk det så langt at partiet splittet seg i to grupper. Venstre-avisene fant derfor at de ikke hadde noe parti å støtte, og ble derfor partiuavhengig nærmest mot sin vilje (Allern 2001:17-18). Under Venstrepresselagets årsmøte samme år var det stor oppslutning om at deres aviser ikke lenger ønsket å la seg representere på Venstres landsmøte på annen måte enn ved å utøve deskriptiv journalistikk. Derfor fjernet Venstrepresselaget sine aviser fra partiet og måtte derfor ikke være representert i partiets organer lengre. I 1975 fulgte også Arbeiderpartiets landsmøte med å vedta at Arbeiderbladets redaktør ikke lenger skulle ansettes på partiets landsmøte (Bastiansen og Dahl 2003; Bastiansen 2010d; Allern 2001). Prosessen videre ble at det dukket opp nye måter å føre en journalistisk penn på, etter hvert som avisene ble mer uavhengig partienes styring. VG ledet an innføringen av nye journalistiske former med at de satset på en mer uformell journalistisk stil der målet var å være dus med leserne, i håp om å skape lojale lesere over tid. Et trekk som var felles for alle massemedier på denne tiden var at markedet var såpass konkurransepreget at mediene ble mer opptatt av å være publikumsvennlige, som i pressen ble vist ved at avisene skiftet lojalitet fra partiene til leseren (Bastiansen og Dahl 2003:456).

⁴ ”En eksplosjonsulykke i Kings Bay kullgruver på Svalbard i 1962 førte til at stortingsflertallet kom med sterk kritikk av Ap-regjeringen og hevdet at den hadde forsømt sin plikt til å holde Stortinget underrettet og respektere dets vedtak. 23.8.1963 stemte 74 borgerlige representanter og to fra Sosialistisk Folkeparti for mistillitsforslaget” (Allern 2001:17).

Avismønstrer endret seg betydelig etter 1990 ved at det ble færre nr. 2-aviser og nasjonale fådagersaviser, samtidig som det ble en sterk økning i antallet lokale ukesaviser. De store avisene som VG og Dagbladet ga ut magasiner og bilag med avisene i tillegg til at de begynte med søndagsaviser. Pressens konkurranse fra fjernsynet ble enda større da Norge fikk en ny tv-kanal i 1992, da TV2 ble startet, men den største konkurransen for avisen skulle vise seg å bli et nytt type medium, internett. Internett vokste fort, og ble raskt utbredt i norske hjem. Dette førte til at avishusene som tidligere hadde basert seg på papiraviser, måtte ta opp konkurransen mot seg selv og startet dermed egne nettaviser for å kunne tilby leserne en kontinuerlig informasjonsflyt hvor nyhetene kom raskere frem. Allerede i 1995 og 1996 heiv avisene seg på trenden med nettaviser og ved utgangen av 1996 var det 72 norske aviser som hadde en nettavis av noe slag (Høst 2010b:417). Endringene påvirket også politiske nyheter og valgkampstoffet ble formidlet på en annen måte enn tidligere.

2.3 Valgkamp i mediene – fra kanal til regissør

Begynnelsen på medialiseringen av politikken⁵ kan kanskje forklares ut i fra at en av følgene av pressestøtten var at de første pressepolitiske debattene ført i Stortinget, og media ble inkludert i politikken på en annen måte enn de hadde blitt tidligere. Allern (2001:116) skriver at tidligere var den politiske journalistikken knyttet til referatet, mens den i dag går mellom ulike typer nyhetsjournalistikk og kommentarsjangre. Han skriver også at de fasene som Bjørklund⁶ beskriver kan tolkes som skritt på veien i utviklingen av nyhetsmediene til en selvstendig politisk institusjon. ”Medialiseringen av politikken handler nettopp om partienes, politikernes, regjeringens og interesseorganisasjonenes frivillige og ufrivillige tilpasning til denne institusjonelle rammen” (Allern 2001:305). I tiden med partipresse fungerte mediene som en formidlingskanal for partienes standpunkter, men på grunn av endringene i mediene har den politiske kommunikasjonen fått mange flere aktører. Kritisk journalistikk har ført til at journalistene i større grad fungerer som leserens guide til politikken innhold og dens aktører og på denne måten former mediene viktige deler av den offentlige mening om politikk, næringsliv og kultur (Aardal et.al 2004:17). Mediene ”setter dagsorden, regisserer spillet, kroner og detroniserer aktørene. Den som vil ha innflytelse må tilpasse seg

⁵ Medialisering av politikken innebærer at det tradisjonelle politiske systemet påvirkes av og tilpasses de kravene som mediene stiller i sin nyhetsovervåking (Allern 2001:15).

⁶ Se Tabell 1.1 på side 3.

massemedienes form” (Østerrud et.al 2003:127). Medienes funksjoner vil jeg komme tilbake til i teorikapitlet, hvor fokuset ligger på den politiske kommunikasjonen i valgkamp.

2.4 Endringene i partitilhørigheten hos analyseobjektene

Alle analyseobjektene hadde tidligere en klar partitilhørighet, men tidsrommet for når de ulike ble uavhengig varierer mye hos de fem. For å belyse deres tidligere partitilknytning vil jeg derfor kort ta for meg de fem avisenes historie.

2.4.1 Aftenposten

Aftenposten startet opp i 1860, og var på et tidlig stadium kjent som en sympatisør med Høyre og den borgerlige siden. Aftenposten var en av avisene som fortsatte å komme ut under andre verdenskrig, men i tiden etter krigen var Aftenposten ikke lengre så sterkt knyttet til partiet og i følge Bastiansen (2010b:34) fungerte de ikke lengre som et talerør for Høyre, fordi de ikke skrev så mye om politikk. Løsrivelsen fra partiet i praksis kom mye tidligere i Aftenposten enn den gjorde offentlig. I 1963 erklærte avisen seg offentlig uavhengig gjennom å opplyse til Norsk Aviskatalog at de var ”uavhengig konservativ” (Bastiansen 2010b:36).

2.4.2 Dagsavisen

Dagsavisen kom første gang ut i 1884 under navnet Vort Arbeide. Avisen byttet i 1923 navn til Arbeiderbladet og var lenge et rent presseorgan for Arbeiderpartiet. Det endelige bruddet med partiet kom i 1997 da avisen skiftet navn til Dagsavisen. Begynnelsen på slutten som presseorgan for Arbeiderpartiet kom allerede i 1963 da Arbeiderpartiets landsmøte valgte inn en ny redaktør, Reidar Hirsti, i avisen. Han innførte en større bredde i meningsstoffet med sidene ”Meninger om mangt”, hvor avisen begynte å ta inn innlegg fra politiske motstandere. Lojaliteten og sympatien lå fortsatt for Arbeiderpartiet og var selve fundamentet for driften, men avisens debatt- og meningsstoff ble gradvis noe mer differensiert ved at flere meninger kom på trykk enn før (Bastiansen 2010d:85). Avisen er også sagt å være vinneren av pressestøtten, til stor forargelse av de borgerlige partiene og avisene deres. Avisen ble solgt av Arbeiderpartiet til A-pressen i 1991, men i 1999 ble de overlatt til Stiftelsen Dagsavisen, og i 2008 kjøpte Mediehuset 66% av aksjene. Til tross for at alle partibånd er kuttet, har avisen fortsatt en klar sosialdemokratisk grunnholdning.

2.4.3 Klassekampen

Klassekampen ble utgitt første gang i 1969, og var da partiavis for AKP-ml. Avisen var blant de første som trykte en rekke artikler som viste en ny type avslørende journalistikk på det sikkerhetspolitiske og utenrikspolitiske området, og på denne måten spilte avisen en viktig rolle i norsk journalistikk. Avisen er klassifisert som en riksdekkende meningsbærende avis, og fortsatt i dag står det på forsiden til avisa at de er "Venstresidas dagsavis". Ved å ha dette, er det ikke noen tvil om at grunnholdningen i avisen ligger nettopp der, på venstresida av norsk politikk. AKP solgte seg gradvis ned, og i dag eies avisa av Fagforbundet, Industri Energi, forlagene Pax og Oktober, samt støtteforeningen Klassekampens Venner og partiet Rødt (Klassekampen). Det at Rødt fortsatt er medeier i Klassekampen er svært interessant, og legger nok noen føringer for journalistikken i avisen. Hvorvidt dette stemmer vil jeg se på i kapittel 6.

2.4.4 Nordlys

Nordlys ble startet i 1902 på Karlsøy i Troms for å være en motpøl til den Venstresympatiske avisa Bladet Tromsø, og flyttet senere til Tromsø. Avisen var et organ for Arbeiderpartiet, og var derfor en del av A-pressen, noe den fortsatt er. Nordlys er en av de største lokalavisene, og går derfor gjerne under kategorien regionsaviser. I denne oppgaven vil den likevel defineres som en lokalavis. Nordlys var spesielt etter krigen svært trofaste mot sitt parti og både på kommentar- og reportasjeplass forsvarte altså Nordlys partiet overfor det borgerlige samfunnet, representert ved borgerlig opposisjon og aviser.

Avpartifiseringa av Nordlys kom som en vending i retning regionalisme. Daværende sjefredaktør Ivan Kristoffersen poengterte på slutten av 1980-tallet at avisa måtte være forankret nordpå, og dermed måtte politikken bli annerledes. Denne regionalistiske vendingen fikk et kraftig framskynd under striden om medlemskap i A-pressen i 1990, og 4-5000 mennesker samlet seg under Nordlys egne 1. Mai-parole "Bevar Nordlys nordnorsk – nei til Oslo-styrt konsern!" På denne måten lyktes Nordlys å skape et annet type fellesskap som det var appellert til og bygget opp under, det nordnorske, i stedet for det politiske (Tjelmeland 2004).

2.4.5 iTromsø

iTromsø utkom første gang i 1898, og er tidligere kjent som Bladet Tromsø. Avisen ble startet som et organ for Venstre, for at partiet skulle få fremmet sine synspunkter i byen. I april 1948 ble Tromsø rammet av en stor bybrann, og Bladet Tromsøs lokaler brente ned. Dette førte til at avisen ikke kom ut på et halvt år, og ble sterkt svekket i tiden etter som følge av dette. I Norsk Aviskatalog i 1970 kalte seg for ”uavhengig Venstre”. To år etterpå var de kategorisert som både Venstre- og Høyreavis. Grunnen til dette var at Høyre kom inn på eiersiden en liten periode. I 1973, året etter EF-skandalen til partiet, sto den oppført med hele tre partier; Senterpartiet, Venstre og Det Nye Folkeparti (Bastiansen 2010d:124). iTromsø har gått til å ha en klar lokal Tromsø-profil på sin avis med alt det innebærer, også politisk. Avisen skifta navn fra Bladet Tromsø til iTromsø i 2009.

2.5 Historien som teoretisk bakgrunn

Dette kapitlet er i første omgang ment som bakgrunnsinformasjon om pressen som institusjon og jeg har redegjort kort for pressens historie fra partipresse til en mer politisk uavhengig og profesjonalisert presse, og endringene som har ført til at politikken i stor grad i dag er medialisert. Endringene har hatt stor betydning for hvordan pressen er i dag, og videre i oppgaven vil jeg derfor la historien ligge til grunn i både teori og analyse. Historien er med på å se på hvorfor pressen i dag opplever samfunnsoppdrag som så sterk at de selv vil unngå å karakterisere seg som noe annet enn en fri og uavhengig presse. Endringene i pressen har fått konsekvenser for deres rolle i demokratiet, og derfor vil historien ligge til grunn også her.

3 Kvantitativ innholdsanalyse og kvalitative intervju

Metodevalgene i denne studien er basert på ønsket om å belyse pressens rolle i valgkamp, både ut i fra hvordan de selv mener den er, og hvordan avisenes dekning gjenspeiler den. I følge en finsk rapport fra 2006 er Norge i verdenstoppen i antall dagsaviser som gis ut per person (Herkman 2008), og derfor er aviser fortsatt en svært relevant nyhetsplattform å gjøre undersøkelser på. Jeg ønsket derfor å gjøre en så inngående analyse som mulig over noen avisers valgkampstoff ved kommune- og fylkestingsvalget i 2011, samt at jeg ønsket svar på hva avisene selv mener om sin dekning av den og hva de mener er deres rolle i samfunnet. Jeg endte opp med å gjøre en kvantitativ innholdsanalyse og kvalitative intervju av ansatte i tre av avisene. I dette kapitlet vil jeg forklare hva disse metodene innebærer og drøfte bruken av de to. I tillegg vil jeg gå inn på utvelgelsen av materialet, og hvordan dette har blitt brukt i analysen.

3.1 Metodiske hovedvalg

I Norge er det valg annethvert år, og dermed også valgkamp. Valgkampen pågår til en viss grad hele tiden, men i inneværende valgår er partiene svært opptatt av å spre informasjon om deres kjernesaker (Jenssen 2007). Til tross for et voksende konkurransemarked mot sosiale medier og nettaviser, er pressen fortsatt ansett som en svært viktig aktør i valgkamper også i dag (Allern 2007:63). Datamaterialet i denne studien er hentet fra den korte valgkampen, som etter definisjon regnes å begynne vel fire uker før selve valgdagen (Waldahl og Narud 2004:182). Under kommune- og fylkestingsvalget i 2011 ble valgkampsstarten satt til 13. august, etter at den ble utsatt som følge av terroraksjonen 22. juli samme år.

Datainnsamlingen startet derfor 13. august 2011 og varte til 15. september 2011, to dager etter valgdagen. Grunnen til at jeg tok med avisene to dager etter valgdagen, var for at jeg ønsket å se hvordan avisene fremstilte partiene etter at resultatene forelå og man så hvem som var taperne og vinnerne av valget, og for å være i enda større stand til å belyse eventuelle forskjeller i partidekningen hos de ulike avisene.

Empirien krevde nøye gjennomgang av innholdet i artikkelen for å kunne svare på følgende;

1) Hvilke parti ble dekket 2) i hvilken avis 3) på hvilken måte? Dette var grunntanken når de

empiriske valgene ble foretatt, og etter nøye vurdering fant jeg ut at kvantitativ innholdsanalyse var den mest effektive måten for å besvare disse spørsmålene. Kvalitativ innholdsanalyse ble valgt på grunnlag av at dette er ”et materiale som lar seg behandle som tall, eller som kan telles. Målet er å finne sammenhenger og strukturer i materialet eller å teste hypoteser som var satt opp på forhånd” (Østbye et.al 2002:157). Ved å bruke kvantitativ innholdsanalyse ønsker man å oppfylle minst fem formål:

(1) Beskrive mønstre og utviklingstendenser i medieinnhold, (2) teste hypoteser om mål, utvalgsriterier og arbeidsmetoder i mediene, (3) sammenligne medieinnholdet med den virkelige verden, (4) finne ut hvordan mediene framstiller ulike grupper i samfunnet, og (5) trekke slutninger om medienes effekter (Østbye et.al, 2002:216).

For å kunne belyse de to problemstillingene mine på best mulig måte, foretok jeg i tillegg kvalitative forskningsintervju med ledere i ulike ledd i tre av avisene. Informantene mine var sjefredaktørene i Nordlys, Anders Opdahl og i iTromsø, Jørn-Christian Skoglund, samt leder for politisk avdeling i Aftenposten, Ole Mathismoen. På forhånd av intervjuene hadde jeg laget et nøye gjennomgått intervjudesign og en intervjuguide, og jeg hadde fått godkjenning fra Personvernombudet (NSD) for bruken av informanter i oppgaven. Jeg tok også kontakt med Dagsavisen og Klassekampen, men ingen av de var tilgjengelige for intervju på de aktuelle tidspunktene som disse skulle foretas. Fordi jeg har hatt en fastsatt tidsplan for hver enkelt del av analysen, ble det derfor ikke mulig å foreta disse på et senere tidspunkt. Klassekampen og Dagsavisen er de to avisene i utvalget som har et klarest politisk ståsted fortsatt, og derfor kunne jeg sette opp en hypotese basert på det, slik jeg gjorde i kapittel 1. Disse hypotesene er grunnlaget for diskusjonen av Klassekampen og Dagsavisen i analysen.

I forhold til problemstillingene har de to metodene ulike mål. Formålet med bruken av kvalitative intervju, er at jeg ønsker å belyse hva redaksjonene selv mener er deres samfunnsoppdrag er, hvordan deres rolle i valgkamp bør være og hvordan de mener de dekker politisk nyhetsstoff. Den kvantitative innholdsanalysen på sin side skal kunne svare på hvordan avisene *faktisk* dekker politiske nyheter og sette disse opp i mot tidligere politisk ståsted og medienes samfunnsoppdrag i nyere tid, samt sees i sammenheng med redaksjonenes egne meninger om deres samfunnsoppdrag og –rolle.

3.2 Utvelgelse av tekster til kvantitativ innholdsanalyse

Selv om innholdsanalyse må følge reglene for god vitenskap, gjør hver forsker beslutninger med hensyn til omfang og kompleksitet av det analytiske innholdet i studien (Neuendorf 2002:2). Derfor bestemte jeg meg for at jeg ville avgrense studien til å gjøre en analyse av den korte valgkampen i 2011. Ved å fokusere på de siste fire ukene ville jeg ha muligheten til å se på det mest relevante stoffet, for så igjen å kunne svare mer konkret på problemstillingene, samtidig som dette var en fin måte å begrense utvalget. På forhånd så jeg for meg at jeg ønsket å se på aviser som tidligere hadde hatt klare politiske ståsted enten ved at de hadde fungert som rene partiaviser for ett spesifikt parti, eller ved at de hadde hatt et ståsted til en av de ulike retningene innenfor norsk politikk. I tillegg ønsket jeg at avisene skulle være konkurrenter ved at de delvis kjempet om de samme leserne. Nordlys og iTromsø var de første avisene jeg kom frem til at skulle med i studien, fordi de begge er lokalisert i Tromsø, og fordi de tidligere hadde klare politiske og motstridende ståsted. På grunn av deres rolle som konkurrerende lokalaviser, ønsket jeg derfor å ha med noen aviser med en bredere leerskare, og endte opp på de tre Oslobaserte avisene Aftenposten, Dagsavisen og Klassekampen. Disse tre hadde også klare politiske ståsted tidligere, og fungerer mer som regions- og nasjonalaviser enn de to andre, og har lesere over store deler av Østlandet, og delvis også i resten av Norge. Aftenposten er en av de eldste avisene som fortsatt holder stand, Klassekampen karakteriseres fortsatt som en nisjeavis og Dagsavisen er en av de avisene som lengst fungerte som organ for Arbeiderpartiet. Samtidig som disse er konkurrenter, representerer de også ulike politiske ståsted, og dette er en viktig grunn til at disse tre er interessante å ha med i utvalget. Tekstene som ble valgt ut var forsider, nyhetsartikler, intervjuer, lederartikler og kommentarer fra ansatte i avisen⁷, samt tilhørende bilder til artiklene⁸. De handlet utelukkende om valget i 2011, og generelle politiske artikler er ikke tatt med. Fordi regjeringen ikke er på valg er det heller ikke like interessant å fokusere på artiklene om disse heller. Det er de lokalpolitiske sakene som har betydning for hvem som vinner, og derfor er utvalget avgrenset på denne måten. Det var heller ikke generelle artikler om terroren 22. juli, selv om de handlet om partiene. Dersom tekster om terroren ble valgt ut, handlet dette i størst grad om hvordan valgkampen ble i etterkant.

⁷ I resten av oppgaven brukes fellesbetegnelsen artikkel på generell informasjon om innholdet, uten at jeg konkretiserer formen på de enkelte.

⁸ NTB- og ATB-meldinger, notiser, debattinnlegg og lignende er utelatt av analysen, da dette representerer avisenes journalistikk og meninger i liten eller ingen grad.

3.3 Kvantitativ innholdsanalyse

Kvantitativ innholdsanalyse innebærer å kvantifisere og kvalifisere tekster og deres innhold ved hjelp av tall. I følge Hansen (1998) er meningen med å bruke kvantitativ innholdsanalyse ”at man skal identifisere og telle forekomsten av spesifiserte karakteristikk eller dimensjoner av en tekst, og gjennom dette bli i stand til å si noe om budskapet, bilder, representasjoner av slike tekster, og deres bredere samfunnsmessige betydning.” (1998:95). Tekst og tekstelementer klassifiseres i et kodeskjema, og man setter opp ulike kategorier innenfor hver variabel (Grønmo, 2007). I følge Østbye et.al (2002) er begrepene enhet, variabel og variabelverdier eller kategorier som jeg har valgt å kalle det, sentrale i kvantitativ analyse (2002:158). Enhetene mine er avisene, men de er også en variabel. Andre variabler jeg har med går på form, dato, tema, omtale av partiet – hvor ofte de nevnes, hvor ofte artikkelen handler om de, og hvilken omtale de får, positiv eller negativ. Ved å ha med slike variabler, ville jeg være i bedre stand til å kunne si noe om dekningsgraden de ulike partiene får i de fem avisene, uavhengig og avhengig av hverandre, og på den måten svare på hovedproblemstillingen. Jeg benyttet Hansen (1998:98) sine nøkkel-steg under utførelsen av den kvantitative innholdsanalysen.

3.3.1 Seks steg i utførelsen av en kvantitativ innholdsanalysen

De seks stegene skal benyttes før og underveis i utførelsen av analysen, og skal forbedre datamaterialet og lette arbeidet med selve analyseringen. Det første steget er å definere forskningsspørsmålet. Hansen (1998:99) forklarer at man må begynne med å finne ut hva det er man håper å kunne si noe om ved å foreta en analyse av innholdet i en medietekst. Jeg bestemte meg tidlig i prosessen for at jeg ønsket å gå inn på noen utvalgte avisers tekster for å belyse deres grad av en synlig politisk plattform ved valget i 2011, eller om de er så fri og uavhengig som de selv hevder. Derfor ble problemstillingen min formulert slik den står i kapittel 1. Defineringsprosessen er en prosess som har tatt tid, men ble forløperen til det andre steget Hansen et.al snakker om, å velge ut medier og foreta et utvalg av tekster (1998:100). De påpeker at man ikke må ha forventninger om at man får analysert alt nyhetsstoff som går på emnet man har valgt. Jeg visste fra før at mediene har ekstremt mye politisk nyhetsstoff, både i en valgkamp og ellers, og på grunnlag av dette ble utvalget mitt snevret inn til det jeg har beskrevet over i kapittel 3.2. Tekstene man skal bruke i en kvantitativ innholdsanalyse skal samles inn i sin helhet før man starter med datainnsamling, som jeg brukte SPSS til (Grønmo, 2007:193). Grønmo oppklarer at informasjonen man får

hos en kilde, som i mitt tilfelle er artiklene jeg fant i avisene, ikke i seg selv er data. Artiklene danner grunnlaget for data, men selve dataene er informasjonen som er bearbeidet, systematisert og registrert ved hjelp av SPSS (Grønmo, 2007:123). Jeg vil utdype bruken av SPSS lengre ned.

Det tredje steget i en kvantitativ innholdsanalyse innebærer at man skal definere kategoriene i analysen (Hansen 1998:106). Dette er en lang og omfattende prosess, og man må ofte gå flere runder med kodeskjemaet før man sitter igjen med et som vil besvare de spørsmålene man har stilt (Grønmo 2007). Enhetene er allerede valgt ut, og blir omgjort til variabler i dette steget. Variablene spesifiseres ut i fra hva man ønsker å undersøke, og må kunne brukes i forhold til de ulike artiklene. Deretter må man finne passende kategorier innenfor hver variabel, og som er i stand til å svare på problemstillingene. Neuendorf (2002:118) presiserer at målet er å ha så godt gjennomtenkte kategorier at man sitter igjen med målbare nivåer. Kategoriene må være gjensidig utelukkende, som betyr at de må være i stand til å være den eneste koden man kan sette på kategorien, i tillegg må man passe på at variablene kan gi relevant informasjon i forhold til problemstillingen man har formulert (Hansen 1998:106). I min studie måtte variablene være i stand til å si noe om deknningen av hvert enkelt parti, både med tanke på spalteplass og hvordan de ble fremstilt, for at de senere skulle kunne brukes til å generalisere funnene i de aktuelle avisene i den korte valgkampen i 2011.

Steg nummer fire er å utforme et kodeskjema, men å utforme kodebok og et skjema som man senere skal bruke til å plote inn tall, er to sider av samme sak (Hansen 1998:116). Jeg brukte det elektroniske programmet SPSS, hvor man enkelt setter opp variabler og kategorier innenfor disse og bare trykker en nominalkode for hver kategori så kommer navnet på den opp. På grunn av dette er SPSS en mer effektiv måte å foreta denne typer undersøkelser på. I SPSS får hver artikkel en linje, og gir svar på variablene innenfor de ulike variablene jeg har satt opp, og det gir en systematisk oversikt over hver av de 830 artiklene jeg har analysert.⁹ I kvantitativ innholdsanalyse er det egentlig ingen faste variabler og kategorier som alltid er med. Det man likevel ser tendenser til, er at man alltid har med noen identifiserende kategorier, som hvilket medier man snakker om, dato, hva slags artikkel, og gjerne lengden på artikkelen. I kodeboken har jeg derfor med variabler som definerer i hvilken avis artikkelen kom fra, hvilken dato den var på trykk, hvor lang den var, og dens form som

⁹ Se vedlegg 1

kategoriserer om det var en nyhetsartikkel, et intervju, en forside, en kommentar eller en lederartikkel. Kodeboken vil jeg kommentere nærmere etter hvert.

Det femte steget innebærer at forskeren gjør en pre-test på kodeskjemaet før man foretar en helhetlig analyse, altså en pilotundersøkelse. Det er viktig å teste et mindre utvalg av artiklene i en kvantitativ innholdsanalyse, for å finne utilstrekkelighet og inkonsekvenser i kategoriene i kodeskjemaet (1998:118). Kimberly Neuendorf (2002) påpeker at det eneste man kan gjøre før man setter i gang analysen er å øve på kodingen. Ved å gjøre dette blir man klar over hvilke endringer som må gjøres for selv å bli komfortabel med selve kodeprosessen som skal føre til datamaterialet som til slutt skal analyseres (2002:133). Jeg gjorde derfor en pilotundersøkelse¹⁰ på 112 av artiklene, for å sjekke intrakoderreliabiliteten¹¹. Et vanlig problem er å finne kategorier som ikke er gjensidig utelukkende, og dette fant jeg også i min pilotundersøkelse. I tillegg fant jeg at noen av variablene ikke var gode og beskrivende nok for det jeg ønsket å undersøke, og måtte derfor inn å gjøre noen vesentlige endringer på kodeskjemaet før jeg kunne foreta kodingen i sin helhet. Pilotundersøkelsen økte bevisstheten min på at kategoriene måtte være gode nok, og at kodeboken måtte være svært godt utformet og beskrivende av kategoriene, slik at jeg kunne kode artiklene så likt som overhodet mulig.

Registreringen av data omtales som koding av teksten, og først når kodingen er gjennomført kan man si at datainnsamlingen er gjennomført i kvantitativ innholdsanalyse. Analysen begynner derfor ikke før datainnsamlingen er ferdig (Grønmo, 2007:193). Derfor må man før man går videre på det sjette og siste steget som Hansen snakker om dataforberedelsene og selve analysen (1998:121), sjekke datamaterialets reliabilitet og validitet, som jeg vil ta for meg etter jeg har sett på kodebokens utforming og problemer man kan støte på når man foretar en kvantitativ innholdsanalyse.

3.3.2 Kodebokens utforming

Den mest beskrivende kategorien i kodeboka¹² er den jeg har kalt for Hovedparti. Variablene i denne kategorien beskriver hvilket parti artikkelen omhandler, altså hvilket parti som i størst

¹⁰ Å gjøre en pilotundersøkelse innebærer at man i forkant av selve analysen utfører en test for å se om kodeboken fungerer som den skal.

¹¹ Intrakoderreliabiliteten forteller om man kan stole på materialet ved at man sammenligner resultatene fra pilotundersøkelsen med resultatene fra den ordentlige analysen.

¹² Vedlegg 1

grad får fronte sin sak i artikkelen. I analysen beskriver kategorien målenheten på antallet artikler som omhandler de ulike partiene, og ved å sette dette sammen med i hvilken avis artikkelen står på trykk har jeg et godt utgangspunkt for å si noe om dekningen av de ulike partiene i hver enkelt avis. Ved så å sette dette sammen med andre kategorier som tendens, tema og vinkling, kan jeg ut i fra hvilke variabler som er kodet se også *hvordan* partiet er fremstilt i de ulike avisene. Under kategorien tema har jeg blant annet en verdi som heter Terror. Denne verdien har fått relativt lite antall kodinger i forhold til hvordan den faktisk dekningen av terroraksjonen var i analyseperioden, men grunnen til dette var at jeg bestemte å kun ha med artikler som omhandlet terroraksjonen i forhold til valgkampen. Dette var for å avgrense utvalget og for å ikke få skjevhet i forhold til de andre temaene.

Jeg syntes det var viktig å fremheve bildene i artiklene også, for i følge Ann Iren Jamtøy (2011a:27) har bildene fått en stadig mer dominerende posisjon i journalistikken, samtidig som bildene formidler nyttig informasjon til velgerne. Jamtøy (2010b:15) skriver at fotojournalisten er ute etter å fange følelsen hos politikeren, og at hovedinntrykket er at de fleste politikerne fremstilles på en positiv måte, gjennom positive følelsesuttrykk i bildene. Eksempler på positive uttrykk i bildene er ved at politikeren uttrykker glede, hilser på folk, klemmer og møter velgerne. De negative bildene kategoriseres gjennom alvorlige og bekymrede følelsesuttrykk og også sinne. Derfor har jeg valgt å kategorisere bildene mine på samme måte, og i tillegg ha en nøytral kategori for bilder som ikke kan plasseres innunder de overnevnte, og en kategori for ikke klassifiserbart dersom artikkelen ikke har et medfølgende bilde. Bildene i artiklene tar jeg for meg i form av å se på bildeintensitet og størrelsen på bildene. Størrelsen var grei å dele inn, og det ble gjort på øyemål, men intensiteten i bildene og hvorvidt de var positive, negative eller nøytrale var vanskeligere å måle.

Resten av kategoriene står beskrevet i kodeboka, og blir ikke vektlagt mer plass i selve oppgaven fordi de er mer beskrivende enn de øvrige. Det finnes flere problemer man kan støte på når man utfører en kvantitativ innholdsanalyse, og disse vil jeg ta for meg både på generelt nivå og i forhold til min oppgave.

3.3.3 Problemer ved bruk av kvantitativ innholdsanalyse

Når man utfører en kvantitativ innholdsanalyse kan man støte på mange ulike problemer underveis. Et av hovedproblemene er at forskeren selv kan ha én oppfatning av innholdet,

mens en eventuell medkoder har en annen. Kategorien kan oppfattes forskjellig, eller de kan bli påvirket av koderens egne forutsetninger (Grønmo, 2007:199). Teksten kan også tolkes ulikt av de forskjellige koderne ved at forskeren ikke har kjennskap til bakgrunnen for utformingen av teksten, eller den sosiale funksjonen teksten hadde da den ble formidlet, men også ved at man har for høyt fokus på de kvantitative aspektene ved teksten, som på denne måte kan påvirke tolkningen av innholdet i teksten (Grønmo, 2007:200). Tanken om hva jeg ønsket å finne ble endret ganske betraktelig i løpet av studien, noe som kanskje påvirket det tidligere arbeidet mitt. Dette har blitt revidert etterhvert, men jeg tror at dette i noen grad kan ha påvirket funnene mine spesielt under pilotundersøkelsen. I tillegg fikk jeg et mer ”trent” øye når det kom til å kartlegge kodene i teksten i den ordentlige datainnsamlingen, og reliabiliteten i pilotundersøkelsen kan ha blitt noe påvirket av dette. Intervjuene ble gjort samtidig som datainnsamlingen av den kvantitative innholdsanalysen pågikk, og jeg ser derfor at jeg kan ha fått bedre kjennskap til utformingen av noen tekster etter at intervjuene var foretatt. Som jeg beskrev i kapittel 2.1, så var det noen artikler jeg i utgangspunktet valgte å ikke ta med som en del av utvalget som viste seg å bli mer relevant for studien etterhvert som den utviklet seg til å kanskje ha større påvirkningskraft enn jeg i utgangspunktet trodde den kom til å få. Eksemplet jeg refererer til er saken om Olje- og energiminister Ola Borten Moe. For å presisere; jeg gikk tilbake til de første artiklene, men synes fortsatt ikke de var relevant nok til å ta med i teksten, men har innsett i ettertid at de kanskje burde vært med, likevel. Grunnen til at jeg ikke valgte å ta disse med var fordi de tar for seg den mer generelle politikken, og fordi minister ikke var til valg i denne valgkampen. I forhold til analysens resultater ville nok Senterpartiet ha fått en noe større andel i dekningen, spesielt i Aftenposten, dersom jeg hadde tatt med denne saken. Likevel er det lite som tilsier at mine utvalgte aviser skulle dekke Senterpartiet i lokalvalgkamp, mer enn de gjorde, fordi samtlige er aviser som dekket steder hvor Sp ikke har spesielt stor oppslutning. Underveis i den kvantitative innholdsanalysen fant jeg at Aftenposten hadde noe færre artikler enn jeg hadde regnet med, og jeg så sammenhengen med at årsaken kunne være at jeg valgte å ikke fokusere på generelle politiske artikler – som de hadde mange av – men heller å ha med artikler som hadde direkte relevans for kommune- og fylkestingsvalget. Dersom jeg hadde hatt med Aftenpostens Aften-bilag, ville sannsynligvis antallet artikler i avisen vært noe høyere. Grunnen til dette er at det er i dette bilaget avisen i større grad dekker de lokale sakene, mens de i formiddagsbilaget gjerne fokuserer mer på regionale og nasjonale saker. Grunnet tidsmangel har det ikke blitt prioritert å hente inn Aftenbilagene fra analyseperioden,

og ulikhetene mellom de forskjellige avisene er ikke så store at det burde ha noe å si for reliabiliteten og validiteten i oppgaven. En av grunnene til at jeg valgte å ikke ha med Aftenbilaget i utgangspunktet var at de andre avisene har kun et formiddagsbilag om dagen, og det ville derfor kunne skapt større skjevhet i utvalget dersom Aften hadde blitt tatt med. En annen grunn til at jeg kun valgte formiddagsbilaget er at dette i større grad representerer noen likheter mellom Aftenposten og Klassekampen ved at de når ut til en bredere masse, mens Dagsavisen er mer lik Nordlys og iTromsø som lokale og regionale aviser. Videre vil jeg forklare hvordan jeg har brukt datamaterialet i den kvantitative innholdsanalysen, og hva det innebærer å foreta en slik analyse. Kategorien Partikritikk viste seg å være noe upresis i form av at jeg både tok med kritikk til hovedpartiet og kritikk som hovedpartiet ga andre parti. I etterkant av analysen har jeg innsett at skulle denne kategorien ha vært mer reliabel, så burde jeg heller hatt mer beskrivende kategorier under variabel 12-19 i kodeboken. I stede for å bare ha med om partiene var nevnt i artikkelen eller ikke burde jeg ha skrevet på hvilken måte partiene var nevnt i artikkelen. Jeg ville klassifisert disse som positiv omtale, negativ omtale og nøytral omtale. En del av variablene kunne jeg også ha utelatt, da de ikke ble relevant i analysen. Eksempler på slike er bilderelevans og lengde. Grunnen til at disse ikke har fått plass i analysen var at de ikke viste interessant nok funn, og for å avgrense valgte jeg derfor å ikke ha de med.

For å se mer konkret på følgene av problemene jeg støtte på i analysen har jeg målt reliabilitet og validitet i oppgaven.

3.3.4 Reliabilitet, validitet og operasjonalisering av oppgaven.

Reliabilitet beskriver datamaterialets pålitelighet, og man ønsker å oppnå høy reliabilitet på materialet. Den er et uttrykk for hvor stort samsvar det er mellom datasettene fra gjentatte datainnsamlinger (Grønmo, 2007:220). Ved først å foreta en pilotundersøkelse, for så å gjennomføre undersøkelsen i sin helhet, og til slutt ha en medkoder som koder et utvalg av artiklene, er sjansen for at reliabiliteten er høy, relativt stor. Reliabiliteten i min studie etter de to testingene, viste seg å være 92%, og har derfor et avvik på kun 8%. For å komme fram til denne har jeg sammenlignet resultatene fra pilotundersøkelsen jeg foretok, undersøkelsen i sin helhet, og medkoderens resultater, og regnet meg fram til tallet. Avviket mellom dataene som er samlet inn, er basert på flere kodinger ved test-retest-metoden, og skyldes gjerne ikke

endringer i undersøkelsesobjektet, men mangelen på stabilitet i undersøkelsesopplegget (Grønmo, 2007:225).

I følge Sigmund Grønmo (2007) sier oppgavens validitet noe om i hvilken grad datamaterialet er gyldig i forhold til de problemstillingene man skal undersøke. Høy validitet avgjøres av om problemstillingene blir besvart som følge av datainnsamlingen. Dersom vi finner ut at undersøkelsen ikke er riktig for å svare på problemstillingene, er reliabiliteten lav. Datamaterialet kan ikke ha høy validitet, dersom det ikke har høy reliabilitet. Han sier videre at det kan være vanskelig å finne samsvaret mellom forskerens intensjoner med undersøkelsesopplegget og datainnsamlingen, men at definisjonen er et godt grunnlag for å drøfte å vurdere validiteten i undersøkelsen (Grønmo, 2007:221). Før man beregner validiteten i oppgaven, er det viktig å se på operasjonaliseringen av problemstillingene. Operasjonalisering innebærer at man formulerer ”klare kriterier for hvordan enhetene, begrepene og sammenhengene i problemstillingen skal representeres ved empiriske data” (Grønmo, 2007:73). I følge Neuendorf er operasjonaliseringen i en kvantitativ innholdsanalyse å utforme en kodebok hvor man beskriver de ulike kodene, og hva de innebærer (2002:118). For å se om studien har høy validitet, er det også viktig å operasjonalisere hva jeg ønsker å faktisk finne ut med problemstillingene mine, og dermed gå frem til analysekapitlet for å se om jeg har svart på det jeg ønsker. Før jeg gjør det, velger jeg å bryte ned problemstillingen til dette: Jeg ønsket å finne ut hvilke forventninger og tanker avisene selv gjør seg i forhold til valgkamp. Jeg ønsker å vite hva de selv mener er deres samfunnsansvar, og hvordan de får frem dette i valgkamp. Jeg vil også vite hvordan de selv tror de fronter de ulike partiene, for så å gå inn i innholdsanalysen og se på hvordan de faktisk har gjort det. Jeg vil også se på hvordan de klarer å sammenfalle sine forventninger om dekning av valgkamp, med hvordan de faktisk gjør det.

I og med at reliabiliteten min er over 90% kan også validiteten i oppgaven bli ganske høy. Ut i fra operasjonaliseringen av problemstillingene mener jeg i stor grad har klart å besvare det jeg ønsket å finne ut med de, og på denne måten er validiteten i oppgaven høy. Jeg må ta høyde for at reliabiliteten og validiteten i studien kunne vært noe annerledes dersom jeg ikke hadde støtt på problemene i utvalget slik jeg beskrev de i kapittel 3.3.2. Likevel må jeg bare forholde meg til at analysen ble utført på den måten det gjorde, og ut i fra denne er både reliabiliteten og validiteten høy nok til å kunne være et bidrag til forskningen.

For å svare på andre del av problemstillingen, som jeg også har operasjonalisert over, benyttet jeg av metoden kvalitative forskningsintervju.

3.4 Kvalitative forskningsintervju

I et forskningsintervju har man gjerne to personer i et samvær med en felles interesse for et tema, og kunnskap blir til gjennom dette møtet (Kvale og Brinkman 2009a:2). Kvalitative forskningsintervju kan være med på å belyse hva intervjuobjektene mener om et gitt tema. I mitt tilfelle er det hvordan avisene selv ser på sin egen situasjon i forhold til deres tidligere politiske plattform, og hva de selv mener er deres samfunnsansvar. Et viktig mål ved bruken av denne metoden, er å avdekke hvilke erfaringer og opplevelser intervjuobjektene har i forhold til temaet (Kvale og Brinkman, 2009b:21). Steinar Kvale og Svend Brinkman (2009a og b) beskriver sju steg man kan følge for å få mest mulig ut av intervjuet. Jeg valgte å benytte meg av disse stegene før, underveis og etter utførelsen av intervjuet, for å være i stand til å hente mest mulig informasjon ut av de.

Det førte steget er tematisering. Her skal man kartlegge hvorfor man ønsker å foreta intervjuet i utgangspunktet, hva man skal spørre om og hvordan man skal stille spørsmålene for å få best mulig svar. Jeg ønsket å gjennomføre intervjuene for å finne ut hvordan de ulike avisene planlegger valgkamp, hvilke strategier de benytter seg av når det kommer til dekning av valgkamp, og for å se om det eventuelt er noen ulikheter mellom avisenes håndtering av de overnevnte. I tillegg ønsket jeg å finne ut hva de mener er deres samfunnsansvar når det kommer til dekning av politiske nyheter og politisk dagsordensetting. Studien ble gjort med et utvalg av artikler fra fem norske aviser som alle har ulik politisk bakgrunn, og som hver gir markedsmessig konkurranse til de øvrige. Jeg planla så hvordan jeg skulle stille spørsmålene, og på hvilken måte for å få mest mulig ut av informantene. Deretter tok jeg for meg steg to, som er å planlegge en intervjuguide. I følge Grønmo (2007:161) er det intervjuguiden som i grove trekk bestemmer hvordan intervjuet skal gjennomføres, og i denne må man ha hovedvekt på hvilke tema som skal tas opp og belyses gjennom intervjuet. I denne delen planlegger man derfor hele prosessen for hva man ønsker å finne ut av i intervjuet i forkant. Man må ha fokus på at intervjuets lengde og aktualitet må være realistisk, og sørge for at man får så mange og passende intervjuobjekter slik at man svarer på forskningsspørsmålene (Kvale og Brinkman, 2009b; Grønmo, 2007). I tillegg til dette, må man også utforme

intervjuguiden med gode, åpne spørsmål slik at man ikke leder intervjuobjektet i en eller annen retning. Dersom man gjør det, vil reliabiliteten og validiteten på intervjuet kunne bli svekket, og man kan sitte igjen feilaktig informasjon.

Tidlig i prosessen bestemte jeg at det var ønskelig med en informant innenfor hver av avisene, som alle måtte ha vært bidragsytere i valgkampen 2011, på en eller annen måte. Jeg hentet derfor kontaktinformasjon hos de fem avisenes nettaviser, og henvendte meg til sjefredaktørene per e-post. Alle tre informantene, Ole Mathismoen i Aftenposten, Anders Opdahl i Nordlys og Jørn-Christian Skoglund i iTromsø, var svært engasjerte og hadde masse kunnskap om politisk journalistikk, både i sin egen avis og på generelt plan. Siden de aller er menn som har kommet langt og jobbet lenge i journalistikken, har jeg kvalifisert intervjuene som eliteintervju. Det er dette man kaller intervju man gjør av folk som gjerne er eksperter på feltet man ønsker å undersøke, og som ofte har en mektig posisjon på sitt arbeidssted, i form av lederstillinger blant annet. Som intervjuer må man i forkant av denne typen intervju tilegne seg god kunnskap om temaet man ønsker å undersøke, mestre fagspråket og ikke frykte intervjupersonen fordi den har en annen livshistorie og sosial situasjon enn deg selv (Kvale og Brinkman, 2009:159). Intervjuene ble foretatt samtidig som datainnsamlingen av den kvantitative innholdsanalysen, og jeg hadde gjennom denne tilegnet meg en god del kunnskap om de ulike avisenes dekning også under valgkampen i 2011. I tillegg hadde jeg lest teori om politisk kommunikasjon og hvordan valgdekning har vært tidligere, for å ha noen forventninger til hva jeg kunne få vite gjennom spørsmålene. Når man gjennomfører eliteintervju er det også viktig å ta høyde for at intervjuobjektet er i en annen situasjon enn meg som er student, og derfor kanskje har et mer presset tidsskjema (Thomas 1995). I e-postene til de ulike skrev jeg derfor at intervjuet enten kunne gjøres over telefon, Skype, personlig møte eller over e-post dersom det var eneste mulighet. På denne måten viste jeg min tilgjengelighet og tillot intervjuobjektene å være i deres komfortable omgivelser. Jeg fikk bekreftet at eliteintervjuer kan være vanskelig å få til på grunn av at potensielle informanter ikke er tilgjengelig (Thomas 1995) og derfor lot det seg ikke gjøre å få intervjuet verken Dagsavisen eller Klassekampen.

Det tredje steget er selve intervjuet, som gjøres på grunnlag av intervjuguiden (Kvale og Brinkman, 2009). Før intervjuet tilegnet jeg meg også kunnskap om intervjuobjektene, og deres avisers historie. Intervjuguiden ble testet på forhånd av intervjuene på to respondenter.

Dette gjorde jeg for å avklare eventuelle feil og mangler, samt uklare spørsmål i intervjuguiden, slik at de var forståelige og ikke lot det være tvil om hva jeg ønsket å få ut av spørsmålene. Intervjuene ble utført på to ulike måter, over telefon med de to Tromsøbaserte avisene, og ved personlig oppmøte hos Aftenposten. Intervjuene ble tatt opp ved hjelp av lydopptaker. I et intervju er det viktig at intervjuet blir styrt av forskeren, og ikke av intervjuobjektene. På forhånd hadde jeg tatt høyde for at journalister er vant til å være i intervjusituasjoner, mens jeg hadde liten erfaring som intervjuer fra før, og var derfor redd for at de i noen grad skulle ende opp med å overstyre intervjuet. Det viste seg å ikke bli noe særlig problem, da de hadde en svært profesjonell holdning til intervjusituasjonen, og jeg opplevde det jevnt over lite utfordrende å være den som styrte intervjuet. Til tross for at intervjuguiden var grundig gjennomtenkt, viste deg seg å være nyttig å ha tatt forbehold for hvilke eventuelle oppfølgingsspørsmål jeg kunne komme med, da de ble avgjørende for å få utvidet informasjonen i samtlige av intervjuene. Likevel, siden intervjuene ikke var min hovedmetode, så endte intervjuene opp med å være relativt korte, avhengig av hvor utdypende svar intervjuobjektene gav. Jeg begynte med å stille enkle spørsmål i forhold til hvor mange ansatte som jobber med valgkamp i hver av avisene. Her er det store ulikheter mellom de tre, noe som også kan kobles til antall politiske artikler i de ulike avisene. I intervjuet med sjefredaktør i iTromsø, Jørn-Christian Skoglund sa at i deres avis har de ikke folk som jobbet spesifikt med politikk, det er gjerne stoff som faller litt på alle, og spesielt de som er ansatt for å produsere samfunnsstoff. Han sa i tillegg at deres interesse er å jobbe mer med konsekvensene av politikken. Journalister som er ansatt spesifikt for å dekke politikk, er blitt mer og mer vanlig etter partiavisenes fall, og for å sammenligne de to andre avisene med iTromsø, har blant annet Aftenposten ti faste ansatte i Politisk Avdeling, i tillegg til at ansatte både i innenriks- og økonomiredaksjonen jobber med politisk stoff. De har også to ansatte på nettavisen som jobber dedikert med politikk på daglig basis, i følge leder for Politisk Avdeling, Ole Mathismoen. I Nordlys har de i følge sjefredaktør Anders Opdahl, to personer som jobber dedikert med politikk, og totalt sett har de til sammen ca tre til fire årsverk som daglig jobber med politisk nyhetsstoff. I valgkamp nedsetter de en valgredaksjon, som også ble gjort ved valget i 2011, som besto av det han mente var fem årsverk. Han påpekte videre at man også må tenke på at det alltid er sånn i en nyhetsredaksjon, at folk går i turnus og jobber på forskjellige sektorer, og siden verken nyhetsdøgnet eller det politiske livet er statisk, så er det andre som kommer inn og bidrar til å dekke politikken ved behov.

Fjerde steg er å transkribere intervjuene, det betyr å forberede datamaterialet før selve analysen. Å transkribere innebærer at man overfører muntlig tale over til skriftlig form, og siden jeg hadde benyttet lydopptaker, var det en enkel jobb og overføre intervjuet til tekst. Det materialet man sitter igjen med etter transkriberingen, er det som er de grunnleggende empiriske dataene i et intervjuprosjekt (Kvale og Brinkman, 2009b:186). Etter at transkriberingen var fullført, satt jeg igjen med 12 sider nedskrevet materiale, noe som utgjør relativt lite datamateriale å behandle i analysen. For å analysere datamaterialet brukte jeg bricolage som metode, og hentet inspirasjon fra analysing av meningskonvergens. Bricolage-tolkeren bruker i følge Kvale og Brinkman (2009b:239) en rekke blandede tekniske diskurser og beveger seg fritt mellom forskjellige analytiske teknikker og begreper. Dette er en eklektisk form for meningsgenerering, og derfor bruker jeg den sammen med meningskonvergens, som går ut på at man ytterligere forkorter ned uttalelsene fra intervjuet til korte setninger om hva de sa (Kvale og Brinkman, 2009:212). Jeg valgte å bruke en blanding av disse siden jeg hadde få intervjuer, som var relativt korte, og at dette derfor ville være de analysemetodene som var best til å hjelpe meg å analysere intervjuene. Innenfor meningskonvergens er det fem trinn man følger i analysen. Det første innebærer at man leser hele intervjuet for å få fram helheten av hva det snakkes om. Det neste trinnet er at forskeren bestemmer hva som er de naturlige meningsenhetene uttrykt av intervjuobjektet. Deretter må man si noe om hvilket tema som dominerer i samtalen, for så å tematisere uttalelsene fra intervjuobjektets synsvinkel, slik forskeren fortolker de. Trinn fire er å undersøke meningsenheten i lys av undersøkelsens spesifikke formål, før man på det femte trinnet binder sammen de viktigste emnene i et deskriptivt utsagn (Kvale og Brinkman, 2009:212). Ved å bruke bricolage trengte jeg ikke å lage en kodebok og kode intervjuene i et kodeprogram, og det lot meg danne et overordnet bilde av utsagn som tydet på ulike holdninger hos intervjuobjektene (Kvale og Brinkman, 2009:239). Ved å bruke slike meningsskapende taktikker kan man i intervjuer som mangler en overordnet mening ved første gjennomlesing, få tak i sammenhenger og strukturer som er av betydning for forskningsprosjektet (Kvale og Brinkman, 2009:239). Dette er en vanlig form for intervjuanalyse, og man bruker mange ad hoc-metoder og begrepstilnærminger (Kvale og Brinkman, 2009:239). Kvale og Brinkman refererer til Matthew B. Mills og A. Michael Huberman sin bok *Qualitative Data Analysis* hvor de snakker om ulike ad hoc-teknikker i intervjuanalyse. De nevner 13 teknikker, hvor flere av dem er relevante for min del. Blant annet å legge merke til temaer, skape metaforer, sammenligning, bygge opp en logisk

evidenskjede og skape begrepsmessig/teoretisk sammenheng (Kvale og Brinkman, 2009:240). Ved å bruke disse metodene skal man være i stand til å skape mening i de kvalitative tekstene, fra det beskrivende til det forklarende, og fra det konkrete til det mer begrepsmessige og abstrakte (Kvale og Brinkman, 2009:240). Metoden gir ingen spesielle krav for intervju og transkripsjon. I følge Kvale og Brinkman er det generelle kravet her å sikre rikholdige beskrivelser og velkontrollert informasjon (2009:241).

Det neste er så å verifisere dataene. Her er målet å undersøke intervjufunnenes generaliserbarhet, reliabilitet og validitet (Kvale og Brinkman, 2009:118). Reliabiliteten forteller oss noe om hvorvidt et resultat kan etterprøves av andre forskere på et senere tidspunkt. I kvalitative forskningsintervju er det snakk om at man må ha reliabilitet både under intervjuet, i transkriberingen og i analysen (Kvale og Brinkman, 2009:250). Man snakker gjerne om to typer reliabilitet, stabilitet og ekvivalens. Stabilitet handler om graden av samsvar mellom data om samme fenomen som er samlet inn ved hjelp av samme undersøkelsesopplegg på ulike tidspunkter, slik det er gjort i mitt tilfelle. Ekvivalens handler om samsvaret mellom uavhengige datainnsamlinger på samme tidspunkt, som er basert på samme undersøkelsesopplegg men samlet inn av ulike observatører, intervjuere, kodere eller forskere, slik det er gjort i den kvantitative innholdsanalysen min (Grønmo, 2007:222-223). Når man skal finne reliabiliteten i kvalitative forskningsintervju kan de samme tekstene gjennomgås på ulike tidspunkter, hvor forskeren foretar en kritisk gjennomgang av det samme datamaterialet (Grønmo, 2007:229). For å etterprøve reliabiliteten i mitt kvalitative empiriske materiale foretok jeg en gjennomgang av både intervjuguide og transkribering på ulike tidspunkter. Grunnen til at man gjør dette er at man skal avklare stabiliteten i forskerens beskrivelser av de forholdene som studeres. Det man her må ta høyde for er at forskerens analyse og tolkninger fra de første datainnsamlingene, kan påvirke hvordan man beskriver materialet også senere (Grønmo, 2007:229). Siden jeg hadde gjort intervjuene ved hjelp av lydopptaker, var det likevel ikke de helt store forskjellene mellom datainnsamlingen første og andre gang. Det som jeg la mer merke til i de senere testene, var ”pauseord” som ”mm”, ”hmm” og ”eh”. Potensielt sett kan sånne ord ha noe betydning for tolkningen av intervjuobjektens utsagn, men i mitt tilfelle har jeg lagt lite vekt på intervjuobjektens følelser, og har rettet analysen mer spesifikt mot hva som faktisk ble sagt. I tillegg hadde jeg en medforsker som transkriberte intervjuet. Her påpekte jeg viktigheten av at alle ord, også ”mm” og ”hmm” og lignende, skulle med i transkripsjonen. Jeg vurderte så antall feil ord opp mot mine egne, og endte opp med svært liten forskjell mellom de ulike. Derfor vil jeg si at

stabiliteten og dermed reliabiliteten i det kvalitative intervjuet var høyt. I intervjuet med iTromsø-redaktør Jørn-Christian Skoglund er det derimot noen flere forskjeller, men dette vil jeg tro kommer av at lyden på intervjuet er dårlig, noe jeg vil gå nærmere inn på i kapittel 3.4.1.

Å vurdere et forskningsintervjus validitet er vanskeligere enn å vurdere deres reliabilitet, i følge Kvale og Brinkman (2009a:185). Det finnes heller ingen svar på hva som er den korrekte validiteten av en transkribering, men man må se på hvordan transkriberingen kan gjøres nyttig i forhold til min studie. Som nevnt over, så har jeg ikke valgt å vektlegge de såkalte pauseordene, da jeg var ute etter meningsinnholdet i teksten, hva avisene mener om seg selv og sitt samfunnsansvar, og ikke intervjuobjektens personlige mening. På grunnlag av dette synes jeg derfor at validiteten er god både i selve intervjuet og i transkripsjonen, og ga meg svar på de spørsmålene jeg stilte, og derfor også gir god validitet til analysen av intervjuene.

Det sjuende og siste steget er rapporteringen av datamaterialet. Det finnes i kapittel 5- Medienes politiske samfunnsoppdrag vs. virkelighet. Rapporteringen er gjort med bakgrunn i bricolage-metoden, og har hentet utdrag fra datamaterialet, som beskriver og belyser de gitte temaene for analysekapitlet.

3.4.1 utfordringer ved kvalitative forskningsintervju

Et av hovedproblemene man kan støte på når man utfører eliteintervju, er at det kan være vanskelig å få tilgang til og kontakt med personene man ønsker å intervju (Thomas 1995). Jeg måtte gjennomgå flere runder med intervjuobjektene, fikk mailen min videresendt til andre som ville egne seg bedre, noe som i grunn viste seg å være positivt, fordi jeg på denne måten fikk snakket med meget kvalifiserte folk som var relevante for min studie. I e-posten jeg sendte de utvalgte, stilte jeg meg fleksibel på tidspunkt for intervjuet, og måten det skulle gjennomføres på, i tillegg til å vise full forståelse for deres tidspress, og respekt for deres tid. Sigmund Grønmo (2007) påpeker at et typisk problem under datainnsamlingen i kvalitative forskningsintervju, kan være at man ikke får svar fra alle de utvalgte personene, og man sitter da igjen med et frafall av det opprinnelige utvalget (2007:183) Det skulle vise seg å bli tilfelle at to aviser ikke tok seg tid til å gjennomføre intervjuet, og jeg satt da igjen med kun tre informanter fra de fem avisene. Dette har vært noe vanskelig i forhold til analysen av intervjuene, men i drøftingen i analysekapitlet, har jeg satt opp hypoteser på grunnlag av min

kunnskap om avisene, for å belyse disse to avisenes samfunnsansvar og tanker om politisk nyhetsstoff.

En annen ting som kan være utfordrende, spesielt når det gjelder å gjennomføre eliteintervju, er at forskeren må vise god kunnskap om tema, men heller ikke virke som at man er allvitende om tema. Jeg syntes spesielt i intervjuet med Aftenpostens Ole Mathismoen, at det var vanskelig å sitte ansikt til ansikt med han, og på samme tid både virke smart og kunnskapsrik, samtidig som jeg måtte stille de ”dumme” spørsmålene slik at jeg fikk kilder på svaret. På forhånd av intervjuene hadde jeg lest meg godt opp på både temaet og bakgrunnen til de ulike avisene, men merket at jeg tidvis i intervjuene slet med å vise at jeg faktisk visste hva de snakket om. Etter intervjuene ba flere av intervjuobjektene meg å utdype hva studien handlet om, og jeg følte at jeg fikk vist min kompetanse på feltet litt bedre enn jeg klarte under intervjuene. Jeg forsto fort at intervjuobjektene var mye mer vant til denne situasjonen enn meg, men klarte etterhvert å styre intervjuene i større grad enn i begynnelsen.

Når man gjør forskningsintervju er det også viktig å passe på at man ikke stiller ledende spørsmål til intervjuobjektene. Jeg følte ikke at jeg gjorde dette i noen særlig grad, men jeg tror dette kan skyldes intervjuobjektens profesjonalitet og kunnskap på feltet. En ting som etter bare to intervjuer viste seg å bli tilfelle, var at jeg skjønnte at noen av svarene jeg fikk, kom til å bli svært standardiserte, og jeg fikk uttømmende svar. Det ble derfor i det siste intervjuet vanskelig å holde seg til intervjuguiden her, fordi jeg fikk utfordringer med å late som at jeg ikke visste hva svaret kom til å bli. I tillegg fikk jeg erfare at avisene sannsynligvis har noen restriksjoner på hva de tillater seg å si og hva de unnlater å fortelle, som for eksempel når Aftenposten hevder at leserstatistikker er hemmeligstemplett, og at intervjuobjektet ikke kunne informere meg om disse.

Det at intervjuobjektene er så pass profesjonelle i intervjusituasjoner har nok derfor både positive og negative sider ved seg. Positive fordi de er tilsynelatende rolige og komfortable med situasjonen, gode å snakke for seg, og får gitt mye informasjon på relativt kort tid. I tillegg var det også veldig positivt at intervjuobjektene heller ba meg stille spørsmålet på nytt, og omformulere det, dersom det kom uklart frem hva jeg ønsket å vite, noe jeg er rimelig sikker på at en mindre profesjonell informant ikke ville gjort. Det som kom ut litt negativt

med tanke på intervjuobjektene profesjonalitet, er at de vet hva de bør la være å gå ut med av både ytringer og informasjon.

3.5 Oppsummering av metode

I dette kapitlet har jeg tatt for meg hva det innebærer å bruke kvantitativ innholdsanalyse og kvalitative intervju som metodiske verktøy. Jeg har diskutert disse både på generell basis og ut i fra min oppgave. Jeg sett på de seks stegene som Hansen (1998) anbefaler å bruke for å utføre en kvantitativ innholdsanalyse og vist hvordan jeg har brukt disse. Videre har jeg tatt for meg syv faser i utførelsen av et kvalitativt forskningsintervju og vist hvordan jeg har brukt disse. Jeg har også pekt på metodiske vanskeligheter med de to metodene, og på hvilken måte de kan ha påvirket reliabiliteten og validiteten i studien.

4 Politisk kommunikasjon i offentligheten

En definisjon på politisk kommunikasjon har vist seg å være vanskelig å finne, og det har vært utprøvd av flere ulike forskere. Brian McNair (2007:4) har kommet opp med en relativt beskrivende definisjon som innebærer at politisk kommunikasjon er ”meningsfylt kommunikasjon om politikk”. Bakgrunnen for denne definisjonen er Robert E. Denton og Gary C. Woodward (1998) grunntanke om politisk kommunikasjons intensjonalitet. Den inkluderer all kommunikasjon *fra* politikere og politiske aktører til offentligheten hvor meningen er å oppnå spesifikke resultater, velgernes og avis-spaltisters kommunikasjon *til* de politiske aktørene, og til slutt kommunikasjon *om* aktørene og deres handlinger. Disse kommer frem i nyhetsreportasjer, lederartikler og andre former hvor mediene diskuterer politikk (2007:4). Ann Iren Jamtøy (2011a) henviser til Jack M. McLeod, Gerald M. Kosicki og Douglas M. McLeod (1994) sin definisjon på politisk kommunikasjon:

”... political communication involves the exchange of symbols and messages between political actors and institutions, the general public, and news media that are the products of or have consequences for the political system. The outcomes of these processes involve the stabilization of power” (Jamtøy 2011a:12).

Dette innebærer at utvekslingen av beskjeder mellom politikere og institusjoner, offentligheten og nyhetsmedia påvirker det politiske systemet, og utfallet av denne påvirkningen innebærer at makten stabiliseres. Det er tre hovedelementer som utgjør samspillet i politisk kommunikasjon; politiske organisasjoner, publikum og media. Politisk kommunikasjon som forskningsfelt tar derfor for seg blant annet politikernes selvrepresentasjon i media, mediens fremstilling av de politiske aktørene og publikums oppfattelse av budskapet (McNair 2007; Strömbäck et.al 2008). Politiske organisasjoner innebærer både partier, offentlige organisasjoner (public organisations), pressgrupper (pressure groups) og terroristorganisasjoner (terrorist organisations) (McNair 2007). Disse gruppernes målsetninger er søken etter politikk, søken etter stemmer og søken etter makt (Moen 2007:106). Mediene derimot har et mål om å jakte på det gode stoffet som gir gode nyheter og å være først ute med dem. Hva som er en god nyhet baserer seg på ulike nyhetskriterier. Nyhetskriteriene ble laget som et forsøkt på å ha standardiserte kriterier for hva som har nyhetens interesse i mediene. Det første nyhetskriteriet er *aspekter ved hendelsene*. Overraskende, sensasjonelle, konfliktfylte hendelser av stort omfang, vil ha større sannsynlighet for å bli slått opp som en nyhet enn nyheter om ting folk allerede kjenner

til. Det andre er *publikums identifikasjon*, hvordan kan publikum identifisere seg med nyheten og de omtalte aktørene er her avgjørende. *Aktørenes makt og status* er det tredje. Jo mer makt en person har, jo større sjans er det for at nettopp han omtales i nyheten. Derfor ser vi tendenser til at de tre største partienes mest profilerte politikere oftere får uttale seg enn andre politikere i partiet og i forhold til de mindre partiene. Mens det siste kriteriet går på *mediene som produksjonssystemer*, hvor utvelgelsen av stoff vil avspeile rytmen i produksjonsprosessen, om hendelsene utfyller det samlede tilbudet, eller om hendelsene eller saken kan billedlegges (Aglen 2007:82-83). Det kan diskuteres om hvorvidt nyhetskriteriene er med på å gjøre mediene ensformige, og Sigurd Allern (2001) påpeker at det faktum at mediene gjerne har lik oppfatning av hva som er godt nyhetsstoff ofte fører til at de opptrer som ”flokkdyr”.

4.1 Endringer av vilkårene for politisk kommunikasjon.

Underveis som pressen har endret seg i løpet av de siste 60-70 årene har det politiske systemet også måtte endre vilkårene for den politiske kommunikasjonen (Jønsson og Larsen 2002:24). Medieteknologien utviklet seg fort i denne perioden, men det var spesielt etter digitaliseringen at det skjedde store endringer i mediebildet. Digitaliseringen har ført til at både pressen, de politiske aktørene og også publikum når ut til langt flere mennesker, og med en mye større nærhet i tid. To-veis-kommunikasjon har blitt et nøkkelord i mediene, og først ute var kommentarfelt og debattforum på nettaviser, og i senere tid har sosiale medieplattformer som Facebook og Twitter hyppig blitt brukt av alle aktørene. Denne formen for kommunikasjon fører til at alle aktørene kan respondere på budskapet umiddelbart etter det er blitt kommunisert. Mange politikere bruker sosiale media aktivt for å fremme sine meninger, og kan på grunn av det slippe unna journalistikkens kritiske penn. Til tross for at mange lesere er engasjerte på digitale medier, er det mange færre som er med i politiske parti nå enn tidligere.. De politiske partiene har opplevd en flyktig medlemsmasse i senere år. Andelen som stemmer har gått betraktelig ned, spesielt ved kommune- og fylkestingsvalget. En av årsakene til dette er nok at mange ikke klarer å identifisere seg med ett spesifikt parti lengre, som igjen kan forklares ut i fra at de norske partiene ikke lenger er så forskjellige som de en gang var. Ved valget i 1965 svarte 72% av de med stemmerett at de identifiserte seg med ett bestemt parti, mens bare 48% svarte det samme i 2005 (Østbye og Aardal 2008:88). En annen årsak til partiflyktigheten kan være nettopp digitaliseringen av den politiske samtalen. Tidligere måtte man møte opp på partienes møter for å kunne sikre toveis-

kommunikasjonen mellom folket og politikerne, mens man i dag altså kan gjøre det via nett (Jønsson og Larsen 2002).

På Facebook og Twitter, så er det gjerne topp-politikerne som blir fulgt av folk på disse plattformene. Disse politikerne kjenner vi til fra etablerte medier, og ved at de figurerer sterkt på mange forskjellige plattformer, får de oftere spredt sitt budskap, og har dermed en sterk rolle i påvirkningsprosessen til velgerne. For at en politiker skal få velgerens oppmerksomhet må de ha en egen evne til å nå ut, ikke bare til velgerne, men også til mediene som kontinuerlig vurderer hvilke saker som er viktige nok til å komme på trykk. Tidligere kunne partiene ty til "sine" aviser med de sakene de ønsket å fremme, må de nå kjempe mer om oppmerksomheten til avisene, noe som igjen fører til at partiene og politikerne må oppfylle en ny type krav. Først og fremst må partiene utarbeide en målrettet politisk kommunikasjon for å komme i kontakt med velgerne, for målet deres er hele tiden, at de til slutt ønsker å bli valgt. Hvis ikke disse kravene oppfylles, vil politikerne ha vanskeligheter med å komme i kontakt med mottakeren, og å føre mottakeren igjennom den nødvendige kommunikasjonsprosessen som når de skaper kontakt med publikum (Jønsson og Larsen 2002:25). Jønsson og Larsen (2005:25) sier at den politiske kommunikasjonen i mange år har vært preget av at politikerne sitter på toppen og utelukkende kommuniserer ut i fra deres egen virkelighetsoppfattelse. De mener derfor at politikere nå må sikte seg inn på velgerne og deres forutsetninger, for å skape et bilde av hvem man faktisk ønsker å nå med budskapet.

Medietekke er viktig når kandidater nomineres for valg, og de fleste trenes opp av medierådgivere før viktige medieopptredener, både før de kommer med utspill og når kampanjer planlegges av innleide kommunikasjonsrådgivere (Jenssen, 2007:13). I mange land kalles medierådgiverne spindoktorer, men begrepet brukes sjeldent i Norge, da det ansees som et negativt ladet ord. Vi hører sjeldent om disse «bakmennene» i en politiske kommunikasjonen her til lands, men i Danmark er spindoktoren en av de mest omtalte politiske aktørene. Mediene fremstiller spindoktoren ofte som en maktsyk og manipulerende person som spiller stor rolle i politikken til tross for at han ikke er folkevalgt. Spindoktoren har tre hovedoppgaver, hvor den første er å holde orden på politikerens avtaler, den andre er å yte situasjonsbestemt rådgivning til politikerens og den tredje er å fungere som en personlig rådgiver for politikerens. Spindoktorene må ha godt lag med pressen og journalistene, og må ha et velutviklet nettverk i media. De har også et inngående kjennskap til hvordan

journalistene tenker og arbeider, og må vite hva som er en god nyhet. På denne måten og ved å bruke sitt nettverk, kan man kanskje slå fast at rådgiverne til en viss grad er med på å sette dagsorden sett både fra partipolitisk- og medienes ståsted (Jønsson og Larsen 2002:159)..

Stig Hjarvard har hevdet at borgerne nå er individer som overfor staten er forbrukere av offentlige serviceytelser, mens politikere er leverandører for disse, og mediene er representanten til leverandørene. På denne måte er journalistene ikke passive formidlere, men de tar aktivt stilling til saken (Jønsson og Larsen 2002:27).

Forandringer også i det politiske systemet har hatt tre vesentlige konsekvenser for den politiske kommunikasjonen. Først og fremst har innholdet i kommunikasjonen endret seg, forhandlinger spiller en mye større rolle i kommunikasjonen nå enn før, og fordelingsspørsmålet spiller en mindre rolle enn tidligere. Økonomi har blitt viktigere, og sett i fra et forhandlingsøkonomisk perspektiv, handler den politiske dagsorden i stor grad om gjennomskuelig samfunnsøkonomiske problemstillinger og tekniske valg av styreformer. Dette fordrer et krav om at politikere må være i stand til å kommunisere profesjonelt, for å passe med velgernes forståelse av emnet, og med hva de finner politisk relevant og interessant, for å oppnå effekten av sin kommunikasjon (Jønsson og Larsen 2002:22-23). Den andre konsekvensen forandringene har hatt er måten politikk behandles i mediene. Mediene fokuserer i mye større grad på hva som skjer i lukkede forhandlinger, og tar dermed utgangspunkt i prosessjournalistikk som omhandler maktkampen i kulissene, alliansedannelser og avdekning av motiver bak de forskjellige aktørenes uttalelser og hendelser (Jønsson og Larsen 2002:22). Den tredje konsekvensen er ikke relatert til det politiske innhold, men til kommunikasjonens motiver.

Forhandlingsspillet aktører har fått øynene opp for at den politiske kommunikasjon utgjør et særdeles viktig middel i påvirkningen av den politiske beslutningsprosessen, noe som igjen har medført en særdeles profesjonell kommunikatív tilgang hos forhandlingsspillet aktører» (Jønsson og Larsen 2002:24).

Medialisering og medievridding er to begrep som har fått større plass i forskning på politisk kommunikasjon de senere årene. Disse er viktig i denne studien fordi de gir forståelse og kunnskap om viktigheten av pressens rolle i politikken, og de underbygger endringene som har foregått i denne

4.2 Medialiseringen av politikken

Medialisering er prosessene som endret maktforholdet mellom mediene og aktørene i de politiske systemer (Jenssen 2007). Kent Asp sier at definisjonen på begrepet politikken medialisering betegner hvordan de politiske aktørene og institusjonene påvirkes av og tilpasser seg endringene i mediene (Asp 1986:359-363). I følge Anders Todal Jenssen begynte forskerne på 1980-tallet å se på mediene som selvstendige aktører på lik linje med de politiske partiene og politiske institusjoner. Han mener at mediene ofte utøver et press mot partier og andre politiske instanser, og på denne måten griper inn i politiske beslutninger, setter statsrådenes dagsorden og setter opinionen opp i mot den sittende regjeringa (Jenssen 2007:9).

Tilpasningen som politikere går igjennom i møtet med mediene har gitt navn til Gudmund Hernes sin teori, medievridding. Medievridding var opprinnelig en tankemåte journalistene brukte for å bearbeide «stoff» til «sak», og var en forløper for begrepet medialisering. Det oppfattes som oppskriften på hvordan journalister og politikere bør vri framstillingen av et saksforhold når de vil «på» i mediene (Moen 2007:103). I løpet av tiden tilegnet også politikere og partier seg disse teknikkene, og teknikkene skulle lære politikere å tiltrekke seg oppmerksomheten fra mediene i en presset situasjon med et stort overskudd på informasjon (Jenssen 2007:11). Hernes kaller teknikkene spissing, forenkling, polarisering, intensivering, konkretisering og personifisering (Hernes 1978:187-188). Det hevdes at politikernes ytringsfrihet begrenses av journalistenes kontroll over formidlingskanalen (Jenssen 2007:47). *Spissing* innebærer at aktørene må fatte seg i korthet og fokusere på det viktige i budskapet. Dette fører nettopp til en kortfattet retorikk, slik jeg beskrev over, og politikeren må fokusere på et par-tre hjertesaker som repeteres i hele valgkampen. *Forenkling* betyr at kompleksiteten i budskapet må reduseres, og sakene fremstilles så enkelt som mulig. Måten politikere gjør dette på er ved å bryte ned komplekse sammenhenger til enkle for- og mot saker. *Polarisering* innebærer at mediene er opptatt av politikkenes konflikter, og derfor velger ut aktører med motstridende meninger og standpunkt, noe som gjør at politikere utpeker hovedmotstandere for å gjøre seg selv mer interessante. *Intensivering* betyr at mediene vektlegger hendelser som skjer her og nå, men politikere sitter og følger med for å være klar til å komme med utspill om saken. Det er ikke tvil om at denne delen har blitt mye lettere for politikere etter at sosiale media ble en stor del av den politiske kommunikasjonen, for her kan de komme med et motsvar, selv om de mot all formodning ikke skulle få uttale seg i

etablerte media. *Konkretisering* innebærer mediernes bruk og fokus på de konkrete saker, personer og handlinger fremfor mer komplekse og større saker. *Personifisering* innebærer mediernes fokus på enkeltpersoner og enkeltskjebner når de fremmer en sak. For politikerne betyr dette at de tilpasser seg, og blir mediepersonligheter (Jamtøy 2011a:20-21).

Tabell 1.1 på side 3 reflekterer på hvilken måte medialisering av politikken har vært en prosess som strakk seg fra andre verdenskrig og til nå. Den medialiserte politikken har vært omdiskutert som forskningstema, og det finnes mange ulike teorier innenfor denne retningen. Kent Asp mener at ”medialiseringen er en form for usynlig maktutøvelse, og utgjør den mest betydningsfulle delen av mediernes makt”, mens Martin Eide tilhører de som mener at ”kildene (for eksempel politikere) overtar initiativet, de ”overgår media i medievri” (Moen 2007:107). I følge Eides teori må derfor politikerne selv være i stand til å kontrollere hva de sier, og på denne måten styre nyhetene, samtidig som den må være interessant nok for mediene til å ville bruke den som stoff. Retorikken har dermed forandret seg, fordi politikere og partiene må tilpasse seg de ytre vilkårene mediene setter, og på grunn av konkurransen om å nå ut i mediene, er politikerne avhengig av å bruke tidseffektiv retorikk, fordi de gjelder å få sagt mye med kun få ord (Jenssen 2007). Politikerne tilegner seg god kunnskap om enkeltsaker fordi de jobber mye med deres hjertesaker i komiteer på Stortinget, i regjering og av og til gjennom partiskolering (2007:14).

Medialisering av politikken gjenspeiler samspillet som nå er mellom mediene og politikerne, og deres gjensidige tilpasning til hverandre. Politikerne må i større grad tenke journalistisk om den vil fremme en sak, og har på denne måten tilpasset seg medielogikken og lært seg hvordan de skal møte krav som gjør seg gjeldende. Mediene derimot tilpasser seg politikernes ”knep” og stille mer sofistikerte krav til politikerne enn tidligere. Denne vekselvirkningen mellom politikere og media beskrives ofte som en medialiseringsspiral (Aardal et.al 2004:17). Stig Hjarvard (2008) bruker en betegnelse på medialisering som en prosess som har preget flere institusjoner og samfunnet i sin helhet når han hevder at det er en prosess hvor samfunnet i stigende grad underlegges eller blir avhengig av mediene og deres logikk (Hjarvard 2008:28; Jamtøy 2011). På denne måten kan man tilegne mediene to egenskaper, en ved at de på den ene siden integreres i andre samfunnsinstitusjoners virke, og en annen ved at de opptrer som en selvstendig institusjon. ”Det er kommersialisering og profesjonalisering innenfor mediene som har bidratt til medialiseringen, men den er blitt utvidet til å gjelde en tenkemåte og handlingslogikk i samfunnet generelt” (Jamtøy 2011:20).

En av områdene som har blitt kraftig forsterket etter medialiseringen av politikken er kommentarjournalistikken. Den har fått en mye større rolle i dagens presse enn den hadde tidligere, og økningen av politiske kommentatorer i pressen har vært markant de senere årene (Albæk et.al 2011). Den økte kommentarjournalistikken beskrives som en følge av medialiseringen blant annet fordi mediene fikk sterkere selvbevissthet og større redaksjonelle ressurser. I tillegg har mediene fått en økt adgang til publikum. På denne måten har derfor mediene styrket sin posisjon i forhold til de politiske aktørene. Kommentatorene regnes å være journalistenes A-lag (Jenssen 2007:11). Det har vært en del kritikk til bruken av politiske kommentatorer som fremstilles som ”eksperter” på politisk nyhetsstoff i media. Den tidligere danske statsministeren, Lars Løkke Rasmussen, tok til orde for kritikken så snart han fikk jobben i 2005, og kritiserte sterkt medienes bruk av eksperter og politiske kommentatorer. Kritikken hans gikk ut på at politisk journalistikk hadde beveget seg mot å fokusere på selve den politiske prosessen i stede for å fokusere på innholdet i politikken, noe han mente skyldtes medienes økte bruk av eksperter, bedrevitere, politiske kommentatorer og lignende (Albæk et.al 2011:45).

4.2.1 Hvilke følger har en politiske medialiseringen for demokratiet?

Endringene i medienes rolle i det politiske systemet har vært meget omdiskutert, og hoveddiskusjonen har gått på hvorvidt politikken *virkelighet* faktisk gjenspeiles i det politiske nyhetsstoffet. Waldahl (2001) argumenterer for at medievidningsteknikkene fører til at mediene ikke bare påvirker publikums forståelse av politikken, men også politikernes utforming av den. Han mener at den politiske diskursen har utviklet seg i en retning der det politiske spillet, taktikken og prosessene i seg selv tilsynelatende er viktigere i mediene enn politikken og det gode politiske argument.

Mediene fremhever ofte hvem som står mot hverandre, sterkere enn hva de er uenig om, hvem som møtes sterkere enn hva de diskuterer, og hvilken timeplan som følges, sterkere enn saken innholdsmessig utvikler seg [...] Faren er med andre ord at politikerne overlater mye av det politiske initiativ til mediene, og ikke utøver det politiske lederskap velgerne har valgt dem for å utøve [...] på den måten påvirker mediene ikke bare publikums forståelse av politikken, men også politikernes utforming av den. (Waldahl 2001:279).

Ved å legge til grunn dette, kan det virke som at store deler av norsk politikk faktisk utformes av mediene og ikke av partiene selv, de utøvende politikerne som vi selv har valgt til å sitte med makta. Todal Jensen (2007) snakker om den såkalte nypolitikkteorien. Han nevner at Norris snakker om tesen om ”medieubehaget” og ”en god sirkel.” Dette innebærer at

1) økt mediekonsum stjeler tid fra aktiviteter som øker den politiske kompetansen og den politiske deltakelsen, og at fordummende underholdning hemmer utviklingen av sosial kapital, 2) mediene gir et systematisk forvrengt bilde av virkeligheten ved at nyheter må være salgbare, oppmerksomhetsvekkende og negative og 3) valgkampdekningen i dag gir velgerne svake beslutningsgrunnlag fordi mediene fokuserer på spillet og fordi mediene og politikernes mål for kommunikasjonen – å overtale og å underholde – er ulike og dels uforenelige. Den gode sirkelen innebærer at de som følger valgkamper og nyhetsmedia mest, har også mest kunnskap, mest tillit og de deltar mest (Jenssen 2007:18-19). Jenssen skriver videre at ”politikkens medialisering bidrar til å gjøre partene mer ensartede og til å forsterke en eksisterende tendens til at partiene satser på å repetere et snevert utvalg argumenter” (Jensen 2007:19).

Kent Asp har diskutert fire mulige maktsituasjoner i relasjonen mellom journalister og politikere, som igjen baserer seg på to kriterier; om det er politikeren eller journalisten som har kontroll over stoffet, og på hvilken måte journalisten har frihet til å bearbeide og dermed tolke stoffet. ”Journalistens makt øker med muligheten for bearbeiding og tolkning av materialet [...] og med journalistens kontroll over nyhetsmateriale relativt til kildenes – det vil si politikernes - kontroll (Jenssen, 2007:11). A. Daniel C. Hallin og Paolo Mancini mener at det demokratisk korporative mediesystem har to motstridende kjennetegn som gjerne kan sies å være en videreutvikling av annen teori om politisk kommunikasjon. De mener man også må se på at mediene bærer preg av «høy grad av journalistisk profesjonalitet og autonomi – selv om staten også er en sentral medieaktør» og at man har «fremdeles innslag av politisk parallellisme – selv om journalistikk ikke lenger er underlagt partiene» (Roppen og Allern 2010:21). De mener at journalistikken skal være selvstendig og ikke et instrument for andre aktører, noe som står i motsetning til teorier som sier at de er en aktør vis-a-vis politiske systemer. De beveger seg også inn på mediens samfunnsansvar, og normativ medieteorier er en høyst relevant teori for å dekke hvordan mediene tror det er, kontra hvordan det egentlig er. Hallin og Mancini mener også at journalistisk profesjonalitet ikke handler om journalistisk kvalitet, utdanningsnivå eller hvordan man kommer seg inn i yrket, det handler mer om kontrollen over sitt eget felt. Med dette menes at det finnes et uskrevet prinsipp om at det skal være en armlengdes avstand mellom staten og redaksjonene, til tross for at staten er tilskuddsgiver til pressen og har direkte eierskap på kringkastingen, og dermed er en sentral medieaktør (Roppen og Allern 2010:21).

4.3 Medienes rolle i offentligheten

Innenfor medievitenskapen finnes det mange ulike teorier og tilnærminger om hvilke roller mediene bør ha i samfunnet, og hva deres plass i samfunnet og demokratiet bør være. I følge Brurås (2000:30) har pressen ”en demokratisk og kulturell rolle – som samfunnsformidlere, som overvåker og som arena for en samfunnsdebatten som er så helt nødvendig i et demokrati.” Videre mener han at det forutsetter at mediene er uavhengig institusjoner som myndigheter, næringsliv og andre maktsentra for å kunne oppfylle denne rollen. Diskusjonen går jo nettopp på hvorvidt pressen faktisk er uavhengig, eller om de fordrer spesifikke politiske alternativ til å være den regjerende makt i landet. I *begrepet* å være fri og uavhengig, legges det føringer for at den politiske kontrollen av avisene er fraværende. I betydningen av begrepet i denne oppgaven, vil jeg heller si at det som ligger til grunn er avisenes egne tanker om deres rolle i demokratiet. Ved at de er hevder at de er fri og uavhengig, så mener de at de ikke føler noe ansvar for å dekke partiene på lik måte, eller at de må dekke et parti på en spesifikt måte. En fri og uavhengig presse trenger ikke nødvendigvis å være en a-politisk presse. Som jeg beskrev i kapittel 2, er det flere av analyseobjektene som har politiske plattformer de fortsatt forholder seg til i dekningen av politiske nyheter, og de norsk presse er underlagt en viss politisk styring også i dag. Pressen selv har formalisert samfunnsoppdraget blant annet gjennom Vær Varsom-plakaten (Jamtøy 2011). Samfunnsoppdraget er formulert allerede i første kapittel og innebærer følgende:

Tabell 4.1: *Vær Varsom-plakatens første paragraf som beskriver pressens samfunnsrolle.*

1. Pressens samfunnsrolle
1.1. Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.
1.2. Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.
1.3. Pressen skal verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri adgang til kildene. Avtaler om eksklusiv formidling av arrangementer skal ikke være til hinder for fri nyhetsformidling.
1.4. Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.
1.5. Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

Jamtøy siterer Odd Raaum (2003) som skriver at ”journalistiske idealer om å være upartiske, objektive, troverdige og rettferdige står sentralt, og journalistikkprofesjonen har forfektet

ideelle samfunnsoppgaver” (Jamtøy 2011:25). Statsmakten med regjeringen i spissen har også en liste over hva de mener er pressens samfunnsoppgaver. I den offentlige maktutredningen fra 1982 (NOU 1982:30) ramses det opp fire punkter under pressens oppgaver. Den første er *informasjonsfunksjonen*, som skal sikre at publikum får den informasjonen de trenger, slik at de skal være i stand til å ta stilling i viktige samfunnsspørsmål, og på samme måte sikre informasjonsflyten fra borgerne til politikerne. Den neste er *kommentarfunksjonen* som sørger for at pressen fra sitt ideologiske ståsted skal kommentere og analysere samfunnsforholdene. Den tredje funksjonen er *overvåkningsfunksjonen*, hvor pressen har ansvar for å granske og kontrollere makten og de med innflytelse i samfunnet. Den fjerde og siste funksjonene er *gruppekommunikasjonsfunksjonen*. For å oppfylle denne funksjonen må mediene fremme kommunikasjon innen, og mellom, politiske, faglige og ideelle grupper i samfunnet (Brurås 2006:31). Etter denne diskusjonen er det derfor relevant å se mediene som demokratiske institusjoner.

Medienes samfunnsansvar fremheves ved at mange hevder at pressen er ”den fjerde statsmakt”. Dette er et mye omdiskutert begrep som har vært brukt om pressens legitimitet, og som knyttes til ideer og normer om trykke- og ytringsfriheten, debatt og samfunnskritikk (Allern 2001:66). Det betyr også at nyhetsmediene skal være en motmakt til de ordinære statsmaktene ved å belyse overgrep og misforhold, og på denne måten fylle en viktig politisk oppgave. Opprinnelig var begrepet «den fjerde statsmakt» definisjonen på pressebenken i det britiske parlamentet. Pressen derimot tolket det likevel dithen at de var som en symbolsk statsmakt med rett og plikt til å kritisere de ordinære statsmaktene, nemlig lovgiverne, domstolene og regjeringen (Allern 2001:13). En av årsakene til gjennombruddet for tanken om pressen som en fjerde statsmakt var at de liberale ideene om journalistikkens betydning for den offentlige meningsdannelsen stadig fikk større oppmerksomhet (Roppen og Allern 2010:13). Roppen og Allern siterer Jan Ekecrantz og Tom Olsson (1990) som sier: ”en paradox: på en gång ses medierna som en statsmakt och en opposition mot en statsmakt; på en gång makt och motmakt” (Roppen og Allern 2010:13-14). En annen teori baserer seg på medienes betydning for samfunnet som en ”organisme.” Harold Lasswell representerer en av de mest kjent tradisjonene innenfor dette, med sin analyse av kommunikasjonsprosessens ”funksjoner” som baserer seg på at mediene skal foreta en ”*Overvåkning* av omverden, *samordning* av reaksjonene på det som skjer og *overføring* av den sosiale kulturarven”

(Roppen og Allern 2010:14). De kaller dette et biologisk inspirert perspektiv, med en mer normativ forklaringsmodell som ønsket å knytte ideal om hva mediene burde bidra med i samfunnet. Fred S. Siebert, Theodore Peterson og Wilbur Schramm publiserte i 1956 den mye siterte boken *Four Theories of the Press*, og representerer et innflytelsesrikt uttrykk for dette perspektivet. Den har blitt en klassiker innenfor presseteori, selv om den nok kan kalles ganske utdatert i forhold til dagens presse. Grunnen til at den har blitt sitert så mye er dens grunntanke om å del verdens mediesystemer i to hovedkategorier, de liberale og de autoritære systemer. I liberale mediesystem grep ikke staten i noen særlig gra inn i mediernes virksomhet, mens i de autoritære mediesystemene var mediene preget av statlig sensur og hindring av utgivelser, i tillegg til en rekke andre måter staten direkte styrte mediene på. Disse to ble igjen delt opp i hver sin underkategori, hvor sosialt ansvarlig var en videreutvikling av det liberale systemet, og en sovjetkommunistiske presseteorien forklarte hvordan mediene fungerte i Sovjetunionen under det autoritære styret der (Skogerbø 2008:41). Skogerbø påpeker at det ikke nødvendigvis kan gjøres så enkelt som å dele mediesystemene inn i de fire kategoriene til Siebert, Peterson og Schramm. Hun påpeker videre at mediene i de fleste land på en eller annen måte er underlagt en viss statlig styring¹³ med ulike grader av frihet og egen styring, til tross for at man har ideen om en fri og uavhengig presse. Mediestøtten, regler for ytringsfrihet, egen rasismeplakat og regler for allmennkringkastingen er eksempler på dette i Norge. Siebert, Peterson og Schramms presseteorier har vært kritisert for å være en sammenblanding av empiriske observasjoner, historiske generaliseringer og løsrevne teoretiske utsagn (Skogerbø 2008). Det finnes som vi ser, ulike teoretiske perspektiv om hvordan man skal se pressens samfunnsrolle, og i følge Sjøvaag (2010:37) henviser man til pressens kontraktsforhold i henhold til normative eller kritiske dimensjoner. Spesielt viktig for denne studien er en normativ medieteorie, som beskriver hvordan mediene bør opptre i offentligheten.

4.3.1 Teorier innenfor mediernes rolle i offentligheten

Den første jeg vil beskrive er normativ medieteorie, som Eli Skogerbø (2008:39) beskriver som ulike syn på hva mediernes rolle bør være, og Jamtøy (2011a:37) refererer til Matthew Kiernan som snakker om en "implisitt kontrakt" mellom borgerne og pressens som baseres ut fra en felles forståelse om hva som utgjør god journalistikk.

¹³ På hvilken måte styringen av mediene kommer, avhenger av hvilket styresett det er i landet.

Dennis McQuail har i sin bok *Mass Communication Theory* diskutert de tidlige teoriene fra Siebert, Peterson og Schramm, og videreutviklet disse til en mer samtidig standard. Han beskriver i første omgang normativ medieteorier som internt utvalgte formål, og forventninger utenfra om hvordan de bør opptre (McQuail 2005:163). Han mener at myten om den frie pressen fortsatt eksisterer fordi mediernes eiere har interesse av å videreføre denne tradisjonen (2005:177). Han påpeker også mangelen ved teoriene og utvikler derfor de eksisterende kategoriene. Det første er den liberalpluralistiske, eller markedsmodellen, som er basert på det liberale systemet. Denne ser på mediene med en viss frihet, og individets behov, og definerer den offentlige interessen som hva som interesserer offentligheten. Mediene har her en markedsverdi som spiller en minimal rolle for staten. Den neste modellen han presenterer er den sosialt ansvarlige, hvor man snakker om mediernes samfunnsrolle i noen grad, i tillegg til at den skal ha en viss frihet. Staten vil her i noen grad gripe inn i mediernes virksomhet. Den tredje teorien er den profesjonelle modellen. Her er det journalistikkens profesjonalitet som råder. Til sist er den alternative modellen, hvor man snakker om det som ikke er mainstream, det uvanlige systemet. Denne delen hevder han viser den reelle følelsen av fellesskap, hvor rettighetene til subkulturer kommer frem (McQuail 2005:185-186). For å sette Norge inn i et av McQuails systemer vil jeg si at vi befinner oss nok i den andre modellen, hvor vi har en viss grad av statlig styring på mediene og noe frihet, i tillegg til at mediene har et samfunnsansvar som informatører. De fleste land har lover som regulerer mediene på en eller annen måte, men ikke alle kommer innunder det samme systemet som Norge.

I følge Strömbäck et.al (2008) så mener A.Daniel C. Hallin og Paolo Mancini (2004) at det finnes et demokratisk korporativt mediesystem hvor de blant annet plasserer Norge og de øvrige nordiske landene inn under (Strömbäck et.al 2008). Dette systemet har to motstridende kjennetegn som gjerne kan sies å være en videreutvikling av annen teori om politisk kommunikasjon. De mener man også må se på at mediene bærer preg av ”høy grad av journalistisk profesjonalitet og autonomi – selv om staten også er en sentral medieaktør” og at man har «fremdeles innslag av politisk paralellisme – selv om journalistikk ikke lenger er underlagt partiene» (Roppen og Allern 2010:21). De mener at journalistikken skal være selvstendig og ikke et instrument for andre aktører, noe som er motstridende med teorier som sier at de er en aktør vis-a-vis politiske systemer. De beveger seg også inn på mediernes samfunnsansvar, og normativ medieteorier er en høyst relevant teori for å dekke hvordan mediene tror det er, kontra hvordan det egentlig er. Hallin og Mancini mener også at

journalistisk profesjonalitet ikke handler om journalistisk kvalitet, utdanningsnivå eller hvordan man kommer seg inn i yrket, det handler mer om kontrollen over sitt eget felt. Med dette menes at det finnes et uskrevet prinsipp om at det skal være en armlengdes avstand mellom staten og redaksjonene, til tross for at staten er tilskuddsgiver til pressen og har direkte eierskap på kringkastingen, og dermed er en sentral medieaktør (Roppen og Allern 2010:21). Helge Østbye og Toril Aalberg (2008) har diskutert hvorvidt man faktisk kan plassere Norge innunder denne tradisjonen, og de kom fram til at nyhetsaviser innenfor noen nivåer av journalistisk profesjonalitet passer innunder betegnelsen demokratiske korporative land. Når det kommer til politisk parallellisme derimot, tok det lengre tid før norske aviser frigjorde seg fra partiene enn i andre land, og de mener at man fortsatt i noen aviser kan se at de har klare koblinger til politiske ideologier og noen enda færre som fortsatt er tilkoblet spesifikke parti (Østbye og Aalberg 2008:100). Hvorvidt dette stemmer er jo det jeg ønsker å undersøke i studien, og nettopp derfor er det så interessant å ta med den demokratiske korporative teorien. Nå vil jeg videre til rollen mediene spiller i valgkamp, og spesifikt vil jeg belyse om det er forskjell på lokalvalg og stortingsvalg.

4.4 Pressens rolle i valgkamp

Valgkampen blir stadig viktigere, og de har endret seg i forhold til hvem som har størst innflytelse over innhold og forløp (Aardal et.al 2004:17). Tidligere var det i hovedsak politikerne selv som satte dagsorden, mens man nå ser i mye større grad at kommunikasjonen har fått mange flere aktører. Mediene gjør dette ved å fortelle om politikkens innhold og aktører, de er mer skeptiske til de politiske aktørene, og de «oversetter» kompliserte tekster fra spesialfelter til allmennheten. «Slik sett former mediene viktige deler av den offentlige mening om politikk, næringsliv, kultur og vitenskap» (Aardal et.al 200:17). Utover disse tre bærende aktørene, er det en rekke andre aktører som også påvirker den politiske kommunikasjonen. Politiske kommentatorer, eksperter, forskere, goodwill-ambassadører, interesseorganisasjoner og mange flere har også fått innflytelse på valgkampens kommunikative forhold (Jønsson og Larsen 2002). Politikerne bruker enorme ressurser på å markedsføre seg i valgkamp. I følge Rasmus Jønsson og Ole Larsen (2002:10) planlegges valgkampen lenge også i partiene. De ulike aktørene spiller ulike roller på ulike tidspunkt. På selve valgdagen er velgeren hovedpersonen som må ta stilling til hvem man vil skal styre landet eller kommunen man bor i, mens under valgkampen forøvrig spiller velgeren en minimal rolle. Da er det partiene og politikerne som er viktige i en tredje hovedaktør,

massemediene. Massemedienes rolle er å formidle og fortolke det politiske budskapet, og gjør dette til dels på sin egen måte, uavhengig av partienes meninger om hva som burde være på dagsorden (Narud og Valen 2004).

I alle valgkamper er det viktig å tenke på at man har tre ulike typer dagsordener, politikernes, mediernes og velgernes. Den første forteller noe om hvilke saker partiene ønsker å fremme under valgkampen, mens mediene legger vekt på hva de vil skrive om, og publikums dagsorden forteller om hvilke saker folk er opptatt av (Narud og Valen 2004:61). Det politikerne ønsker seg i en valgkamp, er ikke bare at mediene fokuserer på ”deres” saker, de ønsker også å være synlige i mediebildet slik at velgerne blir kjent med deres politikk og hva de står for. Derfor er de mer synlige i saker som partiet bryr seg om, og som fremstår som viktige i dagens politikk (Wahldal og Narud 2004:190).

Naturlig nok vil de politiske sakene som er oppe i en lokalvalgkamp variere noe i forhold til i en stortingsvalgkamp. Birgit Røe Mathisen (2010:57) fremhever lokalavisenes samfunnsoppdrag som å være talerør for den lille mannen i gata, og hun mener at de faktisk framstår som dette i større grad enn de store mediene, fordi de i større grad slipper vanlige folk til i spaltene. Etter undersøkelser hun har gjort med ansatte i noen lokalaviser i Nord-Norge har hun funnet at ”lokalismen” ligger helt opp i redaksjonene, og lokaljournalistenes ser på deres rolle som at de skal både binde samfunnet sammen og bygge opp identitet og tilhørighet, samtidig som den skal sette lokalsamfunnet under lupen (Mathisen 2010:50).

4.5 Oppsummering av teorien

Medialiseringen danner grunnlaget for at valgkampene i dag foregår på den måten de gjør, mens normativ medieteorier beskriver pressens rolle i demokratiet. Jeg vil derfor videre i oppgaven bruke disse teoriene til å vise hva pressen selv mener er deres samfunnsoppdrag å se dette i sammenheng med den reelle dekningen av valgkampen, og på denne måten svare på problemstillingene. Jeg vil forsøke å belyse hvorvidt det finnes regionale forskjeller på dekningen, og hvorvidt dekningen varierer ut i fra avisens størrelse. Kapittel 5 baserer seg på teorier om pressens samfunnsrolle og vil se denne i sammenheng med hva de selv mener om den. Kapittel 6 belyser den reelle valgkampdekningen og bruker teori fra pressens rolle i valgkamp, samt hvordan deres rolle i demokratiet kommer frem i de to analysene.

5 Avisenes visjoner

Det første analysekapitlet beskriver funnene fra intervjuene. Målet med intervjuene var å forsøke å belyse hvordan redaksjonene selv mente de hadde dekket den aktuelle valgkampen og hva de mener er avisenes funksjon i valgkamp, for så å kunne belyse hvordan de faktisk gjorde det. I kapittel 6 vil jeg diskutere funnene fra intervjuene i forhold til funnene fra innholdsanalysen. Jeg baserer meg på en hypotese om hver av de fem avisene, slik at jeg også kan diskutere funn fra Dagsavisen og Klassekampen.

5.1 Redaksjonene

I starten av intervjuene ville jeg kartlegge hvor mange som jobbet spesifikt med valgkamp i hver avis for å se på prioriteten av valgkampsstoff i de ulike avisredaksjonene. I de tre intervjuavisene er det store forskjeller på dette området, men man må ha i bakhodet at de er veldig ulike i både størrelse og profil. I Aftenposten har de ti ansatte i Politisk Avdeling som daglig jobber med politiske nyheter, i tillegg til at det jobbes med politikk også fra blant annet innenriksredaksjonen og økonomiredaksjonen. I en pågående valgkamp er det enda flere som skriver politiske nyheter, og på nett er det to som jobber dedikert med politisk nyhetsstoff til en hver tid (Mathismoen, intervju 20.09.12). Til sammenligning har iTromsø ingen journalister som primært jobber med politikk, men dette legges over på de som jobber med samfunnsstoff. Heller ikke i valgkamp er det faste journalister som jobber med de politiske nyhetene, det deles utover alle ansatte (Skoglund, intervju, 10.09.12). I konkurrenten Nordlys er det to personer som til en hver tid jobber dedikert med politisk nyhetsstoff, i tillegg til at avisen har flere faste ansatte i blant annet næringslivs- og samfunnslivsredaksjonen som jobber med politikk innenfor disse områdene. I tillegg til dette er det tre-fire årsverk i nyhetsredaksjonen som i det daglige går til å produsere politiske nyheter. I valgkamp nedsetter Nordlys en egen valgredaksjon, og i følge Opdahl ble dette også gjort i valgkampen 2011. Opdahl mente at denne valgredaksjonen besto av fem årsverk, men han påpekte følgende: ”det er jo alltid sånn i en nyhetsredaksjon hvor folk går i turnus og jobber på forskjellige sektorer, og med et nyhetsdøgn som ikke er statisk og ikke det politiske livet heller, at det da er sånn at det også er andre som da kommer inn og bidrar.” (Opdahl, intervju, 03.09.12). For å kunne kartlegge hvordan Dagsavisen og Klassekampen forholder seg til politisk nyhetsstoff, foretok jeg et søk på deres nettaviser. Her fant jeg at

Klassekampen har minst to faste journalister på politikk, mens Dagsavisen har en egen redaksjon som heter Nyheter og politikk. Det jeg må ta høyde for i funnene her, er at det ikke står hvorvidt disse journalistene jobber både på papir og nett, og at disse spesifikke antallene kan gjelde bare på nett. Likevel er det trolig også i papiravisene faste ansatte i politiske avdelinger.

5.2 Fri og uavhengig – eller politiske plattformer

fortsatt?

Jeg ønsket videre å vite hvordan redaksjonene selv mener de står i forhold til diskusjonen om hvorvidt det faktisk er en fri og uavhengig presse i Norge, hva deres tidligere politiske plattform var, og hvilket forhold de har til denne nå. Aftenposten var tidligere regnet som en mer konservativ avis, og sympatiserte åpent med de borgerlige partiene i norsk politikk. I følge Ole Mathismoen har de et klart ståsted i forhold til dette i dag. ”Aftenposten har jo aldri vært en partiavis, men var nok en langt mer markert borgerlig avis tidligere, er ikke det i dag i det hele tatt. Vi er en fri avis på alle vis, som vi alltid har vært, nå også innholdsmessig, og føler ikke mer tilhørighet til den ene eller den andre siden” (Mathismoen, intervju, 20.09.12). Han sa videre at Aftenposten går etter de viktige, oppsiktsvekkende og overraskende nyhetene i politikken. Han hevdet det er svært viktig for Aftenposten å virke fri, spesielt i valgkamp, hvor de er ekstra påpasselig med å ikke få slagside til verken den ene eller den andre siden i politikken.

[...] det har vært valgkamper hvor Høyre har vært rasende på oss, og Arbeiderpartiet har vært rasende på oss, men det er fordi at nyhetsbildet har vært sånn, at det har vært naturlig å ha journalistikk som de føler at går mot dem. Men det er innholdet i sakene, og overhodet ikke noe om partiene eller hvem som er i regjering (Mathismoen, intervju, 20.09.12).

Han sa også at han ikke tror den generelle leseren oppfatter Aftenposten som en Høyre-avis lengre, fordi det ikke er noe verken i lederartiklene eller kommentarene som tilsier at de fortsatt er det.

iTromsø ble stiftet som et organ for Venstre, men i følge Jørn-Christian Skoglund ble den partipolitiske biten borte for lenge siden, og han mente at avisen i dag har et klart partipolitisk uavhengig syn i dag. Nordlys ble opprettet i 1902 som en motvekt til iTromsø, for at også Arbeiderpartiet skulle komme til uttrykk i byen. I følge Opdahl kom løsrivelsen fra partiet på

1980-tallet, mens avisen på midten av 1990-tallet inngikk i A-presse-konsernet. ”[...] men posisjonen som partiorgan er jo opphørt for veldig, veldig lenge siden” (Opdahl, intervju 03.09.12). I følge Tjelmeland (2004) kom vendingen av avisens partifisering inn med regionalisme på slutten av 1980-tallet, slik jeg beskrev det i kapittel 2.4.4. Hvis jeg derfor baserer meg på at Tjelmelands opplysninger er korrekte, så er det ikke veldig veldig, lenge siden at partitilhørigheten i Nordlys sto sterkere enn de selv kanskje trodde. Opdahl fremhevet dog avisenes sosialdemokratiske grunnsyn som fortsatt ligger i deres holdninger.

For det redaksjonelle virke, altså i forhold til nyhetsformidling kan du si, analysen av samfunnet, så er vi helt fri og uavhengig og tydelig på det. Det ville være historieløst hvis vi sa at vi som avis ikke har et sosialdemokratisk grunnsyn i våre holdninger når vi kommer med anbefalinger om utvikling av samfunnet på lederplass, i gitte kommentarsituasjoner også videre. Så det ville være feil å si at vi ikke har noe av den arven med oss, men vi er helt frifalt fra partiet, og det tilhører egentlig en historie langt, langt, langt tilbake (Opdahl, intervju, 03.09.12).

Det han sier er at de historiske grunnholdningene ligger innebyggende, men at i nyhetsformidlingen så er Nordlys fri og uavhengig og har et klart standpunkt på at slik skal det være. Hvorvidt dette er tilfelle vil den kvantitative innholdsanalysen ta for seg.

5.3 Dagsordensetting og politisk påvirkning

Videre ble intervjuobjektene spurt om viktigheten av avisenes dagsordensetting i valgkamp, og hvordan de på denne måten eventuelt kan påvirke lesernes valg. Det ble også spurt om de hadde trykket spesifikke henvisninger til et gitt politisk alternativ, slik Dagsavisen gjorde valgdagen i 2009. Dagsordensetting er viktig i pressen både ved at de fungerer som agendasendere og som agendasettere, som beskrevet i kapittel 3. Med bakgrunn i dette var det derfor interessant å høre hvordan og på hvilken måte avisene selv ønsket å sette dagsorden. Spørsmålet som ble stilt til intervjuobjektene var ”Hvor mye tenker dere på dagsordensetting i valgkamp?”

Aftenposten fokuserer mye på dette, og i følge Mathismoen er det viktigste i dagens presse å sette fokus på det de synes er viktig for samfunnet. I tillegg ønsket de at de skal synes i samfunnsdebatten, og påvirke med de sakene de tar opp. ”Det er veldig viktig for oss, det er på en måte målene med veldig mange av sakene våre, at vi skal forsøke å sette opp politisk debatt-dagsorden den dagen, og dagen etter, med de sakene vi går for, og slår opp” (Mathismoen, intervju 20.09.12). Han sa videre at det i en lokalvalgkamp naturlig nok er de lokale sakene som avgjør hvilke saker man trykker, noe som igjen ofte er vanskelig for

Aftenposten, siden de i stor grad er en regionsavis. Dette fører til at de i større grad har det han kaller for informasjonsartikler. Aftenposten trakter etter hele tids å få frem sannheten i en sak, og at de har mest mulig korrekt informasjon, som igjen ofte kan være oppsiktsvekkende for folk.

Når debatten tyder på å rase om for eksempel sykehjem, så går vi inn også gransker vi hvordan det egentlig er på sykehjemmene, enten det er i Oslo eller andre steder, og bruker det som eksempler for å få frem rene nyheter rundt det, om hvordan virkeligheten er. Altså det er veldig viktig for oss å få frem sannheten om hvordan det egentlig er, ikke hekte oss på svartmalingen fra opposisjonen eller den rosenrøde beskrivelsen fra de som da er i regjering.

Aftenpostens ønske er i følge Mathismoen først og fremst å la leserne selv vurdere hvilket parti man ønsker å forholde seg til, noe som gjerne gjøres ved å sette tall og fakta sammen.

Jørn-Christian Skoglund i iTromsø mener at det å sette dagsorden er veldig viktig, og ser på det som deres jobb å opplyse og ta opp det som er aktuelt for leserne. Han har et klart eksempel på dagsordensetting i deres avis i forkant av valgkampen i 2011. Det var på den tiden en del politikere som ønsket å sette opp bomringer rundt Tromsø sentrum, noe som ville avskjære mange av Tromsøs beboere. iTromsøs dekning av saken førte til at de aktuelle politikerne ikke turte å gå for dette alternativet under valgkampen, i frykt for lave valgresultater. ”Det oppfatter jeg som et av de bedre eksemplene de senere årene på å sette dagsorden. Det ville jo ikke skjedd dersom iTromsø ikke dekket saken” (Skoglund, intervju 10.09.12). Han ville ikke utdype så mye om hvordan avisen fikk vite om denne saken, annet enn at den kom som følge av god jobbing og ”gjennom helt ordinære kilder” (Skoglund, intervju 10.09.12).

Nordlys har en uttalt ambisjon om å forsøke å sette dagsorden. For å få til det bruker de tid og krefter på å gjøre research etter en problemstilling. Dette blir gjort ved at de oppsøker politikere, og også folk, hvor meningsmålinger har blitt et hyppig brukt verktøy for å kunne belyse hva folk mener. På den måten kan de fremkalle en debatt. I følge Anders Opdahl er dagsordensetting viktig for at de som betalte medier skal ha en – og for at de skal rettfærdiggjøre deres – plass i demokratiet i samfunnsutviklingen som har vært. ”Vi brukte mer kraft til å komme med dagsordensettende saker, skape en kontekst i debatten. Gjør vi ikke det, så driver vi bare avgårde med strømmen og vi blir plutselig mindre viktig” (Opdahl, intervju, 03.09.12). Han påpeker også at digitaliseringen og konvergensen av nett og blogger kanskje fører til at det er viktigere enn noen gang at papiravisene bruker tid og krefter på en

dyptgående journalistikk, til tross for at det på langt nær er et digitalt anarki. Et eksempel fra valgkampen 2011 er at de brukte researchbasert journalistikk på, var å belyse hvordan det sto til med bassengene nordpå. De brukte meningsmålinger og kartla disse slik at de fikk dannet seg et bilde av virkeligheten som de deretter kunne skrive om i sin avis. Dette er en typisk sak i Nordlys, og som han mener de også gjorde høsten 2011 (Opdahl, intervju 03.09.12).

En av bakgrunnene for oppgaven nettopp forsiden til Dagsavisen fra valgdagen i 2009, og jeg ønsket derfor å belyse hvorvidt de andre avisene kunne være i stand til å gjøre noe lignende i deres avis for å påvirke deres lesere i den ene eller den andre retningen. Jørn-Christian Skoglund mente at iTromsø ikke har gjort noe lignende i hans periode i avisen, men han husker at enkelte medier gjorde det ved folkeavstemningen om EU i 1994, hvor de kom med anbefalinger for og i mot. Han mener man må være forsiktig med å påvirke på denne måten.

Det er klart at troverdigheta om at man skal være fri og uavhengig svekkes om man kommer med en sånn anbefaling. Det skulle være veldig spesielt om vi skulle komme med en slik anbefaling, men vi hadde nok ikke gjort det for at folk skulle velge Høyre, eller den borgerlige regjeringa i forhold til den rødgrønne (Skoglund, intervju, 10.09.12).

I følge Mathismoen har ikke slike ting blitt gjort i Aftenposten på veldig lenge, men forteller at tidligere anbefalte ofte lederartikkene at folk skulle stemme borgerlig eller Høyre. Per nå har avisen likevel satt standpunkt ved at man ikke lengre gjør slikt. Nordlys har heller ikke gjort hatt slike anbefalinger mens Opdahl har sittet som sjefredaktør, men det har blitt gjort nylig, og han utelukker heller ikke at de kan komme til å bli gjort igjen.

Det vi må se på er hvordan det politiske landskapet er, og som jeg sier til deg, nei vi er ikke, vi har ingenting med Arbeiderpartiet å gjøre lengre, for vi er en fri, helt fri aktør. Men det er jo sånn at vi har et utgangspunkt, en grunnplattform, og vi har noen holdninger, så det er klart at hvis det regjeringsalternativet som seiler opp, avviker radikalt fra det som vi som avis, eller som samfunnsaktør følger oss bekvem med, så er vi nødt til å si i fra om det. Hvis ikke så mener jeg at vi hadde gjort noe feil (Opdahl, intervju, 03.09.12).

Et slikt alternativ ville være begrunnelsen for et slikt valg, men påpeker at man må være forsiktig med å gå ut og råde leserne til å gå for ett spesifikt parti. Han påpeker videre at når han sier sosialdemokratisk så er det en ganske bred terminologi, og at de fleste partiene i Norge har et snev av sosialdemokrati i seg i sin tilnærming til samfunnet. Opdahl påpekte at dersom det noen gang skulle komme et alternativ som er blottet for den type holdninger som avisen står inne med, og at avisenes kraft er så stor, så er det deres ansvar å si i fra. "Hvis et sånn alternativ dukker opp, er det å være kritisk til det på lederplass eller kommentarplass, fra

meg eller andre som bidrar på leder eller kommentarplass, det synes jeg vil være riktig” (Opdahl, intervju, 03.09.12).

I følge alle intervjuobjektene oppstår kontakten mellom politikerne og avisene oftest ved at politikerne kontakter avisen. I følge Opdahl merker journalister når det begynner å nærme seg valgkamp ved at det begynner å ringe stadig oftere, det kommer flere mailer, og politikerne er generelt mer på offensiven. Mathismoen fortalte at politikere kontakter Aftenposten mange ganger om dagen gjennom hele valgkampen, men at det er avisen som bestemmer hva de velger å legge vekt på. I Aftenposten bestemmer de allerede på våren hvilke saker de skal kjøre i en valgkamp på de forskjellige dagene. Dette er likevel noe fleksibelt, så om det oppstår store debatter eller lignende som de ikke hadde planlagt, så går de fort inn i de, selv om det mest stort sett er planlagt fra deres side. Ved å gjøre det på denne måten, har avisen evnen til å i stor grad være med på å legge dagsorden for valgkampen, og med det å bestemme hva som er viktig at kommer frem i en valgkamp. ”Det går på å etterprøve de viktigste satsningsområdene til den regjeringen som har hatt makten, og etterprøve løsningen til det eller de partiene som er størst i opposisjonen. Det er viktig for oss” (Mathismoen, intervju 20.09.12). Jørn-Christian Skoglund sa at også at til i Tromsø er det i størst grad politikerne som tar kontakten med avisen, men han mener dette er et resultat som gjenspeiler at de er mer interessert i hva folk har å si, enn hva politikerne har å si. Det er viktige i deres avis (Skoglund, intervju 10.09.12).

Mathismoen mente det at politikerne både ønsker å fremme deres sak og få spalteplass for å få påvirket gjennom avisen, er to sider av samme sak, og at det ikke er noen tvil om at de er ute etter å få sitt budskap frem så usminket som mulig. Men han påpekte at han slett ikke ser på dette som deres oppgave. Anders Opdahl sier følgende om saken:

Når du har en politiker på tråden, så vet du at vedkommende har en agenda, det hersker ingen tvil om det. Også er det nok sånn at vi er nok mer kritisk enn vi har vært før i forhold til klassisk utspill-journalistikk, fordi det er veldig, veldig mange utspill som kommer. Ikke har vi plass til alle, og den skal ha både en relevans og en substans tilstede før vi slipper de til, der har vi nok blitt flinkere de siste årene til å gjøre vurderinger om hva som faktisk er verdt å trykke og hva som ikke er verdt å trykke. (Opdahl, intervju, 03.09.12).

Disse vurderingene gjøres ut i fra for eksempel bredden på problemstillingen, hvor aktuell problemstillinga er over tid, hvor store samfunnsmessige konsekvenser det er snakk om, og om det er en sak som har debattpotensiale, i følge Opdahl. Saker som hele det norske

politiske landskapet er enig om er nok sjeldent like viktig som debatt-tema i det offentlige rom, mens andre, mer kontroversielle utspill nødvendigvis får større spalteplass. ”Sånn er jo på en måte journalistikkens natur, konflikten vil jo alltid være et underliggende element her, ikke sant” (Opdahl, intervju, 03.09.12). Også Skoglund fremhevet at de mer kurosiose sakene får mer oppmerksomhet i pressen, og at dette til dels skyldes mediene, og deres ønske om å få de store sakene.

I følge Opdahl henger avisens oppslutning og opiniondannning sammen med hverandre. I deres avis er ønsket derfor å ha brede, relevante og allmenngyldige problemstillinger, men han påpeker at kjerneoppdraget deres er å presentere vesentlige problemstillinger for lesermassen vår.

Jeg ville løyet dersom jeg sa at det aldri var kommersielle avveininger, eller breddeavveininger inne i vurderingen når man skal redigere et redaksjonelt produkt. Det vet alle, både journalister og redaktører, og andre som jobber i avis, at det er tilfellet. Det bærende er likevel selve samfunnsoppdraget, som også har en oppdragende rolle på lesermassen. (Opdahl, intervju, 03.09.12).

Valgkampen i 2011 ble litt annerledes enn den kanskje ville vært grunnet terrorhandlingene 22. juli samme år. Jeg stilte derfor intervjuobjektene spørsmål om de trodde valgkampen kunne forløpt annerledes dersom det ikke var for dette. Alle tre mente at det tematisk sett ble en annerledes valgkamp, og at ordlaget ble noe mer forsiktig enn ellers. I følge Mathismoen ville nok innvandring blitt et mye sterkere tema enn det ble. Ellers hadde han ikke formening om andre tema som ville vært mer diskutert, han fortsatte med ”Norge er jo et veldig snilt land, hvor politikerne er veldig enig om veldig mye, sånn at de politiske debattene i Norge er jo, selv om de kan virke tøffe, så er de jo veldig snille i forhold til hva de er i veldig, veldig mange andre land” (Mathismoen, intervju, 20.09.12). Han sa at debatten ofte går på om man skal ha private eller offentlige løsninger, og enda oftere, hvor mye penger man skal bruke på hva. Skoglund sa at i Tromsø han kunne ikke komme på spesielle journalistiske valg som ble gjort av saker de ikke kunne trykke i avisen, men han sa at hele tiden hadde hensynet til de pårørende og etterlatte i tankene. Opdahl på sin side fortalte om en sak som betegner at man endte opp med å styre unna de kanskje vanskeligste debattene. ”Det er ganske betegnende, bare et par dager før 22.juli så var det et par stemmer i fra Fremskrittspartiet her i Tromsø som skapte et skremselsbilde i en sånn multikulturell kontekst, av Tromsø. Etter 22.juli ville nok ikke disse politikerne gått ut med et sånn budskap, og vi ville neppe trykket det, basert på det som hadde skjedd” (Opdahl 03.09.12). Opdahl mente at dette var en kollektiv tilnærming

fra alle medieaktører hvor hele offentligheten og samfunnslivet som preget valgkampen førte til at det var en større anstendighet i den tonen som var under valgkampen som følge av dette. Ole Mathismoen sa at det ikke er utenkelig at grunnen til at Fremskrittspartiet gjorde et dårlig valg i fjor kan skyldes at nettopp innvandring og integrering ble et nesten fraværende tema i valgkampen, siden dette er en av deres kjernesaker. Han påpekte at sånn sett var det heldigvis en kommunevalgkamp, hvor forhåpentligvis lokale saker var ganske viktige blant folk (Mathismoen, 20.09.12).

5.4 Partidekningen

Til tross for at partipressen hevdes å være avviklet, er det interessant å se om avisene selv mener at også partiene har fulgt etter, og jeg stilte derfor intervjuobjektene spørsmål om hvorvidt det var ett parti som tok kontakt oftere enn andre, og om avisen oftere henvender seg til spesifikke parti. Alle informantene var i bred enighet om at det ikke er ett spesielt parti som kontakter de oftere. ”De er like hele gjengen, og det er jeg veldig glad for. Så det er en bred flora som henvender seg til Nordlys” (Opdahl, intervju, 03.09.12). Skoglund fortalte at det er viktig i deres avis at de har en jevn fordeling av hvilke parti de skriver om. ”Vi prøver å være veldig forsiktige, nettopp fordi vi vil være partiuavhengig” (Skoglund, intervju 10.09.12).

Jeg ønsket å finne ut hvorvidt det var sammenheng mellom partienes dekning og deres oppslutning, og stilte derfor spørsmål til informantene om hvorvidt de trodde det kunne sees i kontekst. Skoglund sa at for de var det klart at det er mer relevant å kontakte Arbeiderpartiet og Høyre for å høre deres syn på en sak, i forhold til et annet parti, og at størrelsen på partiet på denne måten er avgjørende for dekningen av de ulike. Samtidig må et parti være relevant for saken, for det er det som er den viktige i det store og det hele. ”Men samtidig så kan vi ikke legge skjul på at vi vet at noen er lettere å få tak i, og ofte ringer vi jo. Hvis en person ikke svarer, så ringer man nok ikke mer enn to ganger før man gir opp, og heller ringer noen man vet vil stille opp i pressen” (Skoglund 10.09.12). Han påpekte at dette ikke er et stort problem, men at det kan skje, og da må man bare gå videre på lista.

Opdahl på sin side fremhevet at folk ser på Nordlys som en profesjonalisert medieaktør, en offentlig plattform for kommunikasjon, og at dette er grunnlaget for at folk henvender seg til de, uten at det har noe med tidligere partitilhørighet å gjøre. Han sa videre at det er forskjeller

mellom organisasjonene, og at noen har dyktigere kommunikasjonsmedarbeidere enn andre, og at det ofte blir sånn at disse har lettere for å nå ut til offentligheten enn andre, og dermed oftere kommer på trykk.

Det går både på den individuelle politikerens kvalifikasjoner i utgangspunktet, og hvilke kommunikasjonsegenskaper vedkommende har, men det er heller ikke noe tvil om at det partiene, både Høyre, Fremskrittspartiet og Arbeiderpartiet som har profesjonaliserte partiapparater har lettere for å nå ut med politisk budskap enn andre (Opdahl, intervju, 03.09.12).

Han ville også si at det antakelig vil være en sammenheng her, og han mente det sannsynligvis gjenspeiler seg på landsbasis, at de partiene som har minst økonomi, også er de som sliter med å nå fram, mens politikere i Høyre, Aftenposten og Fremskrittspartiet etter hvert har blitt fryktelig profesjonalisert i sin kommunikasjonsform. Tidligere var det nok ikke like store forskjeller, og han mente dette sannsynligvis skyldes noe av den nye rådgiververkeligheten som skyller inn over politikken og mediene.

Også Mathismoen sa at sakenes innhold er viktige, og at disse er interessante. For de i Politisk Avdeling er det ikke noe mål om at alle partiene skal ha like mye spalteplass, selv om man kanskje tenkte på dette for tjue år siden. ”Det er klart at hva Jens Stoltenberg sier, som er statsminister og største partiets leder, er viktigere enn hva lederen i Venstre sier og hva venstrepolitikere rundt omkring synes og mener” (Mathismoen 20.09.12). Det som for øvrig er viktig for avisen er at de får kommentarer fra alle partier på ulikt vis. Han sa også at det har vært mange saker i valgkamper hvor det har vært småpartier som har vært i sentrum av saken, og da har det vært kjørt enten én dag, eller over flere dager. Hovedinntrykket av en valgkamp, mener han, er likevel at de tre-fire største partiene, eller de partiene som på en måte sitter mest på vippen, vil være mer i fokus. ”Men for eksempel i forrige stortingsvalgkamp så er det klart at du hadde et større fokus på Venstre og KrF om hvilket regjeringalternativ de ville gå for, enn du hadde på innholdet i politikken deres” (Mathismoen 20.09.12).

5.5 Oppsummering av intervjuene

Jeg har gjort mange interessante funn i intervjuene som jeg nå tar med meg og diskuterer opp i mot funnene i den kvantitative innholdsanalysen. Det som er viktig å nevne, er at dette kapitlet er basert rent på funnene, og på langt nær er kildekritisk. Dette vil jeg heller ta for meg i diskusjonen av intervjuene sett i sammenheng med funnene fra innholdsanalysen.

6 Valgkampdekningen

Er pressen fri og uavhengig eller er den politiske tilhørigheten fortsatt synlig i dekningen av valgkampen 2011? Dette kapitlet går igjennom funnene fra den kvantitative innholdsanalysen, og diskuterer disse opp mot funnene fra intervjuanalysen. Målet med analysen er å belyse hvorvidt avisene virkelig er fri og uavhengige eller om Paul Bjerkes utsagn fra 2001, hvor han hevder at avisenes partihistorie fortsatt spiller en viktig rolle i den partipolitiske profilen også i dag, fortsatt er gjeldende. Analysen ønsker også å se på hvilken måte samfunnsansvaret og samfunnsrollen kommer frem i avisenes dekning. Diskusjonen vil foregå underveis i kapitlet, og jeg vil til slutt oppsummere det med et eget underkapittel hvor jeg svarer på problemstillingene ut i fra funnene.

6.1 Total dekning av valgkampen

I de nordiske landene er avisene fortsatt en viktig del av nyhetsbildet, spesielt i forbindelse med valgkamper. Til tross for utviklingen i mediene de senere tiår, ansees de fortsatt som viktige politiske arenaer (Allern 2007:1). Analysen baserer seg som sagt på et utvalg av fem aviser med ulik bakgrunn og størrelse, og totalt er 830 artikler gjenstand for den kvantitative innholdsanalysen. En prosentvis oversikt av den totale dekningen i avisene ser slik ut:

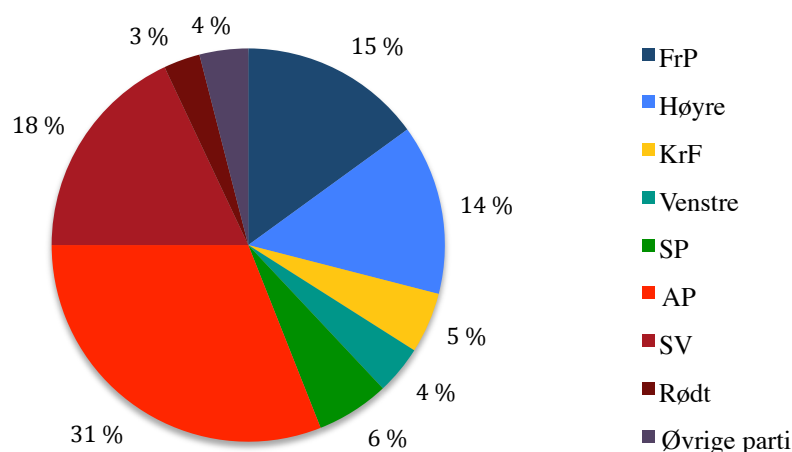
Tabell 6.1: Avisenes dekning av valgkampen i prosent

Avisene	Dekning
Aftenposten	18%
Dagsavisen	19%
Klassekampen	23%
Nordlys	23%
iTromsø	17%

Tabellen viser at Klassekampen og Nordlys hadde flest artikler, med 23 % hver av datamaterialet i den kvantitative innholdsanalysen. Aftenposten og Dagsavisen sto for 18 %, og iTromsø hadde færrest artikler med 17 % av materialet. Hvilke partier som fikk mest spalteplass er interessant for å etterhvert kunne belyse forskjeller mellom de fem avisene. Figur 6.1 viser den prosentvise dekningen av hvert parti, totalt sett i analysen. I teorikapitlet

skrev jeg at det er vanlig at regjeringspartier og de største partiene i opposisjonen får bredere dekning enn de mindre partiene, og det er interessant å se om dette er riktig eller ikke.

Figur 6.1: Prosent av den totale partidekningen i de fem avisene under valgkampen i 2011. Regnet ut i fra at man tar bort kategoriene Flere konkurrerende parti, Flere samarbeidende parti og Ikke Klassifiserbart

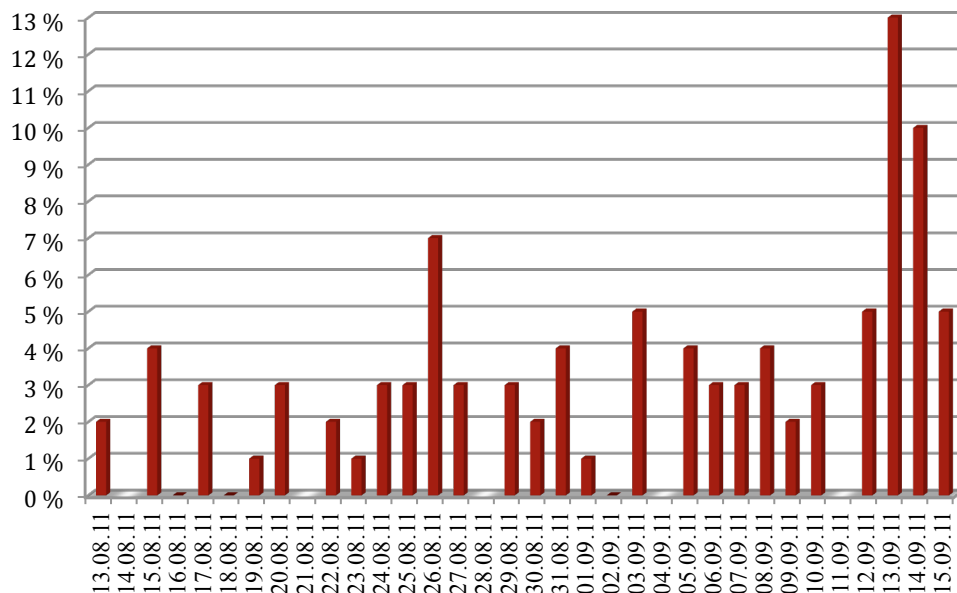


Figuren viser at Arbeiderpartiet er hovedparti i langt flere artikler enn de andre partiene med hele 31 % av dekningen. Med bakgrunn i teorien stemmer dette godt overens både ved at regjeringsparti dekkes hyppigst og at de største partiene får mest dekning. Ole Mathismoen i Aftenposten bekrefter at avisen mener at det er viktigere hva Jens Stoltenberg, leder for det største partiet og statsminister i landet mener, enn hva Venstrelederen mener om en sak (Mathismoen, intervju, 20.09.12). Det at Ap er det største regjeringspartiet er ikke den eneste årsaken til at partiet ble dekket såpass mye mer enn de andre partiene. I kapittel 1 redegjorde jeg for hvordan valgkampen 2011 ble annerledes på grunn av terroraksjonen som rammet regjeringkvartalet og AUFs sommerleir på Utøya 22. juli samme år. Arbeiderpartiet ble sterkt rammet av aksjonen, og dermed ble valgkampen litt mer spesiell for Ap enn for de andre partiene. Dekningen av terror som valgkamptema vil jeg komme tilbake til i del 6.2.

Figur 6.1 viser videre at regjeringssamarbeidspartner Sosialist Venstreparti (SV) var hovedparti i nest flest artikler i totaldekningen (18%). Teorien om regjeringspartienes dekning bekreftes av dette, men med tanke på SVs lave oppslutning ved valg de senere årene, var det litt uventet at antallet artikler var såpass høyt. Det tredje regjeringspartiet, Senterpartiet, gjorde totalt sett et bedre valg enn SV (tall hentet fra regjeringen.no), men

hadde en mye smalere dekningsandel. Sp karakteriseres gjerne som et typisk distriktsparti, og på grunn av at utvalget baseres på by-aviser, kan dette være en av årsakene til at dekningen av partiet er noe lavere enn det kanskje ville ha vært i områder hvor partiet har større oppslutning. På grunnlag av dette ville det kanskje vært mer forbausende om dekningen av Sp var større i utvalgsavisene. Til tross for alle overnevnte faktorer er det likevel interessant å gå inn i materialet for å se på årsaker til at SV var det nest mest dekkede partiet, og såpass mye større enn både Høyre og Fremskrittspartiet som er de største partiene i opposisjonen. En graf av partiets totale dekning ser slik ut:

Figur 6.2: Dekningen av SV under valgkampen i 2011



Umiddelbart skjønner man at en av årsakene sannsynligvis skyldes at partiets daværende leder, Kristin Halvorsen, etter valget opplyste at hun ville gå av som leder for partiet ved deres neste landsmøte som følge av den lave oppslutning SV fikk. Frem til valgdagen 12. september var dekningen av partiet relativt jevn. Dagen etter toppet det seg med over dobbelt så mange artikler enn partiet tidligere hadde hatt. Klassekampen og Dagsavisen hadde begge slått opp nederlaget og de meldte Halvorsens avgang på deres forsider 13. september, i tillegg til at Aftenposten hadde en forsidenotis hvor det sto "Halvorsen går – SV på lederjakt" (Aftenposten 13.09.11). Aftenpostens hovedoppslag denne dagen var et stort bilde av Høyreleder Erna Solberg med overskriften "Høyres jubelkveld". Også iTromsø fokuserte på Høyres suksess i Tromsø, mens Nordlys presenterte valgets vinnere og tapere, og hvem som

satt igjen som aktuelle ordfører kandidater i Troms etter det de kalte ”valgthrilleren” (Nordlys 13.09.11).

Venstre og Kristelig Folkeparti hadde relativt lav dekning i de fem avisene i analyseperioden. Dette kan nok i hovedsak skyldes at de er blant de minste partiene når det kommer til oppslutning og at avisene i størst grad har vært interessert i hvem de vil komme til å samarbeide med etter valget. I tillegg mangler de kanskje, i likhet med Sp, de store ”medieprofilene” som de største og mest profilerte partiene har, slik jeg diskuterte i kapittel 4. Medieprofiler representerer politikere med gjenkjennelighet hos leserne, karisma og utstråling, og de virker gjerne troverdige. De fire største partiene har, når det kommer til pressedekning i analyseperioden, anerkjente medieprofiler som avisene ofte har på trykk. Carl I. Hagen (FrP), Jonas Gahr Støre (Ap), Heiki Holmås (SV) og Oslo-ordfører Fabian Stang (H) er eksempler på kjente politiske mediepersonligheter som figurerer i mediene, i tillegg til partilederne.

Høyre gjorde et brakvalg i 2011, og så mye som 31 % av Høyres totale spalteplass i analyseperioden var gitt til å dekke Høyres oppslutning både ved meningsmålinger og i etterkant av valget. Til sammenligning gikk kun 9 % av dekningen av Venstre til å dekke deres oppslutning. Funnene mine viser at Høyres toppmåling kom 10. september, og ved å gå tilbake til den aktuelle datoen kan jeg se dette i sammenheng med at Høyre har rekordhøy oppslutning på meningsmålingene i Tromsø. Nordlys sin forside underbygger funnet med overskriften ”Jubelmåling for Jens Johan & Co”. Jens Johan Hjort var Høyres ordfører kandidat i Tromsø ved valget i 2011, og var den som endte opp med ordførerkjedet etter valget.

Fremskrittspartiet hadde 15 % av den totale dekningen. Det relativt høye tallet kan forklares ut i fra at FrP sitter i opposisjonen, og de er regjeringens mest synlige politiske motpart ved at deres meninger ofte ligger langt fra regjeringspartienes meninger. Jeg delte den totale dekningen inn i borgerlige parti og rødgrønne parti for å belyse forskjellene i dekningen av de to. I den borgerlige gruppen er partiene FrP, Høyre, KrF og Venstre, mens de rødgrønne inkluderer Sp, Ap og SV. I tillegg har jeg valgt å ta med partiet Rødt i denne gruppa, på grunn av deres stilling på venstresiden i norsk politikk. En prosentfordeling av disse to gruppene viste meg at totalt sett var de borgerlige partiene representert i 38 % av artiklene; en prosentfordeling som er kun sju prosent høyere enn dekninga av Arbeiderpartiet alene. De

rødgrønne partiene representerte derfor 58 % av det totale antallet artikler i datamaterialet i analyseperioden. Det er flere årsaker til at forskjellen mellom de er såpass stor. For det første dekkes partiene i maktposisjon oftere enn opposisjonspartiene. Dersom jeg for eksempel hadde gjort en analyse av de to Bergens-avisene Bergenstidene og Bergensavisen, ville Høyre sannsynligvis vært langt mer profilert fordi byen har vært blå i mange år. Så det er selvsagt at det politiske bildet spiller inn. I tillegg vil man tilegne dekningen av Aps valgkamp etter terroraksjonen og Halvorsens kunngjørelse av at hun ville gå av, som årsaker til at de rødgrønne dekkes langt oftere enn de borgerlige. På grunn av at det politiske bildet var som det var i valgkampen, er det derfor relevant å se på dekningen i de ulike avisene for å belyse eventuelle forskjeller med tanke på tidligere partitilhørighet, størrelse og lokalitet.

6.2 Partidekningen i hver av de fem avisene

Denne delen peker på likheter og ulikheter i hver avis når det gjelder partidekningen. En tabell av dekningen av de enkelte partiene ser slik ut:

Tabell 6.2: Prosentvis partidekning i hver av avisene under valgkampen i 2011

	Aftenposten	Dagsavisen	Klassekampen	Nordlys	iTromsø	Total
FrP	11 %	12 %	11 %	7 %	10 %	10 %
Høyre	8 %	4 %	4 %	13 %	17 %	9 %
KrF	1 %	1 %	6 %	3 %	4 %	3 %
Venstre	1 %	2 %	2 %	4 %	6 %	3 %
SP	5 %	4 %	2 %	4 %	4 %	4 %
AP	13 %	24 %	20 %	22 %	23 %	21 %
SV	12 %	16 %	15 %	6 %	11 %	12 %
Rødt	1 %	1 %	3 %	4 %	1 %	2 %
Øvrige parti	0 %	1 %	3 %	3 %	4 %	2 %
Flere konkurrerende parti	28 %	23 %	19 %	26 %	13 %	22 %
Flere samarbeidende parti	6 %	3 %	7 %	2 %	1 %	4 %
Ikke klassifiserbart	15 %	9 %	7 %	8 %	7 %	9 %
Total	18 %	19 %	23 %	23 %	17 %	100 %

Først og fremst er det viktig å påpeke at den totale prosenten per parti fraviker fra resultatene fra Figur 6.2. Dette skyldes at jeg i denne tabellen har valgt å ta med kategoriene *Flere konkurrerende parti*, *Flere samarbeidende parti* og *Ikke klassifiserbart*.

Det første man legger merke til er at det er langt færre artikler som omhandler *Flere samarbeidende parti* enn *Flere konkurrerende parti* i samtlige aviser. Grunnen til dette er at avisene ikke fokuserer på like meninger men heller på konflikt mellom de ulike partiene. Kritisk journalistikk innebærer ofte å sette meningene opp mot hverandre, og dette er synlig i funnene.

Det er noe variasjon i antallet artikler som omhandler hvilket parti, men som tabellen over viser, er ikke forskjellen i deknningen på de tre største partiene like store i Aftenposten som i de andre avisene. En av grunnene til dette, kan være problemer med utvelgelsen av datamaterialet slik jeg beskrev i kapittel 3. I de andre avisene er det relativt store forskjeller i deknningen av de ulike partiene. I Aftenposten kan vi se at Ap ble dekket i 13 % av artiklene, mens SV var hovedparti i 12 % av artiklene og FrP i 11 % av artiklene. Høyre, som er det største partiet i opposisjonen ble kun dekket som hovedparti i 8 % av artiklene. Det er overraskende at Høyre fikk såpass lav dekningsandel i landets største avis. Hvis man ser tilbake på avisens tidligere partitilhørighet, så er den ikke representativ når det kommer til deknningen. Likevel skal det ikke trekkes noen konklusjoner på dette område allerede, men det er interessante ting å ta med seg videre i analysen.

I Dagsavisen var Arbeiderpartiet det klart største partiet når det kom til dekning, med 24 % av artiklene. SV er nest størst med 16 %, FrP med 12 %, og kun 4 % av deknningen gikk til Høyre. Det var samme dekningsandel som Senterpartiet fikk i avisen. Arbeiderpartiet innehar derfor dobbelt så mange artikler som hovedparti i Dagsavisen enn Fremskrittspartiet.

Dekningsandelen er uten tvil med på å løfte riktigheten i hypotesen, men denne tendensen ser man også i de andre avisene, hvor andelen er relativt likt fordelt. Et av de mest interessante enkeltfunnene gjorde jeg i Dagsavisen på selve valgdagen 12. september 2011. På lederplass presenterer avisen overskriften ”Stem rødgrønt”¹⁴ og de skriver videre at til tross for at det har vært en kort og annerledes valgkamp, så har partiene fått vist velgerne hva de står for. Uthevingen i teksten er ”Høyre og Frp har sittet i byråd i åtte år. Det er på tide med et skifte”, og de avslutter artikkelen med ”I Oslo mener vi at Ap og SV har det beste programmet og de rette folkene til å ta over styringen av byen [...] Det er på tide med et skifte. Vi oppfordrer våre lesere til å stemme på Ap eller SV” (Dagsavisen 12.09.11:2). Det er levner ingen tvil om

¹⁴ Vedlegg 4

at denne artikkelen er en klar oppfordring, og at avisen på en måte fortsatt har sitt redaksjonelle hjerte på venstresiden av politikken. En annen ting som er svært interessant med denne teksten er at det tredje partiet i koalisjonen, Senterpartiet, ikke er nevnt i artikkelen. Begrunnelsen for dette er nok med all sannsynlighet at Sp ikke er et veldig synlig parti i Oslo. Det betyr i midlertid ikke at Dagsavisen favoriserer de to andre regjeringspartiene fremfor Sp. Ettersom avisen fokuserer på maktskiftet spesifikt i Oslo, får man også belegg for å kunne kalle avisen en regionsavis for Oslo-regionen, slik den tidligere er beskrevet. Artikkelen sier en del om ønsket Dagsavisen har for å påvirke. Aviser har en egen evne til å kunne påvirke publikum fordi leseren i større grad enn i for eksempel i radio- og tv-mediet har mulighet til å gå tilbake til innholdet og la det feste seg skikkelig. Til tross for denne klare oppfordringen, som gjør det lett å trekke konklusjoner om avisens tilhørighet er det fortsatt interessant å se om resten av analysen kan avdekke at dette er gjennomgående for Dagsavisen i *hele* valgkampen eller om denne spesifikke artikkelen kan sees på som et siste og eneste forsøk på å påvirke deres lesere.

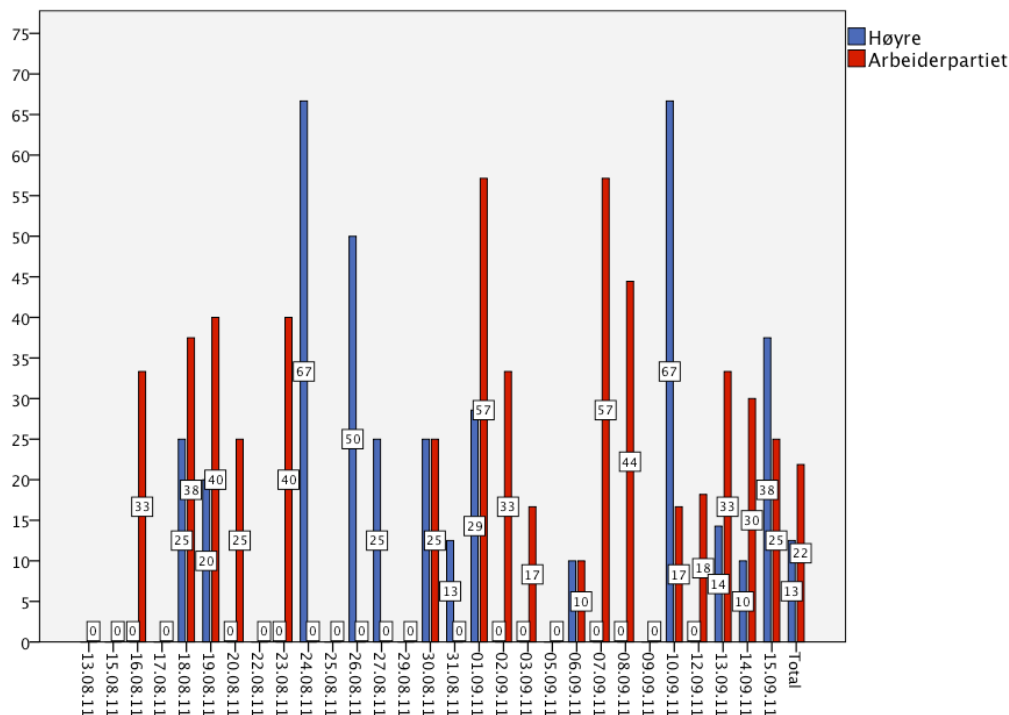
Analysen avdekket at også i Klassekampen var Arbeiderpartiet det største partiet med 20% av deknningen. SV sto for 15 %, FrP 11 % og Høyre kun 4 % av artiklene. Klassekampen hadde en gjennomgående dekning av valget i Trondheim i analyseperioden. En av grunnene til dette er mest sannsynlig det faktum at Trondheim er en av de få storbyene som fortsatt lå an til å være rødgrønn også etter valget. Arbeiderpartiet har lenge hatt maktposisjonen i byen, og det er ikke noe i meningsmålingene i forkant av valget som tilsa at de ikke fortsatt kom til å være det. Den kanskje viktigste årsaken til at avisen valgte å følge valgkampen i byen, kan forklares ut i fra at Klassekampen ønsker å være en nisjeavis. For å kunne opprettholde dette må de derfor nå ut til et bredere geografisk område, og når man ser på opplaget deres de siste årene er de en av få aviser som fortsatt øker, til tross for teknologiske nyvinninger og økt konkurranse. Derfor, ved å følge valget i en annen by enn Oslo, blir avisen mer attraktiv for folk utenfor hovedstaden, og opplaget vil øke. Effekten Trondheimsdekningen hadde på dekningsprosenten, førte nok til at Arbeiderpartiet fikk en del flere artikler i avisen enn de kanskje ville hatt om Oslo-valget var det eneste hovedfokuset. Et påfallende funn som vi så i Tabell 6.2 er at i både Klassekampen og Dagsavisen får Høyre kun 4 % av deknningen. Det at verken Klassekampen eller Dagsavisen fra tidligere stadium har hatt tendens til å dekke de borgerlige partiene i særlig grad, kan kanskje sees på som en årsak til at Høyre får såpass lav dekningsandel i disse to.

En annen ting som er viktig å peke på i Klassekampen, er at Rødt bare får 3 % av artiklene. Dette setter spørsmålsteget ved avisens utsagn om at de er venstresidas dagsavis og partiet ville være oftere dekket her i forhold til totalen enn i de andre avisene. Med tanke på Rødt i det politiske bildet, spesielt i Trondheim hvor partiet har hatt en relativt sterk posisjon sammenlignet med andre store byer, er det påfallende at partiet ikke er mer dekket i Klassekampen enn de faktisk er. Kategorien *Øvrige parti* fikk like mange artikler, og i samtlige artikler hvor denne kategorien var kodet i Klassekampen, var det Miljøpartiet de Grønne som var hovedparti. KrF hadde en vippeposisjon i Trondheim i denne valgkampen, og på grunn av det var Klassekampen den avisen som dekket partiet flest ganger i forhold deres totale antall artikler.

I Nordlys var 22 % av artiklene kategorisert med Arbeiderpartiet, mens Høyre her var representert som det nest største partiet med 13 % av artiklene, en tendens som er svært ulik de tre regionsavisene. FrP ble representert som hovedparti i 7 % av artiklene, mens SV er representert i 6 % av artiklene. Her tror jeg mye av grunnen til ulikhetene skyldes nettopp dette at det er forskjeller mellom regionale og lokale aviser under et lokalvalg, og i Tromsø var det to klare kandidater til å vinne valget. På den ene siden var Arbeiderpartiet som allerede satt med makten, mens på den andre siden seilte Høyre opp som forhåndsfavoritter til å ta over makten i bystyret, sammen med FrP og Venstre. Sistnevnte var representert som hovedparti i 4 % av artiklene. SV, på sin side, har ikke en klar posisjon i kommunestyret i Tromsø, og dette kan ha vært en av grunnene til at de ikke ble dekket like ofte som i de store regionale avisene. Disse skriver i større grad om nasjonal politikk, og ikke like mye om kommunale maktposisjoner. Rødt ble dekket i 4 % av artiklene i Nordlys, noe som kan forklares ut i fra at avisen dekker konkurransen om stemmene i en mindre by hvor Rødt tidligere har vært større enn mange andre steder. Med tanke på at Nordlys tidligere var et organ for Arbeiderpartiet, er det lett å konkludere med at partiet også per 2011 fikk komme oftere til orde enn de andre partiene. På grunn av partiets posisjon i Tromsø i valgkampen, kan man ikke trekke noen konklusjoner før jeg har sett nærmere på tendensen i avisen, som kommer i kapittel 6.3. Å gjøre en mer inngående analyse av dekningen av Høyre og Arbeiderpartiet i Nordlys er interessant for eventuelt å gjøre funn som viser at Nordlys fortsatt har en viss tilhørighet til Ap. Grunntanken ligger i at dersom de har det, så går Høyres dekning opp i dagene etter valget som de vant, mens Arbeiderpartiets ville ha en jevnere

dekning gjennom hele valgkampen. Under foreligger en graf som viser dekningen av Ap og Høyre dag for dag i hele analyseperioden:

Figur 6.3 Prosentvis dekning av Arbeiderpartiet og Høyre per dag i Nordlys under valgkampen i 2011



Ut i fra grafen ser vi at dekningen av begge partiene var relativt jevn gjennom hele valget. Høyre fikk riktignok en oppsving lørdagen før valgdagen da de siste meningsmålingene var kommet. Figur 6.3 viser at de dagene Høyre var representert med store deler av de politiske artiklene, så hadde totalt sett Arbeiderpartiet ingen dager hvor deres representasjon i avisen totalt var like stor. Det er interessant å gå mer nøyaktig inn i analyse materialet de dagene hvor et parti er så kraftig representert for å se om det er noen spesielle årsaker til at partiet er skrevet så mye om den dagen. 24. august var det ikke mange politiske saker i avisen. Artiklene handlet generelt om Høyre, både kommunalt og på fylkesplan, men ingen spesifikk sak som fikk spesielt mye oppmerksomhet. Lørdag 10. september var derimot de siste meningsmålingene før valgdagen kommet, og Tromsø Høyre seilte opp som soleklar favoritt til å ta over makten i byen. Også på fylkesplan gikk Høyre kraftig opp siden forrige kommune- og fylkestingsvalgkamp, og lå til å få hele tre flere plasser på fylkestinget.

I iTromsø var 23 % av artiklene kategorisert til Arbeiderpartiet og 11% til SV. Tallene fra Arbeiderpartiet er relativt like som i de andre avisene, men i forhold til SVs dekning i Nordlys, er andelen av SV langt høyere i iTromsø, selv om SV ikke var et veldig synlig parti i by-politikken i Tromsø. Det som ikke på glemmes, er at det også redaksjonelt sett kan være ulikheter, ved at en avis har tettere bånd til spesifikke politikere enn andre. Dette kan både skyldes at journalisten har større kjennskap til det partiet eller politikeren, og at politikeren oftere henvender seg til en avis enn en annen. Denne faktoren er viktig å tenke på, spesielt ved å se på funnene fra intervjuene, hvor samtlige informanter påpekte at politikerne oftest kontaktet avisene.

Høyre har høyest andel av artiklene i iTromsø, hvor 17 % av de totale artiklene i avisen handlet om partiet, mens 10 % av artiklene var det FrP som sto for. Den høye dekningsandelen av Høyre skyldes nok det samme som i Nordlys, og kan forklares ut i fra de lokale forholdene til partiet i den aktuelle perioden, til tross for at dekningsandelen av partiet er ganske forskjellig i de to avisene. Tidligere var iTromsø et organ for Venstre, og fortsatt i valgkampen i 2011 var det her partiet oftest fikk uttale seg, og de sto for 6 % av artiklene. Dersom den borgerlige siden vant i Tromsø, ville Venstre vært en av samarbeidspartiene. Grunnen til at dekningsandelen var såpass høy i avisen kan like gjerne kan skyldes denne faktoren i stedet for å konkludere med at avisen fortsatt heller mot partiet i politiske spørsmål. Både Senterpartiet og Øvrige parti er representert som hovedparti i 4 % av artiklene. Også i denne avisen er flestparten av disse artiklene om Miljøpartiet De Grønne. Dette kan sannsynligvis forklares ut i fra at partiet var større på meningsmålingene og dermed opplevde et langt bedre valg enn de hadde gjort tidligere. Alle partiene går på valg på spesifikke tema, og det er interessant å se i hvilken grad disse kommer til syne i avisene.

6.3 Tema i avisene

Hvilket politisk tema som er tatt opp i artikkelen kan, i tillegg til å si noe om partienes valgkampsprogram, også si noe om avisenes prioriteringer i valgkamp. I teorikapitlet ble det beskrevet at det gjerne er noen tema som partiene velger ut som valgkampens hovedtema for den enkelte politiker eller det enkelte partiet. Derfor er det interessant å se på hvorvidt de samme temaene er gjennomgående i de fem avisene, og om det er synlige geografiske ulikheter.

Avisene er opptatt av å sette dagsorden, og dette gjør de nettopp ved å velge seg ut spesifikke tema som skal være gjenstand for store deler av valgkampen. Ole Mathismoen sa blant annet at Aftenpostens ønske om å sette dagsorden var målet med veldig mange av deres saker. At avisene er opptatt av å sette den politiske dagsorden i valgkamp kom også godt frem i intervjuene med både Nordlys og iTromsø. Nordlys-redaktør Anders Opdahl mente at dersom mediene ikke har som mål å sette dagsorden, driver de bare med strømmen. Avisene blir dermed mindre viktige. Det er derfor viktig å se om man kan belyse hvilke politiske tema avisene brukte for å sette dagsorden i valgkampen 2011, og hvilke parti som fikk uttrykt seg hyppigst i de ulike temaene. Jeg har valgt å dele opp i hvilke tema de fem avisene skriver om oftest, og målet er underveis å analysere funnene fra de ulike avisene opp i mot hverandre, for å se om man kan se geografiske forskjeller på temadekningen.

6.3.1 Tema i Aftenposten

Som en av Norges største aviser er det rimelig å tro at temaene vil variere noe i Aftenposten i forhold til de mindre avisene. Dette fordi Aftenposten gjerne har fokus på de store politiske spørsmålene ved at de skriver mer om norsk politikk som helhet og ut i fra et nasjonalt aspekt. Under følger en tabell av Aftenpostens tema i valgkampen i 2011, hvor fem kategorier er utelatt fra tabellen. Dette fordi fire av kategoriene er veldig små, mens den femte, *Ikke kvalifiserbart*, gir et intetsigende uttrykk for analysen, og dermed ikke er beskrivende for å forklare hvilke tema avisene satte på dagsorden. De fire andre jeg har valgt å utelate er Miljø/Klima, Innvandring, Landbruk/Fiske/Olje som alle sto for 1 % av artiklene, samt terror som var hovedtema i kun 0,7 % av artiklene. I intervjuene kom det fram at Aftenpostens Ole Mathismoen sa at innvandring sannsynligvis ville vært et mye større tema om det ikke hadde vært for terrorangrepet 22.juli, og dette blir jo i aller høyeste grad bekreftet i innholdsanalysen ved at variabelen var så sjeldent kodet at den ikke en gang fikk plass i tabellen.

Tabell 6.3: Politiske tema i Aftenposten ved valget i 2011. Tall i prosent. Kategorien Ikke klassifiserbart er utelatt på grunn av manglende relevans

Aftenposten	Valgkamp	Oppslutning	Kultur/ Frivillighet	Samferdsel	Utdanning/ Skole/ Barnehage	Næringsliv/ Økonomi/ Arbeid	Fattigdom	Helse/ Eldreomsorg	Eiendomsskatt	Øvrige
FrP	25.0%	19%	0%	6%	0%	6%	0%	0%	0%	31%
Høyre	17%	42%	0%	8%	8%	0%	0%	8%	8%	0%
KrF	0%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%
Venstre	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
SP	14%	14%	0%	29%	0%	0%	0%	0%	0%	14%
AP	21%	21%	5%	0%	0%	0%	0%	37%	5%	11%
SV	18%	24%	6%	0%	18%	0%	0%	6%	0%	29%
Rødt	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Flere konkurrerende parti	48%	10%	5%	2%	7%	10%	3%	5%	5%	3%
Flere samarbeidende parti	33%	22%	0%	0%	0%	0%	11%	0%	0%	11%
Totalt	32%	17%	3%	4%	6%	3%	2%	9%	4%	11%

Tabellen viser at kategoriene valgkamp og oppslutning er dekket hyppigst i Aftenposten. Artikler som ble kodet til kategorien valgkamp innebærer artikler som forteller hvordan partiene ønsker å vinne valget på en generell basis, uten at de tar for seg spesifikke saker, i tillegg til artikler om mediedekningen av valgkamp-stands, debatter og lignende. Denne kategorien stod for 32% av Aftenpostens totale dekning. Oppslutning stod for 17% av Aftenpostens dekning, og ble kategorisert der artikkelen omhandlet meningsmålinger og valgresultater i de påfølgende dagene etter valgdagen. Den hyppigst målte kategorien av politiske tema var Helse/Eldreomsorg som ble kodet i 9% av artiklene. Dette er ikke så veldig overraskende i en kommunevalgkamp, der dette ofte er tema som diskuteres mye av politikerne. Dette er også et av de områdene der de ulike partienes politikk er svært forskjellig. Det åpner for mange debatter og diskusjoner om temaet i avisene, og gir dermed avisene gode muligheter for å sette nettopp dette på den politiske dagsorden i valgkamp. Det er et utømmelig tema for avisene, og det finnes utallige vinkler man kan ha på artikler om eldreomsorg og helsevesenet. I intervjuet med Ole Mathismoen påpekte han nettopp at Aftenposten bruker eksempler på hvordan virkeligheten i eldreomsorgen og helsevesenet er, for å ikke bare høre på hvordan politikerne mener det er. Kategorien *Utdanning/Skole/Barnehage* var den nest største kategorien i Aftenposten, med 6 % av samtlige kodete artikler. Deretter var det andre typiske kommunevalgsaker som *Kultur/frivillighet* og *Eiendomsskatt* som fikk en del dekning. Også samferdsel, som er hyppig debattert i både kommunevalgkamp og i stortingsvalgkamp, fikk en del dekning i Aftenposten i perioden. Av artiklene som omhandlet Fremskrittspartiet var 25 % kodet som

Valgkamp og 19 % som Oppslutning. Deretter var 6 % av artiklene kodet som Samferdsel og 6 % som *Næringsliv/Økonomi/Arbeid*. Jeg synes det var ganske overraskende at ingen av artiklene som omhandlet *Eiendomsskatt* var kodet sammen med FrP, men jeg mener dette skyldes at Aftenposten er en avis som ikke i like stor grad fokuserer på de lokale forholdene. Høyre var kodet oftest sammen med Oppslutning, noe som sannsynligvis kan forklares ut i fra at partiet både var ventet, og til dels ble, valgets vinnere. De lå godt an på alle meningsmålinger i forkant, og fikk en god del artikler i dagene etter valget om deres suksess på landsbasis. Av politiske saker var de hyppigst nevnt i artikler kodet med *Samferdsel*, *Helse/Eldreomsorg* og *Eiendomsskatt* med 8 % på samtlige koder. Arbeiderpartiet figurerte oftest i artikler som omhandlet *Helse/Eldreomsorg*, med hele 37 % av deres artikler innenfor denne koden. *Valgkamp* og *Oppslutning* var de to nest største kategoriene til AP, med 21 % hver, og i tillegg var 5 % av artiklene om Ap om *Kultur/Frivillighet* og *Eiendomsskatt*. Av artiklene om Sosialistisk Venstre omhandlet 24 % *Oppslutning*. SV har ikke vært et stort parti på senere års meningsmåling, og også etter valgkampen ble det klart at det var et rekorddårlig valg for partiet, noe som igjen førte til at deres leder, Kristin Halvorsen, meldte at hun kom til å gå av ved neste landsmøte for partiet. *Valgkamp* representerte 18 % av SVs artikler, det samme gjorde *Utdanning/Skole/Barnehage*, antakeligvis mye på grunn av at nettopp Kristin Halvorsen var kunnskapsminister i regjeringen under valgkampen. Andre artikler om partiet handlet om *Kultur/Frivillighet* og *Helse/Eldreomsorg*. Det faktum at et parti sitter med en spesifikk minister, gjør gjerne at partiet figurerer ofte i artikler som omhandler nettopp dette saksområdet. Det kan vi se blant annet på artiklene om Senterpartiet, hvor hele 29 % av artiklene om partiet omhandlet *Samferdsel*, mens de samtidig satt på landets samferdselsminister, Magnhild Meltveit Kleppa. Lite overraskende er det også at halvparten av artiklene om Kristelig Folkeparti omhandler *Helse/Eldreomsorg*, et område som partiet er kjent for å ha konkrete planer for og som er en av deres viktigste valgkampsaker.

6.3.2 Tema i Dagsavisen

Temaene som var viktig i Dagsavisen¹⁵ er langt på vei de samme som i Aftenposten. Kategorien *Valgkamp* er representert med 30 % i Dagsavisen, og *Oppslutning* med 16%. Det var relativt store forskjeller på hvilke politiske temaer som ble tatt opp i avisen. Typiske lokalvalgkampstema som *Helse/Eldreomsorg*-kategorien står for hele 15 % av artiklene,

¹⁵ Vedlegg 6

mens eiendomsskatt bare sto for 3 %. Det er for så vidt litt overraskende at ikke *Eiendomsskatt* fikk større spalteplass i en lokalvalgkamp som dette, spesielt fordi Ap hevdet at de ikke ville kreve eiendomsskatt i Oslo dersom de kom til makten. Det man kan forklare det ut i fra, er at den offentlige diskusjonen ble lagt død på grunn av at Ap nettopp kom med disse utsagnene tidlig i valgkampen, og fordi avisen ikke hadde en konflikt å bygge påvalgte de å gi det mindre spalteplass. *Utdanning/skole/barnehage* fikk relativt mye spalteplass med 8% av artiklene, og *Kultur/frivillighet* fikk 7 % av artiklene. Det er ingen spesielt overraskende tall i denne delen, men kategorien *Terror* er ganske mye større i Dagsavisen enn i de andre avisene. 5 % av artiklene i avisen er kodet til kategorien, mens i Aftenposten er i underkant av 1 % av artiklene kodet til *Terror*. De to eneste partiene som alene er kodet sammen med terror er Ap og FrP. Arbeiderpartiet er naturlig nok selvsagt et av de partiene, da det var deres parti som ble utsatt for handlingene 22.07.11, og i tiden etter kom det en del pikante utsagn fra FrPs Carl I. Hagen som ble dømt nord og ned av Dagsavisen. På lederplass 15.08.11 kunne man lese overskriften ”Hagen holdt seg ikke på matta”¹⁶. Avisen skrev her at åpningen av valgkampen til Fremskrittspartiet ble gjort på en forskrekkende måte, etter at Hagen ønsket å få forgang i etterforskning mot terroristen, og at politiet brukte for mye ressurser på en sak som i følge Hagen allerede var oppklart. ”Hagen forskrekker oss. Vi har å gjøre med norgeshistoriens verste drapssak. Den kan ikke etterforskes som et simpelt tyveri” (Dagsavisen 15.08.11). Dagsavisen har dekket denne saken i mye større grad enn de andre avisene har, og jeg mener det finnes to klare grunner til det. Det ene er at Dagsavisen i noe større grad enn Aftenposten og Klassekampen fungerer mer som en ”lokalavis” for Oslo-regionen, og på denne måten dekker terroren sett fra en lokalavis sitt perspektiv. Det andre tror jeg nok ligger litt på at det var nettopp Arbeiderpartiet som ble angrepet, og jeg mener at Dagsavisen vil vise sin sympati med partiet de tidligere var eid av. Det som likevel er viktig å huske på er at de artiklene om terroren som jeg har tatt med i datamaterialet er de som går på valgkampen, og derfor kan kanskje Dagsavisens dekning av valgkampen også forklares ut i fra at de fortsatt har tilhørighet til Ap, og på den måten fremhever partiets sårbare posisjon og sorg i etterkant av valget. Dette blir for så vidt bare spekulasjoner, men det er en interessant tanke og delvis bekreftende av hypotesen. Mye av terrorstoffet, spesielt det som handler om FrP, handler også om innvandring, en kategori som kun var kodet i 2% av artiklene i Dagsavisen, men de ble kodet til terror, fordi det overordnede innholdet i artikkelen handlet om nettopp dette.

¹⁶ Vedlegg 5

6.3.3 Tema i Klassekampen

Klassekampen hadde i valgkampen i 2011 hovedfokus på to norske byer, Oslo og Trondheim, hvor de hadde egne politiske kommentatorer som skrev om valget her. Temaene¹⁷ som tas opp i avisen er også her *Valgkamp* (27 %) og *Oppslutning* (24 %) de største, deretter er det kategorien *Øvrige* med 16 % av deknningen, før *Næringsliv/Økonomi/Arbeid* viser seg å være det hyppigst dekkede politiske temaet i Klassekampen. Næringslivskategorien står for 10 % av artiklene i avisen, og det kan umiddelbart se ut som avisen har fokus på ulikhetene i arbeider, økonomi og i næringslivet. Et eksempel på en sak som er kodet sammen med denne kategorien er en nyhetsartikkel fra 07.09.11 hvor de skriver om at Ap vil sikre bygningsarbeidere mot sosial dumping og derfor tar lønnsansvar. Arbeiderpartiet er det største partiet innenfor denne kategorien, og det føles gammeldags og politisk korrekt nettopp dette. At selveste Arbeiderpartiet, partiet for arbeiderne, er hyppigst satt sammen med kategorien som omhandler nettopp jobb. Tabell 6.2 viser at Arbeiderpartiet er det partiet som får mest dekning i avisen, og med tanke på at denne kategorien er størst av alle politiske tema, er det lett å tenke seg at avisen kanskje ikke lengre er like rød som de var tidligere. Verdien fra klassesamfunnet står fortsatt gjeldende, og det er disse sakene avisen ønsker å fokusere på. Hvorvidt det er slik vil jeg være forsiktig med å konkludere med, men det er helt klart viktig å nevne som en mulig faktor.

Helse/eldreomsorg viser seg også i Klassekampen å være en viktig del av valgkampen, og kan vel kanskje sies å være det største temaet i den aktuelle valgkampen. Dette kan nok forklares ut i fra at det på mange måter er et lettere tema enn for eksempel innvandring, da de politiske alternativene er mye klarere innenfor hvert parti, og man vet at diskusjonen ofte går på hvorvidt det skal privatiseres eller ikke, slik også Mathismoen i Aftenposten påpekte i intervjuene. I Klassekampen var det kun 1 % av de kodede artiklene som ble kodet som *Terror*, det samme med *Utdanning/skole/barnehage*. På forhånd hadde jeg også trodd at kategorien *Kultur/Frivillighet* ville bli viet noe større plass enn den gjorde med kun 3 % av deknningen. Avisen fremstår som at den har et relativt ungdommelig preg, og man tenker derfor at både denne kategorien og *Miljø/Klima* (1 %) er ting yngre og ikke minst venstrevridde lesere har større fokus på.

¹⁷ Vedlegg 7

6.3.4 Tema i Nordlys

Temaene som var viktig i Dagsavisen¹⁸ er langt på vei de samme som i Aftenposten. Kategorien Valgkamp er representert med 30 % i Dagsavisen, og Oppslutning med 16%. Det var relativt store forskjeller på hvilke politiske temaer som ble tatt opp i avisen. Typiske lokalvalgkampstema som *Helse/Eldreomsorg*-kategorien står for hele 15 % av artiklene, mens eiendomsskatt bare sto for 3 %. Det er for så vidt litt overraskende at ikke *Eiendomsskatt* fikk større spalteplass i en lokalvalgkamp som dette, spesielt fordi Ap hevdet at de ikke ville kreve eiendomsskatt i Oslo dersom de kom til makten. Det man kan forklare det ut i fra, er at den offentlige diskusjonen ble lagt død på grunn av at Ap nettopp kom med disse utsagnene tidlig i valgkampen, og fordi avisen ikke hadde en konflikt å bygge påvalgte de å gi det mindre spalteplass. *Utdanning/skole/barnehage* fikk relativt mye spalteplass med 8% av artiklene, og *Kultur/frivillighet* fikk 7 % av artiklene. Det er ingen spesielt overraskende tall i denne delen, men kategorien *Terror* er ganske mye større i Dagsavisen enn i de andre avisene. 5 % av artiklene i avisen er kodet til kategorien, mens i Aftenposten er i underkant av 1 % av artiklene kodet til *Terror*. De to eneste partiene som alene er kodet sammen med terror er Ap og FrP. Arbeiderpartiet er naturlig nok selvsagt et av de partiene, da det var deres parti som ble utsatt for handlingene 22.07.11, og i tiden etter kom det en del pikante utsagn fra FrPs Carl I. Hagen som ble dømt nord og ned av Dagsavisen. På lederplass 15.08.11 kunne man lese overskriften ”Hagen holdt seg ikke på matta”¹⁹. Avisen skrev her at åpningen av valgkampen til Fremskrittspartiet ble gjort på en forskrekkende måte, etter at Hagen ønsket å få forgang i etterforskning mot terroristen, og at politiet brukte for mye ressurser på en sak som i følge Hagen allerede var oppklart. ”Hagen forskrekker oss. Vi har å gjøre med norgeshistoriens verste drapssak. Den kan ikke etterforskes som et simpelt tyveri” (Dagsavisen 15.08.11). Dagsavisen har dekket denne saken i mye større grad enn de andre avisene har, og jeg mener det finnes to klare grunner til det. Det ene er at Dagsavisen i noe større grad enn Aftenposten og Klassekampen fungerer mer som en ”lokalavis” for Oslo-regionen, og på denne måten dekker terroren sett fra en lokalavis sitt perspektiv. Det andre tror jeg nok ligger litt på at det var nettopp Arbeiderpartiet som ble angrepet, og jeg mener at Dagsavisen vil vise sin sympati med partiet de tidligere var eid av. Det som likevel er viktig å huske på er at de artiklene om terroren som jeg har tatt med i datamaterialet er de som går på valgkampen, og derfor kan kanskje Dagsavisens dekning av valgkampen også forklares ut i

¹⁸ Vedlegg 6

¹⁹ Vedlegg 5

fra at de fortsatt har tilhørighet til Ap, og på den måten fremhever partiets sårbare posisjon og sorg i etterkant av valget. Dette blir for så vidt bare spekulasjoner, men det er en interessant tanke og delvis bekreftende av hypotesen. Mye av terrorstoffet, spesielt det som handler om FrP, handler også om innvandring, en kategori som kun var kodet i 2% av artiklene i Dagsavisen, men de ble kodet til terror, fordi det overordnede innholdet i artikkelen handlet om nettopp dette.

6.3.5 Tema i iTromsø

I følge sjefredaktør Jørn-Christian Skoglund fokuserer iTromsø mer på effekten av politikken, og har på enkelte områder et markant større fokus på typiske lokalpolitiske tema enn både by-konkurrenten Nordlys og ikke minst de øvrige mer regionale avisene i analysen.

Tabellen ser slik ut:

Tabell 6.5: Dekningen av politiske tema i iTromsø under valgkampen i 2011. Tall i prosent

	Valgkamp	Oppslutning	Kultur/ Frivillighet	Samferdsel	Utdanning/ Skole/ Barnehage	Helse/ Eldre- omsorg	Terror	Øvrige
FrP	7%	4%	0%	20%	0%	44%	20%	4%
Høyre	15%	39%	0%	0%	31%	11%	0%	8%
KrF	5%	9%	20%	0%	0%	0%	0%	0%
Venstre	2%	0%	20%	0%	13%	0%	0%	16%
SP	2%	4%	20%	0%	0%	0%	0%	4%
AP	27%	17%	0%	20%	19%	11%	40%	36%
SV	7%	4%	0%	40%	19%	0%	40%	12%
Rødt	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Øvrige parti	5%	4%	0%	0%	0%	11%	0%	4%
Flere konkurrerende parti	12%	17%	40%	20%	6%	11%	0%	12%
Flere samarbeidende parti	2%	0%	0%	0%	0%	11%	0%	0%
Ikke klassifiserbart	10%	0%	0%	0%	13%	0%	0%	4%
Total	29%	16%	4%	4%	11%	6%	4%	18%

Tabellen for temainndelingen i iTromsø viser at også her er kategoriene Valgkamp og Oppslutning de største temaene, med til sammen 45 % av artiklene i avisen. Øvrige har også her en stor del av artiklene. Grunnen skyldes nok mye av det samme som i Nordlys, mangel på andre dekkende kategorier, i tillegg til at de kanskje kunne vært kodet innunder andre kategorier, og likevel passet der. Et eksempel på en artikkel som korrekt er kodet innunder øvrige er likevel en liten artikkel fra 06.09.11 hvor Jonas Stein Eilertsen (Venstre) går ut i en debatt om at flere konkrete ansatte på rådhuset var overflødige, og hvor han stiller spørsmål

ved deres relevans i et effektivt byråkrati. Flere av artiklene innenfor øvrige går også på det politiske systemet. Under valgkampen ble det bestemt at Tromsø kommune skulle gå over til en parlamentarisk styreform fra oktober 2011, og valgkampen dreide seg i noen grad om hvorvidt det skulle innføres eller ikke. Dette var en debatt jeg på forhånd av valgkampen ikke var klar over at hadde pågått i Tromsø, og på bakgrunn av dette kan det være en god årsak til at kategorien *Øvrige* ble såpass stor i både Nordlys og iTromsø. Hadde jeg hatt med en egen kategori for dette temaet, ville øvrige-kategorien sannsynligvis vært en god del mindre enn det den er etter at analysen er utført. De lokalpolitiske sakene som fikk mest dekning i avisen var *Utdanning/Skole/Barnehage* med 11 % av totalen. Det nest største politiske temaet som ble tatt opp i avisen, var *Helse/Eldreomsorg*, som jeg har beskrevet tidligere at ikke er overraskende med tanke på at dette er en lokalvalgkamp. Terrorsaker var like stor i iTromsø som både *Kultur/frivillighet* og *Samferdsel*, med 4 % av artiklene. Grunnen til dette kan kanskje forklares nettopp ut i fra hensynet til de lokale temaene, ved at de gjorde mange intervjuer med terrorofrene i nærmiljøet som nå var klar til å drive valgkamp, på tross at hva de hadde opplevd. Men valgkamp i media dreier seg ikke bare om hvilke tema som er oppe. Når man skal gjøre en nøyaktig analyse av valgkamp i mediene, må man også se på hvordan partiene vinkles i de ulike avisene.

6.4 Avisenes vinkling av de ulike partiene

Vinklingen som avisene har på de ulike partiene er svært relevant for å besvare problemstillingene, og funnene videre vil bli ansett som blant de viktigste i oppgaven. Når det kommer til kategorien kritikk er det viktig å understreke det som står beskrevet i kodeboka²⁰ og i kapittel 3 om at artiklene som er kodet sammen med kritikk ikke nødvendigvis er kritikk rettet mot partiet som står som hovedparti. Rundt 88 % av artiklene har likevel vist seg ved en mer konkret gjennomgang å faktisk gjøre det.

6.4.1 Vinkling i Aftenposten

Dersom Aftenposten skulle vise seg å fortsatt ha en borgerlig plattform, ville en tabell av vinklingen vært at avisen har gitt lite kritikk til de borgerlige partiene, og mer til de rødgrønne. Tabellen av vinklingen i Aftenposten viser oss derimot at det ikke er klare trekk ved den som gjør at man skulle tro slikt om avisen.

²⁰ Vedlegg 1.

Tabell 6.6: Vinklingen i Aftenposten under valgkampen i 2011 i prosent

	Partikritikk	Nederlag	Suksess	Ytringer om et parti	Partiets politikk	Informativ	Sitat fra kilde
FrP	18 %	50 %	9 %	0 %	12 %	4 %	0 %
Høyre	0 %	10 %	36 %	0 %	8 %	6 %	33 %
KrF	0 %	0 %	9 %	0 %	0 %	0 %	17 %
Venstre	0 %	0 %	9 %	0 %	0 %	0 %	0 %
SP	17 %	0 %	9 %	0 %	0 %	2 %	0 %
AP	17 %	10 %	9 %	25 %	15 %	7 %	33 %
SV	17 %	20 %	0 %	25 %	12 %	9 %	17 %
Rødt	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %	0 %
Flere konkurrerende parti	23 %	10 %	0 %	25 %	35 %	38 %	0 %
Flere samarbeidende parti	3 %	0 %	9 %	0 %	12 %	7 %	0 %
Ikke klassifiserbart	7 %	0 %	9 %	25 %	8 %	26 %	0 %
Total ut i fra 830 artikler	21 %	7 %	8 %	3 %	18 %	38 %	4 %

Tabellen viser oss at i Aftenposten er det ganske jevn fordeling av kritikk til de partiene som har blitt kodet sammen med kategorien Partikritikk. Nok en gang *kan* dette ha sammenheng med problemer i utvalget, men med tanke på at det er såpass store ulikheter både på Nederlag og Suksess er det ikke nærliggende å tro at det har noe med hverandre å gjøre i dette tilfellet. Ifølge tabellen er det flere konkurrerende parti som er kodet mest sammen med Partikritikk. De fleste av disse artiklene er basert på at et parti kritiserer et annet, som igjen kritiserer det første tilbake. Ved å legge opp en artikkel på denne måten, skaper avisen en konflikt som er interessant for leseren å følge, og som kan føre til at flere artikler kan bygge på denne debatten, slik Mathismoen sa at de ofte gjorde. Det enkeltpartiet som er kodet oftest sammen med kritikk, er med et knapt prosentpoeng, FrP, men like etter kommer både Sp, Ap og SV. At de tre sistnevnte partiene scorer høyt på kategorien *Partikritikk* er ingen overraskelse. Ap og SV er blant de partiene som har høyest dekningsandel, og siden disse tre er regjeringspartiene er det helt naturlig at avisenes etterprøvelse av partienes resultater fører til at de sakene som de ikke har lyktes i å fullføre siden forrige valgkamp, også er de samme sakene som fokuseres på i mediene. FrP på sin side får ofte mye kritikk i mediene fordi de på mange måter er det partiet med meninger som skiller seg mest fra de andre partienes meninger. De representerer en ny måte å tenke politikk på i Norge, og kanskje er mediene ikke vant til å håndtere deres sterke meningsytring, og i noen tilfeller, pikante saker ennå.

Høyre er ikke kodet sammen med Partikritikk i noen artikler, noe som er litt merkelig med tanke på deres størrelse i opposisjonen. Til sammenligning er de kodet i 36% av artiklene som omhandler Suksess, et mye høyere antall Suksess-artikler enn noen andre parti. Siden Aftenposten til nå i analysen virker å være en relativt profesjonalisert avis, er det ikke nærliggende å tro at dette skyldes tilhørighet til Høyre, men mer kan forklares ut i fra Høyres oppslutning ved dette valget. Hadde studien basert seg på Stortingsvalgkampen i 2005, ville nok resultatene vært ganske annerledes, siden partiet den gang ikke på langt nær var av en slik størrelse de var i 2011. Resten av suksess- artiklene er fordelt jevnt med 9% til FrP, KrF, Venstre, Sp og Ap. Ingen av disse partiene gjorde et veldig godt valg i 2011, og det ser man gjenspeiler seg i Aftenpostens dekning. Det partiet som fikk helt klart flest artikler om deres nederlag, var FrP. Halvparten av artiklene som omhandlet kategorien Nederlag var kodet til partiet. Partiet gjorde riktignok et relativt mye dårligere valg enn meningsmålingen våren 2011 viste, men de var slett ikke de største taperne i valget. Det var det jo SV som var, og derfor skulle en tro at dekningen av deres nederlag ville vært på mer enn 20%, slik den var i Aftenposten. 10% av nederlags-artiklene var kodet sammen med Høyre, men det betyr nok ikke at disse artiklene i noen form representerer Høyres nederlag i valgkampen, men at Høyre ikke fikk gjennomslag for en sak de gjerne ville hatt, men som andre parti vant fram.

38% av artiklene i Aftenposten er Informative. Dette innebærer at avisen informerer om partienes arbeid, og jevnt over er partifordelingen i denne kategorien lav. Den kategorien som har fått flest artikler av informativ art, er Flere konkurrerende parti. Artikler som er kodet med disse to kodene, er gjerne artikler hvor avisen informerer om strid mellom to parti i en sak, og lignende.

6.4.2 Vinkling i Dagsavisen

Når man gjør en analyse av Dagsavisen og har hypotesen i fra kapittel 1 i minne er det mange ting man forventer seg i forhold til hvilke partier som vil bli negativt vinklet, og hvem som blir positivt vinklet. Men før jeg går nærmere inn på det, legger jeg ved tabellen om vinklingen i Dagsavisen.

Tabell 6.7: Partivinklingen i Dagsavisen under valgkampen i 2011. Prosentuerte tall.

	Partikritikk	Nederlag	Suksess	Ytringer om et parti	Partiets politikk	Informativ	Sitat fra kilde
FrP	29 %	9 %	0 %	0 %	6 %	6 %	33 %
Høyre	7 %	0 %	13 %	0 %	6 %	0 %	0 %
KrF	0 %	0 %	6 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Venstre	0 %	0 %	6 %	0 %	6 %	0 %	0 %
SP	7 %	0 %	6 %	0 %	3 %	2 %	0 %
AP	5 %	9 %	44 %	25 %	44 %	26 %	0 %
SV	10 %	64 %	6 %	25 %	13 %	15 %	33 %
Rødt	0 %	0 %	0 %	13 %	0 %	0 %	33 %
Øvrige parti	0 %	0 %	6 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Flere konkurrerende parti	24 %	18 %	13 %	38 %	19 %	27 %	0 %
Flere samarbeidende parti	5 %	0 %	0 %	0 %	3 %	2 %	0 %
Ikke klassifiserbart	12 %	0 %	0 %	0 %	0 %	21 %	0 %
Total ut i fra 830 artikler	26 %	7 %	10 %	5 %	20 %	30 %	2 %

Denne tabellen viser mange forventede tall, først og fremst med hvilket parti som er kodet med Partikritikk flest ganger og hvem som er kodet med Suksess flest ganger. Partikritiske artikler er i 29 % av tilfellene kodet sammen med FrP, som overhodet ikke er uforventet. Dagsavisen har 26 % kritiske artikler, og av disse er altså flesteparten kodet sammen med FrP. Selv om kategorien ikke nødvendigvis gjenspeiler hvilket parti som er negativt kodet, er det stort sett det som er tilfelle i disse prosentene. Dagsavisen kjørte hardt på saken om Carl I. Hagens utspill om innvandring de første dagene i valgkampen, og avisen gikk hardt ut mot partiet og deres meninger. En annen veldig beskrivende artikkel de hadde på trykk var kommentator Hege Ulstein sin kommentar; "De frekke og de feige" fra 20. august hvor hun skriver om frekkheden ved FrPs kampanjeutsagn "Stemmer du feil 12. september kan det koste deg 23 000 i året!" og som omhandler FrPs spark mot Arbeiderpartiets syn på eiendomsskatt, til tross for at Ap hadde reklamert med at de ikke ville kreve eiendomsskatt i Oslo dersom de kom til makten i kommunen. Ap på sin side fikk 44% av artiklene som var kodet med Suksess, et tall, som hvis man ser på partiets faktiske valgsuksess både i Oslo og på landsbasis, langt i fra beskriver virkeligheten. Tall som dette kan bare bekrefte at hypotesen fra kapittel 1 stemmer. Det levner ingen tvil at dersom Dagsavisen klarer å få 44% av de positive artiklene til å handle om Ap som ikke gjorde et spesielt godt valg i 2011, så skyldes det i stor grad deres fortsatte tilhørighet til å fremstille partiet i et godt lys. Det kan fortsatt være at avisen ikke sympatiserer med partiet i alle sakene, men at de ønsker å påvirke

folk i den retning av at man burde stemme på Arbeiderpartiet, levner det ingen tvil om. Når man ser dette i sammenheng med enkeltfunn som lederartikkelen fra valgdagen, ser man resultatene klarere, og derfor er jeg nærmere en konklusjon på at hypotesen faktisk stemmer. Det partiet som får nest flest positive artikler er Høyre. Det er ikke uventet at partiet får en del av de artiklene som er kodet med Suksess, fordi partiet både fikk bli sittende i Oslo, samtidig som de gjorde et godt valg også nasjonalt. Men fordi det er over 30% forskjell mellom Høyre og Ap mener jeg at det har lite å si for resultatet av funnene uansett. Viktig er det også å nevne at Dagsavisen ikke er så veldig kritiske til Høyre som hypotesen gir rot for å tro, da bare 7% av de partikritiske artiklene er kodet sammen med Høyre.

De negative artiklene overrasker på en måte litt mer. Hele 64% av artiklene som er kodet Nederlag er kodet sammen med SV. Med tanke på partiets lave oppslutning er ikke dette så uforventet, men på forhånd så jeg for meg at partiet skulle få litt flere artikler som var av positiv art, hvor bare 6% av artiklene som var suksesshistorier var kodet sammen med partiet. SV fikk generelt sett store deler av informative artikler, og politiske artikler, hvor de utgjorde rundt 15% på begge. Senterpartiet er generelt dårlig representert i avisen, men 7% av artiklene er Partikritikk, og 6% er Suksess.

Jeg fastholder med disse funnene på at hypotesen om Dagsavisen i alle fall ikke har blitt svekket ved å se på vinklingen i avisen. Nå er det interessant å se på om også hypotesen om Klassekampen gir rot i virkeligheten eller ikke.

6.4.4 Vinklingen i Klassekampen

Hypotesen om Klassekampen legger føringer for at avisen skal være vennlig i deknningen av den rødgrønne-regjeringen i noen grad, spesielt SV, de skal dekke Rødt i større grad enn de andre avisene, og de skal være kritiske til de borgerlige partiene. Tabellen av vinklingen i Klassekampen vil kunne gi svar på om hypotesen stemmer.

Tabell 6.8: Vinklingen i Klassekampen under valgkampen i 2011. Prosentuerte tall.

	Partikritikk	Nederlag	Suksess	Ytringer om et parti	Partiets politikk	Informativ	Sitat fra kilde
FrP	23 %	7 %	0 %	18 %	6 %	12 %	17 %
Høyre	13 %	0 %	0 %	9 %	2 %	2 %	0 %
KrF	3 %	0 %	13 %	9 %	10 %	2 %	0 %
Venstre	0 %	0 %	0 %	0 %	4 %	5 %	0 %
SP	0 %	7 %	0 %	0 %	6 %	0 %	0 %
AP	5 %	7 %	46 %	18 %	25 %	21 %	33 %
SV	18 %	67 %	4 %	9 %	16 %	2 %	17 %
Rødt	5 %	0 %	4 %	0 %	0 %	5 %	0 %
Øvrige parti	0 %	0 %	4 %	0 %	8 %	2 %	0 %
Flere konkurrerende parti	13 %	7 %	21 %	36 %	16 %	28 %	0 %
Flere samarbeidene parti	8 %	7 %	8 %	0 %	6 %	9 %	17 %
Ikke klassifiserbart	15 %	0 %	0 %	0 %	0 %	12 %	17 %
Total	21 %	8 %	13 %	6 %	26 %	23 %	3 %

Tabellen viser at 23% av artiklene som omhandler Partikritikk er kodet sammen med FrP. Dette var forventet, i og med at avisen hele tiden har vært åpen om deres rolle som tilhører av venstresiden i politikken. 15% av partikritiske artikler omhandlet Ap. Tidligere har jeg skrevet om svakheter ved metoden som viser at kritikken ikke nødvendigvis går til det partiet som er kodet som hovedpartiet i artikkelen. I Klassekampen finnes det et godt eksempel på at et parti har vært kodet som hovedparti, mens kritikken er rettet mot et annet. Forsiden på avisen mandag 29.august er Ap kodet som hovedparti, mens den reelle kritikken går *fra* Arbeiderpartiet *til* Fremskrittspartiet. Forsiden er som følgende: ”Ap-sekretær Raymond Johansen slår tilbake: Lut lei FrPs eldrekling”, og Johansen ”har sett seg lei FrPs kritikk av regjeringens eldrepolitikk og beskylder høyresida for ansvarsfraskrivelse.”

6.3.4 Vinklingen i Nordlys.

I intervjuene med sjefredaktør Anders Opdahl i Nordlys, var han veldig klar i sine uttalelser om at Nordlys var klart uavhengig enhver partitilhørighet, men han påpekte at en viss sosialdemokratisk grunntanke lå i bunnen av deres redaksjonelle virke. Det er derfor interessant å se om vinklingen i avisen gjenspeiler det Opdahl sa, og tabellen over deres vinkling viser følgende:

Tabell 6.9: Vinklingen av hvert parti i Nordlys under valgkampen i 2011. Prosentuerte tall.

	Partikritikk	Nederlag	Suksess	Ytringer om et parti	Partiets politikk	Informativ	Sitat fra kilde
FrP	12 %	22 %	3 %	0 %	6 %	6 %	0 %
Høyre	8 %	0 %	29 %	50 %	8 %	8 %	0 %
KrF	0 %	22 %	0 %	0 %	2 %	3 %	0 %
Venstre	8 %	0 %	3 %	0 %	4 %	3 %	0 %
SP	0 %	11 %	6 %	17 %	6 %	2 %	0 %
AP	15 %	22 %	40 %	0 %	17 %	20 %	50 %
SV	0 %	22 %	3 %	0 %	13 %	3 %	50 %
Rødt	0 %	0 %	9 %	0 %	8 %	0 %	0 %
Øvrige parti	0 %	0 %	3 %	17 %	0 %	6 %	0 %
Flere konkurrerende parti	27 %	0 %	0 %	17 %	31 %	40 %	0 %
Flere samarbeidende parti	0 %	0 %	6 %	0 %	0 %	2 %	0 %
Ikke klassifiserbart	31 %	0 %	0 %	0 %	4 %	8 %	0 %
Total	14 %	5 %	18 %	3 %	25 %	34 %	1 %

De fleste artiklene i Nordlys var av informativ karakter og deretter ønsket avisen i stor grad å belyse de ulike partienes politikk. Det enkeltpartiet som oftest fikk komme til uttrykk med politikken deres, var Arbeiderpartiet, og deretter SV. 18% av artiklene gjenspeilet ulike partiers Suksess, og 14% partikritiske artikler. Dette viser at konflikt-aspektet dermed kanskje ikke er like viktig i Nordlys som i de øvrige avisene, som alle har over 20% partikritiske artikler. Nordlys fokuserte til gjengjeld mer på suksess-historiene i politikken. De partiene som var kodet sammen med flest suksesshistorier var Ap med 40% og Høyre med 29%. Med tanke på alle valgmaalinger og selve valgresultatet så ville det vært mer sannsynlig at disse to tallene var byttet om. Høyre gjorde det langt bedre enn Ap på samtlige meningsmaalinger i analyseperioden og stakk også av med valgseieren. Hvorvidt det er den sosialdemokratiske plattformen eller partitilhørighet som ligger til grunn er fortsatt for tidlig å si, også med tanke på tallene fra kategorien Partikritikk. Denne viser at Ap er det enkeltpartiet som får mest dekning innenfor denne kategorien, med 15%, mens FrP som jeg tidligere har kategorisert som pressens politiske sorte får, bare får 12% av de partikritiske artiklene. Anders Opdahl pekte på en hendelse i tiden rett før 22. juli hvor politikere fra Tromsø FrP hadde kommet med noen utsagn om innvandring som i tiden etter terroren ble ansett som svært upassende. Dette kan ha ført til at FrP lå litt lavere i Tromsø enn i resten av landet, i saker som typisk gir partiet kritikk i mediene. Høyre på sin side ikke tar store deler av de partikritiske artiklene. Flere konkurrerende parti er den største hyppigst kodede variabelen innenfor Partikritikk. Nederlags-artiklene fordeles jevnt mellom de partiene som

ikke gjorde det like bra som Høyre. Mens Høyre ikke var kodet en eneste gang sammen med Nederlag, var både FrP, KrF, Ap og SV kodet i 22% av disse artiklene. Ingen av disse partiene klarte å få til like bra suksess som de hadde ved kommunevalget i 2007.

Som sagt er det ingen klare trekk som viser at Nordlys fortsatt har noen form for tilhørighet med Arbeiderpartiet, og de virker relativt jevne i fordelingen av partiene ut i fra oppslutning og størrelse i kommunen. Men med tanke på at deres største konkurrent på lesersiden er iTromsø, så er det interessant å se om det er store forskjeller mellom disse to avisene.

6.3.5 Vinkling i iTromsø

iTromsø er en relativt mye mindre avis opplagsmessig enn konkurrenten Nordlys, men likevel dekker de mye av det samme området og dermed leserskare, og på grunn av deres gjennomgående dekning av valgkampen i Tromsø kommune, er det interessant å se på hvilken måte de ulike partiene vinkles i disse to avisene sett i forhold til hverandre.

Tabell 6.10: Vinklingen av partiene i iTromsø under valgkampen i 2011. Prosentuerte tall.

	Partikritikk	Nederlag	Suksess	Ytringer om et parti	Partiets politikk	Informativ	Sitat fra kilde
FrP	12 %	25 %	5 %	20 %	7 %	9 %	0 %
Høyre	9 %	0 %	42 %	0 %	16 %	17 %	0 %
KrF	0 %	25 %	0 %	0 %	9 %	3 %	0 %
Venstre	3 %	0 %	0 %	0 %	16 %	0 %	0 %
SP	3 %	0 %	0 %	20 %	2 %	6 %	0 %
AP	33 %	50 %	26 %	20 %	22 %	9 %	0 %
SV	12 %	0 %	5 %	0 %	11 %	14 %	0 %
Rødt	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	3 %	0 %
Øvrige parti	0 %	0 %	11 %	0 %	7 %	3 %	0 %
Flere konkurrerende parti	9 %	0 %	11 %	20 %	7 %	26 %	0 %
Flere samarbeidende parti	3 %	0 %	0 %	0 %	2 %	0 %	0 %
Ikke klassifiserbart	12 %	0 %	0 %	20 %	2 %	11 %	0 %
Total	23 %	3 %	13 %	4 %	32 %	25 %	0 %

Ut i fra denne tabellen synes iTromsø å tilegne langt større plass til partikritiske artikler enn Nordlys gjorde. 23% av artiklene er Partikritikk, og utgjør dermed over dobbelt så mange av artiklene i utvalget i iTromsø som i utvalget i Nordlys. Sjefredaktør Jørn-Christian Skoglund sa i intervjuet at redaksjonens ønsket var å formidle resultatene av politikken fremfor å belyse selve politikken, og dette kan være en av årsakene til at de er mer kritiske enn Nordlys. Der Nordlys fokuserte mer på informative artikler, fokuserer altså iTromsø på kritikken av

partiene og deres utførte politiske arbeid. Det partiet som er kodet i de fleste artiklene med Partikritikk, er Arbeiderpartiet. 1/3 av de partikritiske artiklene er kodet sammen med Ap. Jeg vil tro at hovedårsaken til dette nettopp er at resultatene til det sittende bystyret har vist seg å ikke holde mål, og at partiet derfor får så mye mer kritikk enn de andre, og at forskjellen mellom Nordlys og iTromsø, ligger på at Nordlys ikke har etterprøvd de samme resultatene som iTromsø har hatt fokus på. FrP som fikk var kodet ofte sammen med Partikritikk i de regionale avisene, har på langt nær figurert så mye som politikkers ”Svarte-Per” i de to Tromsøavisene, hvor de partikritiske artiklene var 12% i begge. Dette kan blant annet være at lokalpolitikere i Tromsø FrP fremsto mer sympatiske i tiden etter terroraksjonen, noe som for eksempel rikskjente Carl I. Hagen ikke lyktes med til de Oslobaserte avisene. I tillegg lå partiet an til å skulle samarbeide med Høyre, og derfor var kanskje ikke FrPs politikk like framtrædende som Høyres. Partiet gjorde det ikke like godt i Tromsø som de på forhånd hadde håpet, og sammen med KrF som var i samme posisjon sto disse to partiene for 25% hver av artiklene som var kodet med Nederlag. KrF hadde håpet på å havne i vippeposisjon i byen, men på grunn av deres lave oppslutning, fikk de ikke like mye å si som de håpet på, og fikk bare en person inn i byrådet. Halvparten av nederlagsartiklene gikk til Ap. Partiet gjorde det dårlig på meningsmålinger i forkant av valget, og mistet sin posisjon som maktherrer etter 12 år som Tromsøs største og mest innflytelsesrike parti. Av Suksess-artiklene var 42% kodet sammen med Høyre. Med tanke på Høyres enorme oppsving ved dette valget, kontra de fire siste, var det ikke så veldig overraskende at tallet for positive artikler var så høyt. De redaksjonelle aspektene ved en såpass stor forskjell i dekningen av de ulike partiene må også tas i betraktning. Det kan være at etterprøvingen av Aps politikk i kommunen har ført til negative funn, og dermed gjorde at redaksjonen hadde et behov for å løfte Høyres politikk og deres suksess for å skape en synergieffekt på nettopp suksessen. Det finnes ingen grunnleggende funn i verken intervjuanalysen eller intervjuanalysen som underbygger dette med sikkerhet, men mediernes påvirkningseffekt er enorm, uansett om den er planlagt eller ikke.

Det som videre er viktig å se på er hvilken artikkelform de ulike partiene forekommer oftest innunder. Denne delen skal belyse hvilke partier som figurer hyppigst på forsider og i kommentarer, og deretter vil jeg ta for meg tendensen, med spesifikt fokus på kommentarer og lederartikler. Dette er viktig for å belyse de redaksjonelle valgene ved dekningen av de ulike partiene. Hvis lederartikkelen eller kommentarene velger å fokusere enten positivt eller

negativt på et spesifikt parti, kan dette være med på å vise om partitilhørighet eller politiske plattformer skinner igjennom i artikkelen.

6.4 Artikkelform

De fleste artiklene i samtlige aviser er selvsagt rene nyhetsbaserte artikler, og disse vil jeg ikke vektlegge i så stor grad. De formene som er mest interessante å se på er hvilke partier som figurerer oftest på forsiden, og hvilke partier som får komme med en kommentar til temaet i en nyhetsartikkel gjennom det jeg har valgt å kalle for undersak. Forsiden er på mange måter den viktigste siden på en avis. Det er den som skal selge avisen, og ved hjelp av bilder og overskrifter føre til at artikkelen er interessant nok for en bred masse av avisens lesere slik at de faktisk leser det som står. Derfor blir de partiene som figurerer på forsiden de mest synlige den aktuelle dagen, og det er interessant å se på om det er noen partier som oftere settes på forsiden enn andre, i de ulike avisene. Undersakene bygger på hovedartikkelens tema, men avisene åpner her for at andre enn de involverte i hovedartikkelen skal få uttale seg om det samme temaet. Resultatene her i fra vil kunne foreligge som et bevis for hvilke partier avisene tar kontakt med for å få deres meninger om tema, og det er relevant for å bygge på diskusjonen om deres stilling til de ulike partiene.

I følge tabellen om form som ligger vedlagt²¹ viser det seg at 11% av de kodede artiklene i Aftenposten er forsider. Partiene som figurerer på forsiden er FrP, Høyre, Sp, Ap og SV, og totalt sett er det ikke så veldig stor forskjell mellom hvem av disse som får forsidedeplass oftere enn andre. Totalt sett er 19% av forsiden gitt til både FrP, Ap og SV, mens Høyre bare fikk 6% av forsiden i avisen. Grunnen til dette kan være mange. For FrPs vedkommende vil jeg anta at det skyldes at nettopp den Carl I. Hagen-saken som jeg tidligere har nevnt. Dette var en av de sakene som ble viet størst oppmerksomhet i Aftenposten i perioden, og den underbygger at avisen ønsker å drive en kritisk journalistikk. Samtidig må man også huske på at en annen årsak kan være at FrP er det partiet som utøver sterkest motstand til regjeringspartiene. Hvorvidt Aftenposten er bevisst på at så mange av forsiden er om FrP vites ikke, men jeg vil anta å tro at Norges største avis gjør dette av markedsårsaker fordi kritisk journalistikk selger bedre enn suksesshistoriene. Det samme vil jeg tro gjelder SV og

²¹ Vedlegg 9

deres elendige oppslutning både på meningsmålinger og på selve resultatet. Aftenposten hadde som tidligere beskrevet en stor andel kritiske artikler i perioden, og det siste funnet her bekrefter dette i enda større grad. Det faktum at partiet er med i regjeringssamarbeidet spiller nok også en rolle. At Ap har såpass stor prosentandel av forsiden er ikke overraskende. De har store deler av forsiden i samtlige aviser. Hovedgrunnen til dette kan helt klart forklares ut i fra at de er det største partiet i regjering, og dermed det partiet med mest makt i landet. Samtlige intervjuobjekter presiserte at hva Arbeiderpartiet og Høyre mener er mer interessant enn hva de små partiene mener, fordi det både nasjonalt og lokalt ofte står mellom de to om hvem som får makten. Samtidig så ønsker journalister i henhold til hva de selv mener er deres samfunnsoppdrag å dekke regjeringspartienes valgkampslovnader for å se hva som har blitt gjort, og hva som ikke har blitt gjort, og på den annen side, se hva resultatene blir dersom opposisjonen får komme til makten med deres valgkampprogrammer. Til tross for alt dette figurerer Høyre bare på 6% av det totale antallet forsider i Aftenposten, og jeg mener dette i større grad bygger oppunder mitt utsagn over hvor jeg sier at avisene har fokus på de sakene hvor de driver kritisk journalistikk. Det er nok ikke like spennende å skrive om Høyres suksesser, når man har mange andre parti som flopper og lager kvalme i mediebildet, og det viser seg at dette er saker som selger mer enn de positive sakene om hva partiene får til. Høyre var ikke et sterkt parti i dekningen til Aftenposten heller i følge tabell 6.3, hvor de sto for 8% av de totale artiklene. Dette er selvsagt en av årsakene til at partiet heller ikke var så ofte på forsiden. Høyre var dog det partiet som fikk komme oftest til motsvar i underartikler, hvor 24% av underartiklene var av Høyre, mens både FrP, Sp, Ap og SV bare sto for 8% av disse. Grunnen til at de fikk langt færre underartikler er sannsynligvis at de var hovedparti i mange flere artikler enn Høyre, og derfor er det interessant å få kommentarer fra de på de andres saker.

I Dagsavisen var ikke Høyre en eneste gang på forsiden. Til tross for hypotesen om at avisen fortsatt sympatiserer med det rødgrønne alternativet, er det rart at et av de største partiene ikke kommer på forsiden i det hele tatt, spesielt med tanke på at FrP figureerte der på 9% av alle forsiden. Størst var selvsagt Ap med 30% av forsiden, og SV med 26% av forsiden. Det er ganske klare forskjeller mellom de to første avisene, og det kan nok forklares ut i fra både politisk forankring, størrelse og ulik oppfattelse av samfunnsoppdraget. For Aftenposten spiller kanskje den kritiske og mer frie journalistikken en større rolle, mens for Dagsavisen ligger lojaliteten i det sosialdemokratiske aspektet. I dette legger jeg at jeg for all del ikke

hevder at avisen fungerer som et organ for de rødgrønne partiene på noen måte, men at de i større grad ønsker å belyse disse partienes politikk slik den faktisk er, være seg positiv eller negativ. Den frie journaliseringen må, som jeg sa i kapittel 4, ikke bety at partiene er apolitiserte, og kanskje man derfor i større grad kan se at politiske bånd og en uavhengig presse fungerer sammen på en annen måte i Dagsavisen enn i Aftenposten. Det kan virke som at Dagsavisen ikke føler samme båndet til Senterpartiet som de gjør til SV og Ap, da Sp ikke er på en eneste forside i perioden. Dagsavisen hadde relativt få underartikler, hvor bare 6% av artiklene var kodet som dette. Av disse var 20% Høyre, Ap og SV, mens 10% var kodet med Rødt.

Som "Venstresidas dagsavis" er det ikke noen tvil om hvilke partier Klassekampen har sitt fokus på, og hvilke lesere de ønsker å selge avisene sine til. SV figurerer på 23% av forsiden til avisen, mens overraskende nok har de ikke en eneste forside om Rødt, som er det største partiet på ytterste venstrekant i norsk politikk. Rødt spilte en ganske stor rolle i den politiske debatten, spesielt i Oslo, men til dels også i Trondheim, og derfor overrasker det meg at partiet ikke har klart å ha noen saker som Klassekampen mener er "viktige" nok til å ha på forsiden. Arbeiderpartiet derimot står for hele 35% av forsidene i avisen, og dette alene er nesten tre ganger så mange som Høyre og FrP fikk til sammen. En av grunnene til dette er helt klar Aps fortsettende suksess i Trondheimspolitikken. Jeg tenker umiddelbart også at en av grunnene til at Ap har såpass mye og bra dekning i Klassekampen kan skyldes at avisen slett ikke lengre er så venstrevridd som de en gang var. Hvis jeg går tilbake til Tabell 6.8, så ser man at hele 46% av artiklene som forteller om partienes suksesshistorier var kodet sammen med Arbeiderpartiet, mens bare 5% av artiklene var Partikritikk og 7% om Nederlag. Det skulle være merkelig at en avis som tidligere sto mye lengre til venstre, ikke skulle vært mer kritisk til partiet hvis de fortsatt var så veldig på venstresiden. Det må jo sies at Arbeiderpartiet i og for seg kan kategoriseres som en del av venstresida i den norske politikken, men jeg ønsker å sette Klassekampen som nisjeavis for venstresida på spissen, og derfor stille spørsmål ved deres utsagn. Klassekampen er den avisen som har flest underartikler, hvor 22% av det kodede materialet viste seg å være nettopp det. Det partiet som flest kommer med underkommentarer er FrP. Grunnen til dette er nok at i avisen har FrP kun 7% nyhetsartikler som parti alene, og fordi det er et parti med sterke meninger synes nok også Klassekampen at det er interessant å få inn noen av disse i form av underartikler. Både SV og KrF figurerer også relativt ofte i underartikler i avisen. For KrF sitt vedkommende

viste det seg at dette i stor grad skyldtes deres posisjon i Trondheim, mens for SV dreide det seg i relativt stor grad om å svare på hvorfor nederlaget ble så stort, og på annen kritikk de fikk i nyhetsartiklene.

Også i Nordlys er flesteparten av forsidene tilegnet Arbeiderpartiet. Ikke egentlig overraskende med tanke på det politiske bilde i Tromsø i perioden. Hvis vi går tilbake til Tabell 6.9 ser vi også at mange av de kritiske artiklene og artiklene som handler om nederlag er kodet sammen med Ap. Likevel viste det seg ved en nøyere gjennomgang av datamaterialet at hele 33% av Nordlys sine artikler om Ap var suksesshistorier, og 40% av de totale suksesshistoriene handler om partiet. Dette er ut i fra resultatene under valgkampen merkelig, med tanke på at partiet ikke gjorde et spesielt godt valg og dermed mistet plassen på rådhuset. Jeg vil likevel ikke gå så langt at jeg beskylder Nordlys for å ha en skjult agenda i forhold til Nordlys, fordi de også har dekket Høyre på en noenlunde lik måte. Høyre sto for kun 13% av artiklene i Nordlys, men i forhold til form var de begge representert hyppig både på forsider og i underartikler. Det var faktisk de to eneste partiene som sto for motsvar og samsvar i underartiklene, med 67% underartikler til Ap og 33% til Høyre. Dette kan nok begrunnes ut i fra at dette var de to klareste alternativene til å bli de største partiene, og det er lett å ta høyde for at disse har blitt spurt om en kommentar i de få underartiklene Nordlys har. Totalt sett var dette bare 2% av artiklene.

iTromsø har noen flere underartikler enn Nordlys, da 10% av det totale antallet artikler var kodet til kategorien. Det partiet som helt klart fikk flest underkommentarer var Ap med 36% av artiklene, mens det ellers var FrP og Venstre som fikk 14%, og Høyre, KrF og Sp fikk 7% hver. Grunnen til at FrP og Venstre fikk såpass mange kan nok forklares ut i fra at de ville samarbeidet med Høyre for å vippe de rødgrønne vekk fra makten i byen. Ap sto for 36% av underartiklene i avisen, hvor flesteparten var motsvar til kritikk for dårlig jobb og svar på hvorfor de lå dårlig an i valgkampen.

Totalt er 10% av avisens artikler forsider, og det partiet som oftest figurerte på disse var Høyre med 29% av alle forsidene. Hvis vi går tilbake til Tabell 6.10 forstår man fort at dette skyldes at flesteparten av de positive artiklene i iTromsø i valgkampen gikk på Høyres suksess både på meningsmålinger og som vinnerne av valget. Arbeiderpartiet var på 21% av forsidene, og som jeg nevnte over på Nordlys sin dekning, så skyldes dette i noen grad deres

nederlag. Likevel handlet noen av forsiden om Ap om deres politiske arbeid, og hvordan de ønsket å vinne valget. Ut i fra analysen så langt ser man med det blotte øye at iTromsø ofte fremhever Høyre i deres avis, selv om det ikke nødvendigvis kan forklares ut i fra noe annet enn at partiet gjorde et godt parti i Tromsø i den aktuelle valgkampen.

Når man så har sett på form og vinkling, er det interessant å se hvilke tendenser som viser seg i kommentarene i de ulike avisene.

6.5 Tendensen i avisene under valgkampen

Tendensen forteller meg hvordan partiet får komme til orde i avisen, samt hvordan avisen gjennom kommentarjournalistikken fremstiller de ulike partiene. Teorien i kapittel 4 beskriver hvordan kommentarene tidligere var det viktigste verktøyet for journalistene og lederne i avisen for å komme med ytringer om viktigheten av deres teori, mens kommentarene i dag brukes for å uttrykke redaksjonelle meninger på tvers av partiene. Kommentarene vil likevel være en av de enkleste måten analysen kan avdekke redaksjonell partitilhørighet, og i de minste vil de kanskje være i stand til å avdekke politiske plattformer som lå i avisenes grunnholdninger fortsatt i 2011. I studien er det tre kategorier som beskriver hvilken kommentar vi har med å gjøre, positiv, negativ og nøytrale kommentarer. I tillegg vil kategoriene ensidig, tosidig debatt og flersidig debatt være med på å vise tendensen i nyhetsartikler, i intervjuer og på forsider.

6.4.1 Tendensen i Aftenposten

I Aftenposten var 5% av de kodede artiklene lederartikler, mens 8% var kommentarer. Dette er såpass store andeler kommentarer at jeg ønsker å ha hovedfokus på tendensen i avisen innenfor disse. Jeg har hatt tre ulike kategorier på kommentarer, positiv, negativ og nøytrale kommentarer. I tillegg til å vise tendensen har jeg hatt kategorier som ensidig, tosidig og flersidig debatt, samt respons til et annet parti, og også her en ikke klassifiserbar kategori. I denne delen har jeg valgt å ikke gå direkte inn på hvert enkelt parti, slik jeg har gjort i de andre tabellene. Grunnen til dette er at jeg ønsker med denne tabellen å vise Aftenposten totale tendens i perioden, ikke tendensen til hvert parti. Totalen som ligger vannrett i tabellen viser totalen av Aftenposten tendenser, men reflekterer ikke resten av tabellen, fordi jeg her har sett på tendens i selve avisen og ikke tendens innenfor hvert parti. Tabellen ser derfor slik ut:

Tabell 6.11: Prosent av tendensen i Aftenposten i valgkampen 2011

	Ensidig ytring	Tosidig debatt	Flersidig debatt	Nøytral kommentar	Positiv kommentar	Negativ kommentar	Respons	Ikke klassifiserbar
FrP	18%	14%	0%	6%	0%	20%	14%	0%
Høyre	9%	14%	9%	0%	0%	0%	7%	17%
KrF	4%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Venstre	0%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
SP	9%	7%	0%	0%	0%	0%	7%	0%
AP	16%	7%	3%	13%	0%	20%	21%	33%
SV	16%	0%	9%	13%	33%	20%	7%	0%
Rødt	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Flere konkurrerende parti	4%	43%	59%	38%	33%	0%	36%	17%
Flere samarbeidende parti	4%	7%	9%	6%	33%	0%	7%	0%
Ikke klassifiserbar	18%	0%	9%	25%	0%	40%	0%	33%
Total av tendens	38%	1+%	22%	2%	3%	11%	10%	4%

Avisene viser seg å være svært profesjonelle når det kommer til kommentarjournalistikk. Hele 11% av Aftenpostens tendenser viste seg å være nøytrale kommentarer, mens bare 2% er kodet til positive kommentarer og 3% til negative kommentarer. Jeg vil i aller høyeste grad tro at om man hadde brukt min kodebok for 20-30 år siden, så ville man sett en større andel av positive og negative kommentarer, som i større grad reflekterer avisenes meninger. De tre eneste partiene som var hovedparti i kommentarene i Aftenposten var Fremskrittspartiet, Arbeiderpartiet og SV, slik det fremkommer av tabell 5.5 Totalt utgjorde de tre partiene 20% hver av de negative kommentarene, mens kategorien Ikke klassifiserbar sto for 40% av de negative kommentarene. Det er ikke overraskende at disse tre partiene var de eneste som ble skrevet om i negative kommentarer, da de var tre av de mest markante og synlige partiene i norsk politikk per 2011. 33% av de positive kommentarene omhandlet SV, mens Arbeiderpartiet og Fremskrittspartiet ikke hadde en eneste kodet positiv kommentar i Aftenposten i perioden. Ingen andre parti ble alene kodet innenfor positive kommentarer, det var det bare konkurrerende og samarbeidende parti som ble, med 33% hver. Av nøytrale kommentarer var det Arbeiderpartiet og SV som fikk flest kommentarer, med 13% hver, mens FrP hadde 6%. Jeg vil tillegge at jeg synes det er ganske overraskende at Aftenposten ikke har en eneste kommentar som omhandler Høyre som hovedparti. Grunnen til dette er at Høyre var Norges største parti etter valget i 2011, og derfor ville jeg trodd at partiet ville vært mer synlig i kommentarjournalistikken enn det ble.

Journalistikken skal vise et mangfold innenfor norsk politikk, og derfor overasker det meg at kategorien ensidig debatt er såpass stor som den er. I Aftenposten er 38% av artiklene kodet til ensidig debatt. Dette betyr meningsytring fra ett parti, eller flere partier som er enig i en spesifikk sak. Flersidig debatt var kodet til 22%, mens tosidig debatt var kodet til 10%.

Flersidig debatt betyr at minst tre partier er ute og uttaler seg om en sak, og minst to av de er uenige om sakens innhold. Tosidig debatt betyr at to partier er uenig om en sak. Grunnen til at jeg har kodet et parti som hovedparti også innenfor disse kategoriene, kan være at ett parti tar større plass i artikkelen, mens de eller det andre partiet, er hentet inn som motsigende kilde i mindre grad enn det partiet artikkelen dreier seg om. Tendensen i Aftenposten viste seg å være at FrP og ikke klassifiserbare parti fikk hyppigst komme med ensidig ytring i avisen, AP og SV fikk komme med ytring i 16%, mens Høyre bare kom med 9% av artiklene som omhandlet ensidig debatt.

6.4.2 Tendensen i Dagsavisen

På forhånd hadde jeg regnet med at Dagsavisen ville ha mange lederartikler og kommentarer, fordi min tanke var at avisen baserer mye av sin journalistikk på kommentatorvirksomhet. Det viste seg å stemme, fordi 15% av de analyserte artiklene var lederartikler, og 11% var kommentarer fra avisens journalister. Under følger en tabell som forteller om tendensen i Dagsavisen, og jeg vil igjen ha fokus på kommentarene.

Tabell 6.12: Prosent av tendensen i Dagsavisen under valgkampen i 2011

	Ensidig	Tosidig debatt	Flersidig debatt	Positiv kommentar	Negativ kommentar	Nøytral kommentar	Respons	Ikke klassifiserbar
FrP	11%	18%	9%	0%	47%	0%	5%	0%
Høyre	7%	6%	9%	0%	0%	0%	5%	0%
KrF	0%	0%	0%	20%	0%	0%	0%	0%
Venstre	2%	0%	0%	20%	0%	0%	5%	0%
SP	4%	0%	5%	0%	6%	0%	10%	0%
AP	35%	24%	23%	20%	0%	18%	29%	22%
SV	22%	6%	9%	0%	18%	23%	14%	22%
Rødt	2%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	0%
Øvrige parti	0%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	0%
Flere konkurrerende parti	2%	41%	27%	40%	18%	41%	24%	44%
Flere samarbeidende parti	0%	0%	9%	0%	0%	5%	5%	0%
Ikke klassifiserbart	15%	6%	9%	0%	12%	9%	0%	11%
Total av tendens	29%	11%	14%	3%	11%	14%	13%	6%

Totalen her er lik som i tabell 5.4, og representerer totalen i avisen per parti, mens tallene over representerer tendensen i avisen totalt sett. I Dagsavisen er, i likhet med Aftenposten, den største kategorien innenfor tendens ensidig, med 29% av antall kodete artikler, mens tosidige debatt-artikler utgjør 11% og flersidig debatt utgjør 14%. Positive kommentarer utgjør kun 3%, negative kommentarer 11% og nøytrale kommentarer 14%. I likhet med i Aftenposten er det ingen kommentarer som omhandler Høyre som hovedparti, og heller ikke Rødt har noen kommentarer. På positive kommentarer er det tre enkeltparti som får dekkningen, og det er KrF, Venstre og Ap, med 20% av antall positive kommentarer. Konkurrerende parti står for den resterende delen, med 40% av de positive kommentarene. Av de negative kommentarene går hele 47% til FrP. Det er ikke så veldig overraskende, og man kan igjen trekke frem lederartikkelen fra 15.08.11 (Vedlegg NR) som et godt eksempel på en artikkel som er kodet som negativ kommentar for FrP. Senterpartiet står for 6% av de negative kommentarene, mens SV og konkurrerende parti får hele 18% av de negative kommentarene. De nøytrale kommentarene er oftest kodet sammen med SV (23%) og Ap (18%), mens kategorien øvrige parti får 5% av kategoriene. I dette tilfelle er det en kommentar fra 06.09.11 hvor Hege Ulstein skriver at dersom Miljøpartiet De Grønne (MDG) vipper i en av de store byene kan føre til partiets gjennombrudd i norsk politikk (Dagsavisen 06.09.11:7). Konkurrerende parti står for 41% av de nøytrale kommentarene og samarbeidende parti for 5%. Partiet som oftest er kodet til respons til et annet parti er Arbeiderpartiet (29%) og deretter SV (14%). Til sammenligning kommer bare 5% av responsen fra de borgerlige i FrP og Høyre. En del av responsen er med all sannsynlighet kodet sammen med underartikler, da disse ofte brukes til respons fra et parti til et annet.

6.4.3 Tendensen i Klassekampen

Kommentarjournalistikk får relativt mye plass i Klassekampen, og jeg hadde på forhånd trodd at avisen ville ligge nærmere i antall kommentarer med Dagsavisen, men antall kommentarer som omhandlet valgkampen var ganske mye lavere i Klassekampen. 7% av artiklene var kodet til lederartikler, og 6% til kommentarer. I forhold til de andre avisene er dette et ganske gjennomsnittlig antall kommentarer og lederartikler. Hvordan de ulike er fordelt etter tendens vises i tabellen under:

Tabell 6.13. Tendensen av artiklene i Klassekampen under valgkampen i 2011. Prosentuerte tall

	Ensidig	Tosidig debatt	Flersidig debatt	Positiv kommentar	Negativ kommentar	Nøytral kommentar	Respons	Ikke klassifiserbart
FrP	13 %	10 %	0 %	0 %	40 %	0 %	17 %	0 %
Høyre	6 %	0 %	0 %	0 %	10 %	0 %	8 %	0 %
KrF	5 %	5 %	4 %	25 %	0 %	0 %	17 %	14 %
Venstre	2 %	0 %	8 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
SP	1 %	0 %	4 %	0 %	10 %	8 %	0 %	0 %
AP	30 %	10 %	24 %	25 %	0 %	8 %	8 %	14 %
SV	24 %	5 %	0 %	0 %	10 %	8 %	13 %	29 %
Rødt	4 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %	4 %	0 %
Øvrige parti	6 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Flere konkurrerende parti	5 %	2 %	44 %	50 %	20 %	42 %	17 %	43 %
Flere samarbeidende parti	1 %	24 %	12 %	0 %	10 %	17 %	8 %	0 %
Ikke klassifiserbart	6 %	14 %	4 %	0 %	0 %	17 %	8 %	0 %
Total	46 %	11 %	13 %	2 %	5 %	6 %	13 %	4 %

Tabellen viser at 2% av kommentarene er positive, 5% er negative og 6% er nøytrale. De fleste artiklene i Klassekampen er ensidige, og det partiet som oftest får komme fritt med sine meninger uten å få motstridende debatt er Arbeiderpartiet. Dernest er det SV som kommer etter med fri meningsytring uten debatt. Dette bekrefter nok en gang min tanke om at avisen har beveget seg mer og mer mot å være positiv til Arbeiderpartiet ved at de i tillegg til de andre funnene som belyser denne tematikken, nå også ser ut til å ofte få komme med ubestridte meninger. Det partiet som får komme færrest ganger med ensidige ytringer er Senterpartiet. Av de positive kommentarene går halvparten til Flere konkurrerende parti, mens ¼ hver går til KrF og til Ap, atter en bekreftelse.

De negative kommentarene går i størst grad til FrP (40%), deretter til Flere konkurrerende parti (20%), og så fordeler de seg over Høyre, Sp, SV og Flere samarbeidende parti med 10% til hver av disse. Ingen kommentarer er dermed til Ap. Det er ingen stor overraskelse at FrP er det partiet som får flest negative kommentarer i avisen, og dette belyser i enda større grad ulikheten mellom Klassekampens redaksjons meninger og FrP.

Av de nøytrale kommentarene er det jevn fordeling mellom regjeringspartiene med 8% hver, mens kategorien Flere konkurrerende parti får mest dekning med 42% av disse kommentarene. Slike artikler innebærer ofte at avisene skriver om flere parti hvor deres politikk gjerne blir satt opp i mot hverandre og kommentatoren beskriver på hvilken måte

partiene er uenige og hva som er de ulike politikker. Når kommentaren da kodet som nøytral har den fungert som en direkte refleksjon av politikken, uten at kommentatoren har ment noe spesifikt om den. Et eksempel på en slik kommentar er en lederartikkel fra 30. august, hvor redaktør Bjørgulv Braanen i Klassekampen skrev ”Thriller.” Denne lederen gikk ut på resultater fra målinger og beskrev hvilke parti som fikk hva. Dette er svært illustrerende for å beskrive sanne type artikler.

6.4.4 Tendensen i Nordlys

Nordlys viste seg å ikke være så partikritisk som noen av de andre avisene, og har hovedfokus på de to største og motstridende partiene i Tromsø. Derfor er det interessant å se om dette også gjenspeiler seg i tendensen i kommentarene og i debatten i avisen.

Tabell 6.14. *Tendensen i Nordlys under valgkampen i 2011. Prosentuerte tall*

	Ensidig	Tosidig debatt	Flersidig debatt	Positiv kommentar	Negativ kommentar	Nøytral kommentar	Respons	Ikke klassifiserbart
FrP	13 %	0 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Høyre	16 %	4 %	11 %	33 %	0 %	13 %	17 %	0 %
KrF	4 %	0 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Venstre	5 %	0 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	14 %
SP	2 %	4 %	6 %	0 %	0 %	0 %	17 %	29 %
AP	32 %	13 %	11 %	33 %	11 %	0 %	0 %	43 %
SV	10 %	0 %	0 %	0 %	11 %	0 %	33 %	0 %
Rødt	5 %	9 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Øvrige parti	5 %	0 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Flere konkurrerende parti	2 %	61 %	56 %	0 %	44 %	53 %	17 %	0 %
Flere samarbeidende parti	1 %	4 %	0 %	33 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Ikke klassifiserbart	3 %	4 %	6 %	0 %	33 %	33 %	17 %	14 %
Total	48 %	12 %	19 %	2 %	5 %	8 %	3 %	4 %

Ut i fra tabellen kan vi se at nesten halvparten av artiklene i Nordlys er ensidige, og Arbeiderpartiet står for bortimot 1/3 av disse artiklene. Noen av disse artiklene er kodet sammen med Terror, og viser valgkampen for Ap etter terroren. Mange av de ensidige artiklene er kodet sammen med valgkamp, og tar for seg hvordan Ap skal klare å beholde makten, ikke nødvendigvis hvilke saker de skal gjøre det med. På denne måten er ikke artikkelen ment som ensidig meningsytring av politikken, men ensidig fortelling om valgkampen. Høyre kommer med 16% ensidige artikler. Både Ap og Høyre står for 1/3 av de positive kommentarene i Nordlys. Den siste tredjedelen går til kategorien Flere

samarbeidende parti. Negative kommentarer går til Ap, SV og i størst grad til Flere konkurrerende parti, som også over halvparten av de nøytrale kommentarene gjør. Det eneste enkeltpartiet som har en nøytral kommentar er Høyre, med 13% av artiklene. Det viser derfor igjen at Høyre og Ap får mye god omtale i Nordlys. På grunnlag av dette kan man ikke trekke andre konklusjoner enn at Ap fortsatt får mye omtale i avisen som tidligere fungerte som et organ for partiet, men dagens Nordlys har et bredere fokus også på Høyre. I intervjuet med Opdahl kom det frem at han mente de fortsatt hadde et sosialdemokratisk grunnsyn, men at sosialdemokratiske holdninger lå til grunn for de fleste politiske partiene i Norge i dag.

6.4.5 Tendensen i iTromsø

I følge vinklingen i iTromsø, er de mer partikritiske enn Nordlys, og det er derfor interessant å se på hvorvidt tendensen gjenspeiler det samme ved å gå inn i en tabell av tendensen i iTromsø.

Tabell 6.15. Tendensen i iTromsø under valgkampen i 2011. Prosentuerte tall

	Ensidig	Tosidig debatt	Flersidig debatt	Positiv kommentar	Negativ kommentar	Nøytral kommentar	Respons	Ikke klassifiserbart
FrP	10 %	8 %	6 %	0 %	14 %	0 %	20 %	0 %
Høyre	23 %	8 %	19 %	0 %	0 %	0 %	7 %	14 %
KrF	8 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Venstre	5 %	8 %	6 %	0 %	0 %	0 %	7 %	14 %
SP	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	7 %	0 %
AP	24 %	25 %	25 %	0 %	29 %	0 %	27 %	14 %
SV	11 %	0 %	6 %	0 %	0 %	14 %	20 %	14 %
Rødt	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Øvrige parti	6 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	7 %	0 %
Flere konkurrerende parti	1 %	33 %	25 %	0 %	29 %	57 %	7 %	29 %
Flere samarbeidende parti	0 %	17 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Ikke klassifiserbart	4 %	0 %	13 %	0 %	29 %	29 %	0 %	14 %
Total	55 %	8 %	11 %	0 %	5 %	5 %	11 %	5 %

I iTromsø er det enda flere artikler som er ensidige, hvor 55% av artiklene er nettopp dette. Det er litt overraskende med tanke på at tallene om partikritikk var såpass høye som de var. Både Ap og Høyre får komme ofte til orde alene i disse ensidige artiklene. iTromsø har ingen rent positive kommentarer. Dette er et veldig interessant funn, og årsaken kan være nettopp at avisen ikke ønsker å virke positiv i forhold til noen av partiene. Igjen er vi inne på diskusjonen om at avisens hovedfokus ligger i resultatene av politikken, og at ingen av disse har vært bra nok til å skrive en positiv kommentar om. Til gjengjeld er 5% nøytrale

kommentarer, og 5% negative kommentarer. De negative kommentarene er oftest om konkurrerende parti og ikke klassifiserbart, mens Arbeiderpartiet er det største enkeltpartiet som får negative kommentarer, mens den minste andelen er FrP. Grunnen til at Ap får en del negativ omtale skyldes nok med all sannsynlighet at partiets resultater ikke har vist seg å nå opp til lovnadene fra forrige valg. Dette så vi også på resultatet i Tromsø etter valget i 2011, velgerne var ikke fornøyde, og flyktet fra partiet. Nøytrale kommentarer var det kun SV som enkeltparti som fikk, ellers var flesteparten konkurrerende parti og ikke klassifiserbare artikler. i Tromsø har generelt sett ikke så mange politiske kommentarer, og det kan kanskje skyldes at avisen ikke ønsker å uttrykke spesifikk politisk tilhørighet.

6.5 Bilder som påvirkning.

Både bildeintensitet og størrelse kan si noe om hvordan avisen fremstiller et parti. Bildebruken er rent basert på redaksjonelle valg, og disse kan ha stor betydning for å skape gjenkjennelseeffekt hos leseren. Positive bilder kan gi leseren et positivt inntrykk av politikeren som figurerer, mens negative kan ha en motsatt effekt, og på denne måten kan det påvirke leserens oppfattelse av den enkelte og dermed spille inn på deres valg. Bildene størrelse kan også fortelle litt om avisenes forhold til, og formidling av de ulike partiene. Et stort bilde vil føre til at man lettere ser hvem som er på bildet, og man vil derfor kanskje kunne dra kjensel på politikeren og vite hvilket parti artikkelen handler om. Bildets størrelse er også med på å fortelle hvordan bildet kan oppfattes, ved at man på et større bilde lettere kan se om personen er glad og blid, sur og misfornøyd eller engasjert i øyeblikket bildet er tatt. Bildenes størrelse kan hjelpe meg i min analyse ved at de kan fortelle meg om det er samsvar mellom størrelsene på bildet, hvilke parti som oftest er på bilder i avisen, og om det er disse partiene som også skrives mest om. I tillegg kan jeg belyse eventuelle ulikheter mellom bildestørrelsene og dermed avisenes ønske om påvirkning på publikum i forhold til hvilket parti man ønsker å lese mer om.

6.5.1 Bildebruk i Aftenposten

I Aftenposten kom 70% av artiklene med bilder, 10% illustrasjoner og 20% av artiklene var ikke akkompagnert av bilder. I følge tabellen²² om størrelsen på bildene, viste det seg at de store bildene i Aftenposten er oftest av Arbeiderpartiet, deretter FrP, Høyre og SV. Vi ser

²² Vedlegg 10

også at Høyre har bilder utelukkende på alle artikler, og at disse enten er store eller mellomstore, mens både Arbeiderpartiet og SV har 19% av artiklene som omhandler partiet som ikke har bilder. FrP kommer like bak med 15% av artiklene som omhandler parti som ikke har bilder. Også KrF, Venstre og Senterpartiet har utelukkende bilder i artikler som de er hovedparti. I artikler hvor samarbeidende parti figurerer er det bare 7% av artiklene som ikke har bilder, mens i artikler om konkurrerende parti er et 22% som ikke har bilder. Flesteparten av artiklene som har bilder med konkurrerende parti, er store eller mellomstore, noe jeg ikke synes er så veldig overraskende. Ved å enten sette opp flere partier på et bilde vil man kanskje kunne trekke flere lesere, fordi det blir litt "allemannseie" hvis man ser at artikkelen også handler om "sitt eget" parti, for lesere som har et klart alternativ. De andre leserne vil man kanskje kunne trekke inn i artikkelen fordi mennesker liker konflikter, og ved bruken av et stort bilde av to motstridende politikere, vil enhver oppegående leser skjønne at her dreier sannsynligvis artikkelen seg om den politiske konflikten og ulikheten mellom de forskjellige partiene. For andre igjen vil artikkelen kanskje kunne oppfattes som rent informativ, ved politisk usikkerhet hos leseren, og lignende, og noen derfor vil kunne lese artikkelen for å få informasjon om de ulike partiene. Til sammenligning ser man at Aftenposten har svært få store bilder av samarbeidende parti, noe som utgjør bare 3% av de store bildene i avisen.

Bildeintensiteten viser hvordan bildene i Aftenposten ser ut, om de er positive, negative eller nøytrale, eller om de bærer preg av å være veldig intense og viser engasjement. Tabellen²³ viser at 27% av bildene i Aftenposten er positive, 13% er negative og 35% er positive. Det enkeltpartiet som i størst grad er kodet sammen med positive bilder er Høyre, som hadde 8% flere bilder enn neste parti, Arbeiderpartiet. Det er ikke så unaturlig at Høyre fikk så mange positive bilder, fordi partiet gikk seirende ut av valgkampen, og det er derfor selvsagt at mange av bildene ble positive som følge av dette, ved at de viste jubel og glede i partiet. Av de negative bildene gikk nesten 1/3 til FrP, partiet som jeg tidligere har kalt den norske politikkers "sorte får." Det faktum at partiet figurerer på så mange negative bilder, illustrerer dette utsagnet godt. Partiet fremstilles i mye større grad enn de andre partiene, negativt i Aftenposten. Ap ligger et stykke bak på de negative bildene, med 21% av negative bilder, mens Høyre bare var på 5%, det samme som SV og Sp. Nøytrale bilder forekommer oftest sammen med Flere konkurrerende parti, mens SV er det enkeltpartiet som oftest figurerer på nøytrale bilder, med 33% av bildene.

²³ Vedlegg 9

6.5.2 Bildebruk i Dagsavisen

Av artiklene i Dagsavisen er det 69% som har bilde, 21% som ikke har det, og 9% som følges av illustrasjoner. Illustrasjoner brukes gjerne i forbindelse med kommentarer, og Dagsavisen har flesteparten av sine illustrasjoner på kommentarstoffet. En analyse av bildene forteller meg at det er samsvar mellom bilder og hvem som får pressedekning. Likevel er det overraskende mange bilder som er ikke klassifiserbare. Hele 33% av bildene i Dagsavisen ble kodet som ikke klassifiserbare. Det kan for eksempel være bilder av steder, ting og lignende. Arbeiderpartiet sto for 24% av artiklene i avisen, og 20% av bildene var av de, det neste partiet som så var avbildet flest ganger etter AP var SV, med 12% av bildene. Til sammen var de rødgrønne partiene på 38% av bildene, mens de borgerlige var avbildet i kun 14% av artiklene. Den totale dekningen av de borgerlige partiene står til sammen for 19% av dekningen. Det er derfor ikke de helt store ulikhetene mellom bildeprosent og totalprosenten av partiene, men det er fortsatt interessant å trekke inn argumentene om gjenkjennelseeffekt. Med grunnlag i dette er det derfor svært interessant at forskjellen mellom de to regjeringsalternativene er så markante i Dagsavisen, og jeg mener dette gir grobunn for at hypotesen gjerne kan stemme. I tillegg mener jeg at den store forskjellen kanskje også kan forklares ut i fra at avisen i noen grad vet hvilke parti deres lesere ønsker å lese om. Størrelsen på bildene har jeg nevnt kan gjøre en forskjell på hvordan leseren oppfatter bildet. Tabellen²⁴ viser følgende: Av bildene i Dagsavisen er 35% av de store bildene av Arbeiderpartiet. Naturlig nok vil antall bilder av Ap være ganske mye større enn de andre partiene, da de totalt sett har relativt mange flere artikler hvor de er hovedparti enn de andre partiene. 11% av de store bildene er av SV, og 9% er av FrP. Ingen av de store bildene er av Høyre, merkelig nok med tanke på valgresultatene. I tillegg er kun 2% av de mellomstore bildene i samsvar med Høyre som hovedparti, mens Frp har 9% og SV 20%. Også her er Ap representert på flest av bildene, med 22%. Rødt har 2% av de store bildene, noe som er rart i forhold til størrelsen på Høyre og Rødt. De små bildene representerer Ap i nesten 1/3 av antallet, mens Høyre er representert på 16%. Kort oppsummert kan derfor Ap sies å være det partiet som figurerer oftest på bilder alene, uansett størrelse, mens Høyre som er det største opposisjonspartiet nesten utelukkende figurerer på små bilder i avisen. Motsetningene er derfor store i Dagsavisen når det kommer til disse to partiene, og denne delen bekrefter hypotesen i stor grad. Det som gjenstår er å se på hvordan intensiteten på bildene er.

²⁴ Vedlegg 10

Tabellen²⁵ viser at hele 43% av de positive bildene viser Arbeiderpartiet, og 19% av de positive bildene viser SV. Til motsetning deles opposisjonspartiene og Sp opp i 3%-5% hver av de positive bildene. Som jeg har diskutert tidligere, kan bildene brukes til å påvirke leseren, og derfor er det nærliggende å tenke seg at Dagsavisen har en baktanke med den ujevne fordelingen av positive bilder. Likevel er også 22% av bildene som er negative av Ap, den samme satsen som FrP, noe som utgjør at som enkeltparti er det bare disse som er representert alene på negative bilder. De nøytrale bildene i Dagsavisen er også oftest representert ved Ap, som ligger 13% over SV på neste plass. Som sagt er Ap det partiet som figurerer helt klart på flest bilder, og det er derfor naturlig at partiet er kodet mest som hovedparti i alle de tre kategoriene innenfor bildestørrelse og også bildeintensitet. Det som er merkbart er likevel at det er langt flere positive bilder enn negative og nøytrale bilder av partiet, mens FrP har langt flere negative bilder enn positive og nøytrale.

6.5.3 Bildebruken i Klassekampen

Flesteparten av artiklene i Klassekampen er akkompagnert av bilder som forsterker innhold og viser umiddelbart leseren hvem eller hvilket parti artikkelen handler om. 76% av artiklene kommer med bilder, 7% med illustrasjoner og 17% er uten bilder. Størrelsen på de varierer, men andelen mellom de ulike er ganske jevnt fordelt. Avisen bruker mest store bilder, som står for 33% av andelen bilder, 29% er små bilder og 22% er mellomstore bilder. Siden Arbeiderpartiet var dekket mest som hovedparti også her, er det naturlig at partiet vil stå for et stort antall bilder, og dermed også bli kodet som hovedparti flest ganger i alle de tre størrelses-kategoriene. De fleste store bildene er av Flere konkurrerende parti, deretter er Ap med 26% av de store bildene. Ap er også størst på små bilder også, mens SV er det partiet som har flest mellomstore artikler. Det er viktig å huske på at størrelsen på bildene gjenspeiler størrelsen på artikkelen, og dermed ligger det an for at Ap har en del store artikler i Klassekampen også. Generelt sett er det de borgerlige partiene som figurerer minst på bilder som igjen reflekterer at disse er de minst dekkede partiene i Klassekampen. Rødt figurerer på 5% av de små bildene, og 2% av både de store og de mellomstore bildene. Videre må man se på bildeintensiteten, og denne tabellen²⁶ viser at de aller fleste bildene er kodet som nøytrale, faktisk nesten halvparten av bildene. Det er heller ikke umulig at den store andelen nøytrale bilder, faktisk kommer fra et bevisst valg fra avisens side, samtidig som det også kan skyldes

²⁵ Vedlegg 9

²⁶ Vedlegg 9

manglende erfaring i innholdsanalysens tidlige fase, hvor jeg ble mer klar over etter hvert hvordan jeg skulle skille de ulike intensitetsnivåene. Samtidig er det viktig å nevne at ofte hentes bildene fra et bildearkiv, og da har man kanskje ikke bilder som beskriver nøyaktig det som står i teksten. 27% av bildene er positive, og flesteparten av disse er av Arbeiderpartiet, faktisk like mange prosent av de positive bildene totalt er av partiet. Her må man tenke på samme begrunnelse som tidligere, at dekningsandel også fører til at deres andel blir høyere i hver av kategoriene. Til gjengjeld er likevel FrP bare på 8% av de positive bildene, men på 20% av de negative. Her har Ap 40% av totalen.

6.5.4 Bildebruken i Nordlys

I Nordlys var det 81% av artiklene som hadde bilder, 13% som ikke hadde det, og 6% som hadde illustrasjoner. Av disse var 37% kodet som store, 30% som mellomstore og 20% som små. I følge tabellen²⁷ var det et parti som skilte seg markant ut i forhold til å figurere hyppigst på store bilder. Det var Ap som var på nesten en tredjedel av de store bildene. Høyre var på nest flest store bilder, med 18% av antallet, mens SV og Venstre figurerte henholdsvis på 10% og 6% av de store bildene. Fremskrittspartiet som var et klart samarbeidsalternativ til Høyre og Venstre figurerte bare på 3% av de store bildene. Andelen av de mellomstore bildene er like stor mellom FrP, Høyre og Ap, hvor hver av de står for 14%, den største andelen mellomstore bilder er kodet sammen med Ikke klassifiserbar i 38% av bildene, og Konkurrerende parti i 25% av bildene. Bildene av konkurrerende parti er ofte mer intense og beskriver konflikten i tekstens innhold. De små bildene inneholder oftest konkurrerende parti, deretter er det Ap som oftest er på små bilder, med 22% av bildene. Ellers er det relativt jevnt fordelt på de små bildene mellom partiene, på rundt 5% til hver av de. Venstre har ingen små bilder. Det mest interessante er å se hvordan bildene fremstiller de ulike partiene.

Tabellen²⁸ av bildeintensiteten i Nordlys viser at totalt sett er 38% av bildene positive, 8% er negative, 37% nøytrale og 17% er ikke kvalifiserbare. Av disse 17% er 13% de antall artiklene som ikke har bilder også iberegnet. De fleste positive bildene er nesten en tredjedel til Ap, mens Høyre har nest flest positive bilder med 25%. FrP har 7% på alle de tre ulike bildeintensitetene, mens Ap har 40% av de negative bildene og Høyre bare har 7% av disse.

²⁷ Vedlegg 10

²⁸ Vedlegg 9

13% av de negative bildene er kodet sammen med Venstre, og flesteparten av de nøytrale bildene er av konkurrerende parti.

6.5.5 Bildebruken i iTromsø

i iTromsø kom 87% av artiklene med bilder, bare 8% uten og 6% av artiklene var fulgt av illustrasjoner. iTromsø bruker illustrasjoner hyppig sammen med lederartiklene, og flesteparten av illustrasjonene var satt sammen med lederne. Tabellen²⁹ viser at halvparten av alle bildene i avisen var mellomstore, mens 21% av bildene var store, og 20% var små. iTromsø hadde ikke så veldig mange politiske artikler som var dobbeltsider, og dette vil jeg si, er årsaken til at flesteparten av bildene er mellomstore. Mellomstore bilder er typisk sånne som dekker en halv helside, som var den vanligste størrelsen på artiklene i iTromsø. På de store bildene var både Arbeiderpartiet og Høyre representert på 30% av bildene. iTromsø har igjennom denne analysen vist seg å ha litt mer fokus på Høyre enn på Ap, men dette gjenspeiler seg altså ikke i bildestørrelsene. Det var også flere artikler om Høyre som ikke hadde bilde enn Ap, og derfor er Ap mer representert enn Høyre både på de mellomstore og de små bildene. Både FrP og SV er mer representert i de mellomstore bildene, mens ingen av de små bildene er av FrP. Verken Venstre, KrF eller rødt er representert i form av store bilder. Med tanke på Venstres posisjon i byen, er det rart at de ikke er representert i det hele tatt på store bilder. Tendensen i bildene³⁰ viser at Høyre og Ap er representert i like mange positive bilder med 15% mer enn de neste partiene, KrF og SV. SV er også representert mest på de negative bildene, mens Ap her er nest mest.

6.6 Oppsummering av de viktigste funnene

Aftenposten har vist seg å være ganske uavhengig en hver politisk tilhørighet, og ingenting i funnene, verken fra intervjuene eller innholdsanalysen kan med håndfaste bevis si at de er verken borgerlige eller rødgrønne i deres redaksjonelle plattform. Avisen er relativt jevn i deknningen av de tre-fire største og mest betydningsfulle partiene i Norge, både i form av antall artikler, og vinkling og tendens. Det at Arbeiderpartiet tar en knepen seier i deknningen, er helt naturlig med tanke på deres posisjon som det største regjeringspartiet. Som jeg har uttrykt flere ganger tidligere, kan det være en fare for at resultatene av Aftenpostens dekning

²⁹ Vedlegg 10

³⁰ Vedlegg 9

ville vært noe annerledes dersom det ikke var for de metodiske feilene i utvalget av avisen. Sannsynligvis ville både antallet artikler, hvem som figurerte hyppigst og temaene vært noe annerledes dersom Aftenpostens aftenbilag hadde vært tatt med. Aftenposten synes å være profesjonelle i deknningen av valgkamper, og hvis man ser på oppslutningen til hvert enkelt parti, gjenspeiler dette seg både i vinkling og tendens i Aftenposten.

Dagsavisen levner ingen tvil i sin lederartikkel om at de fortsatt har en klar grunntanke om at de rødgrønne partiene er de som bør stemmes på, og dette vil jeg anse som det aller viktigste enkeltfunnet i hele analysen. Samtlige intervjuinformanter sa at en sånn type anbefaling skulle store uenigheter med et parti til for at de skulle gjøre, og derfor er det interessant at Dagsavisen fortsatt velger å ta sånne redaksjonelle avgjørelser i en valgkamp i 2011. På denne måten beviser de at de fortsatt ønsker å påvirke deres lesere i den rødgrønne retningen, og at de ikke står for de samme verdiene som de borgerlige partiene innehar. Det er ikke bare dette enkeltfunnet som beviser at Dagsavisen er ute etter å påvirke leseren i den retning. Dekningen av Ap og SV er langt høyere enn deknningen av de borgerlige, og til tross for at Ap ikke gjorde et spesielt bra valg, verken i Oslo eller på landsbasis, så er partiet dekket i 44% av artiklene under kategorien Suksess. På den andre siden er ikke Høyre, som faktisk gjorde et kjempevalg, kodet sammen med Suksess i en eneste artikkel i Dagsavisen. Av nederlagsartiklene var SV kodet i 64% av artiklene, noe som viser at avisen til tross for øvrige funn, også dekker realiteten av valget på en ganske nøyaktig måte, om enn noe mer dramatisk og fremtonende enn Aftenposten, Nordlys og iTromsø. For meg levner det ikke noen tvil om at hypotesen fra kapittel 1 om Dagsavisen stemmer. Avisen dekker i mye større grad Arbeiderpartiet og SV enn de gjør med de borgerlige partiene. Artiklene om de rødgrønne partiene har i de fleste tilfeller, også en helt annen, og mer positiv sjargong enn artiklene om de borgerlige.

Klassekampen har enda større dekning av nederlaget i SV, med over to tredjedeler av nederlagsartiklene. Jeg tror at både Klassekampen og Dagsavisen føler at dette må hauses opp, på grunn av deres tilhørighet til partiet, og at nederlaget har fått betydning for den rødgrønne siden i politikken. Klassekampens rolle som nisjeavis for venstresiden er svært tydelig i denne analysen, men de dekker i mye større grad Arbeiderpartiet i en positiv retning enn det jeg først hadde trodd. I følge personlig kjennskap til noen av avisens ansatte, er det flere journalister som tilhører partiet Rødt, og det kan derfor være at de er Ap-positive for å unngå å bli karakterisert som en partiavis for Rødt. På denne måten får de balanse i

dekningen av de ulike. Samtidig er det viktig å huske på at Ap er det mest synlige partiet på venstresiden av politikken, og det er derfor mer interessant for leseren og lese om Ap fremfor Rødt som er mye mindre. 46% av artiklene som er kodet med Suksess er kodet med Ap, mens valgvinnerne i Høyre ikke får en eneste artikkel i denne kategorien i Klassekampen.

Nordlys viser seg å være relativt jevn i dekningen av de to største partiene i Tromsø under denne valgkampen, Arbeiderpartiet og Høyre. Avisen fokuserte en del på konkurransen mellom de to partiene, og satte deres politikk relativt ofte opp mot hverandre. Høyre og AP fikk like mange positive artikler i avisen, men likevel er det en andre funn som beskriver at de i noen grad var hakket mer positiv til Ap enn til Høyre. Kun 3% av artiklene innenfor kategorien Suksess var tilegnet Høyre, mens Ap som gjorde et langt dårligere valg var representert i 40% av disse artiklene. Også bildene av Ap er litt oftere positive og større enn de er av Høyre. Det er vanskelig å trekke noen konklusjoner om Nordlys sin dekningen i forhold til tidligere standpunkt, men det er jo som funnene viser noen ting som peker på at de var litt mer rettet mot en positiv dekning av Ap enn av Høyre, om enn med små marginer. Med tanke på hva de selv mener er deres samfunnsoppdrag, klarte de på en relativt god måte å vise frem til en dekning som representerte politikken i Tromsø på en nyansert måte. iTromsø var startet opp som et organ for Venstre, men partiet har ikke noen veldig fremtredende posisjon i Tromsø, og er heller ikke dekket i veldig stor grad i avisen. Det er også lite i funnene som viser at avisen på noen måte føler tilhørighet til Venstre i denne valgkampen. Høyre var representert i 42% av artiklene som er kodet som Suksess, noe som gjenspeiler deler av virkeligheten av politikken i byen. Sammenlignet med antallet artikler som viste suksessen til Høyre i Nordlys, kan iTromsø virke noe mer positiv til partiet. Det er viktig å påpeke at det ikke er veldig mange færre suksessartikler om Ap, som gjorde et langt dårligere valg enn Høyre, men Ap er det partiet som får mest kritikk i avisen både i form av partikritikk og negative kommentarer. I intervjuet med Jørn-Christian Skoglund kom det frem at avisen fokuserer mer på resultatene av politikken fremfor hvilke saker politikerne selv ønsker å fremheve, og dette er nok hovedårsaken til at Ap får såpass mye kritikk. iTromsø er hakket mer kritisk til FrP enn Nordlys, i og med at 14% av de negative kommentarene gikk til partiet, og 12% av partikritikken. Det er vanskelig å si noe mer spesifiserende om iTromsø, annet enn at de virket å være litt mer positive til de borgerlige partiene enn de rødgrønne. I forhold til samfunnsoppdraget lyktes de å dekke det lokale på en representativ måte, og det er nettopp på det lokale fokuset til avisen ligger.

7 Konklusjon

I denne oppgaven har jeg sett på dekingen av valgkampen under kommune- og fylkestingsvalget i 2011. Pressen selv hevder at de er frie og politisk uavhengige, mens andre mener at den politiske forankringen fortsatt er synlig i avisers deking av valgkamper. Målet med oppgaven var derfor å belyse verdiene som ligger til grunn i de fem utvalgte avisenes deking av politikk – drives de av en fri journalistikk uten noen form for politisk forankring, eller ligger partipolitiske plattformer til grunn i valgkampdekningen deres? Teorien fungerer som kunnskap om hva man kan forvente å finne i en medialisert valgkamp, hvordan medialiseringen påvirker demokratiet, og avisenes samfunnsansvar, men funnene mine er først og fremst basert på metodiske forhold. På grunnlag av kodeboken og intervjuguiden har jeg kommet frem til noen tendenser av dekingen av partiene i den aktuelle valgkampen.

Utvalget baserte seg på at avisene tidligere hadde hatt et klart ståsted, og jeg ønsket å favne bredden av valgkampdekningen i de fem avisene. Derfor ble kvantitativ innholdsanalyse det viktigste verktøyet for å gjøre så mange funn som mulig. I dette kapitlet vil jeg derfor spisse disse funnene til hovedfunn som kan fortelle hvordan avisene forholdt seg til de ulike partiene i den aktuelle valgkampen. Ved å gjøre dette samler jeg hovedfunnene innunder de to problemstillingene jeg introduserte i innledningen av oppgaven, og på denne måten svarer på disse.

Hvordan dekket de ulike avisene valgkampen i 2011? Var det store ulikheter i avisenes deking av de enkelte partiene?

For å belyse denne problemstillingen er det viktig å se på hovedfunnene i selve dekingen. De som representerer virkeligheten av dekingen, og som kan belyse avisenes vinkling og tendens. Det viste seg å være både likheter og ulikheter i den totale dekingen som jeg presenterte i Figur 6.1. Denne figuren bekrefter teorien hvor jeg beskriver at regjeringsparti dekkes oftere enn opposisjonspartiene. Analysen viser likevel at de to største partiene i opposisjonen, Høyre og FrP, dekkes relativt ofte, men ikke på langt nær like mye som regjeringspartiene Arbeiderpartiet og SV. Arbeiderpartiet er hovedpartiet i flest artikler sett ut i fra de 830 artiklene som jeg har analysert. Ole Mathismoen i Aftenposten sa under intervjuet at det på mange måter er viktigere å høre hva statsminister Jens Stoltenberg mener om en sak, enn hva for eksempel venstreleder Trine Skei Grande mener om den

(Mathismoen, intervju, 20.09.12), og gir dermed svar på en av årsakene til at partiet fikk såpass bred dekning. SV som sitter sammen med Ap i regjering er det nest mest dekkede partiet under denne valgkampen, mens de store borgerlige partiene FrP og Høyre er dekket flest ganger etter det igjen.

Tabell 6.2 viser spesifisert dekning av partiene i de fem avisene, og her er det flere interessante funn å peke på. Umiddelbart ser man at både Klassekampen og Dagsavisen dekker Ap og SV langt mer enn de øvrige partiene. Også Nordlys dekker Ap mye mer enn de andre partiene, mens iTromsø og særlig Aftenposten var langt mer jevn i dekningen av de ulike partiene. Utvalget i Aftenposten har jeg diskutert i kapittel 3, og det er ikke til å komme bort i fra at dette kan ha spilt inn på resultatene som viser en såpass jevn dekning.

Analysen av vinklingen og tendensen i artiklene ga de mest konkrete funnene i forhold til hvordan de ulike partiene ble dekket i avisene. Når det kom til partikritikk var Aftenposten langt mer kritisk til de rødgrønne enn til de borgerlige partiene, med tanke på at alle de tre rødgrønne fikk 17% hver av partikritikken, og FrP var det eneste partiet på borgerlig side som var kodet sammen med partikritikk. Høyre gjorde et godt valg, men det at partiet ikke fikk en eneste kritisk artikkel rettet mot seg, er et funn som må løftes opp. I de øvrige avisene var Høyre kodet med partikritikk i rundt 10% av artiklene, og dette viser at det er ting i partiets valgkamp som kan kritiseres, uten at dette har blitt gjort i Aftenposten. I Aftenposten er Høyre det klart største partiet innen kategorien Suksess. Dette er ikke uventet med tanke på at partiet gjorde et brakvalg i 2011, men det er vanskelig å si hvorvidt dette kan skyldes oppslutningen. Tendensen peker riktignok ikke i retning av at avisen er spesielt Høyrevennlig. Ingen av kommentarene var om Høyre, mens 33% av de positive kommentarene var om SV.

Dagsavisen har en rødgrønn politisk plattform som ligger til grunn i deres partidekning, og denne skinner gjennom når man ser på Tabell 6.7 om vinklingen i avisen. 29% av partikritikken var kodet sammen med FrP, mens Ap bare fikk 5%. Det faktum at Ap også fikk 44% av Suksessartiklene, er et merkbart funn med tanke på at partiet ikke nådde opp til oppslutningen som Høyre fikk, og de igjen bare fikk 13% av de suksessrike artiklene. SV fikk også langt flere artikler om Nederlag i Dagsavisen enn i de andre, som igjen viser at avisen i mye større grad bryr seg om at partiet gjør det dårlig. Tendensen viser likevel ikke påfallende funn som belyser den rødgrønne plattformen, fordi både KrF og Venstre fikk like

mange positive kommentarer som Arbeiderpartiet. De negative kommentarene viser likevel at avisen er svært kritisk til FrP ved at nesten halvparten av de negative kommentarene var rettet mot partiet.

Klassekampen retter en stor del av de partikritiske artiklene til FrP, men også Høyre og SV er relativt høyt representert i denne kategorien. Samtidig representeres nesten halvparten av artiklene om partienes suksess av Ap, mens Høyre som virkelig gjorde et bra valg ikke var representert med en eneste artikkel innenfor kategorien Suksess. To tredjedeler av artiklene innenfor kategorien Nederlag var av SV. En gjennomgang av artiklene viser at i mange av de sympatiserer Klassekampen med partiets dårlige oppslutning, og forsøker å formidle løsninger som fører til at SVs oppslutning går opp. Tendensen viser at Klassekampen i likhet med blant annet Dagsavisen er mest negativ til FrP på kommentarplass mens de er mest positive til Flere konkurrerende parti, Ap og også KrFs politikk.

Det viktigste funnet i Nordlys er at Høyre som fikk den aller største oppslutningen i Tromsø fikk langt færre artikler innen Suksess enn Ap, som mistet makten i byen, gjorde. Dette gjør at det er lett å tro at avisen har et mer positivt syn på Ap enn på Høyre, men Ap er også det enkeltpartiet som oftest er kodet innenfor Partikritikk. Flesteparten av disse artiklene er kritikk rettet til Ap og deres manglende resultater på gjennomføringen av valgkampsløftene fra 2007. Tendensen viser at både Ap og Høyre får en tredjedel hver av de positive kommentarene. De negative kommentarene gis oftest til Flere konkurrerende parti og bare Ap og SV er representert som enkeltparti i denne kategorien. Generelt sett fokuserer Nordlys mer på flere parti i de fleste kommentarene sine.

iTromsø på sin side dekket partiene relativt jevnt. Tabell 6.2 viser likevel at Ap også er det mest dekkede partiet i avisen, mens Høyre kommer på andreplass med 6% færre artikler. Avisens vinkling av de ulike partiene skiller seg noe ut i forhold til vinklingen i Nordlys. 42% av artiklene innen Suksess i iTromsø er av Høyre, mens 26% er av Ap, som også får halvparten av artiklene innen Nederlag. I likhet med vinklingen i Nordlys, er Ap også det største partiet innen kategorien partikritikk med en tredjedel av disse artiklene. FrP og SV er de nest største innen denne kategorien med bare 12% hver. Det er derfor en markant forskjell i avisene på hvilke partier som får kritikk. Sammenlignet med Dagsavisen og Klassekampen, er både Nordlys og iTromsø langt mer positive til FrP, og langt mer kritiske til Ap. Dette peker i mot at lokale forskjeller i partiene har mye å si for dekningen av en lokalvalgkamp.

iTromsø hadde ikke så mange kommentarer, og ingen av disse var utelukkende positive. Av de negative kommentarene var flesteparten rettet mot Flere konkurrerende parti, Ikke klassifiserbart og Arbeiderpartiet som alle fikk 29% hver. Dette gjenspeiler også i noen grad at iTromsø er litt mer positive til FrP enn Klassekampen og Dagsavisen, da partiet bare er representert i 14% av de negative kommentarene. Funnene over representerer de viktigste dekningsstendensene innenfor hver av avisene, og på denne måten svarer de enkelte på den første problemstillinga.

Ble valgkampdekningen påvirket av avisenes tidligere politiske tilhørighet eller deres egen idé om presses samfunnsrolle?

Denne problemstillingen besvares ved å se på hovedfunnene som svarte på den første problemstillingen.

Det mest interessante enkeltfunnet i analysen var Dagsavisens lederartikkel på valgdagen³¹, og gir rot til at avisens sosialdemokratiske plattform ligger godt plantet i avisens redaksjonelle valg. Det er heller ingenting annet i dekingen som motsier dette. Dermed levner det ingen tvil om at hypotesen fra kapittel 1 om Dagsavisen også bekreftes i forhold til avisens dekning av valgkampen.

Aftenposten er en av de største avisene i Norge, og dermed har de et noe annet samfunnsansvar enn de regionale og lokale avisene. Med tanke på at de har en såpass jevn dekning av de største partiene fremstår avisen langt mer profesjonalsert enn for eksempel Dagsavisen, som ikke legger skjul på hvilken politisk retning de fortsatt sympatiserer med. På denne måten viser Aftenposten at de tar samfunnsansvaret alvorlig, og faktisk er ute etter å dekke virkeligheten i norsk politikk. I intervjuene kom det frem at det ikke var et mål å dekke alle partiene på lik måte, men de har til tross for dette, gitt alle de største partiene relativ lik mulighet til å uttrykke seg i avisen. Partiene representerer de sterkeste meningene i politikken, og dette er nok hovedårsaken til at dekingen er såpass jevn som den er, og den representerer i stor grad virkeligheten av det politiske bildet i Norge.

Siden Klassekampen er en nisjeavis fremstår deres samfunnsoppdrag på en annen måte enn de øvrige avisene. Klassekampens reklamering som "Venstresidas dagsavis" viser til at

³¹ Vedlegg 4

avisen legger opp til å være mer kritiske til opposisjonen og mer positive til venstresiden. Valgkampdekningen i avisen viser dette, men med tanke på at Rødt er medeiere i Klassekampen var det nærliggende å tro at partiet ville få mer enn bare 3% av den totale dekningen i avisen. I analysekapitlet reflekterte jeg over muligheten til at dette kunne komme av at avisen ikke ønsker å fungere som et organ for partiet, og at de derfor er mer positive til Arbeiderpartiet på grunnlag av dette. Det viser seg at det partiet som Klassekampen oftest fremhever positivt er nettopp Ap, og dette kan skyldes at Ap, til tross for sin plassering inn mot sentrum, representerer makten på venstresiden i større grad enn både SV og Rødt. Hypotesen fra kapittel 1 blir på grunnlag av disse funnene derfor bekreftet, selv om avisen absolutt viste seg å være mer Ap-positiv enn jeg i utgangspunktet hadde sett for meg i forkant av analysen. Jeg trodde dekningen ville basere seg mer på SV og Rødt enn den viste seg å gjøre, og derfor gi noe mindre spalteplass til Arbeiderpartiet.

Nordlys var tidligere et organ for Arbeiderpartiet, men dekningen i dag viser at avisen i større grad baserte seg på konkurransen mellom Ap og Høyre i denne valgkampen. Konkurransmomentet viser seg i store deler av artiklene som omhandler de to partiene, og på denne måten reflekterer de valgkampen på en ganske korrekt måte. Anders Opdahl hevdet at avisen er fri og uavhengig av hver politisk tilhørighet, og at målet er å sette dagsorden. Jeg er til dels enig i at avisen gjør dette, men det går likevel ikke an å se bort i fra at avisen i noen grad er litt mer positive til Ap enn til Høyre i form av at Ap fikk langt flere artikler om deres suksess enn det som kanskje var tilfellet for partiet. Avisen viser seg også å ha et mer nyansert bilde av FrP enn det jeg har beskrevet i Dagsavisen og Klassekampen, noe som også kan forklares ut fra at partiet kanskje ikke har den samme rollen i Tromsø som i landet for øvrig. FrP klarte å få en viss posisjon som maktparti i byen, og for at avisene skal kunne sies å reflektere virkeligheten i det politiske bilde, måtte også dekningen av partiene vise dette, som Nordlys kan sies å ha lyktes med når det kom til FrP.

iTromsø har mye mindre fokus på politiske nyheter enn de øvrige avisene, og det har derfor vært vanskelig å peke på spesifikke tendenser i dekningen. Tidligere var de et organ for Venstre, men det er svært lite i analysen som peker på at denne tilhørigheten fortsatt ligger til grunn. Om jeg skal peke på noe mer konkret, så ville det være at avisen ligger litt til høyre i politisk plattform, ved at Høyre som parti dekkes i noen grad mer positivt enn de øvrige partiene. Sjefredaktør Jørn-Christian Skoglund sier at det viktigste for avisen er å gjenspeile resultatene av politikken, og med dette i tankene kan man rettferdiggjøre partikritikken av

Arbeiderpartiet som noe annet enn at avisen er negativ til partiet. Det jeg tenker på da er at Ap ikke nådde frem med alt de hadde lovet i byen, og på grunn av at iTromsø sitt hovedfokus ligger på det lokale, gir de kritikk for politikken til partiet som ikke lyktes i å gjennomføre det de hadde lovet. Alle avisene gjør i noen grad det, men det lokale ligger nok mye sterkere i iTromsø enn i de øvrige avisene, og dette kan være en av årsakene til at avisens kritikk i stor grad er rettet mot Ap som hadde sittet med makten i 12 år..

7.1 Oppsummering

Funnene viser at det finnes forskjeller i deknningen både med tanke på avisenes politiske plattform, og ved at Klassekampen og Dagsavisen ikke legger skjul på deres ståsted i like stor grad som de andre avisene. De ser det som sitt samfunnsansvar å rettlede leserne inn mot en mer venstrevridd politikk, og tar i større grad avstand fra de borgerlige partienes politikk ved å kritisere denne mer enn de kritiserer den rødgrønne politikken.

Nordlys på sin side, pakker den sosialdemokratiske plattformen litt mer inn ved at de har bredere fokus på konkurransen mellom Ap og Høyre i denne valgkampen. Likevel virker det som at avisen kanskje innerst inne håpet litt på at Ap skulle komme seirende ut av den spennende valgkampen. Grunnlaget for dette utsagnet baserer jeg på forsiden de hadde dagen etter valget var avgjort. iTromsø som dekket den samme valgkampen, smurte Høyres suksessvalg på forsiden, mens Nordlys tok for seg valgets resultater mer generelt ved å vie plass til både vinnerne og taperne, og kun hadde et mindre oppslag om Høyre på forsiden. iTromsø virker å være hakket mer positiv til det borgerlige alternativet enn til det rødgrønne. Hovedårsaken til dette ligger nok i at resultatene til Ap ikke var gode nok, men det skal ikke legges skjul på at det finnes funn som belyser at de forholder seg mer til høyresiden enn til sentrum og venstresiden. Aftenposten fremstår som den absolutt klareste uavhengige avisen i denne studien, og det er lite i deknningen som tilsier at de er mer positiv den ene eller den andre veien.

Oppgavens bidrag og forslag til videre forskning

Valgkamp er et tema som er relativt mye forsket på, og denne oppgaven føyer seg inn i rekken av disse. Det studien likevel har bidratt til i valgkampsforskningen er å gjøre en inngående analyse av deknningen i fem norske aviser, som alle tidligere har vært sterke politiske organer. Den bidrar til å vise at pressen ikke nødvendigvis er så politisk uavhengig

som pressen selv tror. Pressen viser at politiske plattformer ligger til grunn i de fleste av de, men at de ikke nødvendigvis er like partirettet som tidligere.

Skulle man foreta videre forskning, ville det vært interessant å gjøre en analyse av flere aviser. Dette ville ført til at en større generaliserbarhet når det gjelder partitilknytningen i norsk presse som en helhet, siden dette ikke lar seg gjøre med bare fem aviser.

Litteraturliste

- Aglen, Tone Sofie (2007): «Nyhetsverdier og medieslitasje». I: *Den medialiserte politikken*. Anders Todal Jensen og Toril Aalberg (red.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Albæk, Erik, Christian Elmelund-Præstekær, David Nicolas Hopmann og Robert Klemmensen (2011): «Experts in Election News Coverage - Process or Substance?» I: *Nordicom Review 32*. Gøteborg.
- Allern, Sigurd (2007): «From Party Press to Independent Observers?» I: *Nordicom Review. Jubilee issue 2007*. Ulla Carlsson (red.). Gøteborg/Bergen.
- Allern, Sigurd (2001): *Flokkdyr på løvebakken. Søkelys på Stortingets presselosje og politikken medierammer*. Oslo: Pax Forlag.
- Asp, Kent (1986): *Mäktiga massmedier: studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.
- Bastiansen, Henrik G. og Hans Fredrik Dahl (2003): *Norsk mediehistorie*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Bastiansen, Henrik G. (2010a): «På gata igjen». I: *Imperiet vakler 1945-2010*. Guri Hjeltnes (red.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Bastiansen, Henrik G. (2010b): «Partipressen gjenreises». I: *Imperiet vakler 1945-2010*. Guri Hjeltnes (red.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Bastiansen, Henrik G. (2010c): «Partiene reagerer». I: *Imperiet vakler 1945-2010*. Guri Hjeltnes (red.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Bastiansen, Henrik G. (2010d): «EF-striden: Partipressen for fall». I: *Imperiet vakler 1945-2010*. Guri Hjeltnes (red.). Oslo: Universitetsforlaget.

- Bjerke, Paul (2001): *Fortsatt partipresse. Norske avisers holdning til regjeringsskiftet i mars 2000*. Volda: Høgskulen i Volda.
- Brurås, Svein (2000): *Etikk for journalister*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Denton, Robert E. Og Gary C. Woodward (1998): *Political Communication in America*. Westport CT: Praeger.
- Fagpressen (2007): *Redaktørplakaten*. URL: <http://www.fagpressen.no/Om-Fagpressen/Presseetikk2/Redaktoerplakaten> [Lesedato: 31.05.13]
- Grønmo, Sigmund (2007): *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Hansen, Anders (1998): Content Analysis. I: *Mass communication research methods*. Simon Cottle, Ralph Negrine og Chris Newbold (red.). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Herkman, Juha (2008): «Current trends in media research». I: *Nordicom Review 1/2008*. Ulla Carlsson (red.). Gøteborg/Bergen.
- Hernes, Gudmund (1978): «Det mediavridde samfunn». I: *Forhandlingsøkonomi og blandingsadministrasjon*. Gudmund Hernes (red.). Bergen: Universitetsforlaget.
- Hjarvard, Stig (2008): *En verden af medier. Medialisering af politik, sprog, religion og leg*. Fredriksberg C.: Samfunnslitteratur.
- Høst, Sigurd (2010): «Den enes død, den andres brød». I: *Imperiet vakler 1945-2010*. Guri Hjeltnes (red.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Jamtøy, Ann Iren (2011a): *I godt selskap? Politisk journalistikk som også skal underholde*. Doktoravhandling. Trondheim: Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet.
- Jamtøy, Ann Iren (2011b): «Bildet av politikk». I: *Norsk medietidsskrift*. 2011; Volum 18 (3).

- Jenssen, Anders (2007): «Den medialiserte politikken. » I: *Den medialiserte politikken*. Anders Todal Jensen og Toril Aalberg (red.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (2007): «Den politiske allmenningens tragedie? » I: *Den medialiserte politikken*. Anders Todal Jensen og Toril Aalberg (red.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Johansen, Tor Arne (2010): «Fra avishus til konsern. » I: *Imperiet vakler 1945-2010*. Guri Hjeltnes (red.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Jønsson, Rasmuss og Ole Larsen (2002): *Professionel politisk kommunikation. En studie af 20 dages valgkamp*. København: Akademisk Forlag A/S.
- Klassekampen*. URL: http://www.klassekampen.no/om_oss [Lesedato 31.05.13]
- Kvale, Steinar og Svend Brinkman (2009a): *Interviews. Learning the Craft og Qualitative Research Interviewing*. California: SAGE Publications, Inc.
- Kvale, Steinar og Svend Brinkman (2009b): *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Mathisen, Birgit Røe (2010): *Lokaljournalistikk. Blind patriotisme eller kritisk korrektiv?* Kristiansand: IJ-forlaget
- McNair, Brian (2007): *An Introduction to Political Communication* Oxon: Routledge.
- McQuail, Dennis (2005): *McQuail's Mass Communication Theory*. California: SAGE Publications, Inc.
- Moen, Astrid (2007): «Medialiseringsspiralen – en historie fra virkeligheten». I: *Den medialiserte politikken*. Anders Todal Jensen og Toril Aalberg (red.). Oslo: Universitetsforlaget.

Narud, Hanne Marthe og Henry Valen (2004): «Partiprogram og velgerappell». I: *I valgkampens hete*. Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). Oslo: Universitetsforlaget.

Neuendorf, Kimberly A. (2002): *The content analysis guidebook*. California: SAGE Publications Inc.

Regjeringen. URL: <http://www.regjeringen.no/nb/dok/nouer.html?id=1767> [Lesedato 31.05.13]

Roppen, Johann og Sigurd Allern (2010): «Journalistikkens samfunnsoppdrag». I: *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. Johan Roppen og Sigurd Allern (red.). Kristiansand: IJ-forlaget.

Sjøvaag, Helle (2010): «Samfunnskontraktens opphav og ideologiske funksjon». I: *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. Johan Roppen og Sigurd Allern (red.). Kristiansand: IJ-forlaget.

Skogerbø, Eli (2008): «Normativ teori, medier og demokrati». I: *Medievitenskap. Medier – institusjoner og historie*. Martin Eide (red.). Bergen: Fagbokforlaget.

Strömbäck, Jesper (2004): *Den medialiserade demokratin: om journalistikens ideal, verklighet och makt*. Stockholm: SNS Förlag.

Strömbäck, Jesper, Mark Ørsten og Toril Aalberg (2008): *Communicating Politics. Political Communication in the Nordic Countries*. Göteborg: Nordicom.

Thomas, Robert J (1995): «Interviewing Important People in Big Companies». I: *Studying Elites Using Qualitative Methods*. Rosanna Hertz og Jonathan B. Imber (red.). California: SAGE Publications, Inc.

Tjelmeland, Halvard (2004): *Om å skriva Nordlys' sin historie*. URL: <http://www.pressehistorisk.no/index.asp?id=98771#Nordlys> [Lesedato: 31.05.13]

Waldahl, Ragnar (2001): *Mediepåvirkning*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.

Waldahl, Ragnar og Hanne Marthe Narud (2004): «Den «korte» valgkampen. Mediestoffet i fire uker før valget». I: *I valgkampens hete*. Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.). Oslo: Universitetsforlaget.

Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen (2002): *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.

Østbye Helge og Toril Aalberg (2008): «Media and politics in Norway». I: *Communicating Politics. Political Communication in the Nordic Countries*. Jesper Strömbäck, Mark Ørsten og Toril Aalberg (red.). Göteborg: Nordicom.

Østerud, Øyvind, Fredrik Engelstad og Per Selle (2003): *Makten og demokratiet. En sluttbok for Makt- og demokratiutredningen*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

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

Intervjuer

Anders Opdahl 03.09.12

Jørn-Christian Skoglund 10.09.12

Ole Mathismoen 20.09.12

Vedlegg 1

Kodebok for kvantitativ innholdsanalyse.

1. **Avisene** Avisene er enhetene i undersøkelsen. Kategorien forteller hvilken avis den aktuelle artikkelen som kodes befinner seg i.

1 Aftenposten
2 Dagsavisen
3 Klassekampen
4 Nordlys
5 iTromsø

2. **Dato** Når artikkelen sto på trykk. Lørdager er ikke tatt med. Årsaken til dette er beskrevet i metodekapitlet.

1 13.08.11
2 15.08.11
3 16.08.11
4 17.08.11
5 18.08.11
6 19.08.11
7 20.08.11
8 22.08.11
9 23.08.11
10 24.08.11
11 25.08.11
12 26.08.11
13 27.08.11
14 29.08.11
15 30.08.11
16 31.08.11
17 01.09.11
18 02.09.11
19 03.09.11
20 05.09.11
21 06.09.11
22 07.09.11
23 08.09.11
24 09.09.11
25 10.09.11
26 12.09.11
27 13.09.11
28 14.09.11
29 15.09.11
30 16.09.11
31 17.09.11

3. **Form** Hvilken type artikkel det er.
- 1 Forside
 - 2 Nyhet
 - 3 Intervju
 - 4 Leder
 - 5 Kommentar: betyr at det er en kommentar fra en av de ansatte i avisen
 - 6 Underartikkel: betyr at artikkelen er en liten del av en større artikkel. Den er ofte en del av en dobbeltside, hvor mange aviser opererer med ulike bolker. Underartikkel er en egen bolk med egen overskrift, og den kan være både nyhetsartikkel, intervju og kommentar som hører til en større artikkel.
4. **Lengde** Hvor lang artikkelen er. Ikke oppgitt i cm, er beregnet på øyemål og målinger ved behov, behovet oppstod ikke så ofte, de fleste viste seg å være enkle å ta på øyemål.
- 1 Hovedoppslag forside
 - 2 Mindre oppslag forside
 - 3 Dobbeltside
 - 4 Mindre enn dobbeltside
 - 5 Helside
 - 6 Mindre enn helside
 - 7 Halvside
 - 8 Mindre enn halvside
 - 9 Kvartside
 - 10 Mindre enn kvart side
 - 11 Hører til dobbeltside, mindre artikkel: Underartikkel som beskrevet over. Kodes rett etter dobbeltsideartikkelen som den tilhører
5. **Plassering** Hvor i avisen artikkelen er plassert.
- 1 Forside
 - 2 s. 2-9
 - 3 s. 10-19
 - 4 s. 20-29
 - 5 s. 30-39
 - 6 s. 40-49
 - 7 s. 50-59
6. **Bilag** I hvilket bilag artikkelen står på trykk.
- 1 Hovedavis
 - 2 Kulturbilag
 - 3 Økonomibilag
 - 4 Øvrige bilag

7. **Hovedparti.** Hvilket parti, og/eller politiker artikkelen handler om.
- 1 FrP/FpU
 - 2 Høyre (H)/Unge Høyre
 - 3 KrF/KrFU
 - 4 Venstre (V)/Unge Venstre
 - 5 SP/Senterungdommen
 - 6 AP/AUF
 - 7 SV/SU
 - 8 Rødt/RU
 - 9 Miljøpartiet De Grønne
 - 10 Øvrige parti
 - 11 Flere konkurrerende parti: Parti som står på motsatt side i politikken. Kan være lokale variasjoner.
 - 12 Flere samarbeidende parti: Parti som samarbeider om makten og politikken. Kan være lokale variasjoner.
 - 13 Ikke klassifiserbart
8. **Posisjon** Hvilken rolle politiker/en politikerne som uttaler seg i artikkelen i politikken har.
- 1 Regjering
 - 2 Storting
 - 3 Partileder
 - 4 Fylke
 - 5 Kommune
 - 6 Ungdomspolitiker
 - 7 Partistyre
 - 8 Øvrig parti
 - 9 Flere som uttaler seg fra ulike deler av politikken
 - 10 Ikke klassifiserbart
9. **Tema** Hvilket politisk tema artikkelen handler om.
- 1 Valgkamp
 - 2 Oppslutning
 - 3 Miljø/Klima
 - 4 Innvandring
 - 5 Kultur/Frivillighet
 - 6 Samferdsel
 - 7 Utdanning/Forskning/Skole/Barnehage
 - 8 Fattigdom
 - 9 Næringsliv/Økonomi/Arbeid
 - 10 Eldreomsorg/Helse
 - 11 Landbruk/fiskeri
 - 12 Eiendomsskatt
 - 13 Terror
 - 14 Justis/Forsvar
 - 15 Øvrige
 - 16 Ikke klassifiserbart.

10. **Tendens.** Hvordan fremstilles partiet i artikkelen? Er det ulike synspunkter i artikkelen?
- 1 Ensidig debatt: betyr at bare ett parti kommer til ordet i artikkelen
 - 2 Tosidig debatt: innebærer at et annet parti får satt sine synspunkter på saken.
 - 3 Flersidig debatt: innebærer at flere partier får gitt sine synspunkter på saken
 - 4 Kommentar: Ros: om en kommentator i avisen kommer med positive ytringer i artikkelen.
 - 5 Kommentar: Negativ: om en kommentator i avisen kommer med negative ytringer i artikkelen.
 - 6 Kommentar: Nøytral: om en kommentator i avisen kommer med nøytrale ytringer i artikkelen.
 - 7 Ytring mot et parti: kategorien brukes hvis et parti ytrer seg mot et annet parti, eller hvis journalisten ytrer seg mot et parti.
 - 8 Ikke klassifiserbart.
11. **Vinkling** Hvilken vinkling har artikkelen fra journalistens side.
- 1 Partikritikk
 - 2 Nederlag
 - 3 Suksess
 - 4 Ytringer
 - 5 Politisk arbeid
 - 6 Informativ
 - 6 Ikke klassifiserbart

Variabel 12- 19 forteller om partiet er nevnt i artikkelen eller ikke. Også ungdomspartiene går under sitt moderparti.

12. **FRP**
- 1 Ja
 - 2 Nei
13. **Høyre**
- 1 Ja
 - 2 Nei
14. **KrF**
- 1 Ja
 - 2 Nei
15. **Venstre**
- 1 Ja
 - 2 Nei
16. **SP**
- 1 Ja
 - 2 Nei
17. **AP**
- 1 Ja
 - 2 Nei
18. **SV**
- 1 Ja
 - 2 Nei

19. **Rødt**
1 Ja
2 Nei
20. **Øvrige parti**
1 Ja
2 Nei
21. **Bilde** Hvorvidt det er bilde i artikkelen eller ikke.
1 Ja
2 Nei
3 Illustrasjon
22. **Bildestørrelse** Størrelsen på bildet.
1 Stort: Over to sider, eller én helside.
2 Mellomstort: Halvside
3 Lite: ¾ side eller mindre.
4 Ikke kvalifiserbart
23. **Bildefortelling** Hvem som er på bildet.
1 FrP
2 Høyre
3 KrF
4 Venstre
5 Sp
6 Ap
7 SV
8 Rødt
9 Øvrige parti
10 Flere parti
11 Ikke klassifiserbart
12 Privatpersoner
24. **Bilderelevans** Er bildet relevant til artikkelen, står det i forhold til teksten.
1 Ja
2 Nei
25. **Bildeintensitet** Hvordan bildet eventuelt forsterker artikkelens innhold. Beskrivelser av bilder foreligger i metodekapitlet.
1 Positivt
2 Negativt
3 Nøytralt
4 Ikke kvalifiserbart
26. **Kilde** Hvordan kilden er sitert.
1 Muntlig: Har det blitt gjort et intervju eller en direkte uttalelse fra politikeren eller andre, eller sitat.
2 Ikke muntlig: Beskriver hva kilden mener
3 Ikke klassifiserbart

Vedlegg 2

Intervjuguide til kvalitative forskningsintervju.

Informasjon om intervjuobjektet.

1. Hvor lenge har du vært ansatt i [Avisens navn]?
2. Hvilken journalistisk bakgrunn har du?

Valgkamp.

1. Hvor mange er det i [Avisens navn] som er ansatt som politiske journalister?
2. Er det bare de politiske journalistene som skriver om politikk og valgkamp?
3. Det er en pågående debatt, som spesielt blusser opp i valgkamp om hvorvidt vi har en fri og uavhengig presse eller ikke. Kan du fortelle litt om deres politiske plattform og hvordan den eventuelt har endret seg?
4. Hvor mye tenker dere på dagsordensetting i en valgkamp?
 - Hva er typiske saker som setter dagsorden? Og har du noen eksempler fra valgkampen i fjor?
5. Er det i størst grad partiene som kontakter dere, eller dere som kontakter partiene i en valgkamp?
 - Hva er partiene ute etter når de kontakter dere? Å fremme en sak, eller å få spalteplass, å påvirke via [Avisens navn]?
 - Er det ett parti som kontakter dere oftere enn andre parti?
 - Er utvelgelsen av saker basert på hvilke parti de dreier seg om?
6. Media hevdes å ha stor påvirkning på publikum, tror du at lavere dekning av enkelte parti kan være en medårsak til at noen parti sliter med å holde seg over sperregrensa, eller tror du det kun har med deres politikk å gjøre?
7. En av Norges største aviser valgte i 2009 å trykke en forside med et klart budskap om å velge det et spesifikt regjeringsalternativ. Har dere gjort noe lignende i håp om å påvirke leserne på denne måten? Hvorfor eller hvorfor ikke?
 - Tror du det er vanskelig å trykke en sånn forside, og hvordan begrunner man et slikt valg, tror du?
8. Hvilken betydning hadde 22. juli for dekningen av valgkampsaker?

Publikum.

1. Hva tror du [*Avisens navn*], sine lesere er ute etter når de velger nettopp deres avis?
 - Hva vet dere om leserne deres? Er det noen statistikker på hvem det er som leser [*Avisens navn*]?
2. Leseren hevdes å være mer opplyst i samfunnet nå på grunn av nye media enn de var tidligere, krever dette andre ting av avisenes innhold for å få folk til å lese de, enn det gjorde da det var klarere politisk inndeling i avisene?
3. Tenker dere at folk som gir sin stemme til det ene eller andre regjeringsalternativet større grad leser [*Avisens navn*] enn velgere fra det andre alternativet?

Vedlegg 3



Velg rødgrønt

Dagens stortingsvalg er historisk og avgjørende for samfunnsutviklingen i Norge. For første gang ber en rødgrønn flertallsregjering velgerne om fornyet tillit. Etter vår mening har regjeringen gjort seg fortjent til det. Alternativet er en borgerlig regjering der Frp uansett vil få en avgjørende innflytelse på politikken.

Den rødgrønne Stoltenberg-regjeringen har på en rekke områder ført samfunnsutviklingen i riktig retning. Den har innfridd løftet om full barnehagedekning, etter flere tiår med tomt prat. Kommunene, som var sulteføret etter årene med høyrepolitikk, er styrket gjennom store overføringer. Eldreomsorgen er blitt bedre. Privatiseringen av skolene, som skaper større ulikheter i samfunnet, er stanset. Angrepet på faglige rettigheter er slått tilbake. Norsk kulturliv har fått et løft. Skattepolitikken har bidratt til å utjevne forskjellen mellom de rike og de som har mindre å rutte med.

Regjeringens store fortjeneste er dessuten at den har fått landet trygt gjennom det kraftigste økonomiske tilbakeslaget siden 1930-tallet. Norge har den laveste arbeidsløsheten i Europa, og det skyldes blant annet regjeringens fornuftige økonomiske politikk og krisetiltak. Det betyr ikke at vi er fornøyd med alt regjeringen har foretatt seg. Vi ønsker en annen og mer human asyl- og innvandringspolitikk. I klima- og miljøpolitikken har vi flere ganger etterlyst større dristighet og handlekraft. Regjeringen har ikke nådd målet om å avskaffe fattigdom. Vi mener at regjeringen burde arbeide aktivt for å trekke norske soldater ut av Afghanistan.

«Vi anbefaler velgerne å stemme på et av de rødgrønne partiene.»

Regjeringen har innfridd i forhold til løftene i Soria Moria-erklæringen. Det var et regjeringsprogram som hentet det beste fra de tre partienes programmer. Det rødgrønne prosjektet har gitt norsk politikk en bedre retning enn Ap ville gjort alene. Etter fire år med rødgrønt styre er det viktig å lansere nye visjoner for norsk politikk. En regjering som både er rød og grønn er best egnet til å skape ny entusiasme for en samfunnsutvikling der velferd, miljø og solidaritet er viktigst.

Vi anbefaler velgerne å stemme på et av de rødgrønne partiene. Bare slik kan vi unngå en høyredominert borgerlig regjering. Dagsavisen er en uavhengig og radikal avis med ståsted på venstresiden. Vi lover våre lesere at vi både på kommentarplass og gjennom reportasjer skal etterprøve regjeringens politikk like kritisk og uavhengig som vi har gjort i denne stortingsperioden.



CARSTEN BLENES
Sjefredaktør og adm. direktør

ARNE STRAND
Politikk redaktør

MODE STEINKJER
Kulturredaktør

KJELL-ERIK N. KALLSET
LARS WEST JOHNSEN
Nyhetssjef

Vedlegg 4

2 DAGSAVISEN
MANDAG 12. SEPTEMBER 2011 | MENINGE



ARNE STRAND KAIA STORVIK (i perm.)
Sjefredaktører

MODE STEINKJER
Kulturredaktør

EIRIK HOFF LYSHOLM
Administrerende direktør (konst.)

Stem rødgrønt

Vi har bak oss den mest spesielle valgkampen i etterkrigstiden. Partiene ble etter 22/7 enige om å forkorte valgkampen. Arbeiderpartiet var sterkt svekket etter Utøya. Partiets folk, unge som eldre, var naturlig nok mer opptatt av sorgarbeid enn av valgkamp. Også de andre partiene var tydelig preget av terrorangrepene 22. juli. Det var derfor riktig å utsette starten på valgkampen.

At valgkampen var kort, hindret likevel ikke partiene i å få fortalt velgerne hva de står for. Forskjellene mellom partiene ble tydelig markert. Valgkampen konsentrerte seg om det som normalt er hovedsakene ved lokalvalg, eldre og skole, helse og sosial, samferdsel og økonomi. Og som ved lokalvalget for fire år siden, ble eiendomsskatten et viktig tema også denne gangen. Velgerne kan derfor ikke klage på valgkampens innhold. Alle sentrale saker ble belyst.

«Høyre og Frp har sittet i byråd i åtte år. Det er på tide med et skifte».

Vil vil sterkt oppfordre våre lesere til å benytte stemmeretten. Et levende demokrati forutsetter at folk deltar i valgene. Dessverre har valgdeltakelsen ved kommune- og fylkestingsvalgene sunket betraktelig de siste årene. En høy valgdeltakelse i dag vil være et flott svar på terroristen Breiviks angrep på det norske demokratiet.

Ved kommunevalg er det ofte de nære tingene som lokalsykehus, skoleveier og vann i bassengene som avgjør. Men også i lokalvalgene stemmer man på de partiene man tror har den beste politikken generelt sett og de dyktigste politikerne. Hvem det er på det lokale planet, vil variere fra kommune til kommune. I Oslo mener vi at Ap og SV har det beste programmet og de rette folkene til å ta over styringen av byen. Høyre og Frp har sittet i byråd i åtte år. Det er på tide med et skifte. Vi oppfordrer våre lesere til å stemme på Ap eller SV.

Vedlegg 5

2

DAGSAVISEN
MANDAG 15. AUGUST 2011

MENINGER



ARNE STRAND KAIA STORVIK (i perm)
Sjefredaktører

MODE STEINKJER
Kulturredaktør

HARALD SOLBERG
Administrerende direktør

Hagen holdt seg ikke på matta

I helgen åpnet partiene den mest unormale kommunevalgkamp i norsk etterkrigshistorie. Valgkampen er kraftig nedkortet og tonen i diskusjonen er neddempet. Slik måtte det bli etter det som skjedde 22. juli. Vi håper og tror at den fine tonen som partilederne har lagt seg på vil holde seg fram til valgdagen. Tida er inne for en saklig og god valgkamp uten tøys og tull og usaklige angrep på meningsmotstandere.

Ikke alle maktet å holde seg på matta. Frps tidligere leder og ordfører-kandidat i Oslo, Carl I. Hagen, klarte ikke å holde seg i skinnen da han slapp seg løs på en talerstol på Stovner og i møte med pressen. I kjøpesentret på Stovner dro han innvandrerkortet slik han har gjort i hver eneste valgkamp siden 1987, da innvandrerspørsmålet for første gang kom på dagsordenen i en valgkamp.

«Frps ordfører-kandidat serverte tilhørerne oppvarmet innvandringsfiendtlig grøt.»

Frps ordfører-kandidat serverte tilhørerne oppvarmet innvandringsfiendtlig grøt. Det kunne kanskje ha slått an før 22/7, men neppe nå. Det som ikke slår an, er det Hagen sa til Aftenposten om at han står fast ved sin tidligere uttalelse om at «nesten alle terrorister er muslimer». Det er en uhyrlig påstand som i virkeligheten setter likhetstegn mellom terrorisme og islam. Hagen diskvalifiserer seg selv som ordfører når han ikke angrer på noen av sine tidligere groteske utfall mot den muslimske delen av befolkningen.

Hagen ga seg ikke med dette. Han vil ha fortgang i etterforskningen mot Breivik. Politiet bruker for mye ressurser på en sak som ifølge Hagen er oppklart. Det gjenstår bare å få mannen dømt. Hagen forskrekker oss. Vi har å gjøre med norgeshistoriens verste drapssak. Den kan ikke etterforskes som et simpelt tyveri.

Vedlegg 6

Tema i Dagsavisen

Hovedparti	Valgkamp	Oppslutning	Miljø/ Klima	Kultur/ Fri- villighet	Utdanning/ Skole/ Barnehage	Næringsliv/ Økonomi/ Arbeid	Helse/ Eldre- omsorg	Eien- doms- skatt	Terror	Øvrige
FrP	42%	5%	0%	21%	0%	0%	11%	0%	11%	0%
Høyre	14%	14%	0%	0%	43%	14%	0%	0%	0%	14%
KrF	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Venstre	0%	0%	0%	0%	33%	0%	67%	0%	0%	0%
SP	50%	0%	17%	0%	0%	16%	0%	0%	0%	17%
AP	36%	11%	0%	8%	13%	5%	11%	3%	11%	3%
SV	12%	31%	15%	4%	12%	4%	4%	0%	0%	15%
Rødt	0%	0%	50%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	0%
Øvrige parti	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Flere konkurrerende parti	32%	24%	0%	5%	0%	0%	14%	8%	5%	5%
Flere samarbeidende parti	0%	25%	0%	0%	0%	25%	25%	25%	0%	0%
Ikke klassifiserbart	40%	7%	0%	7%	0%	0%	47%	0%	0%	0%
Total	30%	16%	4%	7%	8%	4%	15%	3%	5%	6%

Vedlegg 7

Tema i Klassekampen

	Valg- kamp	Opp- slutning	Miljø/ Klima	Innvandring/ Ytringsfrihet	Kultur/ Frivillighet	Næringsliv/ Økonomi/ Arbeid	Helse/ Eldre- omsorg	Landbruk/ Fiskeri/ Olje	Eiendoms- skatt	Øvrige
FrP	10%	9%	0%	60%	50%	5%	0%	0%	0%	10%
Høyre	6%	2%	0%	0%	0%	11%	0%	0%	14%	0%
KrF	6%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	26%
Venstre	6%	0%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	0%	0%
SP	4%	2%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
AP	15%	24%	0%	0%	0%	42%	42%	67%	14%	7%
SV	14%	28%	67%	20%	0%	5%	17%	0%	0%	10%
Rødt	4%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Øvrige parti	8%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Flere konkurrerende parti	15%	17%	0%	20%	17%	16%	25%	0%	29%	29%
Flere samarbeidende parti	6%	7%	0%	0%	17%	11%	0%	0%	14%	13%
Ikke klassifiserbar	8%	0%	0%	0%	0%	11%	17%	33%	29%	7%
Total	27%	24%	1%	3%	3%	10%	6%	2%	4%	16%

Vedlegg 8

Artikkelform i hver avis.

	Parti	Forside	Nyhet	Intervju	Leder	Kommentar	Under- sak
Aftenposten	FrP	19 %	11 %	22 %	0 %	8 %	8 %
	Høyre	6 %	5 %	11 %	0 %	0 %	24 %
	KrF	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	4 %
	Venstre	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	SP	6 %	5 %	0 %	0 %	0 %	8 %
	AP	19 %	12 %	22 %	29 %	8 %	8 %
	SV	19 %	9 %	22 %	29 %	8 %	8 %
	Rødt	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	Flere konkurrerende parti	25 %	33 %	0 %	14 %	42 %	20 %
	Flere samarbeidende parti	6 %	5 %	0 %	14 %	0 %	12 %
	Total	11 %	52 %	6 %	5 %	8 %	17 %
Dagsavisen	FrP	9 %	11 %	33 %	13 %	22 %	0 %
	Høyre	0 %	4 %	33 %	4 %	0 %	20 %
	KrF	0 %	0 %	0 %	0 %	6 %	0 %
	Venstre	4 %	1 %	0 %	0 %	6 %	0 %
	SP	0 %	6 %	0 %	4 %	0 %	0 %
	AP	30 %	28 %	33 %	13 %	11 %	20 %
	SV	26 %	13 %	0 %	13 %	22 %	20 %
	Rødt	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	10 %
	Øvrige parti	0 %	0 %	0 %	0 %	6 %	0 %
	Flere konkurrerende parti	22 %	22 %	0 %	39 %	28 %	0 %
	Flere samarbeidende parti	0 %	4 %	0 %	4 %	0 %	0 %
		Total	15 %	52 %	2 %	15 %	11 %
Klassekampen	FrP	8 %	7 %	6 %	0 %	33 %	20 %
	Høyre	4 %	1 %	13 %	0 %	8 %	7 %
	KrF	8 %	4 %	0 %	0 %	8 %	15 %
	Venstre	0 %	4 %	6 %	0 %	0 %	0 %
	SP	0 %	2 %	0 %	8 %	8 %	0 %
	AP	35 %	23 %	31 %	0 %	17 %	10 %
	SV	23 %	16 %	6 %	0 %	8 %	17 %
	Rødt	0 %	2 %	13 %	0 %	0 %	2 %
	Øvrige parti	0 %	1 %	25 %	0 %	0 %	2 %
	Flere konkurrerende parti	19 %	22 %	0 %	54 %	17 %	10 %
	Flere samarbeidende parti	4 %	8 %	0 %	23 %	0 %	7 %
		Total	14 %	44 %	8 %	7 %	6 %

Nordlys	FrP	7 %	9 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	Høyre	21 %	13 %	0 %	13 %	8 %	33 %
	KrF	0 %	3 %	7 %	0 %	0 %	0 %
	Venstre	0 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	SP	7 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	AP	36 %	24 %	7 %	13 %	0 %	67 %
	SV	0 %	8 %	7 %	7 %	0 %	0 %
	Rødt	7 %	4 %	7 %	0 %	0 %	0 %
	Øvrige parti	0 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	Flere konkurrerende parti	14 %	19 %	71 %	40 %	50 %	0 %
	Flere samarbeidende parti	0 %	2 %	0 %	7 %	0 %	0 %
	Total	7 %	70 %	7 %	8 %	6 %	2 %
iTromsø	FrP	0 %	12 %	14 %	0 %	0 %	14 %
	Høyre	29 %	19 %	14 %	0 %	0 %	7 %
	KrF	7 %	3 %	14 %	0 %	0 %	7 %
	Venstre	14 %	3 %	14 %	0 %	0 %	14 %
	SP	0 %	3 %	14 %	0 %	0 %	7 %
	AP	21 %	23 %	14 %	15 %	0 %	36 %
	SV	14 %	12 %	14 %	8 %	0 %	0 %
	Rødt	0 %	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	Øvrige parti	7 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	Flere konkurrerende parti	7 %	12 %	0 %	46 %	0 %	0 %
	Flere samarbeidende parti	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	7 %
	Total	10 %	66 %	5 %	9 %	0 %	10 %

Vedlegg 9

Bildeintensitet i alle avisene

Aftenposten	Positivt	Negativt	Nøytralt	Ikke klassifiserbart
FrP	8 %	32 %	6 %	11 %
Høyre	18 %	5 %	8 %	0 %
KrF	3 %	0 %	2 %	0 %
Venstre	3 %	0 %	0 %	0 %
SP	8 %	5 %	6 %	0 %
AP	10 %	21 %	10 %	17 %
SV	8 %	5 %	12 %	19 %
Rødt	0 %	0 %	0 %	3 %
Flere konkurrerende parti	23 %	16 %	33 %	31 %
Flere samarbeidende parti	5 %	5 %	8 %	6 %
Ikke klassifiserbart	15 %	11 %	16 %	14 %
Total	27 %	13 %	35 %	25 %
Dagsavisen	Positivt	Negativt	Nøytralt	Ikke klassifiserbart
FrP	5 %	22 %	11 %	17 %
Høyre	3 %	0 %	6 %	4 %
KrF	3 %	0 %	0 %	0 %
Venstre	3 %	0 %	3 %	0 %
SP	3 %	0 %	5 %	4 %
AP	43 %	22 %	28 %	4 %
SV	19 %	0 %	15 %	19 %
Rødt	0 %	0 %	3 %	0 %
Øvrige parti	0 %	0 %	0 %	2 %
Flere konkurrerende parti	14 %	33 %	20 %	33 %
Flere samarbeidende parti	0 %	11 %	3 %	2 %
Ikke klassifiserbart	8 %	11 %	6 %	15 %
Total	23 %	6 %	1 %	30 %
Klassekampen	Positivt	Negativt	Nøytralt	Ikke klassifiserbart
FrP	8 %	20 %	8 %	22 %
Høyre	6 %	0 %	3 %	5 %
KrF	10 %	0 %	7 %	3 %
Venstre	2 %	0 %	3 %	0 %
SP	0 %	0 %	2 %	5 %
AP	27 %	40 %	21 %	5 %
SV	19 %	10 %	16 %	8 %
Rødt	2 %	0 %	4 %	0 %
Øvrige parti	2 %	0 %	4 %	3 %
Flere konkurrerende parti	14 %	30 %	16 %	30 %

Flere samarbeidende parti	6 %	0 %	8 %	11 %
Ikke klassifiserbart	6 %	0 %	8 %	8 %
Total	27 %	5 %	48 %	19 %
Nordlys	Positivt	Negativt	Nøytralt	Ikke klassifiserbart
FrP	7 %	7 %	7 %	6 %
Høyre	25 %	7 %	4 %	6 %
KrF	6 %	0 %	4 %	0 %
Venstre	1 %	13 %	6 %	0 %
SP	3 %	0 %	7 %	3 %
AP	32 %	40 %	1 %	9 %
SV	8 %	7 %	6 %	3 %
Rødt	4 %	7 %	4 %	0 %
Øvrige parti	3 %	7 %	4 %	0 %
Flere konkurrerende parti	8 %	0 %	39 %	46 %
Flere samarbeidende parti	1 %	0 %	1 %	3 %
Ikke klassifiserbart	6 %	13 %	3 %	24 %
Total	38 %	8 %	37 %	17 %
iTromsø	Positivt	Negativt	Nøytralt	Ikke klassifiserbart
FrP	7 %	8 %	15 %	6 %
Høyre	24 %	8 %	13 %	12 %
KrF	9 %	0 %	2 %	0 %
Venstre	7 %	8 %	6 %	0 %
SP	3 %	0 %	6 %	0 %
AP	24 %	17 %	26 %	18 %
SV	9 %	25 %	11 %	6 %
Rødt	2 %	0 %	2 %	0 %
Øvrige parti	5 %	0 %	6 %	0 %
Flere konkurrerende parti	5 %	8 %	16 %	29 %
Flere samarbeidende parti	2 %	8 %	0 %	0 %
Ikke klassifiserbart	5 %	17 %	0 %	29 %
Total	41 %	8 %	39 %	12 %

Vedlegg 10

Bildestørrelse i alle avisene

Aftenposten	Stort	Mellomstort	Lite	Ikke bilde
FrP	14 %	8 %	6 %	13 %
Høyre	12 %	13 %	0 %	0 %
KrF	2 %	3 %	0 %	0 %
Venstre	0 %	3 %	0 %	0 %
SP	5 %	5 %	11 %	0 %
AP	17 %	3 %	17 %	17 %
SV	10 %	11 %	11 %	17 %
Rødt	0 %	0 %	0 %	3 %
Flere konkurrerende parti	22 %	34 %	33 %	27 %
Flere samarbeidende parti	3 %	11 %	6 %	7 %
Ikke klassifiserbart	15 %	11 %	17 %	17 %
Total	41 %	26 %	12 %	21 %
Dagsavisen	Stort	Mellomstort	Lite	Ikke bilde
FrP	9 %	11 %	8 %	21 %
Høyre	0 %	2 %	16 %	6 %
KrF	0 %	2 %	0 %	0 %
Venstre	2 %	2 %	4 %	0 %
SP	2 %	6 %	4 %	3 %
AP	35 %	22 %	32 %	6 %
SV	11 %	20 %	12 %	21 %
Rødt	2 %	0 %	4 %	0 %
Øvrige parti	0 %	0 %	0 %	3 %
Flere konkurrerende parti	22 %	30 %	8 %	27 %
Flere samarbeidende parti	0 %	6 %	0 %	3 %
Ikke klassifiserbart	17 %	0 %	12 %	12 %
Total	29 %	34 %	16 %	21 %
Klassekampen	Stort	Mellomstort	Lite	Ikke bilde
FrP	7 %	12 %	11 %	19 %
Høyre	2 %	5 %	7 %	3 %
KrF	7 %	5 %	9 %	3 %
Venstre	3 %	2 %	2 %	0 %
SP	0 %	2 %	2 %	7 %
AP	26 %	17 %	25 %	7 %
SV	8 %	26 %	18 %	10 %
Rødt	2 %	2 %	5 %	0 %
Øvrige parti	0 %	0 %	11 %	0 %
Flere konkurrerende parti	29 %	12 %	5 %	32 %

Flere samarbeidende parti	8 %	7 %	5 %	10 %
Ikke klassifiserbart	10 %	10 %	0 %	10 %
Total	33%	22%	29%	16%
Nordlys	Stort	Mellomstort	Lite	Ikke bilde
FrP	3 %	14 %	5 %	5 %
Høyre	18 %	14 %	7 %	0 %
KrF	1 %	5 %	2 %	0 %
Venstre	6 %	5 %	0 %	0 %
SP	6 %	2 %	5 %	5 %
AP	31 %	14 %	22 %	14 %
SV	10 %	3 %	5 %	5 %
Rødt	3 %	5 %	5 %	0 %
Øvrige parti	3 %	2 %	7 %	0 %
Flere konkurrerende parti	11 %	25 %	42 %	43 %
Flere samarbeidende parti	1 %	2 %	0 %	5 %
Ikke klassifiserbart	7 %	10 %	0 %	24 %
Total	37 %	31 %	21 %	11 %
iTromsø	Stort	Mellomstort	Lite	Ikke bilde
FrP	10 %	15 %	0 %	0 %
Høyre	30 %	10 %	21 %	15 %
KrF	0 %	7 %	4 %	0 %
Venstre	0 %	7 %	11 %	0 %
SP	3 %	3 %	7 %	0 %
AP	30 %	19 %	29 %	15 %
SV	3 %	14 %	11 %	8 %
Rødt	0 %	3 %	0 %	0 %
Øvrige parti	3 %	6 %	4 %	0 %
Flere konkurrerende parti	10 %	10 %	11 %	39 %
Flere samarbeidende parti	0 %	1 %	4 %	0 %
Ikke klassifiserbart	10 %	6 %	0 %	23 %
Total	21%	50%	20%	

