

Valkampen – ei journalistisk høgtid

Korleis dekka journalistar stortingsvalet i 2017,
og kva meiner dei sjølve om denne dekkinga i etterkant?

Ingunn Gjærde

Masteroppgåve



Institutt for samanliknande politikk
Universitetet i Bergen

Desember 2018

Forord

Mastergrada i demokratibygging tar opp mange aspekt som kjenneteiknar eit velfungerande demokratisk samfunn. Å skriva om journalistane si rolle i demokratiet var likevel eit enkelt val. Ein av hovudgrunnane til at eg sjølv har den yrkesbakgrunnen, er at eg er opptatt av samfunnsoppdraget til journalistane.

Å sjå nærare på den fjerde statsmakt under valkampen, har vore utruleg spanande og lærerikt. Rettleiar Terje Knutsen, førsteamanuensis ved Institutt for samanliknande politikk, fortener ein stor takk for gode råd og konstruktive tilbakemeldingar undervegs.

Takk til Aftenposten, Dagbladet og Klassekampen for stor velvilje og openheit i møte med ein masterstudent. Lars Inge Staveland, Geir Ramnefjell og Jens Kihl sine refleksjonar kring redaksjonelle val, bidrog til å gi oppgåva ein ny dimensjon.

Takk og til arbeidsgjevaren min, som la til rette slik at skriving av masteroppgåva var mogleg.

Sist, men ikkje minst, ønskjer eg å takka for god hjelp og støtte frå familien i denne hektiske perioden.

Bergen, november 2018

Ingunn Gjærde

Samandrag

Journalistar har ei viktig samfunnsrolle, men denne rolla er under press. Det er viktigare enn nokon gang at journalistar oppfyller sin samfunnskontrakt, der dei sørger for å oppretthalda funksjonen som den fjerde statsmakt i det politiske systemet.

Oppgåva undersøker korleis norske journalistar dekkja stortingsvalet i 2017, og kva dei sjølve meiner om denne dekkinga. For å finna svar på dette blei metodane kritisk diskursanalyse, semistrukturerte kvalitative intervju og ei spørjeundersøking nytta. Funna viser at journalistar er personfokuserte, og nyttar flittig namn på politikarane direkte i sakene.

Ei utfordring er at journalistane er ei homogen gruppe, der bakgrunnen påverkar dei redaksjonelle vala. Det kan oppstå konflikter i ein kommunikasjonssituasjon mellom lesar, kjelde og journalist. Språket viser seg å vera ein bruyggjar i kommunikasjonen, men kan også nyttast som eit maktmiddel.

I dekkinga av stortingsvalet meiner journalistane sjølve at dekkinga av valkampen var god, og at samfunnsoppdraget blei utført.

Innholdsliste

1	Innleiing	8
1.1	Media og makt	8
1.2	Oppbygging av masteroppgåva	9
2	Teori	10
2.1	Kven er journalisten?.....	10
2.1.1	Rolla til journalisten i demokratiet.....	10
2.1.2	Journalistrolla under press.....	12
2.2	Samfunnskontrakt.....	12
2.3	Makt.....	14
2.4	Dagens nyheitsbilete.....	15
2.4.1	Personifisering.....	15
2.4.2	Måten å presentera nyheiter	15
2.5	Det språklege trekantdramaet	16
2.5.1	Språkmakt.....	17
2.6	Valkamp.....	18
3	Metode.....	20
3.1	Metodiske val i oppgåva.....	20
3.2	Utval	21
3.2.1	Utval aviser	21
3.2.2	Utval case	21
3.3	Metode 1: Kritisk diskursanalyse	23
3.3.1	Diskursanalyse som metode	23
3.3.2	Gjennomføring av kritisk diskursanalyse.....	26
3.4	Metode 2: Intervju	28
3.4.1	Intervjuguide	28

3.4.2	Gjennomføring av intervju	29
3.5	Metode 3: Spørjeundersøking	29
3.5.1	Medieundersøkelsen 2018	29
3.5.2	Utval	30
3.6	Feilkjelder og metodiske utfordringar	30
3.6.1	Generalisering	30
3.6.2	Utval	31
3.6.3	Relevans	31
3.6.4	Intervjusituasjonen	32
3.6.5	Validitet og reliabilitet	32
3.6.6	Subjektive vurderingar og etikk	33
4	Empiri	34
4.1	Kritisk diskursanalyse	34
4.1.1	Case Sylvi Listhaug	34
4.1.2	Case Jonas Gahr Støre	37
4.2	Intervju	40
4.2.1	Korleis jobba avisa?	40
4.2.2	Case – Listhaug i Rinkeby	42
4.2.3	Case – Støre sin privatøkonomi	43
4.2.4	Samfunnsoppdrag	44
4.3	Medieundersøkelsen 2018	45
4.3.1	Bakgrunn	46
4.3.2	Politisk tilhøyrighet og stemmegiving	46
4.3.3	Haldningar og verdiar	47
4.4	Oppsummering av empiri	47
4.4.1	Kritisk diskursanalyse	48
4.4.2	Intervju	48

4.4.3	Spørjeundersøking.....	49
5	Diskusjon.....	50
5.1	Meir person, mindre sak?	50
5.2	Ser makta i korta.....	51
5.3	Bryt med flokken	53
5.4	Held avtalen med befolkninga	54
5.5	Bakgrunnen til journalisten spelar inn.....	55
5.6	Konfliktar i kommunikasjonen	57
6	Konklusjon	58
7	Litteraturliste	59
8	Vedlegg	62
	Vedlegg 1: Utval nyheitsartiklar om Sylvi Listhaug.....	62
	Vedlegg 2: Utval nyheitsartiklar om Jonas Gahr Støre.....	65
	Vedlegg 3: Matrise Sylvi Listhaug.....	67
	Vedlegg 4: Matrise Jonas Gahr Støre.....	69
	Vedlegg 5: Medieundersøkelsen 2018	71

Figurar

- Figur 1* *Modellen viser konfliktlinjer mellom aktørane journalisten, kjelda og lesaren (Grunwald et al., 2003:9).*
- Figur 2* *Kritisk diskursiv modell med utgangspunkt i Fairclough (1995:18). Modellen er tilpassa til denne masteroppgåva, der eg har lagt til underpunkta i kvart av dei tre analysenivåa.*

Tabellar

- Tabell 1* *Tabellen viser opplagstal for 2017 (Medienorge, 2018).*
- Tabell 2* *Søkeresultatet: «Sylvi Listhaug Rinkeby» i Retriever, 11.08-11.09.2017.*
- Tabell 3* *Søkeresultat: «Jonas Gahr Store fond», «Jonas Gahr Støre boligprosjekt», «Jonas Gahr Støre bustadprosjekt» og «Jonas Gahr Støre byggeprosjekt» i Retriever, 01.05-11.09.2017.*
- Tabell 4* *Viser fordeling av tekstar i utvalet i case Sylvi Listhaug.*
- Tabell 5* *Viser fordeling av tekstar i utvalet i case Jonas Gahr Støre.*
- Tabell 6* *Tabellen syner kva parti journalistar og befolkninga ville stemt, våren 2018 (Medienorge, 2018).*

1 Innleiing

1.1 Media og makt

Kvart fjerde år kvesser samfunnsengasjerte journalistar blyanten ekstra spiss. Når det er stortingsval skal politikarane spørjast ut, ekspertar uttala seg, og representantar frå befolkninga intervjuast. Valkampen er med andre ord alle mann på dekk for dei riksdekkande avisene.

I denne oppgåva ønskjer eg å studera kva makt media har, i journalistar si vinkling og dekking av nyheitssaker. Eg har valt å sjå nærare på korleis nokre av dei største avisene i Noreg dekkja innspurten av stortingsvalet 2017. I tillegg vil eg sjå nærare på korleis to store saker prega den siste tida før valdagen. Det eine caset er Sylvi Listhaug og turen hennar til Rinkeby. Det andre caset er dekkinga av sakene om Jonas Gahr Støre sin personlege økonomi.

Eg har valt å ta utgangspunkt i sakene som har vore på trykk i Aftenposten, Dagbladet og Klassekampen. Dette er tre av dei største avisene i Noreg, om ein tar utgangspunkt i opplagstal. Men viktigast av alt er dette aviser som har ulik historisk bakgrunn. Aftenposten har tradisjonelt vore ei avis for høgresida i politikken. Klassekampen omtalar seg sjølv som venstresida si dagsavis, og Dagbladet er ei tabloidavis, med mykje laussal.

Ei fri, uavhengig presse er blant dei viktigaste institusjonane i eit demokratisk samfunn, heiter det i Ver varsam-plakaten (Pressens faglige utvalg, 2018). Fram mot val spelar media ei stor rolle. Journalistar set dagsorden for kva tema som skal prioriterast, og kva vinklingar som skal veljast. Pressa blir omtala som den fjerde statsmakt, og skal følgja med på at embetsmenn og politikarar ikkje misbruker makta. For å finna ut om journalistane utfører samfunnsoppdraget har eg følgjande problemstilling:

Korleis dekkja journalistar stortingsvalet i 2017, og kva meiner dei sjølve om denne dekkinga i etterkant?

1.2 Oppbygging av masteroppgåva

Oppgåva startar med ein teoridel med fokus på journalistar si rolle og samfunnsoppdrag. Den teoretiske bakgrunnen skildrar dagens nyheitsbilete, valkamp, makt og språkbruk. I oppgåva har eg nytta metodetriangulering, og i metodekapittelet vil eg grunngi val av metode og utvalet av aviser, informantar og saker. Dei tre metodane er kritisk innhaldsanalyse, semistrukturerte kvalitative intervju og spørjeundersøking. Avslutningsvis i metodekapittelet gjer eg nokre vurderingar om relevans, validitet, reliabilitet og moglege feilkjelder.

Vidare går eg gjennom empiri og presenterer funn. I lys av teori og dei metodiske vala diskuterer eg kva funna seier om samfunnsoppdraget til journalistar. Personifisering, mediemakt, flokkmentalitet, samfunnskontrakt, journalistrolla, kommunikasjonsprosess og språk er sentrale moment. Avslutningsvis kjem eg med ein konklusjon om journalistar si dekking av stortingsvalet i 2017.

2 Teori

I teorikapittelet skal eg sjå nærare på kven journalisten er, og rolla journalisten har i samfunnet. Vidare vil eg skildra teoriar om makt, språk og dagens nyheitsbilete.

2.1 Kven er journalisten?

«Journalistikk er en moderne institusjon som innhenter, bearbeider og formidler informasjon som gjør krav på å være sann, og som kan være demokratisk relevant.» (Eide, 2011:10)

Journalistane har ei samfunnsoppgåve og eit informasjonsoppdrag. Idealet er å ha ei uavhengig presse, som fungerer som ei fjerde statsmakt. Journalistane skal sørge for at det ikkje føregår maktmisbruk, og i mange tilfelle er det journalistane som avslører når nokon trør over streken.

Splichal og Sparks (1994) definerer kven journalistar er med utgangspunkt i ein stram og ein lausare tradisjon. Den første inkluderer berre journalistar som driv med innhaldsproduksjon av nyheiter i massemedia. Den lausare tradisjonen inkluderer også annan type informasjonsarbeid og innhaldsproduksjon, til dømes underhaldningsrelatert arbeid. Eg har i denne oppgåva vald å avgrensa journalistomgrepet til dei som produserer nyheiter i massemedia.

2.1.1 Rolla til journalisten i demokratiet

Ifølge den amerikanske statsvitaren R. A. Dahl (1971:1-16) er det befolkninga sin representasjon som skal ligga til grunn i ein demokratidefinisjon. Demokratiet er eit politisk system som blir kjenneteikna av ytringsfridom og frie og rettferdige val. Dersom eit regime skal kunna definerast som eit demokrati, må det gjennomføra val der opposisjonen har ein reell sjanse til å gå av med sigeren. Ivaretaking av befolkninga sine rettar er også ein sentral del av eit demokratisk styresett. Habermas (1971) knytter saman demokratiteori og journalistane si rolle. Massemedia er vurdert som den mest sentrale diskursive institusjonen i ei større nasjonal offentlegheit. Særleg i deltakarorienterte demokratiteoriar poengterer Habermas viktigheita av media si samfunnsoppgåve.

I Noreg står pressa sterkt. Ingen land i verda sel så mange aviser per innbyggjar (Schwebs og Østbye, 2011:35). Avisstrukturen er også svært variert i Noreg, samanlikna med andre land. Historisk sett var det først på midten av 1700-talet at dei første avisene starta opp. Det var 150 år etter at dei første avisene etablerte seg i Europa. Morgenbladet, den første dagsavisa, kom i 1819. I starten var avisene mest brukte som kunngjeringsorgan. Behovet var heller kanskje ikkje så stort for ei eiga norsk presse, då Noreg på denne tida var i union med Danmark (Schwebs og Østbye, 2011:37). Etter lausrivinga frå Danmark i 1814 fekk Noreg status som ein eigen stat, og frå 1835 var dei ein sterk auke i etableringa av norske aviser. Det blei slutt på pressesensuren i 1814, og i paragraf 100 i Grunnlova (2018) blir yringsfridomen sikra. Ei ny handverkslov i 1839 førte til at det blei lønnsamt for nyetablerte boktrykkeri å gi ut aviser.

Svennik Høyer (1975:51) deler tida mellom 1865 og 1965 inn i tre fasar. Den første fasen er ekspansjonen, deretter følgjer overgangen og marknadskonsentrasjonen. Under ekspansjonen fekk større tettstader fleire konkurrerande aviser. Saman med teknologiske framsteg fekk framveksten av parlamentarismen på slutten av 1800-talet stor betydning for både dei politiske partia og partipressa. Avisene fekk sterke band til politikken, og etableringar som det radikale Dagbladet kom i 1869. Det var vanleg at den eldste avisa i byen støtta Høgre, medan venstreavisene blei etablerte etter 1860. Den andre fasen til Høyer er i mellomkrigstida. I denne overgangsperioden heldt det totale talet på aviser seg stabilt. Partipressa stod sterkt i denne perioden. Andre verdskrig fekk store konsekvensar for presse-Noreg. Mange aviser blei stansa, og spesielt hardt gjekk det ut over arbeidarprensa. Avisene som hadde blitt utgjevne gjennom krigen (Schwebs og Østbye, 2011:38) fekk eit kraftig forsprang etter 1945, særskild på annonsemarknaden. I den tredje fasen, marknadskonsentrasjon, heldt talet på aviser seg stabilt, men opplagstala auka. På 70-talet etablerte Dagbladet og VG seg som riksaviser. Partisypatien blei gradvis mindre, og på 70-talet braut avisene på den borgarlege sida banda med politikken. Arbeidarpartiet heldt lenger på partipressa, men også dei braut banda rundt 1990.

Journalistane si frigjering frå lojalitetsbanda til politiske parti, har vore viktig i utviklinga av dagens journalistrolle. Den uavhengige pressa skal ikkje opptre som passive formidlarar av eit budskap. Uavhengigheitsidealet kjem til uttrykk i pressa sin ambisjon om å «sette dagsorden» (Raaum, 2001:61). Målet er at journalisten skal vera den styrande og aktive parten i kontakt med kjelder. Den uavhengige yrkesrolla journalistar har i dag, kom som ein reaksjon på at pressa ikkje var partiavhengige lenger. Idéen om ei uavhengig presse er likevel ikkje fødd i

etterkrigstida. Allereie i dei første opposisjonsavisene etter 1814, skreiv journalistar saker om korrupte embetsmenn. Avsløringane blei forsvarte med at pressa utførte eit oppdrag på vegne av fellesskapet (Raaum, 2001:62).

2.1.2 Journalistrolla under press

I eit skiftande mediebilete står journalisten i fare for å bli mekanisert, seier Eide (2001: 32). Ei resirkulering av saker fører til at journalisten blir ein «moderne DJ», som berre remiksar og vidareformidlar materiale produsert av andre. Journalistikken sin identitet er med andre ord under press. Mekaniseringa av yrket fører til at eigenarten til den enkelte journalist står i fare for å forsvinna. I tillegg blir journalistane sin profesjonelle status utfordra, då allmennheita i dag har tilgang til produksjonsmidlar og har moglegheiter til å formidla informasjon (Slaatta, 2005).

«Et kort blick på nyhetsbildet en vanlig dag i Norge viser tydelig hvordan journalister går i flokk. Mange journalister vil nok nikke gjenkjennende til oppgitte reportasjeledere som stønner over at «den saken skulle vi også ha hatt» eller «vi må også gå videre på den saken», etter at konkurrentenes produksjon er vurdert. Frykten for å gå glipp av noe eller å ikke henge med, synes å være større enn å tørre gå egne veier og grave frem egne saker» (Kallevik, 2007:117).

I sin essayistiske stil, skildrar Svein Arthur Kallevik livet som journalist. Jaget etter å vera først med ei sak, og få det eksklusive innhaldet er ein del av kvardagen for dei som jobbar i bransjen. Tendensen som Kallevik viser til, er at når fleire store mediehus hiv seg på den same saka, kjem ho til å dominera nyheitsbiletet ei stund. Oppfølgingssakene kjem på rekke og rad, og det er fare for at det blir ei skeiv fordeling i prioriterte saker.

2.2 Samfunnskontrakt

Ein samfunnskontrakt kan skildra pressa sitt demokratiske samfunnsoppdrag. Helle Sjøvaag (2010:36) samanliknar samfunnsoppdraget til pressa med klassisk kontraktsteori. I boka «Leviathan» (1651) skreiv Thomas Hobbes at mennesket sin naturtilstand er alle sin krig mot alle. Ønsket om å overleva gjer at menneska vil søka mot fred og orden. Gjennom avtalar og

samanslutningar får staten ei viktig rolle i å halda ein stabil fred. Saman med John Locke og Jean-Jacques Rousseau, var Hobbes ein av dei første som skisserte samfunnskontrakten som modell.

Demokratiet blir oppretthalde ved eit gjensidigheitsprinsipp, der rettar og plikter blir fordelte mellom partnarane i kontrakten. Sjøvaag (2010:37) argumenterer med at den demokratiske oppgåva til journalistar er å opplysa borgarar, slik at dei kan vera i stand til å ta eigne avgjerder om politiske val. Poenget med nyheiter er at aviser vel ut og trekker fram det folk bør vita om kva som skjer ute i verda (Kieran, 1997:22). Den tradisjonelle oppfatninga av media er at dei har ei plikt til informera om hendingar i verda som påverkar livet til lesaren i stor grad.

Vaktbikkjer og den fjerde statsmakt er namn ein ofte nyttar om journalistar og medieinstitusjonar. Det er Montesquieu sitt maktfordelingsprinsipp som ligg til grunn når ein omtalar media som den fjerde statsmakt. Dei tre opphavlege statsmaktene er lovgivande (Stortinget), utøvande (regjering) og dømmende makt (domstol). Pressa blir driven uavhengig av staten, og har sjølv tatt på seg oppgåva med å halda oppsyn med dei andre statsmaktene. Journalistane skal følgja med på at dei som sit i maktposisjonar ikkje utnyttar makta.

Pressa sine eigne etiske normer er nedfelte i Ver Varsam-plakaten. I Ver Varsam-plakaten 1.4 (Pressens Faglige Utvalg, 2018) heiter det at: «Pressa har rett til å informera om det som skjer i samfunnet, og avdekka kritikkverdige forhold. Pressa har plikt til å setja eit kritisk søkelys på korleis media sjølve fyller si samfunnsrolle».

Kva som er god journalistikk er implisitt i kontrakten mellom befolkninga og media (Kieran, 1997:26). God journalistikk bør dekkja det folk flest bør vita om hendingar, politiske avgjerder og styringa av samfunnet. Val er ifølgje Kieran eit av dei områda som får brei dekking. Grunnen er at pressa skal beskytta folket mot uønska inntog frå styresmakta i folket sine rettar og fridom. Han stiller og spørsmål ved omfanget av underhaldningssaker om intriger og kjendisar i media. Folket forventar at journalistar gjer ein god jobb med å dekkja saker rettferdig, nøyaktig og uavhengig (Kieran, 1997:29). Som ein del av samfunnskontrakten er det også viktig at media ikkje diktar opp sitat, og prøver å villeia lesaren.

Gjennom frigjeringa frå partipressa i den siste tredjedelen av 1900-talet, har både journalistfaget og institusjonane blitt styrka. I dag står pressa i ein annan situasjon, som også utfordrar journalisten sin uavhengigheit. Journalistikken blir i aukande grad integrert i media som industri, og kan vera i ferd med å få nye avhengigheiter (Raaum, 2001:73). Marknadskrefter pregar medieverda på mange måtar. Journalistikken sitt legitimitetsproblem er større enn nokon sinne, skriv Gunn Bjørnsen i «Frå valp til vaktbikkje» (2010:4). Utviklinga gjer at det blir stilt større og større krav til ein sjølvkritisk og reflektiv journalistikk.

2.3 Makt

Omgrepet makt kan definerast på mange måtar. Som eit minimum blir makt oppfatta som evna til å få noko til å skje i samfunnet (Engelstad, 2005:13). I ei slik forståing bringer makt fram sosial endring i mindre eller større grad. Ifølge Mathiesen (2010:50) kan mediemakt delast inn i makt som eksisterer rundt, eller i media, bak media og makt, som utgår frå media. Sistnemnde omhandlar ein informasjonskontroll og ein haldningspåverknad, der mottakaren av budskapet blir påverka av tekstinnhaldet. I denne oppgåva vil fokuset som går ut frå media til befolkninga, med andre ord lesarane av tekstmaterialet. Sjølv om ein i dagleglivet gjerne pratar om makta og makthavarane som to sider, er realiteten meir kompleks. Makta er fordelt på mange, der maktforhold er fragmenterte, og det er konkurranse mellom aktørane som utøver makt (Engelstad, 2005:13).

Dei leiande riksavisene har ein sentral aktør i norsk offentlegheit (Eide, 2001:25). For å forstå nyheitsbiletet og forholdet mellom makt og demokrati i Noreg, må ein sjå til dei leiande mediehusa. Dei kan reknast blant dei mest sentrale aktørane i nyheitsbiletet, og har ein posisjon som er både ei legitimitetskjelde og eit maktgrunnlag. Raaum (2001:65) assosierer omgrepet mediemakt med måten journalistar har innverknad på det offentlege ordskiftet. Innverknaden gjeld både tematiske val i sakene, og sjølve prosessen. Det er slik media kan styra publikum si merksemd. Raaum sitt perspektiv skildrar mediemakta som ein regulerbar variabel, der media sjølve har moglegheit til å kontrollera maktposisjonen sin.

Ifølge Eide (2001:16) er makt i eit moderne tankesett rekna for å ha ein relasjonell funksjon. Makt kjem til uttrykk gjennom diskursar og logikk. Eide (2001:21) meiner dermed at journalistar bør ha ein sentral posisjon blant makteliten og sentrale samfunnsaktørar. Den journalistiske makta er ikkje uavhengig av politisk makt, men det er eit samspel mellom politikk og journalistikk. Makta utspelar seg som ei journalistisk kraft, og konkurrerande politiske aktørar er med å på utvikla denne krafta.

Men kven passar på at journalistane oppfyller samfunnsoppdraget, undrar Lars Nyre (2009). Han peikar ut academia som ei femte statsmakt, som overvakar media. Nyre ropar eit varsku om at media tidvis opererer i allianse med lovgivande, dømmende og utøvande makt. Når det skjer, meiner Nyre at forskarar bør gjera kritiske vurderingar av korleis media opptre.

2.4 Dagens nyheitsbilete

2.4.1 Personifisering

Dagens nyheitsbilete er prega av ei personifisering. Enkeltpersonar og politiske leiarar blir gitt mykje merksemd, og er trekt fram for å uttala seg om saker. Kallevik (2007:89) skildrar dette som ei overforenkling, og ei slags tilsløring av verkelegheita. Media framstiller komplekse saker og utgreiingar som enkeltpersonar sine meiningar og vedtak. Bodskapen skal gjerne verka meir personleg. Fornamnet på kjente personar blir nytta for å skapa ein nærheit og intimitet som ikkje er til stades.

2.4.2 Måten å presentera nyheiter

Journalistane forhandlar om tillit og samtykke, og saks- og personbasert tillit blir stadig meir relevant (Eide, 2001:25). Ifølge Enjolras, Karlsen, Steen-Johnsen og Wollebæk (2013:184) har framveksten av sosiale medium endra premissane for offentlegheita. Før inntoget til sosiale medium var det massemedium, sivilsamfunnsorganisasjonar og opinionsleiarar som kunne reknast som dei mest sentrale aktørane i nyheitsbiletet. Nå blir offentlegheita stadig meir nettverksbasert, der aktørane er kopla saman gjennom digitale medium. Landskapet har med andre ord blitt meir uoversiktleg å manøvrera i, der det er utydeleg kven som har størst makt til å påverka norsk politikk. I tillegg har sosiale medium bidratt til ei endring av diskurs, og den offentlege diskursen blir ikkje lenger filtrert gjennom etablerte kanalar (Enjolras et al.,

2013:184). Offentlegheita er dermed meir open for illegitime debatteknikkar og sterke følelsesuttrykk.

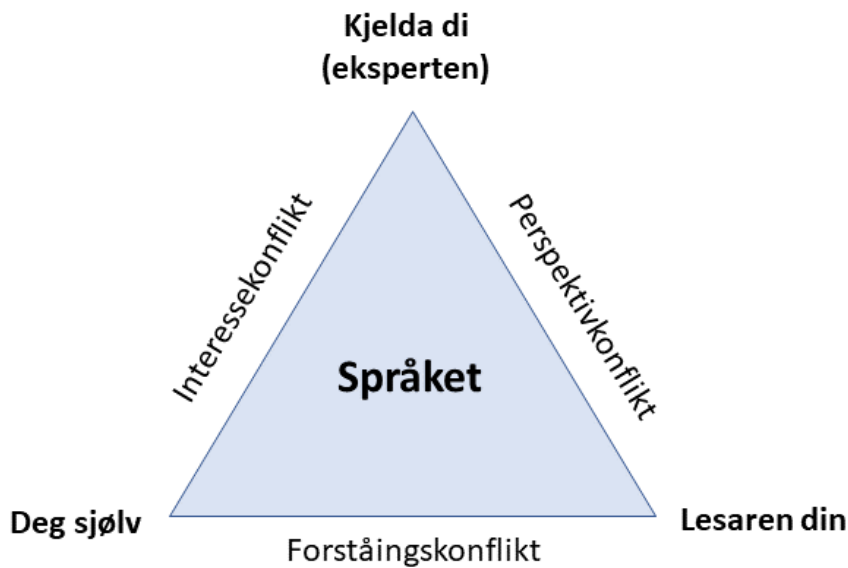
Raaum (2001:83) meiner at journalistane er i ferd med å tapa sin maktposisjon, som resultat av nåtidas nyheitsbilete. Journalistane taper både kontroll og innverknad. Nettbaserte løysingar har gitt moglegheiter som tidlegare ikkje var tilgjengelege. Kven som helst kan koma i direkte kontakt med både publikum og politikarar.

Innhaldsmessig kan norske journalistar vera kritiske til Framstegspartiet sin politikk. Forma som nyheitene blir presenterte i, er derimot meir FrP-vennlege, hevdar Anders Johansen (2001). Populisme handlar om å redusera kompliserte samfunnsforhold til enkle og direkte personforhold. Når media reduserer samfunnsspørsmål til personspørsmål, legg dei til rette for Framstegspartiet sin retorikk (Johansen, 2001:168). Ved å bruka populistisk journalistikk, ha fokus på enkeltpersonar sine problem og bruka eit språk «som folk flest forstår», er media kanskje mindre Framstegspartifiendtlige enn dei trur.

Presseetikken har endra seg mykje dei siste åra. Tradisjonelt sett har journalistar lagt vekt på varsemnd, med personvern som ein hovudverdi. Dei store nyheitsredaksjonane har gått gjennom ei liberalisering, der alle kjelder nå er legitime (Raaum, 2001:69).

2.5 Det språklege trekantdramaet

Journalisten er formidlar av saker ut til eit stort publikum. I kommunikasjonen med mottakaren må han bringa vidare budskapen på ein slik måte at publikum har forståing for innhaldet i saka (Vestad og Alme, 2002). I kommunikasjonen får journalisten informasjon frå kjelder som blir vidareformidla. Han blir i neste omgang sjølv kjelde til det som blir fortalt. I Grunwald, Ebbe, Smistrup og Veirup (2003) blir denne rolla illustrert i ein modell (figur 1) som tar utgangspunkt i språket, altså sjølve teksten.



Figur 1 Modellen viser konfliktlinjer mellom aktørane journalisten, kjelda og lesaren (Grunwald et al., 2003:9).

Modellen viser kva konflikter som kan oppstå i journalisten sitt arbeid (Grunwald et al., 2003:9). Interessekonflikter kan oppstå mellom kjelda og journalisten. Journalisten må ta stilling til både innhald og formidlingsmåte. Ordval og språklege uttrykksmåtar vil vera av betydning for korleis saka blir dekkja. I kommunikasjonsprosessen kan journalisten komma i ei forståingskonflikt med mottakaren. Journalisten må formidla eit fagspråk som er tilpassa saka, samstundes som formidlingsmåten skal nå eit breitt publikum. Ulikt perspektiv og vurderingsgrunnlag kan forsterka ein konflikt mellom aktørane i kommunikasjonen. Bodskapen frå sendar til mottakar blir oppfatta og tolka på ulikt vis. Journalisten må tilpassa innhald og formuleringsmåte samstundes som den språklege utforminga må samsvara med mediebedrifta sine krav og ønskje. I det språklege trekantdramaet balanserer journalisten mellom dei ulike aktørane og konfliktane i skriveprosessen.

2.5.1 Språkmakt

Språk er eit maktmiddel for alle som er del av ein kommunikasjonsprosess. Både avsendar og mottakar har ifølge Vestad og Alme (2002) ulike typar av språkmakt. Val av underforståtte vilkår, val av ord og uttrykk og val av grammatiske former er nemnde som typar av språkmakt som avsendar nyttar. Bruk av positivt eller negativt ladde ord, og val av verbform kan vera

med og endra fokus i ein tekst. Mottakaren si oppleving i formidlinga av budskapet er avgjerande for om avsendaren når fram i formidlinga. Både innhaldsforståing, oppfatning og oppleving av saka vil ha betydning for korleis lesaren set teksten inn i sin eigen kontekst. Språket set grenser for journalisten, og mottakaren har og makt i trekantdramaet.

I formidling gjennom massekommunikasjon, frå få sendarar til mange mottakarar, vil sendaren ofte vera låst i eit rollemønster (Schwebs og Østbye, 2011:18). Mediebedriftene er ofte store organisasjonar, der gruppa av journalistar er ein av mange profesjonar i bedrifta. Budskapet er standardisert i meir og mindre grad, og mottakaren er ofte ukjend for sendaren.

Formelle krav til ulike sjangrar har tradisjonelt vore bunde opp av sjangerkonvensjonar (Schwebs og Østbye, 2011:159). Avissjangrane er bundne opp av reglar for oppbygginga av den einskilde teksten. Journalisten inngår ved sjangervalet ein slags avtale med lesaren. Sjangeromgrepet blir i dag meir sett på saman med opplevinga til mottakaren. Tyngdepunktet blir i mange tilfelle flytta frå sjølve teksten og meir inn i konteksten.

2.6 Valkamp

Dei politiske partia byrjar tidleg å førebu seg til neste stortingsval og neste kommune- og fylkestingsval. Sjølve valkampen kan delast inn i to ulike fasar. Opptil eit år før valet byrjar den lange valkampen i Noreg. Den korte byrjar om lag ein månad før valet (Karlsen og Narud, 2004). I den lange valkampen er ofte regjeringsalternativ eit sentralt tema.

Viktigheita av valkampen blir tydeleg om ein undersøker kva tid veljarane bestemmer seg for kva dei skal stemma. Svært mange veljarar har ikkje bestemt parti før valkampen startar. Eit aukande tal ventar til like før valet med å bestemma seg (Aardal, 2007:20). Sidan 80-talet har det vore ein tydeleg tendens til at fleire ventar lenger med å avgjerda kva parti dei skal stemma på. I 2005 oppgav 56 prosent av veljarane at dei venta med å bestemma seg for parti til valkampen, og 32 prosent venta til like før valet (Aardal, 2007:21).

Når det gjeld veljarvandring er tendensane klare. Tidlegare var veljarane meir lojale i partitilhøyrigheita. Aardal (2007:24) har studert personar si stemmegiving på individnivå. På

60-talet var det rundt 20 prosent som endra parti, frå eit stortingsval til det neste. I 2005 hadde talet stige til 40 prosent. Å kapra veljarar i valkampen er blitt desto viktigare for dei politiske partia dei siste tiåra. Tar ein med heimesitjarane i den same statistikken var det nesten halvparten av veljarane i Noreg som skifta parti frå 2001 til 2005.

At stadig fleire veljarar skifter parti, kan bety at det skjer ei endring i banda mellom parti og veljar. Dalton, Flanagan og Beck (1984) kalla denne tendensen for «dealignment». Det har med andre ord skjedd ei fråkopling i partia sitt band til veljaren. Svenske valforskarar har presentert omgrepet partisett (Oscarsson, Gilljam og Granberg, 1997). Med det meiner dei at veljaren ikkje berre har eitt parti, men eit sett av parti som dei vurderer som aktuelle i stemmegivinga. I følgje Aardal (2007:39) hadde over 50 prosent av veljarane ved Stortingsvalet i 2005 vurdert å stemma på eit anna parti.

3 Metode

3.1 Metodiske val i oppgåva

I dette kapitlet ønskjer eg å gjera greie for val av metode. I oppgåva nyttar eg metodetriangulering. Eg vil først grunngi korleis diskursanalyse, intervju og ei spørjeundersøking utfyller kvarandre. Deretter vil eg beskriva utval for aviser og case. Vidare går eg gjennom dei tre metodane: kritisk diskursanalyse, intervju og spørjeundersøking. Eg vil deretter vurdera moglege feilkjelder og metodiske utfordringar, før eg avsluttar med ein gjennomgang av reliabilitet, validitet og etiske vurderingar.

Metodetriangulering er basert på ein kombinasjon av ulike data og metodar (Grønmo, 2011:55). Bruk av fleire metodar kan styrka tilliten til funna i oppgåva. Målet er at kombinasjonen av ein kvalitativ diskursanalyse, kvalitative intervju, og ei kvantitativ spørjeundersøking, skal gi grunnlag for ei allsidig innsikt i saka. Formålet med metodetrianguleringa er å skapa ei meir heilskapleg og nyansert forståing, der ulike metodar utfyller kvarandre. Dei kvantitative funna i Medieundersøkelsen 2018 vil gi ei breiare vurdering av journalistar som gruppe. I dei tre metodane vil eg også sjå nærare på dei etiske utfordringane ved datainnsamlinga.

Kombinasjonen av ulike metodar kan styrka validiteten til prosjektet (Østbye et al., 2007:120). Ved å bruka fleire metodar for å finna svar på problemstillinga, kan journalistar si dekking av valkampen bli studert frå ulike synsvinklar. Metodetriangulering kan i nokon grad skapa ein kompensasjon for svakheiter i valde metodar.

Dei tre metodane er:

1. Den første metoden eg har valt å bruka er **kritisk diskursanalyse**. Analysen er ein kvalitativ gjennomgang av utvalde tekstar, med fokus på språkbruk og vinkling.
2. Den andre metoden er **semistrukturerte kvalitative intervju**. I denne oppgåva ønskjer eg å setja lys på journalistar sin ståstad, og korleis dei sjølve opplever at

sakene blir dekket. Derfor har eg gjennomført tre semistrukturerte kvalitative intervju, med eit utval journalistar.

- Den tredje metoden er gjennomgang og analyse av resultat frå Medieundersøkelsen 2018, som er ei kvantitativ **spørjeundersøking** blant journalistar. Eit utval av spørsmåla kan gi eit bilete av kven journalistane er, og kva verdiar dei verdset.

3.2 Utval

3.2.1 Utval aviser

Kva aviser eg ønskjer å sjå nærare på i diskursanalysen heng saman med val av intervjuobjekt. Aftenposten, Dagbladet og Klassekampen er dei tre utvalde avisene. Eg har valt å fokusera på éi avis som tradisjonelt høyrer til på høgre-sida, Aftenposten, éi avis som kallar seg for venstre-sida si dagsavis, Klassekampen, og éi tabloidavis, Dagbladet. Det var viktig å velja ut aviser som viser breidda i norsk presse, og som har eit relativt stort opplag (Tabell 1).

Tabell 1 Tabellen viser opplagstal for 2017 (Medienorge, 2018).

Avis	Opplagstal
Aftenposten (morgen)	140 655
Dagbladet	39 362
Klassekampen	23 559

Sjølv om det kunne vore nyttig å undersøka korleis alle dei store riksavisene og nettavisene jobba i valkampen, måtte eg gjera eit utval. Grunnen er at eg i ei masteroppgåve må avgrensa omfanget. Ein fordel ved å ha eit mindre utval av aviser, er at eg kan gå grundigare til verks i dei tre utvalde avisene.

3.2.2 Utval case

To av dei mest omtala politikarane under valkampen var Sylvi Listhaug i Framstegspartiet (FrP) og Jonas Gahr Støre i Arbeidarpartiet (Ap). Mange nyheitsoppslag var saker som hadde

eit sterkt personfokus. I oppgåva har eg sett nærare på Sylvi Listhaug sin tur til Rinkeby og sakene om Jonas Gahr Støre sin personlege økonomi. Politikarane representerer kvar sin fløy i norsk politikk. Eg har undersøkt om det var ei balansert dekking av dei to sakene, og om journalistane sitt utgangspunkt spelar inn. Det smale utvalet gjer at oppgåva ikkje kan gi eit heilskapleg inntrykk av nyheitsbiletet under valkampen, men ho kan bidra til innsikt i dekkinga av to omdiskuterte saker. Rinkeby-turen og Støre sin økonomi er saker som media via mykje merksemd til i perioden før valet.

Sylvi Listhaug reiste til Rinkeby i Sverige, 29. august, og inviterte pressa med. Rinkeby er ein bydel i Stockholm, der ein større del av befolkninga er innvandrarak. Innvandrings- og integreringsminister Listhaug ønskte å setja fokus på «svenske tilstandar». I ein kronikk i svenske Aftonbladet omtalte Listhaug den svenske asylpolitikken som mislykka, og skreiv at me ikkje ønskte slike «svenske tilstandar» i Noreg. Over 100 pressefolk var til stades i den svenske bydelen. Saka blei mykje omtala i både svenske og norske medium, og Listhaug blei mellom anna kritisert av den svenske statsministeren.

Jonas Gahr Støre har vore ute i hardt vêr ved fleire høve, når det gjeld hans eigen privatøkonomi. Den første saka handlar om at Støre eigde aksjar i eit byggeprosjekt i Oslo. Dagbladet kom med avsløringa, og den første saka var på trykk 16. mai 2017. I ettertid fekk Støre blant anna mykje kritikk for å vera involvert i eit byggeprosjekt som nytta såkalla «lausarbeidarkontraktar». Kontraktane er utfordrande fordi arbeidarar som har fast tilsetjing ikkje får lønn, med mindre dei er utleigde på eit oppdrag. Ei viktig fanesak for Arbeidarpartiet er kampen mot bedrifter som ikkje betalar tariff og bruker «lausarbeidarkontraktar», og nå var partileiaren sjølv involvert i eit slikt byggeprosjekt. Den andre saka handlar om at det blei utført svart arbeid på bryggja hans, på landstaden. Arbeidet blei gjennomført utan betaling av skatt og moms i 2011. Midt under valkampen, 23. august 2017, kom Finansavisen med avsløringa. Støre meinte at han hadde sitt på det reine, at arbeidet blei gjort opp med faktura og at han ikkje hadde noko å skjula. Den tredje saka blei avdekka av Dagens Næringsliv, 31. august 2017. Avisa kunne melda at Støre hadde investert pengar i «ikkje-etiske» fond. Kritikken gjekk på at desse selskapa ikkje følgde dei same etiske investeringsreglane, som oljefondet må følgja. I byrjinga ville ikkje Støre fortelja kva fond det dreidde seg om, men etter nokre dagar offentleggjorde han heile lista.

3.3 Metode 1: Kritisk diskursanalyse

Temaet for oppgåva og problemstillinga gjer det naturleg å gjennomføra ei form for tekstanalyse av aktuelle nyheitssaker. Fleire tidlegare masteroppgåver (Seland, 2000; Morken, 2003; Thorbjørnsrud, 2001) som omhandlar journalistikk og nyheiter har nytta tekstanalyse som ein sentral metode. Måten kvalitativ innhaldsanalyse er brukt på i deira case, viser at metoden fungerer godt i gjennomgangen av omdiskuterte og personfokuserte nyheitssaker. Derfor var metodevalet enkelt, etter at eg hadde definert aktuelle case.

Språket er sjeldan nøytralt i tekstar skrivne av journalistar, og eg har derfor undersøkt om journalisten sine egne synspunkt har påverka dekkinga av stortingsvalet i 2017. Eg har gjennomført ein systematisk gjennomgang av innhaldet i to case som fekk mykje fokus under valkampen. Valet fall på kritisk diskursanalyse, med mål om å avdekka korleis tekstane som heilheit er strukturerte i ein diskursiv og sosial praksis. Ei kvalitativ innhaldsanalyse kan gi ei god oversikt over mediedekninga i ei gitt sak. Eg såg blant anna nærare på ordbruk, personfokusering og vinkling i utvalet.

3.3.1 Diskursanalyse som metode

Diskursanalyser blir nytta til å etablere ei heilskapleg forståing av meningsytringar og kommunikasjonsprosessar i tekstane (Grønmo, 2011:264). Ein ser på system av idéar og oppfatningar av forhold i samfunnet. Metoden opnar opp for å tolka både uttrykksformer og innhald i tekstane.

Diskursanalysen i oppgåva bygger på Norman Fairclough sin modell for kritisk diskursanalyse. I analysemodellen blir tekstanalyse kombinert med analyse av samanhengen til konteksten rundt (Fairclough, 1995:188). Diskurs og sosial praksis påverkar kvarandre. Språkbruk og utøving av makt står sentralt i den kritiske diskursanalysen (Fairclough, 1995:54). Målet med denne typen analyse er å kunna seia noko meir om vala som er blitt tatt undervegs i tekstproduksjonen. Ved å sjå på delar av teksten vil ein kunna finna eit grunnlag for å sjå samanheng mellom enkeltfaktorar, meningar og sosiale prosessar.

I kritisk diskursanalyse er relasjonen mellom samfunnsmessige strukturar viktige (Skrede, 2016:27). Analysemetoden er problemorientert. Sosiale maktrelasjonar og maktstrukturar er

meir eller mindre synlege, og ved bruk av kritisk diskursanalyse kan ein sjå på kva maktbruk kan føra til. Kritisk diskursanalyse er ein analysereiskap for å forstå betre korleis ein konstruerer tekst, opprettheld/utfordrar diskurs og er ein del av institusjonane ein omgir seg med. Det må trekkast linjer frå språk til åtferd. Ein må gå ut frå at den rådande diskursen påverkar sosial og politisk handling (Bratberg, 2014:51). Søkelyset blir dermed retta mot årsak og konsekvens.

Når det gjeld kritisk diskursanalyse i oppgåveskriving kan ein stilla spørsmål om objektivitet (Skrede, 2016:83). Kvalitativ forskning inneber ei viss grad av subjektivitet (Bratberg, 2014:52). Tolking gir grunnlag for refleksjon, men det er viktig å kjenna resultata sine avgrensingar. Bakgrunnen til den som analyserer kan gjera utslag i utvalet ein tar undervegs i metoden. I denne typen analyse er ein på utkikk etter kvifor tekstforfattaren tenkjer og skriv som han gjer, og kva følger dette får. Analysen handlar om å forstå, meir enn om årsak og verknad (Bratberg, 2014:51). Eg skal sjå nærare på kvar diskursen kjem frå og kva me kan forventa at eit gitt mønster vil føra til. Hensikten med bruk av kritisk diskursanalyse i oppgåva er å sjå samanheng mellom tolking av tekst og settingen rundt.

Eg har valt å ta utgangspunkt i Fairclough (1995:18) sine omgrep i den opprinnelege modellen for kritisk diskursanalyse. I modellen deler han analysen i tekst, diskursiv praksis og sosial praksis. Ut frå oppgåveformuleringa har eg valt å tilpassa modellen, der eg har lagt til underpunkt i kvart av dei tre analysenivåa. Sjå figur 2. Omgrepet tekst er i denne oppgåva avgrensa til ordval i utvalde nyheitsartiklar, leiarar og kommentarar. Eg har også vurdert korleis kommunikasjon mellom sendar og mottakar samt bruk av sjanger, og viser her til nivået diskursiv praksis i figur 2. Sosial praksis er i denne oppgåva den journalistiske institusjonen si rolle i samfunnsdebatten. Makt og ideologi er her sentrale omgrep.



Figur 2 Kritisk diskursiv modell med utgangspunkt i Fairclough (1995:18). Modellen er tilpassa til denne masteroppgåva, der eg har lagt til underpunkta i kvart av dei tre analysenivåa.

Tekstytringar er ei konkret, kommunikativ handling (Svennevik, 2010:169). Teksten er og ein struktur av teikn. Det blir tatt eit val ut frå kommunikative konvensjonar, forråd av ord og grammatiske oppbyggingar og strukturar. I denne oppgåva er språkbrukarane journalistar i dagsaviser. I analyse av den diskursive praksisen finn ein ut korleis språkbrukarane er aktive, og korleis dei bidrar i samfunnsdebatten. I oppgåva vil journalisten si tilknytning til avisa ein jobbar for, bli diskutert. I analysedelen vil studie av eksplisitte ordval i tekstar, kunna vera med på å gi eit metablick på teksten. Journalisten som avsendar har ein bodskap å formidla, og ordvalet kan ha betydning for mottakaren si oppfatning av teksten.

Diskursanalysen legg sterk vekt på struktur. Dette er ein omstridt eigenskap (Bratberg, 2014:35). I tekstskaping er ein bunden til kollektive oppfatningar. I analyse av tekst må ein stilla spørsmål om kva handlingsrom den enkelte eigentleg har. Retorisk argumentasjon utnyttar evna ein har til å vekka kjensler gjennom språket (Vestad og Alme, 2002:103). Skildring av verdiladde ord kan gi journalisten makt. Det er ikkje mogeleg å formidla ei sanning, og verdilada ord vil bli brukte i større og mindre grad. Sentrale ord er difor teke med i den kritiske diskursanalysen. I analysen stiller ein spørsmål ved det som ikkje er nøytralt og objektivt. «Denne påståtte flukten fra virkeligheten er noe av det som har gitt diskursanalyse et vanskelig rykte i samfunnsvitenskapelig metodelære» (Bratberg, 2014:49).

3.3.2 Gjennomføring av kritisk diskursanalyse

Utvalet av nyheitsartiklar avheng av problemstillinga. Stortingsval er ei spesiell hending, som berre skjer kvart fjerde år. For dei politiske partia er valkampen ei svært viktig tid, og eg har valt å fokusera på to saker. Både saka om Sylvi Listhaug sin tur til Rinkeby og Jonas Gahr Støre sin privatøkonomi dominerte nyheitsbiletet i 2017.

Verktøyet eg har nytta til å gjera utvalet av nyheitsartiklar er Atekst frå Retriever. Dette er det mest omfattande mediearkivet i Noreg, der det er mogleg å gjera avansert tekstsøk i trykte aviser. Då nettartiklar ikkje er statiske, og kan bli oppdaterte mange gonger, har eg valt å utelukka desse frå utvalet. Det er vanskeleg å samanlikna sakene, når både overskrifter og vinklingar har blitt endra undervegs. I den kritiske diskursanalysen har eg derfor berre nytta avisartiklar som har vore på trykk i papirutgåvene.

Politiske valkampar blir delte inn i to fasar, ein lang og ein kort (Karlsen og Narud, 2004). Fase to er den intensive siste månaden i valkampen, og søket etter artiklar om Listhaug gjaldt dette tidsrommet, 11.08.2017 til 11.09.2017. Søkorda i Retriever var: «Sylvi Listhaug Rinkeby». Resultatet av søket viste 32 treff. Likevel var det berre 29 artiklar som kom opp i lista (tabell 2). 1. september viste søket at Aftenposten skulle ha seks separate nyheitsartiklar, men i avisa var det berre tre artiklar som nemnde Sylvi Listhaug og Rinkeby. Truleg var det ein feil i systemet. Dei 29 sakene fordelte seg slik på dei tre avisene:

Tabell 2 Søkresultatet: «Sylvi Listhaug Rinkeby» i Retriever, 11.08-11.09.2017.

Avis	Treff i Atekst – Retriever
Aftenposten	16
Dagbladet	6
Klassekampen	7
Totalt	29

Sylvi Listhaug sin tur til Rinkeby var ei enkelthending. Sidan bydelen i Stockholm svært sjeldan er omtala i norsk presse, kan ein unngå ein del feilkjelder. Å finna gode søkeord for caset om Jonas Gahr Støre var meir utfordrande. Ap-leiaren uttaler seg ofte om saker kring økonomi, og ein kan risikera å få store mengder urelevante treff. Det måtte fleire, og meir

spesifikke søk til, for å optimalisera treffa i Retriever. Dessutan var det fleire hendingar om Støre sin privatøkonomi som fekk mykje spalteplass i norsk presse. Søkeorda i Retriever blei dermed: «Jonas Gahr Støre fond», «Jonas Gahr Støre boligprosjekt», «Jonas Gahr Støre bustadprosjekt» og «Jonas Gahr Støre byggeprosjekt» (tabell 3). Då nokre avisartiklar er på nynorsk, tok eg også høgde for det i valet av søkeord. Resultatet av søka viste 20 treff.

Tabell 3 Søkeresultat: «Jonas Gahr Store fond», «Jonas Gahr Støre boligprosjekt», «Jonas Gahr Støre bustadprosjekt» og «Jonas Gahr Støre byggeprosjekt» i Retriever, 01.05-11.09.2017.

Avis	Treff i Atekst – Retriever
Aftenposten	5
Dagbladet	12
Klassekampen	3
Totalt	20

Etter at utvalet av tekstar var på plass, kategoriserte eg sakene. Først måtte eg fjerna nokre av treffa som hadde komme opp i søket i databasen. Nokre saker var av ulike grunnar komme opp fleire gonger i same søk, og blei fjerna. Andre saker var debattinnlegg skrivne av andre enn journalistane i avisa. Då det er journalistane si rolle eg skal undersøka, blei berre kommentarar og leiarar skrivne av tilsette i avisa tatt med. Sakene som stod igjen etter oppreinskinga i dei to utvala, blei kronologisk plasserte inn i kvar sin tabell (vedlegg 1 og 2) og matrise (vedlegg 3 og 4). Tabellane gir ei oversikt over publiseringsdato, avis, tittel, forfattar og sjanger. Matrisa er meir omfattande, og inneheld resultata frå tekstanalysen.

Vidare gjekk eg gjennom éi og éi sak manuelt og talde ord, før eg gjorde kontrollsøk i PDF-utgåva på fleire av orda. Slik kvalitetssikra eg funna. I tekstanalysen har eg nytta variablane personomtale, sterke uttrykk, modale hjelpeverb, vurdering tittel og vurdering ingress.

Variablane som går på ordteljing har fleire underkategoriar:

- Namn på politikaren/andre namn på politikaren
- Sentrale ord: skandale, kritikk/kritisk og makt
- Modale hjelpeverb i alle bøyingsformer

Etter ordteljinga gjennomførte eg vurderingar av tittel og ingress i dei utvalde avisartiklane, leiarane og kommentarane. Eg vurderte om dei var negative, nøytrale eller positive.

I den kritiske diskursanalysen har eg registrert omfanget av bruk av politikaren sitt namn. Dette for å kunna vurdera kor stort personfokus det er i sakene. Eg har og undersøkt i kor stor grad journalistane har nytta synonym i staden for politikaren sitt namn. Val av ord som er negativt lada er også vurdert som relevant å undersøka. Vala fall på makt, skandale og kritikk/kritisk, då dette er ord som ofte blir nytta om politikarar som er ute i hardt vêr. I analysen er omfanget av dei modale hjelpeverba blitt registrerte. Bruken av ulike typar verb seier noko om kor forsiktig eller bastant sakene er skrivne.

Resultata er presenterte i kapittel 4.1 Kritisk diskursanalyse. Det siste steget i ein kritisk diskursanalyse er å analysera funna.

3.4 Metode 2: Intervju

For å undersøka kva journalistane sjølve meiner om dekkinga under valkampen i 2017, har eg gjennomført tre semistrukturerte kvalitative intervju.

Tre redaksjonelt tilsette, som har jobba med samfunn og politikk i valperioden, har gitt ei skildring av korleis deira avis jobba med stortingsvalet. Informantane er tilsette i tre ulike aviser, og har ulike stillingar i redaksjonane.

Informantane er :

- Jens Kihl, (dåverande) politisk journalist i Klassekampen
- Geir Ramnefjell, politisk redaktør i Dagbladet
- Lars Inge Staveland, nyheitsleiar i Aftenposten

3.4.1 Intervjuguide

I eit semistrukturert kvalitativt intervju er temaet definert på førehand, og det er utarbeida ein intervjuguide (Østbye, 2007:100). Intervjuforma gir rom for fleksibilitet og vurderingar undervegs i intervjuet, då strukturen opnar for oppfølgingsspørsmål. I intervjuguiden hadde eg

sett opp fleire emne som journalistane fekk spørsmål om. Informantane blei gjort kjende med tema og problemstilling nokre dagar før intervjuet. Innhaldet i intervjuet var dermed definerte på førehand, og var avgjerande for kva type intervju eg gjennomførte.

Spørsmåla var innafor fire hovudemne:

- Korleis avisa jobba under valkampen
- Journalistisk dekking av saka om Listhaug i Rinkeby
- Journalistisk dekking av sakene om Støre sin privatøkonomi
- Samfunnsoppdraget til journalistar

3.4.2 Gjennomføring av intervjuet

Då eg sende førespurnad til redaksjonane i Aftenposten, Dagbladet og Klassekampen om å intervjuet journalistar, var det avisene sjølv som avgjorde kven eg kunne intervjuet. Dei tre høyrer alle til politikkavdelinga i redaksjonen, men dei har ulike roller. Ein er journalist, ein er nyheitsleiar og ein er politisk redaktør.

Intervjuet blei gjennomførte over telefon mellom 11.06.2018 og 28.06.2018.

Å dokumentera kva som blir sagt under intervjuet er svært viktig. Eit lydopptak ville vore ein god måte å sikra etterprøvbarheita i forskinga (Østbye, 2007:103). Som dokumentasjon har eg likevel valt å bruka notering undervegs, medan informanten fortalde. I ettertid har informantane fått lesa gjennom sitata, for å kvalitetssikra at ikkje noko av meininga har blitt misforstått. Det blei berre gjort mindre språklege justeringar etter gjennomlesinga. Sjølv om eg noterte ned alt informantane fortalde, kunne eg ha fjerna all tvil om kva som var blitt sagt om eg kunne vist til eit lydopptak. I ettertid har det vist seg at lydopptak av intervjuet kunne bidratt til kvalitetssikring av arbeidet.

3.5 Metode 3: Spørjeundersøking

3.5.1 Medieundersøkelsen 2018

Nordiske Mediedager (2018) har sidan 1999 gjennomført ei årleg opinionsundersøking blant pressa og publikum. Medieundersøkelsen 2018 viser kva haldningar journalistar har, kva dei

meiner om media si moglegheit til medverknad og kva dei synest om innhaldet som media produserer. Undersøkinga kan gi ein god peikepinn på kven den typiske journalisten er, samanlikna med resten av befolkninga. Kvart år deltar eit representativt utval av medlemmene i Norsk Journalistlag. Over 600 journalistar og omtrent like mange frå befolkninga har deltatt i spørjeundersøkinga.

3.5.2 Utval

Frå Medieundersøkelsen 2018 har eg valt ut sju spørsmål som gjeld bakgrunn, politisk tilhøyrligheit, verdiar og haldningar. Eg skal sjå nærare på resultatane frå gruppene journalistar og befolkning. Respondentar i undersøkinga er delte inn i kategoriane journalistar, befolkning, redaktørar og ungdom mellom 16 og 25 år. Dei to sistnemnde er ikkje tatt med i utvalet.

Etter at utvalet var gjennomført, har eg samla resultatane i vedlegg 5. Sjå kapittel 4.3 i empirien for skildring av datagrunnlaget.

3.6 Feilkjelder og metodiske utfordringar

I arbeidet med ei masteroppgåve vil det vera fleire metodiske utfordringar. Ei utfordring er den korte tidshorizonten frå oppstart til innlevering, der omfanget blir avgrensa av tilgjengeleg tidsrom. Metodeval kan også bli påverka, og feilkjelder kan oppstå undervegs i prosessen. Delkapittelet vil skildra sentrale feilkjelder i masteroppgåva.

3.6.1 Generalisering

Om funna i masteroppgåva kan generaliserast handlar om i kor stor grad funna kan gjerast allmenngyldige. Utvalet av aviser kan gi eit feil bilete av mediedekkinga av sakene. Berre tre av dei største avisene er tekne med, og grunnlaget kan vurderast som lite tilstrekkeleg for å kunne generalisera funna. Resultatane seier meir om enkelte aviser sine redaksjonelle vurderingar i valkampdekninga. Likevel kan masteroppgåva vera eit viktig bidrag i å belysa journalistar si oppfølging av samfunnsoppdraget. Ved å ha eit lite utval kunne eg gå grundigare til verks, og leggja større fokus på kvar enkel avis. Analysen av funna viser fleire

tydeleg tendensar, men det bør igangsetjast ytterlegare studier for å generalisera og kvalitetssikra funna.

3.6.2 Utval

Kva utval eg gjorde av aviser, journalistar og saker, har direkte konsekvensar for resultatata. I den diskursive analysen påverkar utval av ord dei vidare drøftingane. Vurdering av enkelte ord si tyding i setninga er ikkje gjennomført, noko som kan ha negativ innverknad på resultatet. I oppgåva er det nytta manuell oppteljing med elektronisk kontrollsøk på enkelte ord. Det er ikkje teke omsyn til utforminga av dei samansette tekstane. Bruk av bilete er ikkje med i analysen. Tekstane si lengde og tal på spalter er heller ikkje vurdert. Dette er ein sentral usikkerheitsfaktor, då dei empiriske resultatata blir påverka av tekstlengda.

Ei utfordring ved å nytta søkeord i utvelginga, er at om andre ikkje har brukt den eksakt same ordkombinasjonen dukkar ikkje saka opp i søket. Til dømes er ordet «Rinkeby» ikkje alltid nemnd i nyheitssaker, men saka kan likevel omtala Sylvi Listhaug sin Sverige-tur. Men om ein skulle fjerna «Rinkeby» frå søket, får ein opp svært mange treff, og mange av desse vil ikkje handla om Rinkeby-saka. Eksempelet viser at utval og søkeord kan vera ei mogleg feilkjelde i materialet.

Medieundersøkelsen 2018 er ei omfattande undersøking, og ved å gjera eit avgrensa utval, står ein i fare for å mista viktige element i vurderingane. I val av intervjuobjekt måtte eg også avgrensa omfanget. I utvalet av tekstar er debattinnlegg ikkje tatt med. Grunnen er at problemstillinga handlar om korleis journalistar ordlegg seg. Eit debattinnlegg er ofte skrivne av politikarar eller andre samfunnsengasjerte personar. Notisar er heller ikkje med i utvalet, då det er utfordrande å samanlikna ein så kort tekst på lik linje med ei lengre nyheitssak. Slike vurderingar har påverka utvalet, og har ført til at eg ikkje kan presentera eit heilskapleg bilete av mediedekninga under valkampen.

3.6.3 Relevans

Når ein nyttar tekstsøk vil det komma treff som ikkje er relevante, men det kan også vera tekstar som fell utanfor. Blant treffa kan det vera saker som ikkje handlar om den aktuelle hendinga, men som nyttar søkeorda i ein heilt annan kontekst. Kjeldene som er tilgjengelege er ikkje nødvendigvis relevante for problemstillinga (Grønmo, 2011:122). Derfor må eg gjera ei vurdering av relevans undervegs. I søket «Jonas Gahr Støre fond» var for eksempel eit av

resultata ein nyheitsartikkel frå Dagbladet, som heiter «Slik vil de styre Norge. Den siste store velgerguiden». Ordet fond er nemnd ein gong, men då i ein heilt annan samanheng. Kva Ap meiner om «CO2-fond» er ikkje knytt til sakene om Støre sin privatøkonomi. Denne artikkelen blei difor fjerna frå utvalet av nyheitsartiklar. I utvalet blei ti saker frå Listhaug-søket og sju frå søka med Støre fjerna.

3.6.4 Intervjusituasjonen

Telefonintervjua med informantane bydde på fleire metodiske utfordringar. I intervjua var ei av utfordringane ved å ikkje sitja ansikt til ansikt, at eg ikkje fekk med meg noko av kroppsspråket. Tonefall seier ein del, men det beste ville vore om ein kunne møtt informantane i eigen person. Når ein ikkje er i det same rommet, aukar sjansen for at det oppstår andre forstyrrende element under intervjuet. Eg opplevde i liten grad at dette forringa intervju kvaliteten.

Kva stilling journalistane har i redaksjonen, kan ha betydning for kva dei vektlegg i intervjua. Dei ulike rollene til informantane bidrog til eit breiare perspektiv i oppgåva. Dersom eg hadde intervjua fleire journalistar kunne eg hatt eit meir nyansert syn på avisa si dekking av stortingsvalet i 2017. Intervjua blei gjennomført i mai/juni 2018, noko som kan påverka informantane sine skildringar av kva som hende året før. Samstundes kan avstanden i tid gjera at informantane er meir reflekterte kring avisa si rolle under valkampen.

3.6.5 Validitet og reliabilitet

Validitet handlar om ein undersøker det ein faktisk vil undersøka, og om resultata kan gi svar på problemstillinga (Østbye, 2007:118). I oppgåva har eg nytta både kvalitative og kvantitative metodar. Ei metodetriangulering sørger for at fleire sider ved saka blir belyst. Bruk av fleire metodar er ei kvalitetssikring av resultata i oppgåva. Eg opplever at funna i oppgåva reflekterer faktiske forhold. I tillegg bygger funna opp om dei forholda ein søker å finna svar på i problemstillinga.

Reliabilitet handlar om databehandlinga er nøyaktig og påliteleg (Østbye, 2007:118).

Eg vurderer Medieundersøkelsen 2018 til å ha høg reliabilitet. Grunnen er at det er Respons Analyse som utarbeidar undersøkinga, noko som gir grunn til å tru at behandlinga av data er påliteleg og nøyaktig. Når det gjeld intervju og innhenting av datamateriale står eg sjølv for

gjennomføringa av dette. Bakgrunnen min som journalist, og gode metodiske kunnskapar fører til at forkinga har god reliabilitet.

3.6.6 Subjektive vurderingar og etikk

Undervegs i arbeidet med masteroppgåva står ein ovanfor ei rekkje val, og ein er heile tida i fare for at subjektive vurderingar påverkar utfallet. Bruk av tabellane i drøftingsarbeidet, gir rom for ulike vinklingar og tolkingar. I kor stor grad ein tittel er positiv, nøytral eller negativ er ei subjektiv vurdering. Det er umogleg å ha heilt uttømmende kategoriar, og bakgrunnen til den som vurderer vil kunne påverke utfallet. Eit anna døme er at journalistane som har deltatt i Medieundersøkelsen 2018 er medlem i Norsk journalistlag. Resultatet frå undersøkinga viser at journalistane sympatiserer i nokon grad med venstresida i norsk politikk. Ei utfordring er at fagforeiningsrørsla står sterkt på venstresida.

Valet av tema og problemstilling er ikkje tilfeldig, då eg sjølv jobba som journalist. Våren 2017 blei eg tilsett som journalist i Bladet Tysnes. Avisa er ei lokalavis, som dekkjer store og små hendingar i Tysnes kommune i Hordaland. Sjølv om eg har jobba som journalist, har eg ikkje nokon direkte tilknytning til verken journalistane som har blitt intervjuet, eller avisene som er omtalte. I deler av perioden eg har skrive masteroppgåva har eg vore medlem i Norsk journalistlag. Eg fekk førespurnad om å delta i Medieundersøkelsen 2018, men valde å takka nei grunna potensielle interessekonfliktar knytta til skiving av denne oppgåva. Bakgrunnen min kan vera med å påverka korleis eg tolkar funna i oppgåva. Eg synest likevel at eg har framstilt vurderingane på ein nøytral og objektiv måte.

Etter val av oppgåve og problemstilling, søkte eg om eit stipend frå Pressens Stipendkomité ved Institutt for Journalistikk. Våren 2018 mottok eg 25.000 kroner i stipend frå Thorbjørn Wales Minnefond, for å dekke studieutgiftene. Tildelinga har ikkje resultert i normative eller etiske føringar for oppgåva.

4 Empiri

4.1 Kritisk diskursanalyse

4.1.1 Case Sylvi Listhaug

Utvalet består av 19 nyheitssaker, henta frå Klassekampen, Dagbladet og Aftenposten. 14 av dei er nyheitsartiklar og fem er kommentarar eller leiarar (tabell 4).

Tabell 4 Viser fordeling av tekstar i utvalet i case Sylvi Listhaug.

Avis	Nyheitsartikkel	Kommentar/leiar	Totalt
Aftenposten	7	2	9
Dagbladet	3	1	4
Klassekampen	4	2	6
Totalt	14	5	19

Namn på politikaren/andre namn

Den første variabelen viser kor ofte namnet til politikaren står skrive i teksten. Her utmerkar to nyheitsartiklar seg, der namnet til Sylvi Listhaug er nemnd 21 gonger. Dei to artiklane var på trykk i Dagbladet og i Aftenposten. Nyheitsartikkelen frå Dagbladet har tittelen «Full strid om Sylvis svensketur – statsminister Erna Solberg måtte svare for Sylvi Listhaug igjen». Inngressen startar slik: «Sylvi Listhaugs (Frp) besøk i svenske Rinkeby splitter norske og svenske politikere.» I tillegg startar brødteksten i artikkelen med: «Frp-statsråd Sylvi Listhaug har fått [...]». Reknar ein saman både namnet på politikaren og andre namn nytta om Listhaug (for eksempel Frp-politikaren), blir namnet hennar skrive 32 gonger i denne nyheitssaka. Å skriva namnet til politikaren 21 gonger høyrer likevel til unntaket. I gjennomsnitt blir Sylvi Listhaug sitt namn nytta åtte gonger i kvar tekst.

Det er ikkje noko klart mønster i kva avis som har skrive namnet til Listhaug flest eller færrest gonger. Variasjonane mellom artiklane er store. Ein merkbar tendens, er at kommentarane/leiarane har mindre personomtale av Frp-politikaren.

I éi av dei 19 sakane er namnet til politikaren brukt færre gonger enn andre namn på politikaren. Saka som skil seg ut er «Listhaugs lære», Dagbladet sin leiar-artikkel frå 30.08.2017. «Ministeren virker ensidig opptatt av å male skremmebilder», skriv Dagbladet.

Sterke uttrykk

Det er i liten grad nytta sterke uttrykk som skandale, kritisk/kritikk og makt i utvalet. Variabelen skandale er ikkje nytta i nokon av tekstane. Makt er berre skriva i éi av sakene. Nyheitsartikkelen «Gjev ikkje mikrofonen til Listhaug» i Klassekampen har nytta ordet makt to gonger. Ordet kritisk/kritikk er nytta i noko større grad. Åtte nyheitssaker og ein kommentar nemner kritisk/kritikk. «Full strid om Sylvis svensketur – statsminister Erna Solberg (H) måtte svare for Sylvi Listhaug igjen» toppar lista med åtte gonger i ein nyheitsartikkel. I artikkelen skriv journalistane blant anna «Fleire kritiserte også Frp-politikeren for å bruke sin posisjon i regjering til å drive valgkamp for Frp på Sveriges bekostning».

Artiklane «Avisene for dem som ikke tror på aviser» og «Godtar ikke kritikken fra Harlem Brundtland» skriver kritisk/kritikk henholdsvis seks og fem gonger. Eit eksempel på korleis kritisk bli brukt i sistnemnde Aftenposten-artikkel er slik:

«Ifølge Høyre-statsministeren er kritikken bare et forsøk på å sverte. Og kritikken om at man ikke skal advare med situasjonen i et naboland i valgkampen, er ifølge Solberg helt malplassert.»

Modale hjelpeverb

Dei modale hjelpeverba kjem til uttrykk i alle sakene i utvalet. Variablane kunne og tore er nytta i 13 av tekstane. Det er stor variasjon i frekvensen og på det meste blir 17 svake modale hjelpeverb nytta. Nyheitsartikkelen «Inn i framtida» i Klassekampen, datert 02.09.2017 har høgast funn av kunne og tore.

Variablane burde og ville er nytta i alle nyheitssakene. Det er variasjon i funna mellom ein og 15. I ein nyheitsartikkel frå Aftenposten, datert 09.09.2017 er variabelen for middels modalitet funne 15 gonger i teksten.

Når det gjeld dei sterke modale hjelpeverba måtte og skulle er dei nytta i alle tekstane. Variasjon i utvalet ligg mellom ein og tolv gonger. I tre av nyheitsartiklane er variablane måtte og skulle nytta meir enn åtte gonger. Dette gjeld to nyheitsartiklar frå Aftenposten, datert 30.08.2017 og 09.09.2017 og ein nyheitsartikkel frå Klassekampen, datert 02.09.2017.

«Listhaug med en hale av livvakter, rådgivere, fotografer og journalister beveger seg raskt opp mot en ventende buss. Hun skal møte den kritiske samfunnsøkonomen Tino Sandandji. Men det må være et annet sted. Sist han var her, ble han og journalistene jaget.» skriv Aftenposten i nyheitsartikkelen ««Usmakelig utnyttelse av Stockholms gjestfrihet»».

Samanliknar ein bruk av svake, middels og sterke modale hjelp, finn ein fleire funn. I tre av tekstane er det nytta flest «svake» modale hjelpeverb. Dette gjeld ein kommentar frå Aftenposten «Kan det være håp for venstre?», ein nyheitsartikkel frå Klassekampen, datert 02.09.2017, og kommentaren «Listhaug» i Klassekampen. I fire av nyheitsartiklane er det nytta flest sterke modale hjelpeverb. Av desse er ein nyheitsartikkel frå Dagbladet og tre nyheitsartiklar frå Aftenposten.

Vurdering tittel

Av dei 19 nyheitssakene er ein av titlane vurdert positivt vinkla. Tittelen har stått på trykk i Aftenposten, og er kommentaren «Kan det være håp for Venstre?».

Ni av sakene har ein nøytral tittel. Dei åtte resterande sakene er omtala på ein negativ måte i tittelen. Tre av sakene som har ein negativ tittel er henta frå Dagbladet, fire av sakene er henta frå Aftenposten, og ei sak er henta frå Klassekampen. Tittelen på artikkelen i Klassekampen som har ei negativ vinkling er «Gjev ikkje mikrofonen til Listhaug».

Vurdering ingress

Ved vurdering av ingressane i nyheitssakene, finn ein overvekt av saker med nøytral eller negativ vinkling. Ni av sakene er omtala nøytralt, medan åtte saker har negativ vinkling i ingressen. Ingressen i «Listhaug tar kritikken med ro» i Dagbladet er vurdert nøytral, og lyder slik: «FrP-statsråd Sylvi Listhaug forsvarer turen til Rinkeby, til tross for oppstyret».

Aftenposten er avisa som har skrive dei to sakene med positiv vinkling. Tekstane er to nyheitsartiklar. I ingressen i Aftenposten, datert 01.09.2017, er det nytta eit positivt sitat frå

Frp-leiar Siv Jensen. «– Dette er kjempemotiverende. En stor inspirasjon for oss alle sammen til å fortsette den veldig gode valgkampen Fremskrittspartiet har ført.» I mange av sakene er det samsvar mellom tittel og ingress.

4.1.2 Case Jonas Gahr Støre

Utvalet består av 13 nyheitssaker, henta frå Klassekampen, Dagbladet og Aftenposten. Fem av dei er nyheitsartiklar og åtte er kommentarar eller leiarar (tabell 5).

Tabell 5 Viser fordeling av tekstar i utvalet i case Jonas Gahr Støre.

Avis	Nyheitsartikkel	Kommentar/leiar	Totalt
Aftenposten	1	1	2
Dagbladet	4	4	8
Klassekampen	0	3	3
Totalt	5	8	13

Namn på politikaren/andre namn

I dei 13 nyheitssakene er namnet til politikaren nytta i alle tekstane. Det er stor variasjon i utvalet om ein ser på frekvensen i bruk av namnet til Jonas Gahr Støre. Saka som færrest gonger nemner Støre med namn er Klassekampen sin kommentar «Hus», med tre gonger. Flest gonger Støre sitt namn blir brukt er i «Støre og Stein boligsatsing – Statsministerkandidaten er med på bygging av 188 leiligheter i vekstområde i Oslo.» I denne nyheitsartikkelen frå Dagbladet står Støre sitt namn skrive 28 gonger. Frekvensen av bruk av politikaren sitt namn i sakene i utvalet er tolv i gjennomsnitt. I åtte av sakene blir Støre sitt namn skrive meir enn ti gonger.

Reknar ein saman både namnet på politikaren og andre namn nytta om Gahr Støre (for eksempel Ap-leider), kjem ein i den eine nyheitssaka opp i 35 gonger der politikaren er omtala på denne måten. Nyheitsartikkelen har tittelen «Støre og Stein boligsatsing [...]» og i ingressen «[...] investerer Ap-leider Jonas Gahr Støre i bygging av 188 leiligheter i et av Oslos vekstområder».

Samanliknar ein avisene er Dagbladet den avisa som har mest personomtale av Jonas Gahr Støre. Det er ingen funn i materialet der namnet til politikaren er brukt færre gonger enn andre namn på politikaren.

Sterke uttrykk

Variabelen skandale er nytta i ein av tekstane. Dette er i ein nyheitsartikkel frå Aftenposten, med tittelen «– Å være politiker er høyt aktet i Norge, og folket har tillit», og handlar om kva nordmenn med utanlandsk bakgrunn meiner om valkampen. Her er ordet skandale nytta seks gonger. «– Den type skandaler som i det siste har omringet Jonas Gahr Støres (Ap) mangeårige pengeplassering i et eksklusivt selskap, hadde aldri vært en skandale i Polen, mener Witoszek.»

Ordet kritisk/kritikk er i større omfang enn skandale nytta i utvalet. Sju av dei tretten tekstane har skrive ordet kritisk/kritikk, men ordet blir ikkje nytta i stor grad. I materialet finn ein funn mellom ein og fem gonger. Variabelen er mest i bruk i ein nyheitsartikkel frå Dagbladet, datert 26.05.2017. Her er det vist til andre politikarar som stiller spørsmål ved Støre som investor. «SV-nestleder Kirsti Bergstø er også kritisk- og påpeker at Støre som investor kunne brukt sin innflytelse [...]», står det i nyheitsartikkelen.

Ordet makt er i liten grad nytta i utvalet. Unntaka er to saker frå Dagbladet, ein nyheitsartikkel og ein leiar. I nyheitsartikkelen «Støre og Stein boligsatsing» er kritisk/kritikk skrive tre gonger, og makt ein gong. Valforskar Frank Aarebrot synest at Støre sitt engasjement i prosjekta er klønete, og uttaler følgjande til avisa: «– Eg synes ikkje dette høres veldig skjønnsomt ut. Det er for så vidt bra at det bygges boliger i Oslo, men det handler om å ha litt fingerspitzgefühl når man søker tillatelse til å bygge og det er ditt eget parti som har makta i hovedstaden.»

Modale hjelpeverb

Det er varierende bruk av modale hjelpeverb i tekstutvalet. Nyheitsartikkelen med tittelen «Jeg burde nok ha stilt flere spørsmål» har klart mest bruk av modale hjelpeverb i heile utvalet, med 23, totalt sett. Artikkelen var på trykk i Dagbladet 07.06.2017. «Kanskje kunne jeg håndtert denne saken annerledes [...]», er Støre sitert med i artikkelen. Artikkelen har og mest bruk av svake modale hjelpeverb. Variablane kunne og tore er nytta i ti av 13 saker. I tekstane er dei svake modale hjelpeverba nytta mellom ein og ti gonger.

Alle tekstane har funn av dei middels sterke modale hjelpeverba burde og ville. Også her er det ein variasjon mellom ein og ti. Nyheitsartikkelen frå Aftenposten, med tittelen «– Å være politiker er høyt aktet i Norge, og folket har tillit», har nytta variabelen flest gonger. Denne saka er ein av fem tekstar der middels sterke modale hjelpeverb er nytta meir enn svake og sterke.

Dei sterke modale hjelpeverba er i bruk i åtte av sakene. Variablane måtte og skulle er nytta mellom null og seks gonger. I Dagbladet-leiaren «Støres stahet svekker han», står det skrive at: «I likhet med alle andre politikere skal han bedømmes på grunnlag av politiske verdier, praksis og resultater.»

Klassekampen er mest nøytral i bruk av modale hjelpeverb, og har ingen bruk av sterke hjelpeverb i dei tre tekstane. Dagbladet har størst variasjon mellom tekstane, om ein samanliknar dei tre avisene.

I to av sakene er det nytta fleire svake enn middels og sterke modale hjelpeverb. Begge er nyheitsartiklar frå Dagbladet. Dei sterke modale hjelpeverba er nytta flest gonger i tre av dei 13 tekstane.

Vurdering tittel

Av dei 13 nyheitssakene er ein av titlane vurdert positiv og fire av sakene har ein nøytral tittel. Dei sju resterande sakene er vinkla på ein negativ måte i tittelen. Seks av sakene som har negativ tittel er henta frå Dagbladet, og ei sak er henta frå Klassekampen. Kommentaren i Klassekampen har fått tittelen «Flaut». Aftenposten har ei positiv og ei negativt vinkla sak. Den eine positive tittelen i utvalet er Aftenposten sin artikkel «– Å være politiker er høyt aktet i Norge, og folket har tillit». Elles har titlar som «Dobbeltmoral» og «Støres stahet svekker han» stått på trykk.

Vurdering ingress

Ved vurdering av ingressane i nyheitssakene, finn ein ei klar overvekt av saker med negativ vinkling. Sju av sakene er vurdert som negative. I Dagbladet sin nyheitsartikkel, datert 26.05.2017 skriv Torunn Støbbakk i ingressen: « I politikken kjemper Jonas Gahr Støre mot

tariffløse bedrifter, uorganiserte arbeidere og løsarbeiderkontrakter. I hans private boligprosjekt kryr det av dem».

Fire av sakene er vinkla nøytralt og to av sakene positivt. Dagbladet og Aftenposten har kvar sin positivt vinkla ingress. I leiaren «Støres stahet svekker han» i Dagbladet, går saka frå å ha ein negativ tittel, til følgjande positive ingress: «Jonas Gahr Støre er kjent for å være en analytisk person og politiker. Som utenriksminister hadde han fast grep om den komplekse konflikten i Midtøsten.». Klassekampen sine tre ingressar er negative eller nøytrale.

4.2 Intervju

Informantar:

- **Jens Kihl**, (dåverande) **politisk journalist i Klassekampen**. Jobba fem år som journalist i Klassekampen. Rolla hans i Klassekampen under valkampen var å følgja nyheitsbiletet, og skriva saker om valkamp, meiningsmålingar og det politiske spelet. Av rundt 15 journalistar på innanriksavdelinga, jobbar to av dei berre med politikk. Kihl fekk hausten 2018 jobb i Bergens Tidende som politisk kommentator.
- **Geir Ramnefjell**, **politisk redaktør i Dagbladet**. Byrja som journalist i 2004, og har vore i Dagbladet dei siste 13 åra. I 2011 blei han kulturedaktør og i 2016 fekk han stillinga som politisk redaktør. Ramnefjell jobba med alt frå planlegging til gjennomføring av Dagbladet si dekking av stortingsvalet. Planlegginga til valet starta nesten eitt år før valdagen.
- **Lars Inge Staveland**, **nyheitsleiar i Aftenposten**. Byrja som journalist i 2002, og har jobba i Aftenposten sidan 2009. Staveland er nyheitsleiar, og har det faglege ansvaret for dekkinga av politikk og Oslo-saker. Aftenposten starta arbeidet med valkampen eitt år i forvegen. I perioden frå juni til september jobba Staveland berre med valet.

4.2.1 Korleis jobba avisa?

Klassekampen:

«Me tok tidleg eit val om at me ikkje berre skulle la oss føra. Klassekampen var ganske saksorienterte samanlikna med andre aviser og redaksjonar, og me hadde eit ønskje om å halda fast på vår eigen greie. Det synest eg me klarte bra. Me var i liten grad med på utspel frå politikarane, og klarte å få til ganske mykje sakspolitikk.»

Klassekampen gjorde fortløpande vurderingar om kva som var viktigast der og då. I tillegg valde avisa blant anna ut arbeidsliv, arbeidsledigheit, by-land og sentraliseringsreformer, som viktige område.

«Eg synest ikkje me blei eit propagandaorgan for venstresida, eller at me hoppa kvar gong Listhaug sa me skulle hoppa. Men me mangla kanskje dei største avsløringane, den pangsaka som sette dagsorden.»

Dagbladet:

Å dekkja eit stortingsval er eit kjempeprosjekt for Dagbladet, som er ei riksavis.

«Me skal treffa så mange som mogleg, og gi ei god dekking av valkampen. Det er heile tida ein konkurranse mot dei andre media, og me ønskte å ha den beste debattflata.»

Dagbladet hadde som ambisjon å vera ei leiande avis når det gjaldt kommentarar, leiarar og debattstoff. Avisa har veldig mykje aktivitet rundt eit val. Dagbladet starta førebuingane på vinteren, og valet i 2017 tok nesten eitt år med førebuing og planlegging. Tre viktige område var TV-satsinga valboda, valgmaten og saker om distriktpolitikk.

Aftenposten:

Det viktigaste for journalistane i Aftenposten var to ting under valkampen. På eit overordna plan har ein for det første planlagde hendingar, som landsmøte, valkampopning. Ifølgje Staveland laga avisa ein eigen plan for korleis desse hendingane skulle dekkast.

«For det andre var det viktig å prøva å vera fleksible nok, slik at me kunne kasta oss på ting som dukka opp undervegs. Det går igjen i heile den politiske dekkinga, å finna den balansen.»

Sentralisering var eit stort tema i valet, og ei sak Aftenposten prioriterte. I større grad enn vanleg, var by og land i fokus.

«Det blei gjort daglege prioriteringar. Skal ein vera leiande på ei nyheitsutvikling, må ein ha litt slagkraft på dekinga. Då må ein gjera ganske tøffe prioriteringar. Enkelte saker får ikkje stor merksemd. Me kunne for eksempel vore tettare på fagrørsla. Der har me vore gode etter valet.»

4.2.2 Case – Listhaug i Rinkeby

Klassekampen:

Som ei av få aviser, valde Klassekampen å gå mot straumen då Listhaug reiste til Rinkeby.

«Vi dreit i det (å reisa til Sverige). Eg trur ikkje det var nokon på huset som var misfornøgde med det. Det er journalistane som må setja premiss for at det skal bli god journalistikk. Målet må jo vera at det er me sjølv som styrer showet.»

Dagbladet:

«Me var til stades då mediesirkuset med Listhaug landa i Rinkeby.»

Saman med eit stort norsk pressekorps, tok Dagbladet turen til Sverige. Listhaug var innvandrings- og integreringsminister, og Ramnefjell meinte at det ho vel å setja fingeren på i valkampen er noko media også må vera interesserte i å dekkja.

«Det seier noko om hennar politiske prioritering, og Rinkeby-saka måtte dekkast på ein ordentleg måte. Me kjenner godt til korleis Listhaug er som politiskar. Ho dyrkar direktekommunikasjon med publikum, og bruker same strategi med media. Det var me bevisste på.»

Aftenposten:

Aftenposten var ei av mange aviser som møtte opp i Rinkeby, for å høyra kva Listhaug ville seia.

«Me fekk beskjed kort tid i forvegen, men me forstod at dette var noko som ville få merksemd. Me sende eit team med reporter og fotograf, og prioriterte det som ein vanleg nyheitsreportasje.»

Etter reaksjonar i Sverige, auka Aftenposten omfanget av dekkinga. Avisa fekk eit lesarinnlegg frå byrådsleiaren i Rinkeby. Det blei deira vri på saka.

Var det aktuelt å ikkje senda ein journalist til Rinkeby?

«Nei, det var eigentleg ikkje det. Når me er ei stor riksavis, må ein klara å identifisera kva hendingar som kjem til å generera stor merksemd, og kor ein bør vera til stades. Her var det klare premissar. Ein visste kva motivet til Listhaug var. Det var heile tida noko me vurderte.»

4.2.3 Case – Støre sin privatøkonomi

Klassekampen:

Klassekampen presenterte eit fåtal av saker om Støre sin privatøkonomi. Det som kom på trykk var kritiske kommentarar, ikkje nyheitssaker.

«I ettertid har eg lurt på om me blei litt for snille med Gahr Støre der. Når Dagens Næringsliv lagar sak om at Støre hadde pengane i eit uetisk fond... Det uttrykket fann dei opp. Det er ikkje meir uetisk enn at Dagens Næringsliv har sine pensjonspengar i det same fondet.»

Klassekampen burde kanskje funne ein veg inn i byggesaka, som Støre hadde fortsett å investera i, meiner Kihl.

«Me tok eit val om å ønskja å halda oss til sakspolitik, men me gjekk kanskje litt i den grøfta der.»

Dagbladet:

«Støre sin personlege økonomi var vår sak. Me la nokre strategiar før valkampen, der me prøvde å grava fram nyheitssaker knytte til valet.»

Aksjeregisteret var tilgjengeleggjort, og journalistane i Dagbladet brukte det til å sjekka rollene til norske politikarar.

«Det er sjølv sagt oppsiktsvekkande at Støre er involvert i byggeprosjektet i Oslo. Me har skrivne masse om byggebransjen i Oslo, om dårlege arbeidsforhold og så vidare. Dette er saker som Arbeidarpartiet har fronta dei siste åra.»

At partileiaren var involvert i ei slik byggesak, blei noko Støre sjølv måtte svara for.

«Dette var ei viktig og god nyheitsavsløring, som me ikkje nølte med å bruka. Saka prega valkampen, og ho sette Støre i ein litt dårleg posisjon.»

Aftenposten:

«Aftenposten prioriterte ikkje desse sakene like tungt som våre konkurrentar. Rett og slett fordi me syntest ikkje sakene i seg sjølv var tunge nok til å rettferdiggjera ei omdreining i våre prioriteringar. Støre hadde ikkje klart å avklara spørsmål om sin personlege økonomi. Då blir den mangelen på avklaring ei nyheitssak i seg sjølv.»

4.2.4 Samfunnsoppdrag

Klassekampen:

Kihl synest at avsløringane om Støre var viktige og gode. Han meiner at det blei drive mykje god journalistikk i valkampen.

«At det er litt mykje fjas på nokre sendingar er ikkje nok til å seia at me ikkje utførte samfunnsoppdraget. Det skal ikkje berre vera brød, litt sirkus må me og ha.»

Dagbladet

Utførte journalistar samfunnsoppdraget under valkampen?

«Ja, absolutt! Samfunnsoppdraget er noko av grunnen til at me begynner planlegginga eitt år i forvegen. Me fekk ei god breidde i sakene, og fekk guida lesarane til kva dei politiske partia meiner.»

Dagbladet nytta alt dei hadde av tilgjengelege ressursar den siste tida før valet. Av om lag 120 årsverk var store delar av dei dedikerte til stortingsvalet.

«Avsløringa om Støre sette tonen for valkampen, og i slike saker har journalistar definisjonsmakt og set dagsorden. Valkamp er alle mann på dekk.»

Aftenposten

Journalistar har dagsordensettjande makt i eit stortingsval.

«Eg opplever ikkje at makta til journalistar er aukande. Me har makt, men det er ikkje journalistar åleine som definerer kva valkampen skal handla om. Eg synest at media dekkja valet godt. Det var mangfald i dekkinga. Kanskje meir mangfald enn tidlegare, i forhold til kva saker avisene vel å gå for?»

Staveland er heilt ueinig i at journalistar er flokkdyr.

«Journalistar går ikkje blindt i flokk. Eg trur at omgrepet må nyanserast. Går ein med bind for auga, eller går ein i same retning? At ein går i same retning, skjer sjeldnare enn før. Det har med prioriteringar å gjera. Me må prioritera våre eigne saker, og me har mindre ressursar til å kunna gå i flokk.»

4.3 Medieundersøkelsen 2018

Frå *Nordiske Mediedager* si medieundersøking for 2018 har eg valt ut seks spørsmål som er aktuelle. Resultata frå spørjeundersøkinga er presenterte i vedlegg 5. Dei seks spørsmåla er knytte opp mot bakgrunn, politisk tilhøyrighet, haldningar og verdjar. I Medieundersøkelsen 2018 har eg valt ut å sjå nærare på kategoriane norske journalistar og befolkning.

Talet på spurde informantar ligg mellom 542 og 802 i dei valde parametrane. Den landsomfattande undersøkinga blant befolkninga er gjennomført mellom 24. januar og 8. mars 2018. Undersøkinga blant norske journalistar er blitt gjennomført mellom 6. mars og 12. april 2018.

4.3.1 Bakgrunn

I undersøkinga er det flest journalistar i aldersgruppa 45-59 år (45 prosent). Blant befolkninga er det 25 prosent som er i den same aldersgruppa. Gruppa som er over 60 år er meir representerte i den vanlege befolkninga (28 prosent), mot 13 prosent av journalistane.

Når det gjeld utdanning er journalistane betre utdanna enn dei spurde i befolkninga. Flest journalistar har fire til seks års utdanning (46 prosent). 20 prosent av journalistane har berre inntil tre års utdanning etter grunnskulen og tilsvarende tal for befolkninga er 32 prosent.

4.3.2 Politisk tilhøyrgheit og stemmegiving

Undersøkinga blant journalistar viser ei stemmegiving på heile 98 prosent. Blant dei spurde i den landsomfattande undersøkinga er det også svært mange som svarar at dei stemde ved førre val. 90 prosent av befolkningsutvalet oppgir at dei stemde ved stortingsvalet.

På spørsmål om kva parti ein ville stemma, om det var stortingsval i morgon, er det to trekk som skil journalistane frå befolkninga (tabell 6). For det første viser resultatet større sympati med venstresida. Klart fleire journalistar enn befolkninga ville stemt på partia Rødt, SV og Arbeidarpartiet. Også Venstre og Miljøpartiet De Grønne får litt meir støtte frå journalistane. Berre to prosent ville stemt på Framstegspartiet. For det andre, er journalistane meir sikre i si sak, om det hadde vore stortingsval i morgon. 27,4 prosent av befolkninga svarar at dei ikkje er sikre på kva parti dei ville stemt på, medan 18,4 prosent av journalistane er usikre.

Tabell 6 Tabellen syner kva parti journalistar og befolkninga ville stemt, våren 2018 (Medienorge, 2018).

Parti	Befolkning	Journalistar
Rødt	2,6%	9,6%
SV	7,5%	17,2%
Arbeidarpartiet	14,0%	17,0%
Senterpartiet	7,9%	5,9%
Venstre	4,5%	6,9%
KrF	3,4%	2,4%
Høgre	20,6%	13,6%
FrP	5,9%	2,3%
MDG	4,0%	6,5%
Andre	2,2%	0,3%

Ikkje sikker	27,4%	18,4%
Sum	100,0%	
Antal spurde	802	

4.3.3 Haldningar og verdiar

I spørsmålet fekk deltakarane beskrive to eksempel om haldningar og ytringsfridom som ein skulle ta stilling til. Undersøkinga viser at journalistane er meir opptekne av retten til ytringsfridom. Det er viktig at alle haldningar i samfunnet kjem fram, sjølv om det i enkelte tilfelle vil støta nokon, meiner tre av fire journalistar. 67 prosent av befolkninga meiner det same. Det er med andre ord fleire blant befolkninga som meiner at støtande ytringar fører til hatske stemningar.

I Medieundersøkelsen har begge respondentgruppene fått spørsmål om kor stor tiltru ein har til journalistar. Blant journalistane sjølve er det 85 prosent som svarar at dei har svært stor eller nokså stor tiltru til si eiga yrkesgruppe. Befolkninga er langt frå så sikker på at journalistar er til å stole på. I befolkningsutvalet er det 44 prosent som har svært stor eller nokså stor tiltru til journalistar. Rundt ein tredjedel av befolkninga svarar at dei verken har stor eller lita tiltru til journalistar.

Nokre av spørsmåla gitt til befolkning og journalistar er ulike. Det er berre journalistane som har fått spørsmål om norske nyheitsmedium sørger for at ulike syn kjem til uttrykk i journalistikken. Halvparten av journalistane er delvis einige i det, medan 35 prosent er heilt einige.

4.4 Oppsummering av empiri

I delkapitlet vil eg oppsummera sentrale funn som er i gjort i arbeidet med empiridelen av oppgåva. Eg har vald å dela oppsummeringa inn i 9 hovudfunn (A-I).

4.4.1 Kritisk diskursanalyse

Funn A

I mange av sakene er personfokuset svært stort, med stor bruk av politikaren sitt namn. Dagbladet skil seg ut med eit større personfokus enn dei andre avisene, og dette gjeld særskild for sakene om Støre.

Funn B

Sterke uttrykk som skandale, kritikk og makt blir brukt i liten grad i sakene. Enkelte saker har noko bruk av omgrepet kritisk. Den einaste teksten med bruk av ordet skandale, med seks tilfelle, er ein nyheitsartikkel i Aftenposten.

Funn C

Klassekampen har berre skrive kommentarar/leiar om Støre, og ingen nyheitssaker. I sakene har dei ikkje brukt sterke modale hjelpeverb.

Funn D

Alle aviser nyttar av og til svært negativt lada titlar. Både tittel og ingress har ei negativ eller nøytral vinkling i dei fleste sakene. I mange av sakene er det samsvar mellom tittelen og ingressen.

4.4.2 Intervju

Funn E

Klassekampen var opptatt av å gjera eigne vurderingar i val av saker under valkampen. Avisa reiste ikkje til Rinkeby med Sylvi Listhaug. I sakene om Jonas Gahr Støre tok Klassekampen eit val om å omtala saka i liten grad. Jens Kihl meiner at sjølv om det blir litt sirkus av og til, utførte media samfunnsoppdraget.

Funn F

Dagbladet fokuserte på å ha den beste debattflata under valkampen. Avisa var til stades i Rinkeby, og meiner at når ein minister vel å setja fingeren på ei slik sak midt i valkampen må media visa interesse. Byggesaka med Støre blei rulla opp av Dagbladet. Geir Ramnefjell

meiner det var ei viktig og god nyheitsavsløring, som sette Støre i ein litt dårleg posisjon. Samfunnsoppdraget er ein sentral grunn til at Dagbladet har tidleg oppstart på planlegginga av valkampdekkinga, og er sikre på at dei utførte samfunnsoppdraget.

Funn G

Aftenposten gjorde tøffe prioriteringar undervegs i valkampen. Sakene om Jonas Gahr Støre sin privatøkonomi blei ikkje prioriterte. Aftenposten meinte at sakene i seg sjølv ikkje var tunge nok til å rettferdiggjera ei omdreining i prioriteringane deira. Avisa reiste derimot til Rinkeby, og auka omfanget av dekninga etter at reaksjonane i Sverige kom. Lars Inge Staveland meiner at media dekkja valet godt, og at det kanskje var meir mangfald i sakene i 2017, enn tidlegare år.

4.4.3 Spørjeundersøking

Funn H

Journalistar er generelt høgt utdanna. Nær alle journalistar stemmer ved eit stortingsval. Journalistar er meir sikre på kva parti dei ville stemt på ved neste val, enn resten av befolkninga. Yrkesgruppa sympatiserer tydeleg med partia på venstresida i norsk politikk.

Funn I

Journalistane meiner i større grad enn befolkninga at alle må få sleppa til i samfunnsdebatten, men halvparten synest at media i Noreg berre delvis sørger for at ulike syn kjem til uttrykk i journalistikken. Befolkninga har klart mindre tiltru til journalistar, enn dei har om seg sjølv.

5 Diskusjon

Eg har valt å nytta analyse av tekst og diskursiv praksis som ein sentral metode i oppgåva. Saman med intervju og spørjeundersøking har den kritiske diskursanalysen bidratt til å setta søkelys på korleis journalistar dekkja valkampen i 2017. I diskusjonsdelen vil eg vurdere korleis nyheitsartiklane blir mottatt i ein sosiokulturell praksis, sjå på korleis bakgrunnen til journalisten spelar inn og vurdere om journalistar har utført samfunnsoppdraget. Med utgangspunkt i Fairclough sin modell har eg sett på sjølve oppbygginga av teksten, og bygd vidare til neste diskurs for å kunna sjå samanhengar mellom tekstutforming og samfunnsoppdrag. Journalisten sitt fokus og vinklinga vil bli drøfta og vurdert saman med avisa sin ståstad og funna i empiridelen.

5.1 Meir person, mindre sak?

Dagens nyheitsbilde er prega av ei personifisering. Enkeltpersonar og politiske leiarar blir gitt mykje merksemd, og blir ofte trekte fram for å uttala seg om saker. Journalistane sjølve meiner at det ikkje var for mykje personifisering i valkampen, og at område som regionar var i fokus. Informantane fortalde at under valkampen i 2017 var det for eksempel større merksemd retta mot by og land/sentrum og periferi enn i tidlegare valkampar.

Trenden er likevel at saker oftare har eit personfokus. Kallevik (2007:89) skildrar dette som ei overforenkling, og ei slags tilsløring av verkelegheita. Media framstiller komplekse saker og utgreiingar som enkeltpersonar sine meiningar og vedtak, for at budskapet skal verka meir personleg. Fornamnet på kjente personar blir nytta for å skapa ein nærheit og intimitet som ikkje er til stades, hevdar Kallevik.

I omtale av dei utvalde sakene rundt Listhaug og Gahr Støre har personfokus vore viktig og sentralt å undersøka. Journalisten sitt ordval kan ha betydning for mottakaren si oppfatning av saka. Bruk av namnet til politikaren i nyheitssakene er eit verkemiddel for å gi saka meir personfokus. Mine funn (funn A) viser at personfokuset er stort i mange av sakene, med høg frekvens av politikaren sitt namn. Dagbladet skil seg ut med eit større personfokus enn dei andre avisene. Når ein avisartikkel nyttar Listhaug sitt namn 21 gonger, viser det at

journalisten har stor iver etter å setja personfokus rundt Rinkeby-turen. Dette gjeld både Dagbladet og Aftenposten.

Listhaug fekk god mediedekning rundt sin eigen person den 30. august. Turen var ei planlagt reise, og personfokus og direktekommunikasjon var mest sannsynleg ein av Frp sine strategiar i valkampen. Dei store funna av direkte namnebruk forsterkar personfokuset. I funna ser ein og at Gahr Støre sitt namn blir nytta ofte i tekstane. Namnebruken av Støre har ein topp på 28, og medrekner ein andre namn på Ap-politikaren får ein 35 treff. Dette er ein svært høg frekvens til å vera i éin artikkel. Personfokuset i den aktuelle Dagbladet-artikkelen forsterkar vinklinga. Det er liten tvil om at journalistar i dagsavisene som er omtala nyttar lesaren/mottakaren si sannsynlege interesse for den enkelte toppolitikar i tida før Stortingsvalet.

I oppgåva har eg valt ut tre sentrale ord som eg kunne tenkja meg at journalistane ville nytta i tekstar med sterkt personfokus. Dei sterke uttrykka blir i liten grad brukt i sakene, viser funn B. Orda skandale, kritisk/kritikk og makt er ord som vil vera med og forsterka budskapet i ein tekst. Noko overraskande er ordet skandale ikkje nytta i det heile i nyheitssakene rundt Listhaug. Journalistane har ikkje kopla saman reisa til Sverige med det svært negativt lada ordet skandale. Det er og interessant å merka seg ordet makt, som berre er nytta i éin av tekstane. Statsråd Listhaug sin posisjon i samfunnet er ikkje knytt saman med maktomgrepet i omtale av reisa til Rinkeby. I Dagbladet sin nyheitsartikkel frå 30.08.18 er orda kritisk/kritikk nytta åtte gonger i teksten. Ordvalet kan seia noko om den budskapet forfattaren vil formidla i teksten. I sakene rundt Jonas Gahr Støre er det ordet kritikk/kritisk som er nemnd flest gonger i utvalet. Desse tekstane er med og forsterkar eit inntrykk av at ein som mottakar/veljar bør vera kritisk til desse politikarane. Det er derimot ingen samanheng mellom sterke uttrykk og bruk av modale hjelpeverb. I tekstutvalet er det generelt stor variasjon i bruk av svake, middels og sterke modale hjelpeverb.

5.2 Ser makta i korta

Både saka om Sylvi Listhaug i Rinkeby, og sakene om Jonas Gahr Støre sin personlege økonomi har eit tydeleg personfokus. Eit anna fellestrekk er at dette er saker som set eit

kritisk søkelys på dei etiske vala til ministerkandidatane. Journalistane stiller spørsmål om motiv og bakgrunn. Pressa har tatt på seg oppgåva med å vera vaktbikkje for regjeringa, Stortinget og domstolen. Som den fjerde statsmakt skal journalistar avdekka kritikkverdige forhold. Den uavhengige pressa skal ikkje opptre som passive formidlarar av ein bodskap. Uavhengigheitsidealet står sterkt, og kjem til uttrykk i pressa sin ambisjon om å setta dagsorden (Raaum, 2001:61). Både titlar og ingress er i stor grad vinkla negativt og negativt/nøytralt i utvalet (funn D). «Flaut» og «Støres stahet svekker ham» er to eksempel. Både tittel og ingress har negativ eller nøytral vinkling i dei fleste saker. Det er unntaka som har positive titlar og ingressar om Listhaug og Støre i det valde tidsrommet før valdagen. Journalistane ser med andre ord makta i korta.

Klassekampen er ei veletablert avis som støttar venstre-sida i norsk politikk. At dei då er kritiske til Listhaug kjem ikkje som noko sjokk. Då Listhaug annonserte at ho skulle til Rinkeby tok Klassekampen eit tydelege standpunkt. Dei gjekk mot straumen, og valde å ikkje reisa saman med heile presse-Noreg til Sverige (funn E).

«Vi dreit i det (å reisa til Sverige). Eg trur ikkje det var nokon på huset som var misfornøgde med det. Det er journalistane som må setja premiss for at det skal blir god journalistikk. Målet må jo vera at det er me sjølv som styrer showet.» - Jens Kihl, journalist i Klassekampen.

Alle avisene var opptatt av å gjera eigne vurderingar i valkampen, men då Listhaug inviterte heile presse-Noreg og -Sverige med på tur til Rinkeby for å visa dei «svenske tilstandane», valde mange å følgja etter. Flokkmentalitet i pressa handlar om frykta for å gå glipp av noko (Kallevik, 2007:117). Dagbladet og Aftenposten sendte journalistar til Rinkeby. Dette var ei hending som det ikkje var mogleg å gå glipp av, uttaler journalistane sjølve. Dagbladet forsvarar reisa med at Listhaug var innvandrings- og integreringsminister. Når ein minister vel å setja fingeren på ei slik sak i valkampen er dette noko media også må vera interesserte i å dekkja, meiner Geir Ramnefjell, politisk redaktør i Dagbladet. Journalistane held fast på at dei var bevisste på politikaren sine eigne motiv i møte med pressa.

5.3 Bryt med flokken

Journalistrolla er under press frå fleire kantar (Eide, 2001:32; Slaatta, 2005). Der dei fleste journalistar, utanom Klassekampen, sprang i flokk etter Listhaug, var situasjonen noko annleis med Støre. Aftenposten har for eksempel lite omtale av sakene kring Støre sin personlege økonomi. I perioden 1. mai til 11. september har dei berre éi nyheitssak og éin kommentar i utvalet. Trine Eilertsen sin kommentar «Fra skanse til skanse med Støre» er ei treffande analyse av konsekvensane for Støre. Ap-politikaren får gjennomgå for å tru at merksemda kring privatøkonomien hans berre er støy. Først når støyen blei høg nok, sa han ja til å fortelja meir om kva fond han investerte i. Eilertsen meiner at taktikken om å lukka døra til fortida fram til valet var over, var ein håplaus strategi. Den andre saka er ein nyheitsartikkel, der Aftenposten har intervjuja fleire innvandrara om deira forhold til norsk politikk. I utgangspunktet skulle ein tru at Aftenposten, som tradisjonelt er ei høgre-avis, ville nytta høvet til å skriva fleire kritiske saker om statsministerkandidaten til Arbeidarpartiet. Ifølgje Lars Inge Staveland, nyheitsleiar i Aftenposten, er mangelen av Støre-saker slett ikkje tilfeldig.

«Aftenposten prioriterte ikkje desse sakene like tungt som våre konkurrentar. Rett og slett fordi me syntest ikkje sakene i seg sjølv var tunge nok til å rettferdiggjera ei omdreining i våre prioriteringar.» - Lars Inge Staveland, nyheitsleiar i Aftenposten

Aftenposten viser integritet når dei ikkje spring i flokken med dei andre journalistane. I kommentaren om Støre kjem avisa sitt bevisste val tydeleg fram. Eilertsen, som er politisk redaktør i Aftenposten, skriv at rykta om media sin flokkmentalitet er overdriven. Mediesirkuset i Rinkeby syner likevel at teorien om flokkmentalitet lever i beste velgåande. Men at den største papiravisa i Noreg ikkje vel å hoppa på saka om Støre ved første moglegheit, viser at nokre av avisene vågar å stola på eigne val og strategiar.

Klassekampen skreiv ingen eigne nyheitssaker om Jonas Gahr Støre sin personlege økonomi. I staden skreiv dei to kommentarar og ein leiar. Politisk journalist Jens Kihl har i ettertid sagt at dei kanskje var litt for snille med Støre i dekkinga av desse sakene. Klassekampen tok som Aftenposten eit val om å ikkje leggja redaksjonelt fokus på Støre-saka. Men venstre-avisa

Klassekampen gjer valet på eit anna grunnlag. Her kjem nokon av dei tradisjonelle bindingane mellom parti og presse til syne.

Journalistrolla er heilt klart under press. Journalistane sin profesjonelle status blir utfordra av at folk flest har større tilgang til produksjonsmidlar (Slatta, 2005). Ifølgje Enjolras et al. (2013:184) har framveksten av ulike sosiale medium endra premissane for offentlegheita. Offentlegheita er blitt meir nettverksbasert, og landskapet er meir uoversiktleg for journalistar. Ei anna utfordring dei siste åra har vore at annonseinntektene til avisene har falle, salet av papiraviser har gått ned, og avisene har fått mindre ressursar. Store og små redaksjonar har måtta tilpassa seg ein ny marknad, noko som har ført til eit strammare budsjett. Med færre journalistar enn tidlegare, må prioriteringane i redaksjonane bli tøffare.

«Journalistar går ikkje blindt i flokk. Eg trur at omgrepet må nyanserast. Går ein med bind for auga, eller går ein i same retning? At ein går same retning, skjer sjeldnare enn før. Det har med prioriteringar å gjera. Me må prioritera våre egne saker, og me har mindre ressursar til å kunna gå i flokk.» - Lars Inge Staveland, nyheitsleiar i Aftenposten

Med mindre ressursar aukar og faren for ei mekanisering i eit skiftande mediebilete (Eide, 2001:32). Det er ei utfordring om journalistane berre vidareformidlar materiale produsert av andre. I sakene om Støre og Listhaug er det ikkje noko som tyder på at media reproducerer andre sitt materiale. Informantane uttaler også tydeleg at dei gjer egne vurderingar om vinkling og prioritering av saker. Unntaket er Klassekampen si dekking av Støre.

5.4 Held avtalen med befolkninga

Media spelar ei sentral rolle i kva saksfelt og kva saker som får mykje merksemd under valkampen. For mange journalistar er perioden før eit val ei journalistisk høgtid. I makt som utgår frå media er det journalistar som har informasjonskontroll og haldningspåverknad, der mottakaren av budskapet blir påverka av tekstinnhaldet (Mathiesen, 2010:50). Mange veljarar veit ikkje for kva dei skal stemma, sjølv om valet er like rundt hjørnet. Derfor er det av største viktighet at journalistane utfører samfunnsoppgjaget sitt. Korleis media vel å dekkja

valkampen, og kva saker dei fokuserer på kan ha betydning for utfallet av Stortingsvalet. Veljarane bestemmer seg seinare og seinare for kva parti dei skal stemma på (Aardal, 2007:21). Den siste månaden før valet, den korte valkampen, er den mest intensive (Karlsen og Narud, 2004). Det var i denne perioden at Listhaug reiste til Rinkeby, og det var i denne perioden det drog seg til rundt Støre sin økonomi. Dei leiande riksavisene er ein sentral aktør i norsk offentlegheit (Eide, 2001:25). Aviser som Aftenposten, Dagbladet og Klassekampen skal informera og gjera lesarane klare til å ta eit gjennomtenkt og sjølvstendig val i stemmelokalet. Det er den demokratiske oppgåva til journalistar å opplysa borgarar til å ta gode val (Sjøvaag, 2010:37).

Media har tatt på seg ein vaktbikkjefunksjon, og held oppsyn med dei andre statsmaktene. Mediemakta handlar om påverkingskrafta journalistar har på det offentlege ordskiftet (Raaum, 2001:65). slik at dei kan vera i stand til å ta eigne avgjerder om politiske val.

Blant dei tre informantane rår det liten tvil: journalistar utførte samfunnsoppdraget sitt under valkampen. Dei meinte at media dekkja valet godt. Det var mangfald i dekkinga, og kanskje meir mangfald enn tidlegare i kva saker som fekk fokus.

«Avsløringane om Støre var viktige og gode. Eg synest det blei drive mykje god journalistikk. At det er litt mykje fjas på nokre sendingar er ikkje nok til å seia at me ikkje utførte samfunnsoppdraget. Det skal ikkje berre vera brød, litt sirkus må det og vera.» - Jens Kihl, politisk journalist i Klassekampen

5.5 Bakgrunnen til journalisten spelar inn

Funn H viser at ein journalist typiske har høg utdanning, og stemmer ved stortingsval. Dei er også sikre på kva parti dei ville stemt på ved neste val. Samanliknar ein journalistar med resten av befolkninga, sympatiserer klart fleire journalistar med venstresida i politikken. Partia SV, Ap og Raudt har stor oppslutning. Resultata viser at journalistar som gruppe har fleire likheitstrekk, enn det ein finn i reste av befolkninga. Det er moglegheiter for at journalistar som sit i redaksjon påverkar kvarandre, både i val av sakstematikk og vinkling.

Faren ved at journalistar som gruppe har ein noko eintydig framtoning, er at dei i mindre grad blir utfordra på dei redaksjonelle vala.

Norsk presse er ikkje Framstegsparti-vennlege hevdar Johansen (2001:167). I 2001 var det av 500 spurde journalistar i ei meiningsmåling ingen som svarte at dei ville stemma FrP. Sjølv om det gjerne ikkje kjem direkte til uttrykk i politisk nyheitsdekking, kan det visa igjen i kommentarstoffet (Johansen, s. 167). Samanliknar ein utvalet av saker relatert til Listhaug og Støre, er det ikkje noko som tyder på journalistane omtalar Listhaug meir kritisk enn Støre. Resultata i oppgåva støttar dermed ikkje opp om teorien til Johansen.

I oppgåva undersøker eg kva journalisten skriv, kven han er og kva han meiner. Nordiske mediedagar si medieundersøking for 2018 kan gi svar på nokre spørsmål. Undersøkinga er nyleg gjennomført og rundt 600 journalistar har delteke. Dei aller fleste journalistane seier at dei har stemt ved stortingsvalet. Ein stor del har mange års utdanning og ein må rekna med at dei har blitt og er samfunnsengasjerte gjennom opplæring og yrkeserfaring.

Medieundersøkelsen 2018 slår fast at journalistar støttar meir opp om dei politiske partia på venstresida i norsk politikk enn folk flest i Noreg. Dei er også meir sikre i sitt val enn folk flest. Eksempelet som er henta ut frå undersøkinga viser journalisten sin vilje og iver etter å formidla nyheiter og visa at haldningar skal komma fram i debatten altså fram i lyset.

Medieundersøkelsen syner at 38 prosent av folk flest har nokså stor tiltru til journalistar. I nyheitsbiletet blir mange saker sette på spissen for å vinna fram i nyheitsbiletet. For ein journalist vil befolkninga si tiltru til det arbeidet som blir gjort vera av betydning for vinkling og uttrykksmåte i nyheitssakene. Skepsis blant folk flest, til arbeidet journalistane gjer, er forventa i dagens uryddige mediebilete. Aviser blir utfordra frå fleire kantar, og meir enn nokon gang før er falske nyheiter blitt eit tema. Faktasjekkar var blitt ein del av valkampen allereie i 2017. Truverda til journalistane er definitivt under press.

Eit anna interessant funn er journalistane si meining om dei sjølve gir eit urett bilete av samfunnet. 22 prosent meiner at biletet som blir formidla ikkje er det rette. Undersøkinga gir ikkje grunnlag for å trekka slutningar om kvifor nesten 1 av 4 av journalistane meiner dette. Nokre årsaker kan vera tidspress, bevisst feil vinkling av saker, utelating av viktig informasjon eller mangel på spalteplass.

5.6 Konflikter i kommunikasjonen

Journalisten har ei viktig rolle i formidling av nyheiter ut til befolkninga. Medieundersøkelsen 2018 viser at 44 prosent av befolkninga har svært stor eller nokså stor tiltru til journalistane. Dette gir yrkesgruppa eit stort ansvar i formidlinga av nyheitsstoff. I arbeidet må journalisten balansera mellom dei ulike gruppene som er ein del av kommunikasjonsprosessen. Medieundersøkelsen viser at journalistar som gruppe er opptekne av at ulike haldningar i samfunnet skal komma fram i lyset. I arbeidet med å finna saker og skriva tekst vil journalisten komma i mange situasjonar der avklaringar rundt rolle, forventningar frå mediebedrifta og forståing overfor mottakaren vil påverka dei vala som blir tatt rundt teksten og formuleringsmåten.

Modellen frå «Journalistens sprog» (figur 1) viser korleis ulike spørsmål og eventuelle konflikter er ein del av journalisten sitt arbeid. Modellen som er forma som ein likesida trekant, indikerer eit likt forhold mellom konfliktane som journalisten møter i arbeidet med teksten. Modellen viser til tre ulike konfliktlinjer i kommunikasjon. Det er med andre ord utfordrande å få til god kommunikasjon mellom aktørane lesaren, kjelda og journalisten. Ut frå denne modellen kan ein tenkja seg at det er språket som held trekanten saman. Språket fungerer som ein brubyggjar mellom aktørane, og kan styrke relasjonen mellom journalisten og mottakaren. Men om språket blir nytta på ein dårleg måte kan konsekvensen bli ei svekking av journalisten sin redaksjonelle integritet.

Ut frå den kritisk diskursive modellen med utgangspunkt i Fairclough sine teoriar blir journalisten sitt arbeid og rolle sett på frå ulike diskursar. Val som blir tatt undervegs i prosessen, vil vera av betydning i kommunikasjonen. Feiltolkingar vil kunna føra til konflikter mellom dei ulike aktørane. Journalisten vil oftast vera den som «eig» sjølvve teksten og han må tilpassa produktet i meir eller mindre grad, ut frå eiga rolle og oppdragsgivaren sine krav.

I desse fake news-tider er det blitt desto viktigare at journalisten ikkje mistar tillit. Pressa må oppfylle samfunnskontrakten, og nytta sitt handlingsrom for å styrka demokratiet gjennom god og tydeleg språkbruk.

6 Konklusjon

I denne oppgåva har eg lagd ei kopling mellom teori og empiriske funn. Utgangspunktet var å finna svar på denne problemstillinga:

Korleis dekkja journalistar stortingsvalet i 2017, og kva meiner dei sjølve om denne dekkinga i etterkant?

Funna viser at journalistar er personfokuserte, og brukar flittig namn på politikarane direkte i teksten. Pressa kan reknast som den fjerde statsmakt, og dei nyttar aktivt sin maktposisjon til å fungera som vaktbikkje for politikarar i valkampen. Journalistane har ein uskriven samfunnskontrakt med befolkninga. Denne kontrakten meiner journalistane sjølve at dei oppfyller på ein god og tilstrekkeleg måte. Ei utfordring er at journalistane er ei homogen gruppe, der bakgrunnen påverkar dei redaksjonelle vala. Det kan oppstå konfliktar i ein kommunikasjonssituasjon mellom lesar, kjelde og journalist. Språket viser seg å vera ein brubyggar i kommunikasjonen, men kan også nyttast som eit maktmiddel.

Stortingsvalet i 2017 var prega av ei personfokuserert mediedekking. Journalistane meiner sjølve at valkampen av og til var prega av for mykje sirkus både i Rinkeby og på landstaden til Støre. Breidda i sakene var likevel meir enn god nok, og journalistane er heilt sikre på at samfunnsoppdraget blei utført.

7 Litteraturliste

- Aardal, Bernt (2007): «Velgere på evig vandring? Hva skjedde ved stortingsvalget i 2005?» i B. Aardal (red.), *Norske velgere. En studie av stortingsvalget 2005*. 13-40 Oslo: N.W. Damm og søn AS.
- Bjørnsen, Gunn (2010): *Fra valp til vaktbikkje. Om konstruksjon av journalistisk kunnskap*. Vitskapleg essay til forskarkurset «Sensibilitet og kunnskap» ved Senter for profesjonsstudier, Høgskolen i Oslo 2004. Volda: Møreforskning.
- Bratberg, Øyvind (2014): *Tekstanalyse for samfunnsvitere*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Dahl, Robert A. (1971): *Polyarchy: Participation and Opposition*. New Haven: Yale University Press.
- Dalton, Russel J., Scott C. Flanagan og Paul Allen Beck (1984): *Electoral Change in Advanced Industrial Democracies. Realignment or Dealignment?*. Princeton: Princeton University Press.
- Eide, Martin (2001): «Journalistisk makt. Et oppslag.» i: M. Eide (red.), *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. 13-56 Oslo: Gyldendal.
- Eide, Martin (2011): *Hva er journalistikk*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Engelstad, Fredrik (2005): *Hva er makt*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Enjolras, Bernard, Rune Karlsen, Kari Steen-Johnsen og Dag Wollebæk (2013): *Liker - liker ikke. Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Oslo: Cappelen Damm.
- Fairclough, Norman (1995): *Critical Discourse Analysis*. Boston: Addison Wesley.
- Grunnlova (2018): Kongeriket Noregs grunnlov (FOR-2018-06-01-788). Henta frå: <https://lovdata.no/lov/1814-05-17-nn>.
- Grunwald, Ebbe, Gert Smistrup og Hans Veirup (2003): *Journalistens sprog – med et sprogligt serviceeftersyn*. Århus: Forlaget Ajour.
- Grønmo, Sigmund (2011): *Samfunnsvitenskapelige metoder* (4. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Habermas, Jürgen (1971): *Borgerlig offentlighet*. (overs. av Strukturwandel der Öffentlichkeit 1962). Oslo: Gyldendal.
- Hobbes, Thomas (2009 [1651]): *Leviathan*. Auckland, New Zealand: The Floating Press.
- Høyer, Sverre (1975): *Norsk presse mellom 1865 og 1965*. Oslo: Institutt for presseforskning.

- Johansen, Anders (2001): «Enkeltpersoner og kollektivpersoner. Journalistikk som bidrag til politisk kultur.» i: M. Eide (red.), *Til dagsorden!*. 167-196 Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Kallevik, Svein Arthur (2007): *Nyhetenes psykologi*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Karlsen, Rune og Hanne Marthe Narud (2004): «Organisering av valgkampen – tradisjonell eller moderne?» i Bernt Aardal, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.), *I valgkampens hete. Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*, 112-137 Oslo: Universitetsforlaget.
- Kieran, Matthew (1997): *Media Ethics. A Philosophical Approach*. Westport, Connecticut: Praeger.
- Mathiesen, Thomas (2010): *Makt og medier. En innføring i mediesosiologi*. Oslo: Pax forlag.
- Medienorge (2018): *Opplagstall norske aviser*. Institutt for informasjons- og medievitenskap. <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/avis/190> [14.oktober 2018].
- Morken, Stig Henning (2003): *En analyse av tendenser i politisk journalistikk i Norge – belyst gjennom Juul- og Snøhvit-saken*. Hovedfagsoppgåve i samanliknande politikk, Universitetet i Bergen.
- Nordiske Mediedager (2018): *Medieundersøkelsen*. Bergen: Nordiske Mediedager. <http://www.nordiskemediedager.no/medieundersokelsen> [03.november 2018].
- Nyre, Lars (2009): «Den femte statsmakt». *Norsk medietidsskrift*, 03/2009 (Volum 16): 202-203.
- Oscarsson, Henrik, Mikael Gilljam og Donald Granberg (1997): *The Concept of Party Set – A Viable Approach or Just Another Way to Cut the Same Cheese?*. Working paper, presentert ved det årlege møtet til The Swedish Politicka Science Association i Uppsala, Oktober 5-7 1997. http://www.academia.edu/22746210/The_Concept_of_Party_Set_A_Viable_Approach_or_Just_Another_Way_to_Slice_the_Same_Cheese [19.august 2018].
- Pressens Faglige Utvalg (2018): *Ver Varsam-plakaten*. Oslo: Norsk Presseforbund. <https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/vvpl-nynorsk/> [19. august 2018].
- Raaum, Odd (2001): «Se opp for etterligninger. Journalistikk som merkevare» i Martin Eide (red.), *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. 59-85 Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Schwebs, Ture og Helge Østbye (2011): *Media i samfunnet* (5. utg.). Oslo: Det Norske Samlaget.

- Seland, Idunn (2000): *Makten i nyhetspresentasjon. En studie av fire avisers dekning av Syse-saken og Rød-Larsen-saken*. Hovudfagsoppgåve i statsvitenskap, Universitetet i Oslo.
- Sjøvaag, Helle (2010): «Samfunnskontraktens opphav og ideologiske funksjon» i Johan Roppen og Sigurd Allern (red.), *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. 36-48
Kristiansand: IJ-forlaget.
- Skrede, Joar (2017): *Kritisk diskursanalyse*. Oslo: Cappelen Damm.
- Slaatta, Tore (2005): «Makt og demokrati i den norske medieorden». *Nytt Norsk Tidsskrift*, 2005 (1): 79-91.
- Splichal, Slavko og Colin Sparks (1994): *Journalists for the 21st Century. Tendencies of Professionalization among first-year students in 22 countries*. New York: Ablex.
- Svennevik, Jan (2010): *Språklig samhandling. Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse* (2.utg.). Oslo: Cappelen Damm.
- Thorbjørnsrud, Kjersti (2001): *Vilje til makt. Praksis og prinsipper i politisk journalistikk. Illustrert ved «Jaglandsaken»*. Hovudfagsoppgåve i statsvitenskap, Universitetet i Oslo.
- Vestad, Jon Peder og Bjarte Alme (2002): *Mediespråk. Form og formidling i journalistikk*. Oslo: Det Norske Samlaget.
- Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen (2007): *Metodebok for mediefag* (3. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

8 Vedlegg

Vedlegg 1: Utval nyheitsartiklar om Sylvi Listhaug

Nyheitsartiklane omhandlar Sylvi Listhaug i Rinkeby og er publiserte i perioden 11. august 2017 – 11. september 2017.

Nr	Dato	Avis	Tittel	Forfattar	Sjanger
1	30.08.	Dagbladet	<i>Listhaug tar kritikken med ro</i>	Øistein Monsen, Torun Støbakk, Steinar Suvatne, Arnhild Aas Kristiansen	Nyheits artikkel
2	30.08	Dagbladet	<i>Full strid om Sylvis svensketur - statsminister Erna Solberg (H) måtte svare for Sylvi Listhaug - igjen</i>	Øistein Monsen, Torun Støbakk, Steinar Suvatne, Arnhild Aas Kristiansen	Nyheits artikkel
3	30.08.	Aftenposten	<i>Aftenbladet: Norges regjering advarte Sverige før Listhaug-besøk</i>	NTB	Nyheits artikkel
4	30.08.	Aftenposten	<i>“Usmakelig utnyttelse av Stockholms gjestfrihet”</i>	Thomas Olsen, Harald Stolt- Nielsen	Nyheits artikkel
5	30.08.	Dagbladet	<i>Listhaugs lære</i>	-	Leiar
6	31.08.	Klassekampe n	<i>Det er nok å ta tak i her</i>	Åse Brandvold	Nyheits artikkel

7	31.08.	Dagbladet	<i>Krever at Erna sier unnskyld - ...men Erna vil ikke kritisere Sylvi</i>	Steinar Suvatne, Torun Støbakk, Anne Marte Blindheim	Nyheits artikkel
8	01.09.	Klassekampe n	<i>Frode Hansen</i>	Jonas Brække	Nyheits artikkel
9	01.09.	Aftenposten	<i>- Ap lekker til begge sider - Frp opp etter Listhaug- bråk - Sp mest tilbake</i>	Karen Tjernshaugen, Atle Andersson, Anders Haga	Nyheits artikkel
10	01.09.	Aftenposten	<i>Kan det være håp for Venstre?</i>	Harald Stanghelle	Kommentar
11	02.09.	Klassekampe n	<i>Inn i framtida</i>	Torbjørn Tumyr Nilsen	Nyheits Artikkel/ Portrett
12	03.09.	Aftenposten	<i>Langer ut mot Erna Solberg</i>	Hilde Skjesol	Nyheits artikkel
13	03.09.	Aftenposten	<i>Godtar ikke kritikken fra Harlem Brundtland</i>	Lars Molteberg Glomnes	Nyheits artikkel
12	07.09.	Aftenposten	<i>Det handler om at du får styre budskapet selv</i>	Anders Veberg, Øystein Aldridge	Nyheits artikkel
15	08.09.	Aftenposten	<i>Valgkampen er blitt et norsk mesterskap i retorikk</i>	Sarah Sørheim	Kommentar
16	09.09.	Aftenposten	<i>Avisene for dem som ikke tror på aviser</i>	Bjørn Egil Halvorsen, Robert Veiåker Johansen, Halvor	Nyheits artikkel

				Hegtun	
17	09.09.	Klassekampe n	<i>Gjev ikkje mikrofonen til Listhaug</i>	Jens Kihl	Nyheits artikkel
18	09.09.	Klassekampe n	<i>Retorikk</i>	Jens Kihl	Kommentar
19	11.09.	Klassekampe n	<i>Listhaug</i>	Mímir Kristjánson	Kommentar

Fjerna frå utval:

29.08. Klassekampen, *Norske tilstandar*, Jens Kihl (Notis)

30.08. Dagbladet, *Norske tilstander*, Leiar (Del av tekst som allereie er i utvalet)

30.08. Aftenposten, “*Usmakelig utnyttelse av Stockholms gjestfrihet*”, Karin Wanngård (Debatt)

30.08. Aftenposten, “*Usmakelig utnyttelse av Stockholms gjestfrihet*”, Thomas Olsen, Harald Stolt-Nielsen (Same nyheitsartikkel to gonger)

30.08. Aftenposten, *Aftenbladet: Norges regjering advarte Sverige før Listhaug-besøk*, NTB (Same nyheitsartikkel to gonger)

31.08. Aftenposten, *Alle medier går i takt når det handler om Listhaug*, Nina Hjerpset-Østlie (Debatt)

31.08. Aftenposten, *Da trumpismen kom til Skandinavia*, Jonas A. Eriksson (Debatt)

01.09. Aftenposten, *Nyttig reise til Sverige*, Sylvi Listhaug (Debatt)

02.09. Dagbladet, *Valgkamp i Paradis - Tips til neste ukes politiske realityserie*, Aage Borchgrevink (Debatt)

03.09. Aftenposten, *Mobb en statsråd*, Einar Gelius (Debatt)

Vedlegg 2: Utval nyheitsartiklar om Jonas Gahr Støre

Nyheitsartiklane omhandlar Jonas Gahr Støre og hans personlege økonomi, og blei publiserte i perioden 1. mai 2017 – 11. september 2017.

Nr	Dato	Avis	Tittel	Forfattar	Sjanger
1	16.05.	Dagbladet	<i>Støre og Stein boligsatsing - Statsministerkandidaten er med på bygging av 188 leiligheter i vekstområde i Oslo</i>	Torun Støbakk, Steinar Suvatne	Nyheits artikkel
2	18.05.	Dagbladet	<i>Det er lov å være rik...</i>	-	Leiar
3	23.05.	Klassekampen	<i>Hus</i>	Jens Kihl	Kommentar
4	26.05.	Dagbladet	<i>På Ap-landsmøtet kalte Jonas Gahr Støre kontraktene en skam: “Løsarbeidere” - Bygger for Støre. Anklages for dobbeltmoral.</i>	Torun Støbakk	Nyheits artikkel
5	27.05	Dagbladet	<i>Byggmester Støre</i>	Geir Ramnefjell	Kommentar
6	31.05.	Klassekampen	<i>Dobbeltmoral</i>	Bjørgulv Braanen	Leiar
7	02.06.	Klassekampen	<i>Flaut</i>	Jo Røed Skårderud	Kommentar
8	07.06.	Dagbladet	<i>Jeg burde nok ha stilt flere spørsmål - Snakker ut om byggebråket</i>	Torun Støbakk	Nyheits artikkel

9	16.08.	Dagbladet	<i>Har fortsatt ikke solgt seg ut - Jonas Gahr Støres omstridte boligprosjekt</i>	Torun Støbakk, Anne Marte Blindheim	Nyheits artikkel
10	01.09.	Dagbladet	<i>Støres stahet svekker ham</i>	-	Leiar
11	08.09.	Dagbladet	<i>Penger som teller</i>	John Olav Egeland	Kommentar
12	09.09.	Aftenposten	<i>Fra skanse til skanse med Støre</i>	Trine Eilertsen	Kommentar
13	11.09.	Aftenposten	<i>- Å være politiker er høyt aktet i Norge, og folket har tillit</i>	Thea Storøy Elnan	Nyheits artikkel

Fjerna frå utval:

18.05 Klassekampen, *Rike barn* (Kort setning/notis)

26.05. Dagbladet, *På Ap-landsmøtet kalte Jonas Gahr Støre kontraktene en skam:*

“Løsarbeidere” - Bygger for Støre. Anklages for dobbelmoral. (Nyheitsartikkel, same artikkel kom opp i fleire søk)

02.06. Dagbladet, *Arbeidsmoral på 1-2-3*, Tuftebarten herre m/bart (Debatt)

24.06. Klassekampen, *Kappror Ap vekk fra LO?*, Dag Seierstad (Debatt)

01.09. Klassekampen, *Problemet Jonas*, Arild Rønsen (Debatt, ikkje journalist)

08.09. Dagbladet, *Penger som teller*, John Olav Egeland (Leiar, same artikkel kom opp i fleire søk)

11.09. Dagbladet, *Slik vil de styre Norge. Den siste store velgerguiden*, Arnhild Aass Kristiansen, Steinar Solaas Suvatne og Torun Støbakk (Nyheitsartikkel. Ikkje relevant. Ein setning om CO2-fond)

Vedlegg 3: Matrise Sylvi Listhaug

Nr	Tittel	Personomtale		Sterke uttrykk			Modalitet			Vurdering tittel			Vurdering ingress		
		Namn på politika ren	Andre navn på politika ren	Ord: «skandale»	Ord: «Kritisk» «kritikk»	Ord: «Makt»	Svake «kunne» «tore»	Middels «burde» «ville»	Sterke «måtte» «skulle»	Negativ	Nøytral	Positiv	Negativ	Nøytral	Positiv
1	Listhaug tar kritikken med ro	4	2	0	1	0	0	3	2		x			x	
2	Full strid om Sylvis svensketur - statsminister Erna Solberg (H) måtte svare for Sylvi Listhaug igjen	21	11	0	8	0	3	4	5	x			x		
3	Aftenbladet: Norges regjering advarte Sverige før Listhaug-besøk	12	3	0	0	0	1	1	4	x			x		
4	«Usmakelig utnyttelse av Stockholms gjestfrihet»	21	7	0	4	0	1	3	9	x			x		
5	Listhaugs lære	7	10	0	1	0	2	3	1		x			x	
6	Det er nok å ta tak i her	11	0	0	1	0	4	2	4		x		x		
7	Krever at Erna sier unnskyld...men Erna vil ikke kritisere Sylvi	8	3	0	3	0	0	4	2	x			x		
8	Frode Hansen	5	1	0	0	0	0	4	1		x			x	
9	Ap lekker til begge sider Frp opp etter Listhaug-bråk Sp mest tilbake	5	3	0	0	0	2	1	4		x				x
10	Kan det være håp for Venstre?	3	2	0	0	0	9	2	2			x		x	

11	Inn i framtida	1	1	0	0	0	17	3	10		x		x		
12	Langer ut mot Erna Solberg	9	3	0	1	0	1	1	1	x			x		
13	Godtar ikke kritikken fra Harlem Brundtland	4	0	0	5	0	0	4	1		x			x	
14	Det handler om at du får styre budskapet selv	10	2	0	0	0	2	2	1		x				x
15	Valgkampen er blitt et norsk mesterskap i retorikk	6	3	0	0	0	0	1	5		x			x	
16	Avisene for dem som ikke tror på aviser	7	2	0	6	0	11	15	12		x		x		
17	Gjev ikkje mikrofonen til Listhaug	7	2	0	0	2	4	2	4	x				x	
18	Retorikk	5	2	0	0	0	0	1	1		x			x	
19	Listhaug	9	3	0	0	0	2	1	1		x			x	

Vedlegg 4: Matrise Jonas Gahr Støre

Nr	Tittel	Personomtale		Sterke uttrykk			Modalitet			Vurdering tittel			Vurdering ingress		
		Namn på politikaren	Andre navn på politikaren	Ord : «skandale»	Ord: «Kritisk» «kritikk»	Ord: «Makt»	Svake «kunne» «tore»	Middels «burde» «ville»	Sterke «måtte» «skulle»	Negativ	Nøytral	Positiv	Negativ	Nøytral	Positiv
1	Støre og Stein boligsatsing - Statsministerkandidaten er med på bygging av 188 leiligheter i vekstområde i Oslo	28	7	0	3	1	0	6	4		x			x	
2	Det er lov å være rik...	8	2	0	0	1	2	2	3		x			x	
3	Hus	3	0	0	0	0	1	4	0		x			x	
4	På Ap-landsmøtet kalte Jonas Gahr Støre kontraktene en skam: «Løsarbeidere» - ...Bygger for Støre. Anklages for dobbeltmoral.	12	2	0	5	0	2	2	5	x			x		
5	Byggmester Støre	14	4	0	4	0	5	5	3		x		x		
6	Dobbelmoral	4	3	0	0	0	0	3	0	x			x		
7	Flaut	11	2	0	1	0	1	1	0	x			x		
8	Jeg burde nok ha stilt flere spørsmål - Snakker ut om byggebråket	9	9	0	4	0	10	7	6	x			x		
9	Har fortsatt ikke solgt seg ut	18	4	0	2	0	2	1	0	x				x	

	- Jonas Gahr Støres omstridte boligprosjekt													
10	Støres stahet svekker ham	15	4	0	1	0	0	2	6	x				x
11	Penger som teller	19	4	0	0	0	1	3	1		x		x	
12	Fra skanse til skanse med Støre	11	7	0	0	0	2	3	1	x			x	
13	- Å være politiker er høyt aktet i Norge, og folket har tillit	4	0	6	0	0	4	10	0			x		x

Vedlegg 5: Medieundersøkelsen 2018

Spørsmål: Bakgrunn			
		Befolkning	Journalister
Kjønn	Mann	50%	55%
	Kvinne	50%	45%
Aldersgrupper	Under 45 år	48%	42%
	45 – 59 år	25%	45%
	Over 60 år	28%	13%
Utdanning utover grunnskole	Inntil 3 år	32%	20%
	4 – 6 år	38%	46%
	Mer enn 6 år	31%	34%
Spørsmål: Stemte du ved stortingsvalget i 2017?			
		Befolkning	Journalister
Ja		90%	98%
Nei		10%	2%
Spørsmål: Dersom det var stortingsvalg i morgen, hvilket parti ville du da stemme på?			
		Befolkning	Journalister
Rødt		2,6%	9,6%
SV		7,5%	17,2%
Ap		14,0%	17,0%
Senterpartiet		7,9%	5,9%
Venstre		4,5%	6,9%
KrF		3,4%	2,4%
Høyre		20,6%	13,6%
Fremskrittspartiet		5,9%	2,3%
Miljøpartiet De Grønne		4,0%	6,5%
Andre		2,2%	0,3%
Ikke sikker		27,4%	18,4%
Spørsmål: To personer diskuterer engasjement og ytringsfrihet. A sier: Det er viktig at alle holdninger i samfunnet kommer frem, selv om det i enkelte tilfeller vil støte noen. B sier: Støtende ytringer fører til hatske stemninger i samfunnet.			
		Befolkning	Journalister
Mest enig i A		67%	75%
Mest enig i B		24%	15%

Ikke sikker	8%	9%
Spørsmål: Hvor stor tiltro har du til journalister?		
	Befolkning	Journalister
Svært stor tiltro	6%	21%
Nokså stor tiltro	38%	64%
Verken stor eller liten tiltro	34%	11%
Nokså liten tiltro	15%	3%
Svært liten tiltro	5%	0%
Ikke sikker	2%	0%
Spørsmål: Norske nyhetsmedier sørger for at ulike syn kommer til uttrykk i journalistikken?		
	Befolkning	Journalister
Helt enig	-	35%
Delvis enig	-	51%
Verken enig eller uenig	-	5%
Delvis uenig	-	7%
Helt uenig	-	2%
Ikke sikker	-	0%