



Journalister og folk flest: Syn på medier og journalistikk 1999 – 2009

Helge Østbye

Journalister og folk flest:
Syn på medier og journalistikk
1999 – 2009

Helge Østbye

Oktober 2009

STEIN ROKKAN SENTER FOR FLERFAGLIGE SAMFUNNSSTUDIER

Universitetsforskning i Bergen

© Stein Rokkan senter for flerfaglige samfunnsstudier (Rokkansenteret) 2009

Design og trykk: Master Trykk og Kopi A/S

ISBN: 978-82-8095-065-9

ISSN 1503-4844

Stein Rokkan senter for flerfaglige samfunnsstudier (Rokkansenteret) har en todelt publikasjonsserie, i tillegg til en særtrykkserie. Publikasjonsserien redigeres av et redaksjonsråd bestående av forskningsdirektør og forskningsledere.

Redaksjonsrådet har ansvar for å vurdere og plassere publikasjonene som henholdsvis rapporter og notater.

I rapportserien trykkes ferdige vitenskapelige arbeider, for eksempel sluttrapporter fra forskningsprosjekter. Manuskriptene er vurdert av redaksjonsrådet eller en fagfelle oppnevnt av redaksjonsrådet.

Som notater trykkes arbeidsnotater, foredrag og seminarinnlegg. Manuskripter som trykkes som notater godkjennes av prosjektleder.

Som særtrykk utgis arbeider som allerede er publisert i vitenskapelige tidsskrift eller i bøker.

Innhold

Innledning: Samfunnsoppdraget og aksjonæroppdraget	5
Kort om undersøkelsene	6
Litt om endra rammevilkår over tid	8
Hvem er journalistene?	9
Et spørsmål om tillit	19
Utfordringer for mediene og journalistikken	33
Sammenslåinger og utenlandsk eierskap	33
Nedbemanning og kvalitet	34
Synspunkter på innholdet	36
Litt etikk, takk!	39
Referanser	44
Noter	45
Rapportserie Rokkansenteret	47

Innledning: Samfunnsoppdraget og aksjonæroppdraget

Mediene er viktige for samfunnet. Tre oppgaver utgjør kjernen i mediens samfunnsoppdrag:

- *Informasjonsfunksjonen*: Mediene skal spre kunnskap om viktige begivenheter.
- *Vaktbikkjefunksjonen*: Mediene skal være en fjerde statsmakt som overvåker mektige institusjoner, grupper og enkeltmennesker.
- *Arenafunksjonen*: Mediene skal sikre plass for og aktivt medvirke til debatt om viktige samfunnsspørsmål (se for eksempel James 2004, Østbye 2008:70).

I utgangspunktet har «samfunnsoppdraget» vært noe *mediene* sjøl har hevdet å ha, noe de har påtatt seg. Men gradvis er mediens samfunnsoppdrag også *akseptert av myndighetene* som noe staten skal støtte og verne. I offentlige dokumenter finner en lett spor av de tre punktene. I Regjeringas stortingsmelding fra 2001 om mediesituasjonen heter det blant annet:

Mediene utgjør [...] et institusjonalisert system for informasjonsformidling og samfunnsdebatt. [...] Mediene har også en funksjon i forhold til å utøve kontroll med offentlig og privat maktutøvelse i samfunnet» (St.meld. nr. 57 (2000–2001) s. 3).

Mediepolitiske tiltak som momsfristak for aviser, pressestøtte, et offentlig eid NRK, NRK-plakaten og krav om allmennkringkastingsinnhold i private radiokanaler som P4 og RadioNorge, kan ses på som konkrete eksempler på hvordan staten legger forholdene til rette for å fylle samfunnsoppdraget med substans.

Aller sterkest kom dette likevel til uttrykk da § 100 i Grunnloven ble endret i 2004. Stortinget ga da myndighetene et grunnlovsfestet påbud om å føre en mediepolitikk som skal sikre mangfold og kvalitet i mediene:

Det paaligger Statens Myndigheder at lægge Forholdene til Rette for en aaben og oplyst offentlig Samtale.

Men Samfunnsoppdraget er ikke det eneste oppdraget mediene har. De fleste mediebedrifter er privat eid og organisert som aksjeselskaper. Aksjeselskaper skal normalt forvalte aksjonærenes innskutte kapital på en slik måte at aksjonærene får profitt på sine investeringer.

Fram til midt på 1980-tallet var norske aksjonærers forventninger om profitt på medieinvesteringer nokså begrenset. Før 1982 var det ingen private aktører som hadde lovlig sendinger i radio eller fjernsyn. En del aviser gikk med overskudd, men det var ofte ikke om å gjøre å betale ut et overskudd og mye av det som kunne blitt et

overskudd, blei pløyd tilbake i avisdrifta. Partitilknytninga gjorde at avisene i stor grad var del av den politiske såvel som den økonomiske sfæren, og den sterke konkurransen på de lokale avismarkedene i hundre år, fram til 1960- og 70-tallet, gjorde også at avisdrifta ikke nødvendig vis ga så stort overskudd, sjøl for de avisene som hadde den sterkeste posisjonen på sine markeder. Men etter at koplingene til partiene blei avvikla og den lokale konkurransen forsvant, blei avisene med ett attraktive for investorer med et profittmotiv (Ottosen, Røssland og Østbye 2002:152–218). Dette skjedde samtidig med at staten opphevet NRK-monopolet og tillot private og kommersielle aktører å drive reklamefinansiert radio- og fjernsynsvirksomhet (Halse og Østbye 2003:192–268).

Det har alltid vært kostbart å drive medievirksomhet, og privateide medier har alltid måttet ta omsyn til bedriftens økonomi og inntektene fra publikums- og reklamemarkedet. Men mens målet tidligere var å sikre en mest mulig solid og stabil virksomhet for mediebedriften som en service i lokalsamfunnet eller spre et budskap, har målet de siste 20–25 åra i stadig økende grad vært å produsere et overskudd som utbetales til eierne (Østbye og Kvalheim 2009).

De to gruppene med mål om samfunnsoppdraget og profitt kan støtte hverandre. En god avis eller tv-kanal kan være profitabel nettopp fordi den er god, men ofte er det en kamp om hvordan ressursene i avisa, radio- eller tv-selskapet skal brukes; Skal et eventuelt overskudd pløyes tilbake i mediebedriften for å lage et best mulig redaksjonelt produkt, eller skal overskuddet gå ut av mediebransjen i form av utbytte til aksjonærene? Den journalistikken som forutsettes i samfunnsoppdraget, er i stor grad ressurskrevende: Det krever ressurser å drive en aktivt oppsøkende nyhetsjournalistikk på de områdene de enkelte mediene ønsker å dekke (tematisk eller geografisk avgrenset – informasjonsfunksjonen). Og enda mer ressurskrevende er en kritisk, undersøkende journalistikk (vaktbikkjefunksjonen). Det er mye billigere å passivt videreformidle de budskapene som private og offentlige virksomheter ønsker å få formidlet.

Kort om undersøkelsene

Nordiske mediedager i Bergen har stort sett hvert år siden 1999 (ikke i 2000) fått gjennomført undersøkelser om medievaner og vurderinger av mediene i et representativt utvalg av den norske befolkningen. To forhold gjør at disse undersøkelsene er spesielt interessante: For det første er ei gruppe sentrale spørsmål stilt i uendret form over en tiårsperiode. Det er altså mulig å se på *endringer*. For det andre har de samme spørsmåla, av og til i svakt endret form, blitt stilt til et representativt utvalg av journalister (medlemmer av Norsk Journalistlag). En kan altså sammenlikne svara fra vanlige folk med svara fra journalister. I 2008 blei også et utvalg redaktører intervjuet. Dessuten har det de seinere åra vært gjennomført undersøkelser av grupper som på ulike måter har et forhold til mediene og journalistene – informasjonsarbeidere, jurister og politikere.

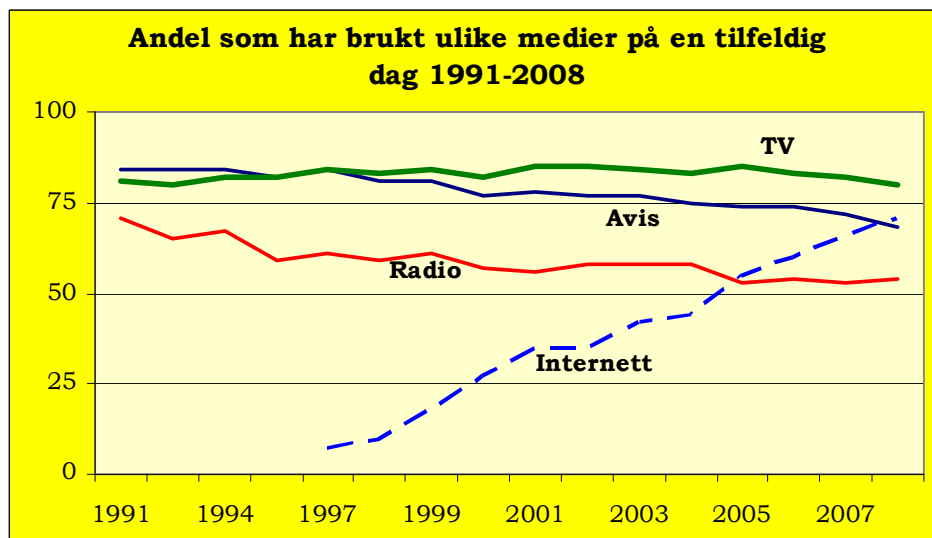
Tabellen gir en oversikt over hvilke intervjuer som er gjennomført:

Hvem er blitt intervjuet?			
1999	Publikum	Journalister	
2001	Publikum	Journalister	
2002	Publikum	Journalister	
2003	Publikum	Journalister	
2004	Publikum	Journalister	
2005	Publikum	Journalister	
2006	Publikum	Journalister	Informatører
2007	Publikum	Journalister	Advokater
2008	Publikum	Journalister	Redaktører
2009	Publikum	Journalister	Politikere: lokalt og på Stortinget

Opplegget for undersøkelsene har vært ledet av Torgeir Foss (TV 2, for Nordiske mediedager), Frank Aarebrot (som har presentert resultater fra undersøkelsene på Nordiske mediedager) og Thore G. Olausssen. De første undersøkelsene blei gjennomført av Opinion, de siste av Respons. Normalt er 500–1000 personer i hver gruppe intervjuet. Nordiske mediedager har fått støtte fra Stiftelsen Fritt Ord for å gjennomføre undersøkelsene. Fritt Ord har også støttet arbeidet med den foreliggende rapporten.¹

Litt om endra rammevilkår over tid

Mediesektoren er i stadig endring. Konjunktorene for mediesektoren har stort sett pekt oppover, men det er variasjoner fra medium til medium. Krisen i verdensøkonomien fra sommeren 2008 har påvirket inntektsgrunnlaget for mediene.



Data fra Statistisk sentralbyrås Mediebarometer, hentet fra MedieNorge.

Avisene hadde fram til 2008 gjennomgående hatt en god økonomi, et relativt stabilt antall journalister, men en nedgang i opplag og en nedgang i hvor mye tid leserne bruker på avislesing. Det er alltid vanskelig å måle radiolytting på en korrekt måte, men mye tyder på at radiolyttinga har gått noe ned siden tidlig på 1990-tallet. Fjernsynet er det mest stabile mediet i perioden hvis en ser på hvor stor del av befolkninga som er innom mediet på en gjennomsnittlig dag, men gjennomsnittlig antall minutter seertid er vesentlig høyere på 2000-tallet enn på tidlig 1990-tall. Det mediet som har ekspandert i perioden, er sjølsagt Internett.² Figuren ovenfor viser hvor stor del av befolkninga som er i kontakt med de fire viktigste massemediene på en gjennomsnittlig dag.

Hvem er journalistene?

For at mediene skal kunne utføre samfunnsoppdraget, kreves dyktige journalister. Det gjelder åpenbart for de to første punktene (informasjonsfunksjonen og vaktbikkjefunksjonen), men hvis mediene skal legge forholdene til rette for en reflektert samfunnsdebatt (arenafunksjonen) og ikke utelukkende stille spaltene åpent tilgjengelig for leserbrev, kreves det også her kvalifiserte debattredaktører.

Men hvem er det som befolker medieredaksjonene? Hvem er journalistene?

To tidligere undersøkelser har prøvd å gi svar på dette. Anita Werner tok midt på 1960-tallet utgangspunkt i medlemsmatrikkelen i Norsk Journalistlag (Werner 1966). I samband med den første Maktutredningen (ledet av Gudmund Hernes; Svernik Høyér ledet arbeidet med delutredningen om mediernes makt) gjennomførte Pål Lorentzen og Svernik Høyér en undersøkelse av journalister og redaktører i dagspresse, ukepresse og radio (undersøkelsen skulle også omfatte journalistene i fjernsynet, men svarmønsteret tyder på en boikott i en av fagforeningene og det blei ikke gjort analyser for fjernsynet) (Lorentzen og Høyér 1976).

Det å være journalist er et typisk middelklasseyrke. Ett funn fra de to nevnte undersøkelsene, er at journalistene hadde en middelklasseoppvekst, fedrene deres var i liten grad bønder eller arbeidere. Avisene var det mediet som rekrutterte relativt sett mest fra arbeiderklassen, særlig gjaldt det arbeiderpartiavisene (Lorentzen og Høyér 1976:22).

Kjønn og utdanning

Journalistenes klassebakgrunn fra oppveksten har i stor grad gått via utdanning. Utdanning har alltid vært en veg inn i journalistyrket, og utdanning har vært en strategi for å hindre nedgang i sosial kassetilhørighet blant barn i middelklassen, mens det lenge var lite utbredt i arbeiderklassen og blant bønder å ta utdanning ut over folkeskole/framhaldsskole. I Anita Werners undersøkelse (Werner 1966) hadde nesten 10 % av journalistene universitets- eller høgskoleutdanning og nesten 50 % Examen Artium (i dagens terminologi vil det si eksamen fra videregående skole), men under 10 % av befolkningen i 1965 hadde så høy utdanning. Snaut ti år seinere, var andelen med universitets eller høgskoleutdanning økt til 18 % blant journalistene (Lorentzen og Høyér 1976:25).

Fagutdanning i journalistikk fantes ikke som et tilbud i Norge før 2. verdenskrig. Etter krigen blei det utviklet et kurstilbud (det private Journalistakademiet). Først på 1960-tallet kom Norsk Journalistskole, etablert i Oslo. Den første høgskoleutdanninga i journalistikk kom i Volda i 1971, og i 1980 fikk også journalistutdanninga i Oslo høgskolestatus under navnet Norsk Journalisthøgskole.

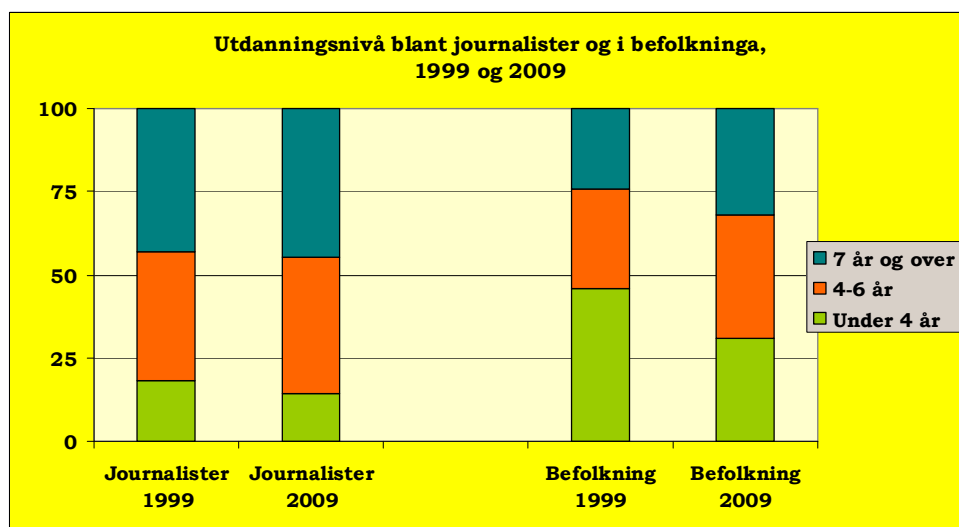
Undersøkelsen fra 1974 viser at bare 16 % av journalistene hadde en sammenheng-

ende journalistutdanning på mer enn fire måneder. 45 % hadde kortvarige kurs, mens 40 % ikke hadde noen journalistfaglig utdanning (Lorentzen og Høyer 1976:27).

Rekrutteringa til journalistyrket gikk altså heller fra Examen Artium og eventuelt videreført med fag eller full utdanning fra universitetene enn via en journalistfaglig utdanning. I forhold til den befolkninga de skreiv for på 1960- og 70-tallet var journalistene ei gruppe med god utdanning.

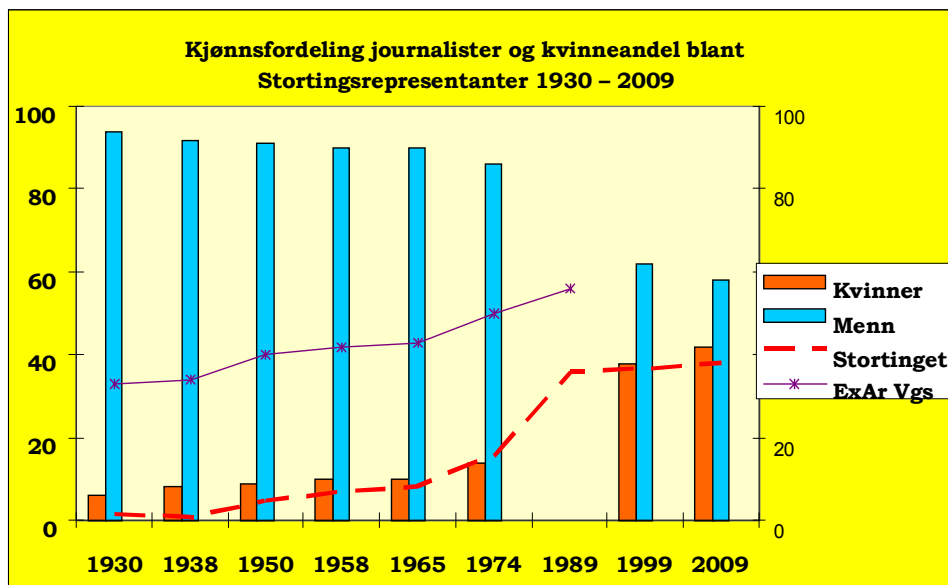
Seinere har journalistutdanning, gjerne supplert med andre fag fra universitet eller høyskole, blitt den viktigste rekrutteringsvegen inn i journalistikken. Men det er fortsatt en åpning for folk med andre typer bakgrunn.

Spørreskjemaundersøkelsene viser at utdanningsnivået blant journalister har økt de siste ti åra, og det er fortsatt betydelig høgre enn i befolkninga som helhet. Men økninga blant journalister har vært mindre enn i befolkninga generelt.



På samme måten som journalistikken har vært et middelklasseyrke, har den også vært et mannsdominert yrke. Gjennom 1800-tallet kom det noen få skrivende kvinner inn i avisredaksjonene. I ukeblad gjorde kvinner seg sterkere gjeldende, mens radioen og fjernsynet i tidlige faser var nokså mannsdominerte.

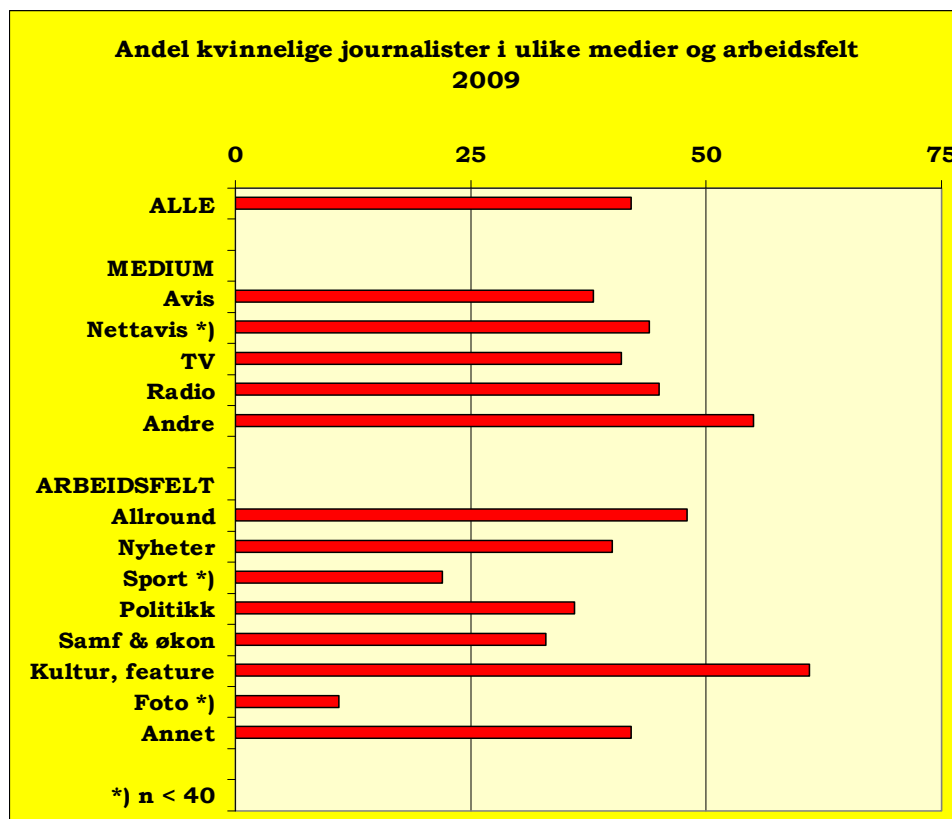
Kjønnsfordelinga over en periode på nærmere 80 år er vist i figuren nedenfor. Talla for perioden 1930–74 er hentet fra Lorentsen og Høyer (1976), dvs. talla for 1930–65 kommer egentlig fra Anita Werner (1966). Tall for 1999 og 2009 kommer fra undersøkelsene i samband med Nordiske mediedager. Grovt sett skal prosentgrunnlaget i alle undersøkelsene være medlemmer i Norsk Journalistlag, men det dreier seg dels om optellinger i medlemsregistrene, og dels i ulike typer spørreskjemaundersøkelser der bortfallet kan være ulikt i ulike grupper. Hovedmønsteret kan en i alle tilfeller gå ut fra at er rimelig korrekt:



Kvinneandelen blant journalister var lenge svært lav. Den var under 10% helt fram til 1974. De siste ti åra har den kommet opp til ca 40 %, og den er fortsatt stigende, sjøl om endringene er meget små fra år til år. I befolkninga som helhet har det hele tida vært en tilnærmet 50–50-fordeling, men lenge var alle ledende, formelle posisjoner besatt av menn. Det mannsdominert samfunnet blei i lang tid avspeilet gjennom mannsøyne i de fleste mediene. Talla for andel kvinner i journalistikken har altså ligget lavt, men nærmet seg fordelinga i befolkninga de siste 20–30 åra. Hvordan har så kvinneandelen utviklet seg sammenliknet med andre samfunnsområder. Ser en på andelen *kvinnelige stortingsrepresentanter*, har mønsteret være nokså likt. Men andelen kvinnelige stortingsrepresentanter var så lav som rundt 1 % helt fram til 2. verdenskrig,³ altså vesentlig lavere enn andelen kvinnelige journalister. På 1950- og 60-tallet økte kvinneandelen på Stortinget, men den var fortsatt svært lav, også sammenliknet med journalistikken. Den sterke økningen kom på 1970- og 80-tallet.

Andelen kvinner blant dem som tok Examen Artium eller eksamen fra videregående skole,⁴ har hele tida vært mye høgre enn andelen kvinner blant journalistene. Allerede på 1930-tallet utgjorde kvinnene rundt 1/3 av artiumskullet, og siden 1975 har mer enn halvparten av de som tok eksamen fra videregående skole vært kvinner.

Det er altså litt over 40 % kvinner i norsk journalistikk. Men kjønnsfordelinga varierer fra medium til medium og fra arbeidsområde til arbeidsområde.



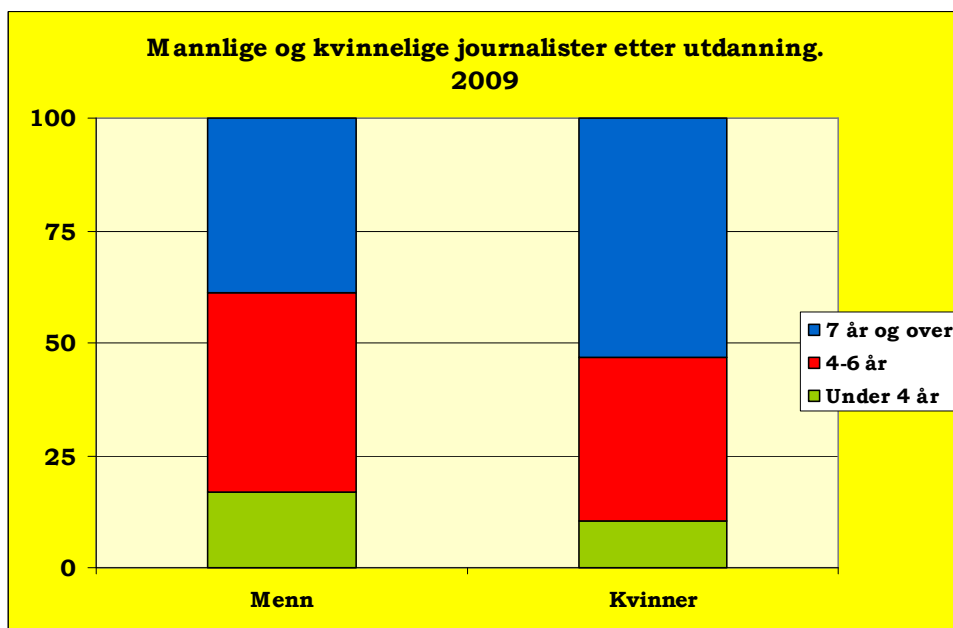
Avis er det mediet der kvinneandelen er lavest, men forskjellene er ikke dramatiske (38% kvinner i avis, 45% i radio). Kategorien «andre» inkluderer først og fremst periodisk presse utenom aviser (bl.a. ukeblad).

Det er større forskjeller i andelen menn og kvinner om en skiller mellom ulike arbeidsoppgaver i redaksjonen. Det er rimelig å anta at alle spesialområdene er med på å sette et preg på leserne og deres syn på verden. Foto og sport er områder med spesielt lav kvinneandel (henholdsvis 11 og 22%). Lav kvinneandel blant fotografer kan bety at bildene på alle samfunnsområder gjenspeiler et maskulint perspektiv. Kvinneandelen på områder som tradisjonelt oppfattes som «harde nyheter» – politikk, økonomi og samfunn – ligger også klart under gjennomsnittet. Lav kvinneandel blant sportsjournalistene gjenspeiler at samfunnet viser størst interesse for mannsidrett, men kan også være med på å bevare den maskuline dominansen. Høg kvinneandel (61%) i kultur- og featurejournalistikk gjenspeiler dels den forholdsvis høge kvinneandelen utenom de sentrale nyhetsmediene, men også et tradisjonelt kjønnsrollemønster i redaksjonene.

Både Werner og Lorentzen/Høyer pekte på at kvinnelige journalister gjennomgående hadde mer utdanning enn sine mannlige kolleger. Kvinner ser ut til å måtte

kompensere for et kjønnshandicap med å ha ekstra gode utdanningsmessige fortrinn for å komme inn på den tidligere så mannsdominerte arbeidsplassen i – særlig – avisredaksjonene. Hvordan er denne situasjonen i dag?

Det er fortsatt slik at kvinnelige journalister har klart høyere utdanning enn mannlige. Blant de kvinnelige journalistene har over halvparten (53 %) ei utdanning på sju år eller mer. Bare snaut to av fem av mennene (38 %) har det samme.



En kunne tenke seg at dette skyldes at en stor del av kvinnene nylig har kommet inn i yrket, og at de har kommet inn på et tidspunkt da kravet til utdanning generelt var høyere. Dette har noe for seg: For journalister over 45 år er det slik at kvinnelige journalister har vesentlig høyere utdanning enn mennene. Men også for journalister under 30 år, har kvinnene klart bedre utdanning enn mennene. Forskjellen er minst i aldersgruppa 30–44, men også der er det en større andel av kvinnene enn av mennene som har utdanning på 7 år eller mer, og færre som har utdanning under 4 år.

Og trass i at kvinnene altså har gjennomgående høyere utdanning, oppgir de en gjennomsnittlig årsinntekt som er rundt 90 000 lavere enn mennene.

Politisk orientering

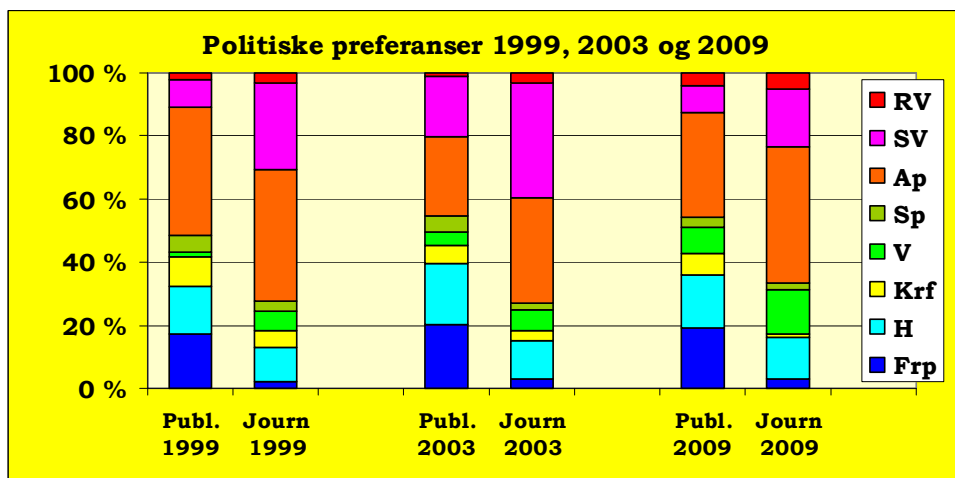
Undersøkelser gjort for den første maktutredningen viste at journalister hadde partipolitiske preferanser som lå til venstre for allmennheten i Norge. Journalistundersøkelsen som ble gjennomført i 1974 viste at i radioen oppga 44 % av de journalistene som deltok at de støttet Arbeiderpartiet eller SV, mens 28 % ga uttrykk for en borgerlig (eller ikke-sosialistisk) preferanse⁵ (Østbye 1982:268). Svennik Høyer (1982:206)

fant interessante mønstre i forholdet mellom avisas politiske ståsted (dette var mens partipressen fortsatt var en realitet bortsett fra at noen Venstreaviser hadde begynt å omtale seg som liberale, heller enn som organer for Venstre eller Det liberale folkepartiet) og journalistenes politiske preferanser. For hele den politiske pressen var det slik at mer enn halvdel av journalistene som oppga en partisympati, samsvarte sympatien med avisas ståsted. For A-pressen gjaldt dette mer enn 3/4 av journalistene, for Høyrepresen nesten 2/3 og for Venstre- og Senterpressen godt og vel halvdel. Men det er også et klart mønster at de journalistene som ikke støttet samme parti som avisa, lå til venstre for avisa. Nesten 20 % av journalistene i Arbeiderparti-, Venstre- og Senterpartipressen støttet SV. Anders Langes Parti (forløperen for Fremskrittspartiet) hadde under 1 % oppslutning blant journalistene, mens partiet ved stortingsvalget i 1973 hadde over 5 % tilslutning.

Siden journalistundersøkelsen blei gjennomført i 1974, er de formelle banda mellom de politiske partiene og pressen kuttet. I 1974 var det fortsatt slik at avisene sjøl oppga (f.eks. i Norsk Aviskatalog) hvilket parti de støttet. Redaktører og journalister vekslet mellom partiroller og presseroller, og en redaktørrolle kunne ofte bety forpliktelser både til avisa og partiet. De fleste journalistene var medlem av politiske partier og en stor del hadde tillitsverv, f.eks. som medlemmer av kommunestyret (Høyer 1982:189). NRK, som hadde monopol på sendinger i Norge fram til 1982, la vekt på å framtre som en nøytral og uavhengig institusjon.

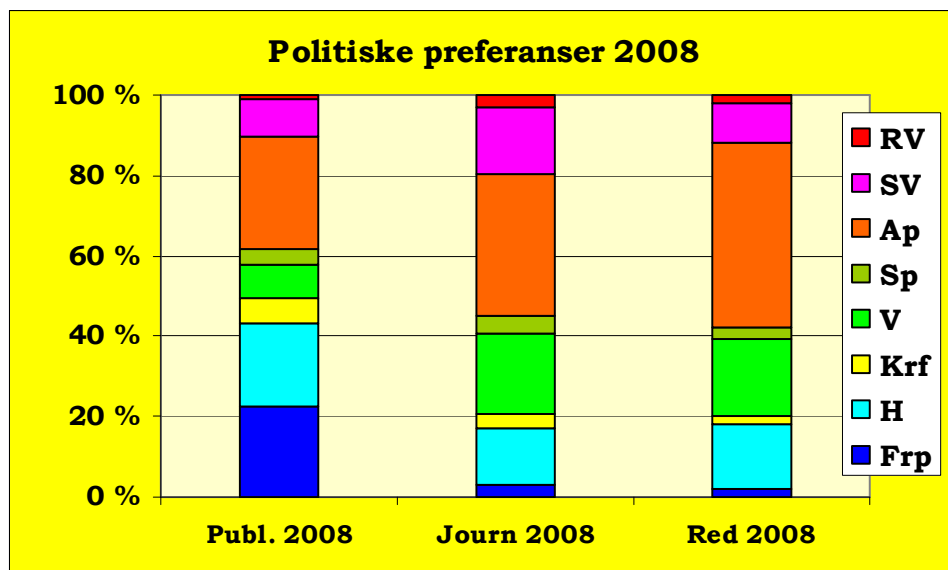
Partipressen blei gradvis avvikla i løpet av 1970- og 80-tallet, kanskje litt seinere for deler av A-pressen. Det fins fortsatt en «meningspresse», der avisene i sterkere grad forsvarer gruppeinteresser eller ideologier – aviser av typen Klassekampen, Vårt Land, Dagen og Nationen. Men hovedtyngden av avisene søker – på samme måten som radio- og tv-stasjonene – å framtre som nøytrale formidlere av informasjon. Både journalistenes arbeidsgivere og egne organisasjoner ønsker at journalistene ikke skal engasjere seg i politiske partier på en slik måte at det utfordrer deres uavhengighet som journalister. Men journalister er i stor grad samfunnsengasjerte mennesker med interesse for politikk. De har fortsatt partipolitiske preferanser og mange stemmer ved valgene.

Ved undersøkelsen blant journalister i 2009 blei det stilt spørsmål om hvilket parti man ville stemt på hvis det var stortingsvalg «i morgen». Nesten 70 % oppga da en partipreferanse. For den parallelle undersøkelsen av et allment publikum var det så vidt over 70 % som oppga partipreferanse. Tilsvarende spørsmål har vært stilt for alle undersøkelsene tilbake til 1999.



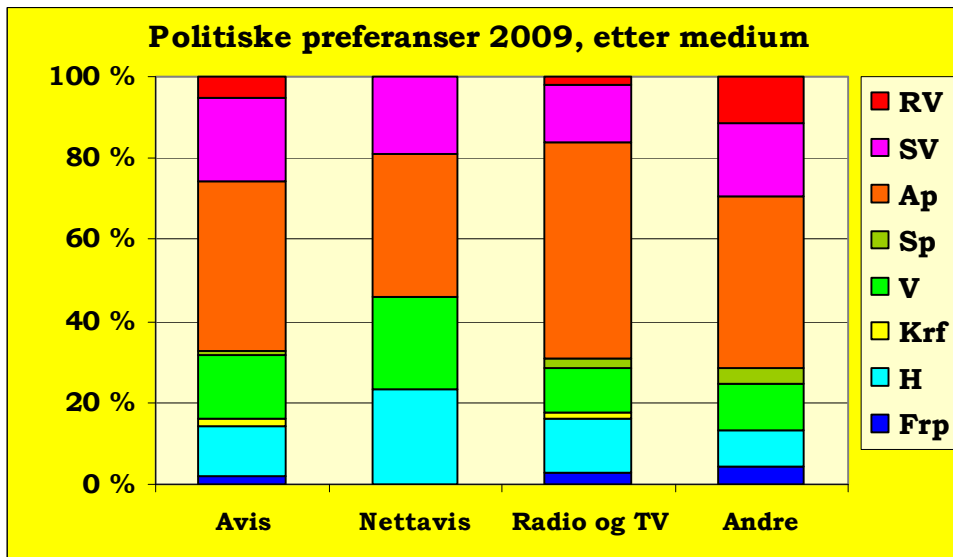
Det er altså fortsatt slik at journalistene har hatt partipreferanser noe til venstre for befolkninga som helhet. Forholdet mellom partiene har variert noe. Fra 2003 til 2009 har støtten for SV blitt mindre, mens både RV (Rødt) og Arbeiderpartiet har blitt styrket blant journalistene. Dominansen for de tre mer og mindre sosialistiske partiene er blitt noe mindre siden 1999, men fortsatt sokner godt over 60 % av de journalistene som oppgir en partipreferanse til ett av disse partiene. Av de ikke-sosialistiske partiene er det først og fremst Venstre som har blitt et mer attraktivt parti for journalistene. Oppslutninga om Høyre har hele tida ligget på mellom 10 og 15 %. De tre partiene Senterpartiet, Kristelig folkeparti og Fremskrittspartiet har liten støtte blant journalistene.

I 2008 blei det gjort en spesiell undersøkelse av redaktørene, og også de fikk spørsmål om partipreferanser.



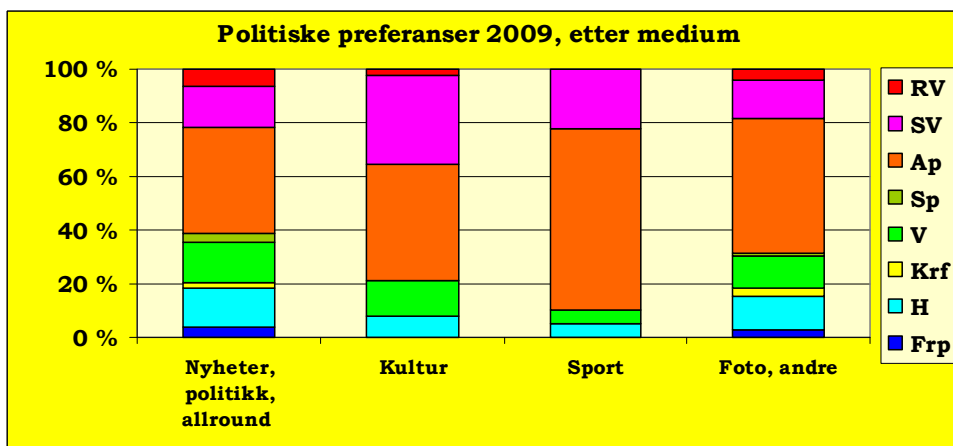
Mønsteret er nokså likt for journalister og redaktører, bortsett fra at redaktørene litt sjeldnere oppgir RV- og SV-sympati, og at de i stedet støtter Arbeiderpartiet.

Et interessant spørsmål er om radikale mennesker søker til journalistikken eller om journalistisk arbeid fører til at journalistene radikaliseres. Dataene gir ikke grunnlag for å gi noe svar. Det er f.eks. ikke særlig klare aldersforskjeller mellom journalistene når det gjelder partipreferanse. Det er heller ikke veldig klare forskjeller mellom mediene, bortsett fra at de forholdsvis få som arbeider i nettavis oftere sympatiserer med Venstre eller Høyre.



Det er ikke alle felt av journalistikken der partipreferansen kan få konsekvenser for det man arbeider med. Jo mer man arbeider med politikk, økonomi og samfunnsspørsmål, jo viktigere kan partipreferansene være i forhold til det man produserer.

Viktigst er nok de få som til daglig arbeider spesialisert med politikk, men det er så pass få at det er liten grunn til å skille disse ut som en egen kategori. I stedet er alle som har politikk og økonomi som en del av arbeidsfeltet slått sammen i figuren. Dette utgjør nesten 60 % av alle journalistene, så det er ikke å vente at tallene skal skille seg så veldig fra gjennomsnittet for alle journalister. Kulturjournalistene er mer radikale, særlig har SV en stor oppslutning i denne gruppa. De relativt få sportsjournalistene utgjør – uvisst av hvilken grunn – en solid arbeiderpartibastion.



Det er viktig å ikke lese disse tallene i retning av at partiene på venstresida lettere slipper gjennom med sine synspunkter enn partiene i sentrum og på høyresida. Når det gjelder avisene, kan en si at borgerlige aviser var dominerende så lenge partipressen eksisterte. Avisenes gamle sympatier henger fortsatt i veggene (se for eksempel Bjerke 2000), og dette kan virke mye sterkere enn enkeltjournalistenes personlige sympatier. Dessuten er det en klar journalistisk norm at personlige sympatier ikke skal innvirke på innholdet i nyhetsartikler etc. I radio- og tv-kanalene – NRK så vel som de mer kommersielle – har dette prinsippet en lang tradisjon.

Et spørsmål om tillit⁶

For noen år siden blei en avskjedssak ved Universitetet i Bergen ført helt til høyesterett. Bergens Tidende fortalte sine lesere at den anklagede mannen hadde vunnet saken i Lagmannsretten på grunn av en saksbehandlingsfeil ved Universitetet (BT 10/1–01). Jeg hadde sjøl – som medlem av universitetets styre («Kollegiet», som det het den gangen) – vært med da denne saken blei behandla, og fulgte derfor med i hva avisa skreiv. Jeg visste at det ikke var universitetets saksbehandling som var anket inn for domstolene, men Departementets. Og jeg visste at universitetsledelsen – uten å lykkes – hadde prøvd å få avisa til å skrive korrekt om saka. Til slutt kom Høyesterett til at heller ikke departementet hadde behandla avskjedssaka feil, noe som førte til et mindre oppslag på side 5 i Bergens Tidende, men også der blei det påstått at det var en saksbehandlingsfeil ved UiB som var utgangspunkt for saken (BT 21/3–02). Jeg har flere ganger opplevd at Bergens Tidende har gitt feil informasjon fra felt der jeg har god, personlig kunnskap om hva som egentlig har skjedd. Jo mer detaljert kjennskap jeg har til de faktiske forhold, jo mer skeptisk er jeg til det som står i avisa. Likevel tar jeg som oftest det som står i avisa for god fisk. Jeg er klar over at mediene ofte formidler feil – til dels hårreisende feil. Likevel er det slik at hvis jeg ikke har spesiell grunn til å tro noe annet, vil jeg stole på den informasjonen jeg finner i seriøse medier.

Bør vi som medborgere ha tillit til mediene? Sett fra mediernes side ville vel *det* være ønskelig – alle som produserer for et marked, vil at deres merkevarenavn og produkter skal ha tillit blant kunder og potensielle kunder. Sett fra et demokratisk systems side, vil bildet være mer blandet. Det ideelle ville vel være om vi *har grunn til* å ha tillit til mediene, og har det. Men hvis vi – kanskje på bakgrunn av egne erfaringer – har en grunnnett mistanke om at kvaliteten på informasjonen varierer fra mediekanal til mediekanal, og kanskje også fra sak til sak, er det trolig gunstig om publikum utøver en kritisk vurdering overfor det mediene presenterer. Da ville det vært fare på ferde hvis alle hadde ubetinget tillit til mediene.

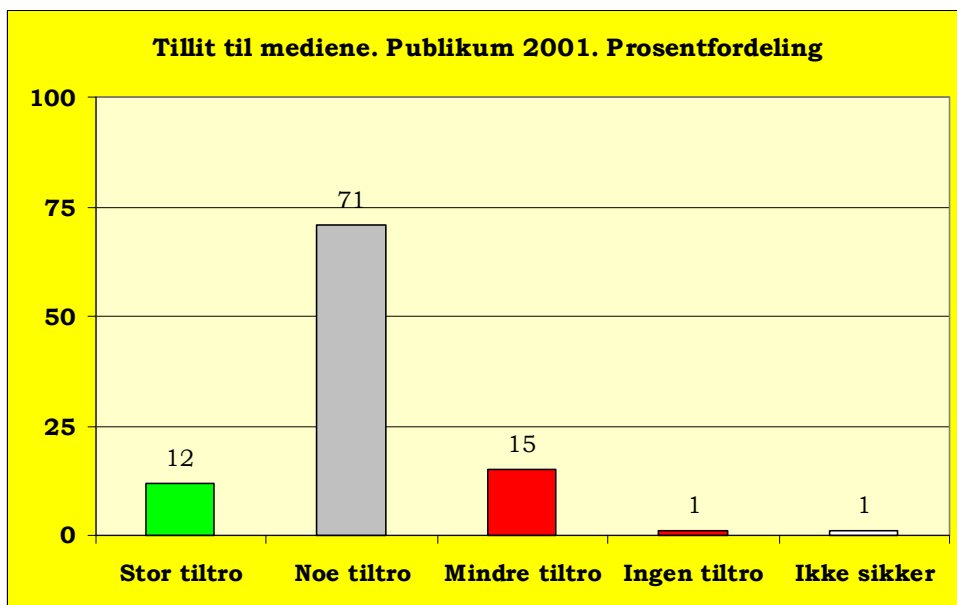
I vårt samfunn oppfattes det som et mål at folk skal gjøre seg opp en mening om viktige spørsmål. Begreper som «autonomiprinsippet», «individets frie meningsdannelse» og «det myndige mennesket» blei brukt av Ytringsfrihetskommisjonen som grunngeving for hvorfor ytringsfrihet er viktig. For å kunne treffe fornuftige valg, bør menneskene ha tilgang på variert (mangfoldig) og god informasjon. Dette er nødvendig f.eks. når vi i et demokrati skal være med på å peke ut de partiene og enkeltpersonene som skal styre landet. Da får mediene stor betydning når det gjelder formidling av informasjon og å framstille ulike standpunkter i debattene. Dette er så viktig at Ytringsfrihetskommisjonen foreslo og Stortinget vedtok at det ved revisjonen av grunnlovens § 100 – ytringsfrihetsparagrafen – kom inn en siste bestemmelse som pålegger «... Statens Myndigheder at lægge Forholdene til Rette for en aaben og oplyst

offentlig Samtale». I den siste, generelle stortingsmeldinga om mediene er Kulturdepartementet innom nøyaktig de samme tre funksjonene som er nevnt innledninga: Informasjonsfunksjonen, vaktbikkjefunksjonen og arenafunksjonen:

Mediene utgjør i denne sammenheng et institusjonalisert system for *informasjonsformidling* og *samfunnsdebatt*. Mediernes betydning for ytringsfrihet og demokrati er allment anerkjent (...). Mediene har også en funksjon i forhold til å utøve *kontroll* med offentlig og privat maktutøvelse i samfunnet (St.meld. nr. 57 2000–2001 s. 3).

Vårt politiske system har også gitt mediene et ansvar for å kontrollere offentlige og private maktutøvere (mediene som «fjerde statsmakt» eller «vaktbikkjefunksjonen») (se f.eks. utredningen fra Ytringsfrihetskommisjonen – NOU 1999:27 – og regjeringas stortingsmeldinger om mediespørsmål, f.eks. St.meld. nr. 12 1998–1999, St.meld. nr. 57 2000–2001, St.meld. nr. 6 2007–2008 og St.meld. nr. 6 2008–2009). Skal mediene fylle oppgava som vaktbikkje, er det viktig at mediene i hovedsak bringer saklig, korrekt og mangfoldig informasjon og at publikum stoler på denne informasjonen.

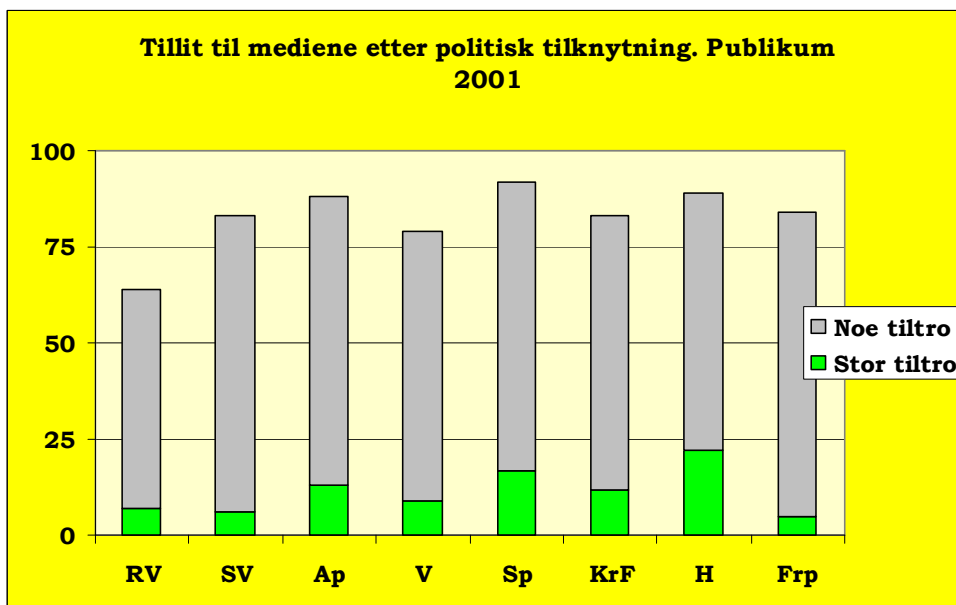
I den serien intervjuundersøkelser som Nordiske mediedager har fått gjennomført om mediebruk og medieholdninger i den norske befolkningen siden 1999, har det også vært stilt spørsmål om tilliten til mediene. Spørsmåla har vært stilt slik: «I hvilken grad har du tiltro til mediene generelt? Har du stor tiltro, noe tiltro, mindre tiltro eller ingen tiltro i det hele tatt?» Tilsvarende spørsmål har også vært stilt til journalistene og andre grupper som har vært intervjuet (viser til tabell s. 7).



Om lag 1/8 av de spurte svarte at de hadde «stor tiltro», mellom 2/3 og 3/4 svarte at

de hadde «noe tiltro», en av sju hadde «mindre tiltro», men veldig få svare at de hadde «ingen tiltro» til mediene. Dette antyder at folk flest trolig har tillit til mediene, men ikke en blind tillit.⁷

Blant publikum varierer ikke tilliten til mediene dramatisk mellom ulike sosiodemografiske grupper. I så godt som alle grupper er «noe tiltro» det svaret som forekommer hyppigst. Blant kvinner er det 3/4 som svarer dette, mens andelen er litt lavere – to av tre – for menn. Menn har hyppigere svar på ytterkantene, enten «stor tiltro» eller «mindre ...» eller «ingen tiltro». Eldre avgir oftere ekstrem svar enn yngre og middelaldrende. Størst mistillit er det blant folk med lav utdanning, mens folk med høy utdanning oftere gir uttrykk for ytterstandpunkter, i begge retninger. Lavest tillit til mediene ser det ut til å være på Sørlandet, mens det ellers er relativt små variasjoner. Også politisk orientering slo litt inn.

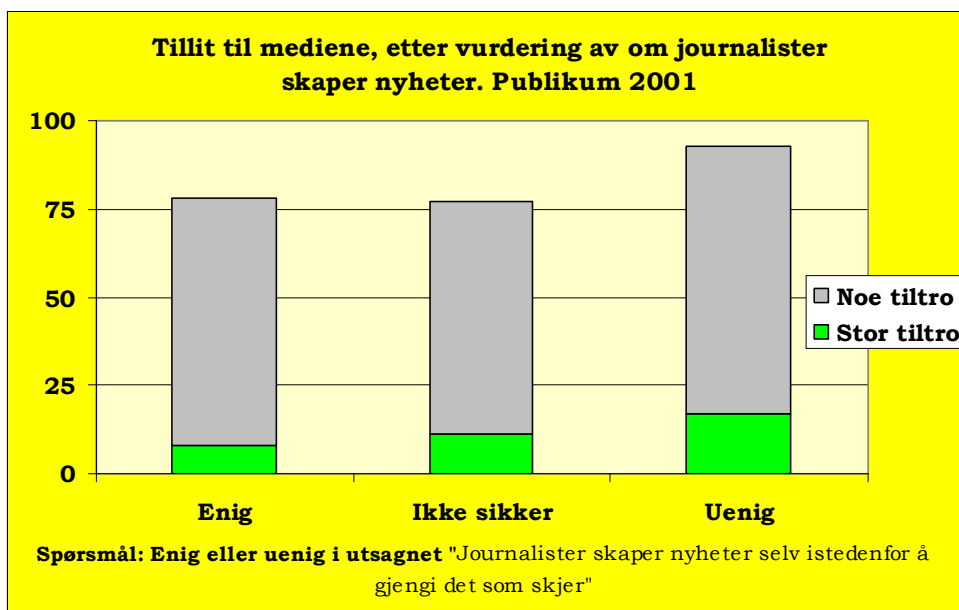


Det kan se ut til at de som oppgir at de ville stemt på ett av ytterpartiene – RV (her er datagrunnlaget svakt, så tallene er usikre) og Fremskrittspartiet – er noe mer skeptiske enn andre. Særlig er det få av disse sympatisørene som sier at de har «stor tiltro» til mediene. I forhold til «modellen» om at sentrumsvelgerne har størst tillit, er Venstres og Kristelig folkepartis velgere litt mer skeptiske enn forventet. Størst tillit til mediene har Senterpartiets velgere.

I undersøkelsen for 2001 blei det stilt noen mer spesifikke spørsmål om hvordan folk mener at journalistene arbeider:

Andel av befolkningen som sier seg enig i fire utsagn om journalister (2001)	
Utsagn	Andel som sier seg enige
Journalister skaper nyheter selv i stedet for å gjengi det som skjer	51%
Journalistens egne meninger farger det han/hun gjør	84%
Journalistene er pågående og respekterer ikke folks privatliv	72%
Journalistens reportasje om en sak er nøytral selv om avisen har en mening om saken	28%

Påstanden om at «journalistene *skaper* nyheter sjøl istedenfor å gjengi det som skjer» er en relativt alvorlig anklage.⁸ Likevel får den tilslutning av halvdelen av publikum. De to neste spørsmåla innebærer ikke nødvendigvis brudd på viktige journalistiske prinsipper. Det siste spørsmålet er formulert slik at de som sier seg enig, gir en tilslutning til hovedstrømmen i journalistisk etikk, men heller ikke her vil alle brudd på hovedprinsippet nødvendig vis være et uttrykk for dårlig journalistisk håndverk eller etikk.

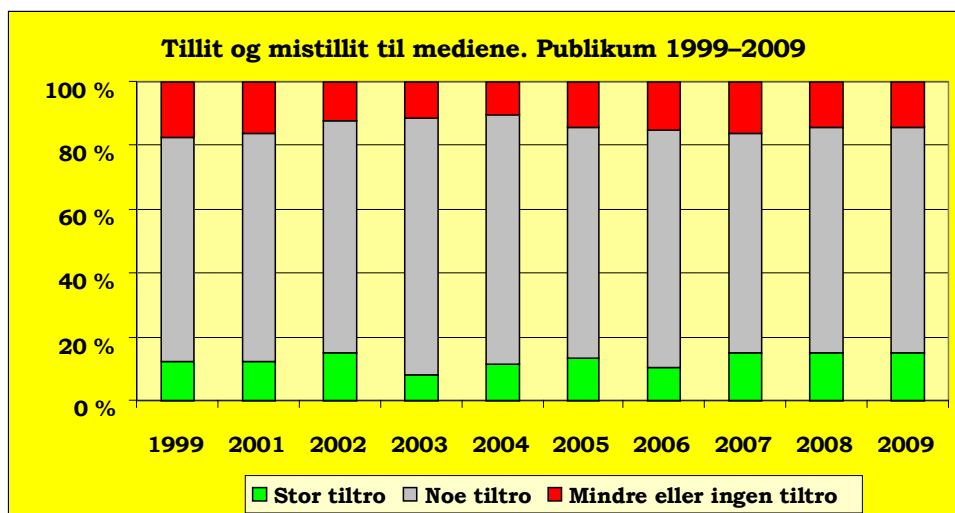


De som er enig eller usikre på om de er enig i utsagnet om at journalistene sjøl skaper nyheter, har noe mindre tillit til mediene enn de som er klart uenige i utsagnet.

I de fleste undersøkelsene som er gjennomført for Nordiske mediedager er folk også spurt om tilliten til mediene «i løpet av de siste ti årene er blitt svekket, styrket, eller er omtrent som tidligere». Svarmønsteret har ikke endret seg særlig, og svarene fra 2008 kan stå som representative for hele perioden:

Svar på spørsmål om endring i tilliten til mediene de siste ti åra. Prosentfordeling, befolkningen (2008)	
Spørsmål: «Vil du si at din tiltro til mediene i løpet av de siste 10 årene er blitt svekket, er den blitt styrket, eller er den omtrent som tidligere»	Svarfordeling
Styrket	6%
Omtrent som tidligere	45%
Svekket	48%
Ikke sikker	2%
Til sammen <i>n</i> =	100% 800

Nesten halvdel av de spurte mente at tilliten var blitt svekket, og nesten like mange mente at tilliten ikke hadde endret seg noe vesentlig. Veldig få (6%) svarte at tilliten var styrket. Med slike svar skulle en tro at også tilliten var gått nedover fra år til år. Men det er ikke uten videre tilfelle.

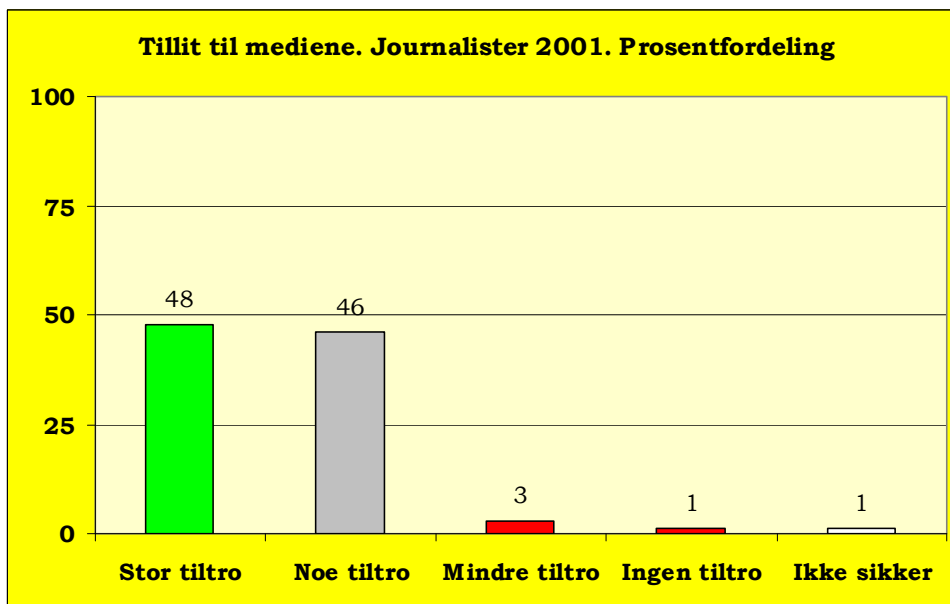


Hovedinntrykket er stor grad av stabilitet. Andelen som svarer «stor tiltro» er relativt stabil, og stort sett mellom 10 og 15%. Tilsynelatende skjedde det en relativt dramatisk endring fra 2002 til 2003, da andelen falt fra 15% til 8%. Hvis det hadde vært del av en trend, ville det vært viktig. Men to forhold gjør at det likevel ikke er grunn til å gå dypere inn i denne perioden: Allerede i 2004 var andelen som ga uttrykk for stor tillit, igjen kommet opp på normalt nivå: 11%. Og andelen som ga uttrykk for klar mistillit til mediene økte ikke mellom 2002 og 2003.

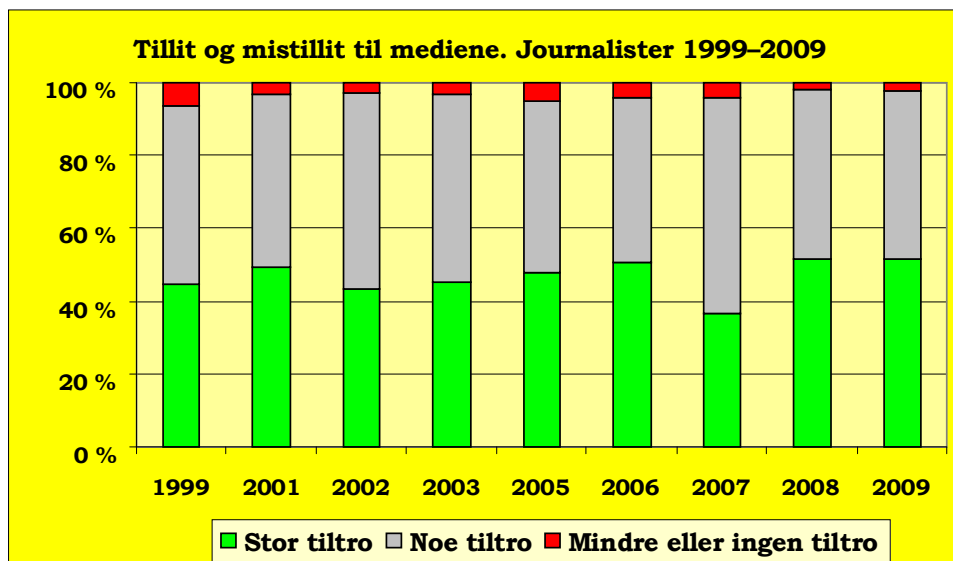
Andelen som svarer «mindre eller ingen tiltro» ser ut til å ha vært gjennom en slags bølgebevegelse. Andelen sank og var lav i hele perioden 2003 – 2006, mens den igjen har økt i det siste. Det er mulig at enkeltsaker, som f.eks. Tønne-saken (seint på høsten 2002, men diskusjonen fortsatte utover i 2003, da intervjuundersøkelsen blei

gjennomført) kan ha vært medvirkende til en økt mistillit i denne perioden. Men sjøl en så alvorlig og omdiskutert sak som Tønne-saken, ser ikke ut til å ha fått langsiktige konsekvenser.⁹

Publikums tillit til mediene har holdt seg nokså konstant, og publikum gir verken uttrykk for blind tillit eller massiv mistillit til mediene. Hvordan er det så med journalistenes tillit til mediene, og det vil i stor grad bety hvilken tillit de har til seg sjøl og sine kolleger? Vi kan igjen ta utgangspunkt i situasjonen i 2001.

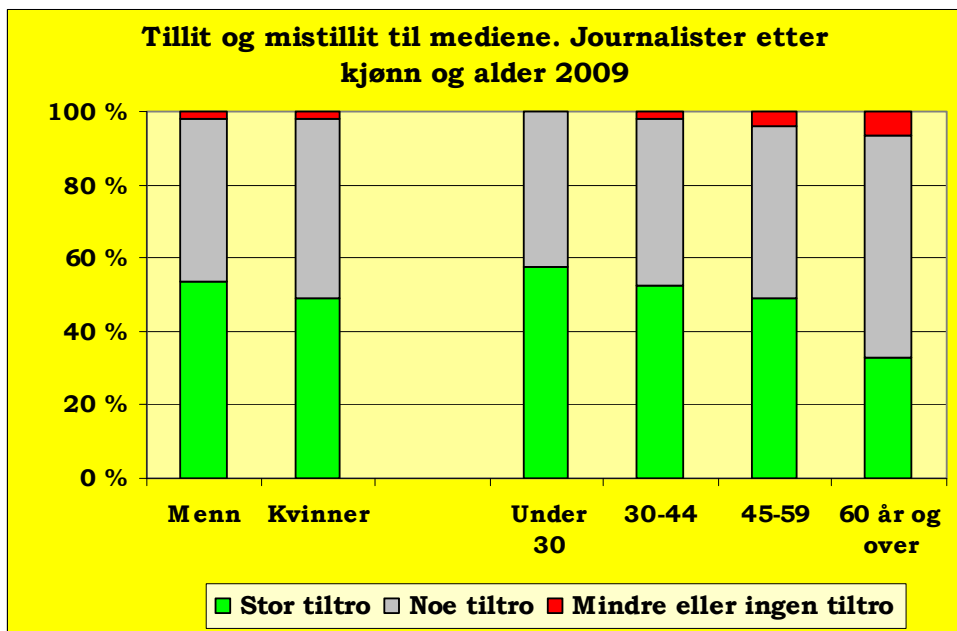


Det er – kanskje ikke uventet – langt større tillit til mediene blant journalister enn blant vanlige mediebrukere. Nesten ingen journalister svarer «mindre» og «ingen tiltro» til mediene, og nesten halvdelen har «stor tiltro». På samme måte som for publikum, er det vanskelig å finne noen vesentlig endring i tilliten over tid. Kanskje er det en svak tendens til er marginal økning i tillit og enda mer marginal reduksjon i mistillit. Årene 2006 og 2007 skiller seg – i hver sin retning – noe fra de øvrige. Talla for 2008 og 2009 tyder på at dette heller skyldes tilfeldigheter og ikke er endringer i et mønster.

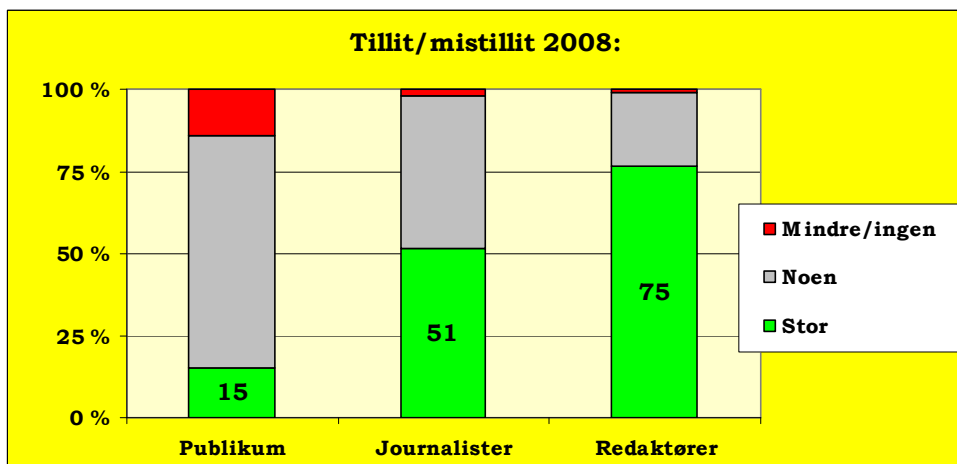


Journalistene arbeider i ulike medier og har ulike arbeidsoppgaver i de mediene de arbeider i. Det ser ut til å være visse systematiske forskjeller mellom hvor journalistene arbeider og hvilken tillit de har til mediene generelt. Journalister som arbeider med kultur og feature har gjennomgående lavere tillit til mediene enn «all-round»-journalister og journalister som arbeider med politikk, økonomi og samfunn. Aller størst tillit til mediene har sportsjournalistene og fotografene. Journalister i papir- og nettaviser, radio og lokal-tv har stor tillit til mediene, mens de som jobber i fjernsynet (bortsett fra lokal-tv) og andre medier gir uttrykk for langt lavere tillit. På grunnlag av dataene er umulig å si noe om retningen på en eventuell årsakssammenheng: Er det slik at journalister som i utgangspunktet har høy eller lav tillit til mediene generelt søker seg til bestemte medier eller arbeidsoppgaver, eller er det journalistenes posisjon og innsyn i medievirksomheten som påvirker deres tillit til mediene?

Også journalistens kjønn og alder påvirker vurderinga av mediene. Kvinnelige journalister er noe mer skeptiske til mediene enn mannlige, og tilliten til mediene synker nokså klart med økende alder.



I 2008 blei det også gjennomført en undersøkelse blant et utvalg blant medlemmene i Norsk redaktørforening. 500 redaktører fikk de samme spørsmåla som journalistene. Når det gjelder tillit til mediene, ga resultatene for de tre gruppene følgende resultat:



Bare en av sju blant det vanlige publikummet i 2008 sa det hadde «stor tiltro» til mediene. Den tilsvarende andelen blant journalistene var en av to, og blant redaktørene tre av fire.

Den tyske rikskansler Otto von Bismarck er kjent for uttalelsen om at «Den som vet hvordan lover og pølser blir laget, får aldri mer en rolig natts søvn». Få veit mer

om hvordan innholdet i mediene produseres enn redaktørene, men det ser ikke ut til at det berøver dem nattesøvnen.

Hovedinntrykket er at journalister har rimelig stor tiltro til mediene, uansett hvilket medium de sjøl jobber i, og en klart høyre tillit enn vanlige folk. De forskjellene som fins, tyder likevel på at de som arbeider i pressen har noe større tiltro (og mindre mistro) til mediene enn de som arbeider i andre medier. Journalister som i hovedsak arbeider med nyheter og politikk svarer i større grad enn andre journalister at de har stor tiltro til mediene. Eldre journalister er gjennomgående mer skeptiske enn unge og middelaldrende. Kategoriene «stor tiltro» og «mindre tiltro» brukes oftere av mannlige enn av kvinnelige journalister, mens kvinnene er overrepresentert blant de som svarer «noe tiltro». Altså den samme tendensen som i befolkningen.

I 1999 blei både journalister og publikum spurt om i hvilken grad de hadde tillit til sju ulike typer innhold i mediene: Sport, norsk politikk, kjendisstoff, utenriksstoff, branner og ulykker, kulturstoff og økonomi og næringsliv



To ting er veldig tydelig når en ser på svarmønstrene: For det første er det mye større samsvar mellom journalister og publikum når det gjelder vurderinga av de enkelte stoffkategoriene enn det er for den totale vurderinga av mediene. For de fleste kategoriene – alle unntatt de to mest typiske underholdningssjangrene sport og kjendisstoff – gir journalistene i litt større grad enn det vanlige publikum uttrykk for tillit. For kjendisstoffet er tilliten den samme for de to gruppene, og for sporten er tilliten større blant publikum enn blant journalistene.

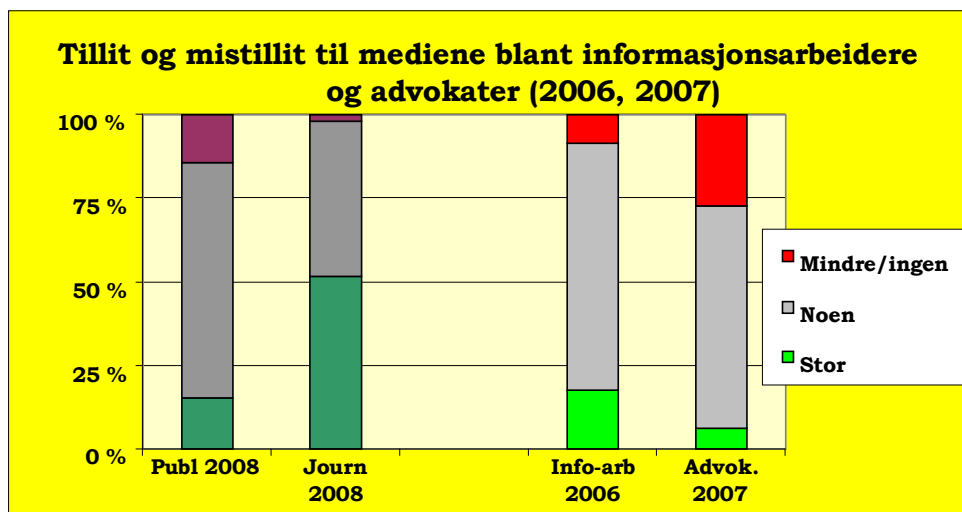
For det andre er det liten variasjon i tilliten fra innholdstype til innholdstype, men med ett markert unntak: Kjendisstoffet. Mens rundt 80 % av både journalister og

publikum har stor eller noe tiltro til de andre stoffkategoriene, er det bare 20% som har tillit til kjendisjournalistikken.

Ved tolkninga av det siste punktet kan det være grunn til å gi uttrykk for en viss tvil: Generelt kan det være større grunn til å være mer skeptisk til holdningsspørsmål (som dette er et eksempel på) enn til spørsmål om atferd. Ikke minst er det fare for at respondentene avgir det som kalles «sosialt akseptable svar», altså at en del gir det svaret som de tror samfunnet omkring dem (eller ledende grupper i samfunnet) mener at folk bør gi. De samme stoffkategoriene som blei brukt i spørsmålet om tillit, blei også brukt i et sett spørsmål om man mente det var for stor eller for liten dekning av vedkommende stoffområde (se s. 37). For de tre populærjournalistiske sjangrene sport, kjendisstoff og branner og ulykker, var det langt flere som svarte at det var for mye dekning. Mer prestisjefylte stoffområder som utenriks- og kulturstoff, mente folk at det var for liten dekning av. Det er ikke sikkert at dette gir et helt riktig bilde av hva folk flest egentlig mener.

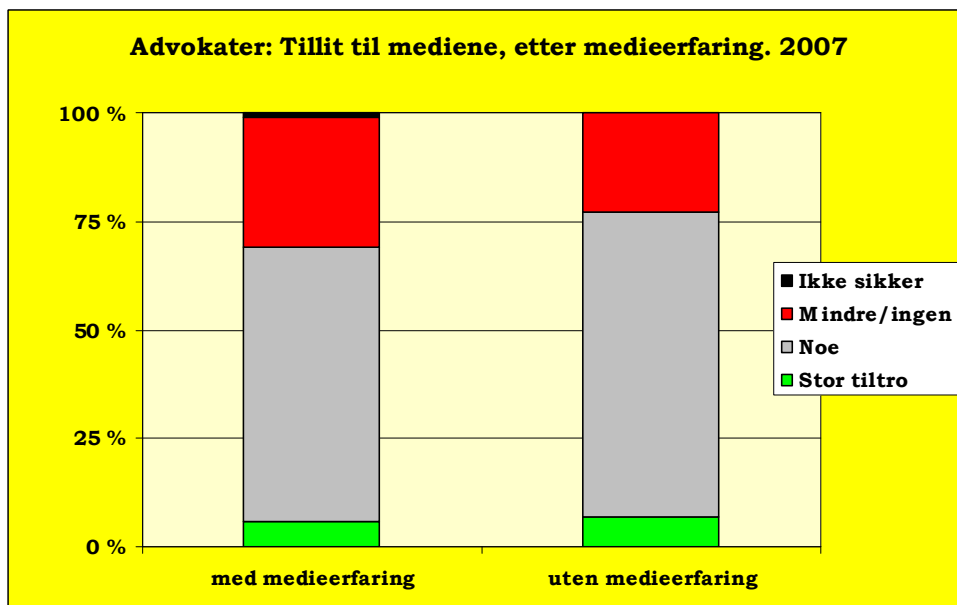
Likevel gjenspeiler nok den lave tilliten til kjendisstoffet en reell og utbredt mistillit til denne stoffkategorien, der mediene oftere blir beskyldt for overdrivelser og direkte løgn. Men det er ikke noe som tyder på at en slik holdning får konsekvenser for publikums valg av medier og kanaler.

Det er ikke bare publikum, journalister og redaktører som i undersøkelsene er spurt om tilliten til mediene, også to grupper som til tider har et profesjonelt samarbeid med mediene, har fått samme spørsmål: I 2006 folk som arbeidet med informasjon i privat og offentlig sektor, og i 2007 advokater.



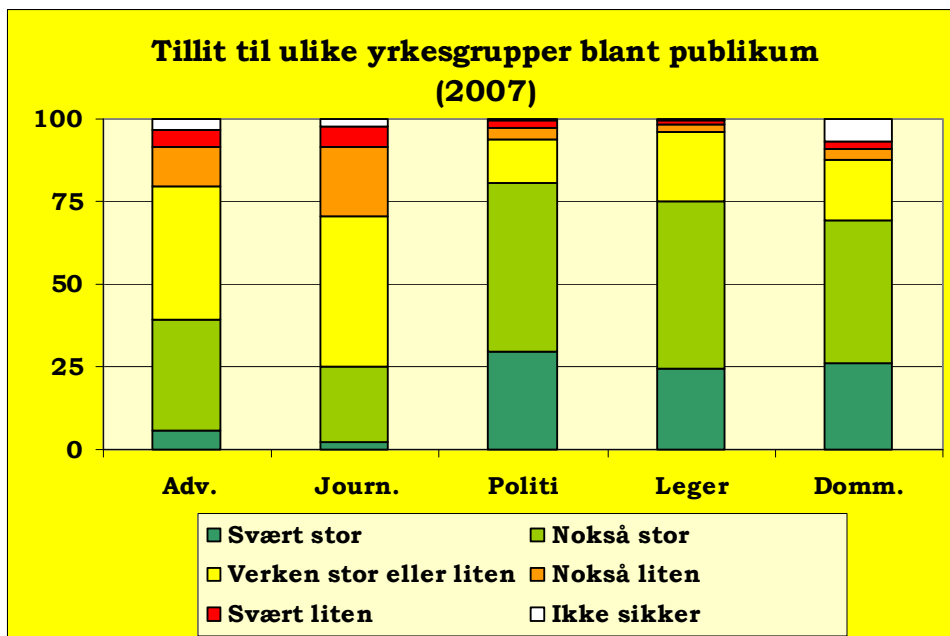
Blant informasjonsarbeiderne er tilliten til mediene omtrent på samme nivå som blant publikum. Blant advokatene er den vesentlig lavere, bare en av 16 har stor tiltro og en av fire har «mindre eller ingen tiltro». Mer enn en av tre informasjonsarbeidere hadde tidligere erfaring som journalist, men med omsyn til tillit til mediene var det liten forskjell på de to gruppene informasjonsarbeidere.

Om lag halvdel av advokatene var forretningsadvokater, og om lag en av fire hadde en allmenn praksis, bare 4 % reknet seg som forsvarsadvokater – den advokatgruppa som kanskje er mest profilert i mediene. Alt i alt var det noe mer enn halvdel som sjøl hadde hatt kontakt med medier.



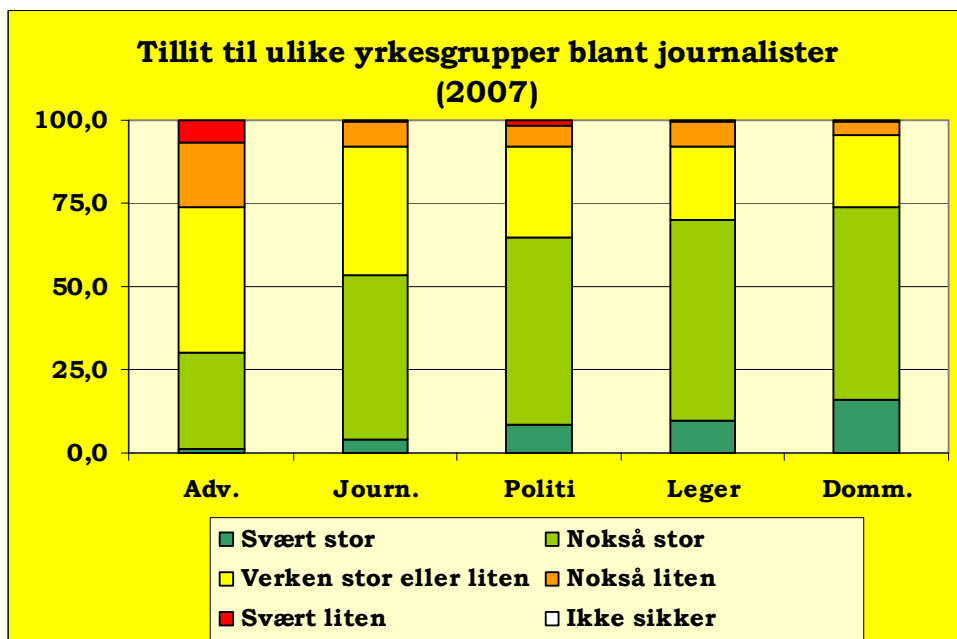
En kunne tenke seg at en personlig erfaring med mediene ville øke eller senke tilliten til mediene. Men det viser seg at graden av tillit er temmelig nøyaktig den samme for de to gruppene. Men andelen av skeptiske er litt høyere blant dem *med* medieerfaring.

I 2007 blei alle de tre utvalgene (journalister, advokater og publikum) bedt om å angi hvilken tiltro de hadde til fem yrkesgrupper: Advokater, journalister, politi, leger og dommere.



Av de fem yrkesgruppene, var det politifolk allmennheten hadde størst tillit til, etterfulgt av leger og dommere. Skepsisen var vesentlig større overfor advokater, men det var lagt flere som ga uttrykk for tillit («svært stor» eller «nokså stor tiltro») enn mistillit («svært liten» eller «nokså liten tillit»). Bare blant journalistene var det flere som hadde mistillit enn tillit.

Også journalistene ser ut til å ha mer tillit til de tre gruppene dommere, leger og politi enn til advokater og journalister. Men rekkefølgen er litt annerledes: Det er dommerne journalistene har klart størst tillit til, fulgt av leger og politi.



For allmennheten vil det variere om en bygger vurderingene av de ulike yrkesgruppene på egne erfaringer, på erfaringer fra venner og bekjente, eller fra det en har fått formidlet gjennom massemediene.

Om journalistene bygger sin vurdering på den kontakten de har hatt med de ulike gruppene i yrkessammenheng – altså som journalister –, eller om det er private erfaringer (egen lege, egen eller motpartens advokat, osv), er det vanskelig å si noe om. Men det ser ut til at profesjonens skepsis og kildekritikk har et visst gjennomslag: Journalistene er klart mer skeptiske til de ulike yrkesgruppene enn vanlige folk (publikum). Den eneste gruppa som har større tillit blant journalister enn blant publikum, er yrkesgruppa journalister.



I figuren ovenfor vises andel som har «svært stor» eller «nokså stor» tillit til hver av de fem yrkesgruppene (de øvrige svaralternativene er («verken stor eller liten tiltro», «nokså liten tiltro», «svært liten tiltro» og «ikke sikker»). Politi, leger og dommere har stor grad av tiltro i alle de tre gruppene, likevel er det slik at publikum har litt større tiltro til politiet og litt mindre tiltro til dommerne, sammenliknet med de to øvrige gruppene, journalister og advokater. Ellers er mønsteret veldig klart: journalister og advokater har stor tiltro til egen yrkesgruppe og liten tiltro til den andre.

Den gruppa som alt i alt har minst tillit, er helt klart journalistene.

Utfordringer for mediene og journalistikken

Det har ikke vært noen gjengangerspørsmål som har tatt opp de utfordringene mediene og journalistene møter, men enkelte år har det vært stilt spørsmål som nærmer seg noen slike tema.

I den tiårsperioden som er dekket med undersøkelser, har forholdet mellom mediene og deres eiere flere ganger vært i fokus.

Sammenslåinger og utenlandsk eierskap

I 2007 var det to aktuelle saker som gjaldt eierskapet i norske aviser. For det første: Salget av Orkla Media til det britiske Mecom-konsernet (Edda, som den norske delen kom til å hete). Og for det andre: Sammenslåingen av fem store, regionale mediehus (Aftenposten, Adresseavisen, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen) til ett, Schibsted-kontrollert, selskap: Media Norge. Etter å ha støtt mot medieeierskapslovens grenser for hvor store eierandeler én eier (i dette tilfellet Schibsted) har lov til å ha, blei Adresseavisen ikke med i Media Norge, men i 2009 er det et tett samarbeid mellom de fem mediehusene.

Publikum fikk i 2007 stilt følgende spørsmål:

I det siste har norske aviser blitt oppkjøpt av utenlandske mediehus, og store norske mediehus har planer om å slå seg sammen. Kjenner du til om dette berører noen av de avisene du pleier å lese?

Om lag 1/3 svarte at endringene berørte avisene de leste, 1/4 svarte at det ikke berørte aviser de leste. Vel 40 % kjente ikke til om oppkjøp/sammenslåing berørte «deres» aviser. Det at nesten 60 % mente de hadde kjennskap til denne saken, er kanskje overraskende høgt.

De av publikum som svarte at deres avis var berørt, fikk følgende spørsmål, som også gikk til alle journalistene (og for dem blei spørsmålet innledet med første setning fra spørsmålet som er sitert ovenfor):

Tror du endringer på eiersiden med én stor eier vil føre til endringer i det redaksjonelle innholdet?

Lovverket,¹⁰ avtaleverket¹¹ og journalistetikken¹² sier at eiere ikke skal blande seg inn i den daglige redigeringa av mediene. Men eiere har rett til å bestemme den generelle, redaksjonelle profilen for sine virksomheter og det er eierne – via mediebedriftens styre – som fastsetter budsjettet og bemanning for virksomheten, slik at de altså reelt og legitimt har stor innflytelse over rammevilkåra for den redaksjonelle virksomheten.

Vi ser at blant journalistene og blant den delen av publikum som mener at deres avis blir berørt, er det omtrent 70 % som tror at endringene i avisenes eierskap får konsekvenser for det redaksjonelle innholdet. Blant journalistene er usikkerheten – andelen som svarer «ikke sikker» – vesentlig høgre enn blant vanlig publikum.

Spørsmålet er nøytralt stilt om man tror det blir en endring. I tilfellet Orkla Media/Mecom gikk debatten nokså entydig på om det ville bli en forverring av vilkårene for avisene med de nye, fattige, utenlandske eierne. For dem som har denne endringa som utgangspunkt, er det grunn til å tro at «påvirke redaksjonelt innhold» betyr et dårligere redaksjonelt innhold. Media Norge-fusjonen blei fra Schibsted og avisenes side lansert som et tiltak som skulle bedre avisenes web-satsinger og styrke det redaksjonelle stoffet, mens de som var motstandere var redde for de enkelte avisenes egenart og at tiltaket ville føre til gjenbruk av stoff for å spare penger. For de som svarer på spørsmålet på bakgrunn av kunnskaper om Media Norge-fusjonen, er det derfor mulig at noen kan mene at det blir en bedring. Men trolig vil flertallet av de som svarer, mene at en påvirkning på redaksjonelle forhold, vil gi en endring til det verre.

Alt i alt er det grunn til å tro at ganske mange er redde for at de endringene i eierstruktur som har skjedd de siste åra, skal føre til et dårligere avistilbud.

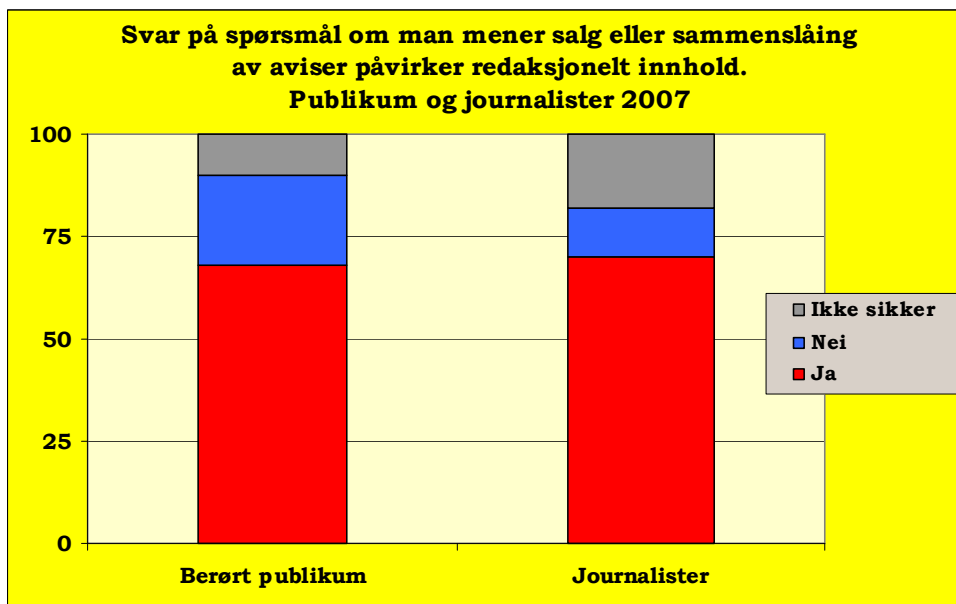
Nedbemanning og kvalitet

Intervjuinga i 2009 foregikk i en periode da den økonomiske krisa slo hardt inn i mediebransjen, først og fremst gjennom bortfall av annonseinntekter. Alle de store medieeierne bestemte eller gjennomførte nedbemanninger for å redusere utgiftene.

Alle de fire gruppene som blei intervjuet i 2009 – stortingspolitikere, lokalpolitikere, journalister og vanlig publikum – fikk spørsmål om hva de trodde konsekvensen av nedbemanninga ville bli:

Den internasjonale økonomiske krisen kan føre til nedbemanninger i norske aviser og medier. I hvilken grad frykter du at dette kan gi dårligere kvalitet på innholdet i det som skal formidles?

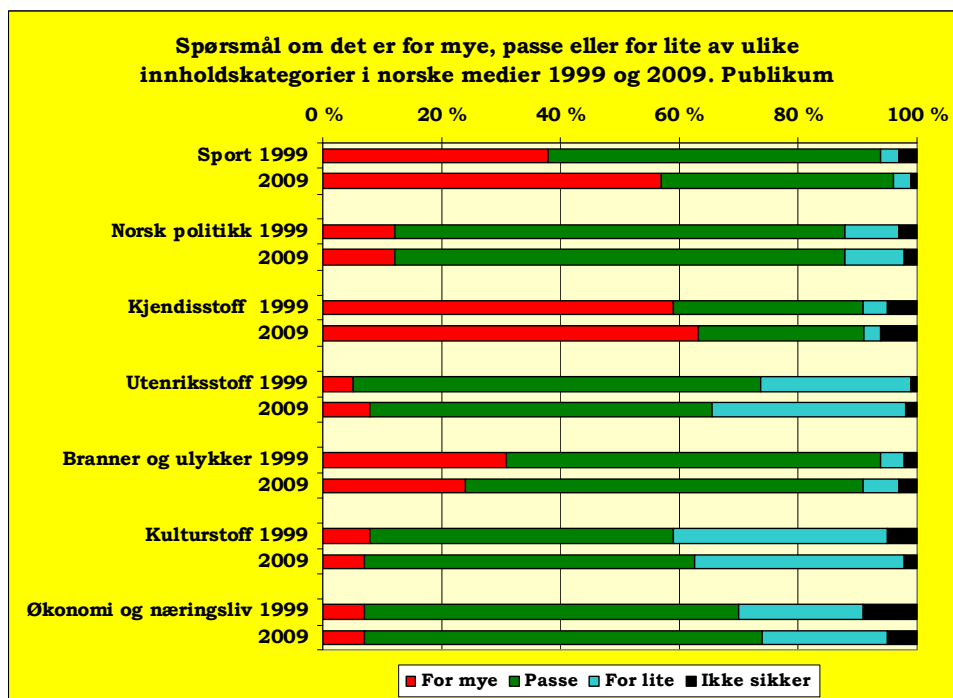
I alle gruppene er det et flertall som svarer «i stor grad» eller «i noen grad». Publikum og lokalpolitikere er de som er minst bekymret, i begge disse gruppene er det 35 – 40 % ikke tror det vil skje noen kvalitetsnedgang eller at dette vil skje bare «i mindre grad». Over 70 % av stortingspolitikerne og over 90 % av journalistene mener at kvalitetsreduksjonen vil skje «i stor grad» eller «i noen grad».



Når det gjelder publikum er det en klar sammenheng mellom den enkeltes utdanning og i hvilken grad man bekymrer seg: De som har mest utdanning er de som i størst grad tror det vil komme en kvalitetsreduksjon.

Synspunkter på innholdet

Nyhetsmediene dekker veldig mange felt. Både i 1999 og 2009 blei både journalister og publikum spurt om mediene har for mye eller for lite om innholdskategorier som sport, norsk politikk, osv. Svarmønstrene er interessante, men en skal være oppmerksom på tre feilkilder eller tolkningsrammer. For det første gjelder her som i mange andre tilfeller det forholdet at folk ofte avgir «sosialt akseptable svar» – altså slike svar som de en tror er mest utbredt i samfunnet (se s. 28). For det andre er igjen «mediene» et veldig vidt begrep. Er det for mye eller for lite sport i mediene? Jeg kunne komme til å krysse av i alle svaralternativene, alt etter hvilke medier jeg hadde i tankene: Det er kanskje for sport mye i VG og Dagbladet. Direkte overføring av sport i NRK1 går over mange timer, men det meste er utafør beste sendetid, så egentlig syns jeg dette er passe. Og endelig syns jeg det hadde vært ønskelig om Dagens Næringsliv og Klassekampen hadde drevet mer kritisk journalistikk i forhold til sportsfeltet: «Ja, det er for mye», «Tja det er ganske passe», og «Nei, det er for lite». For det tredje: Hvis en ser på forskjeller fra 1999 til 2009, kan det dels være at folks oppfatning av hva som er «passe» har endret seg, og dels kan det være at virkeligheten – de enkelte mediekanalenes prioritering av ulike stofftyper – har endret seg. Dessuten kan det være fornuftig å understreke at det er forskjell på hva folk mener i spørreskjemaundersøkelse og hvilke medier og kanaler de faktisk velger i dagliglivet.

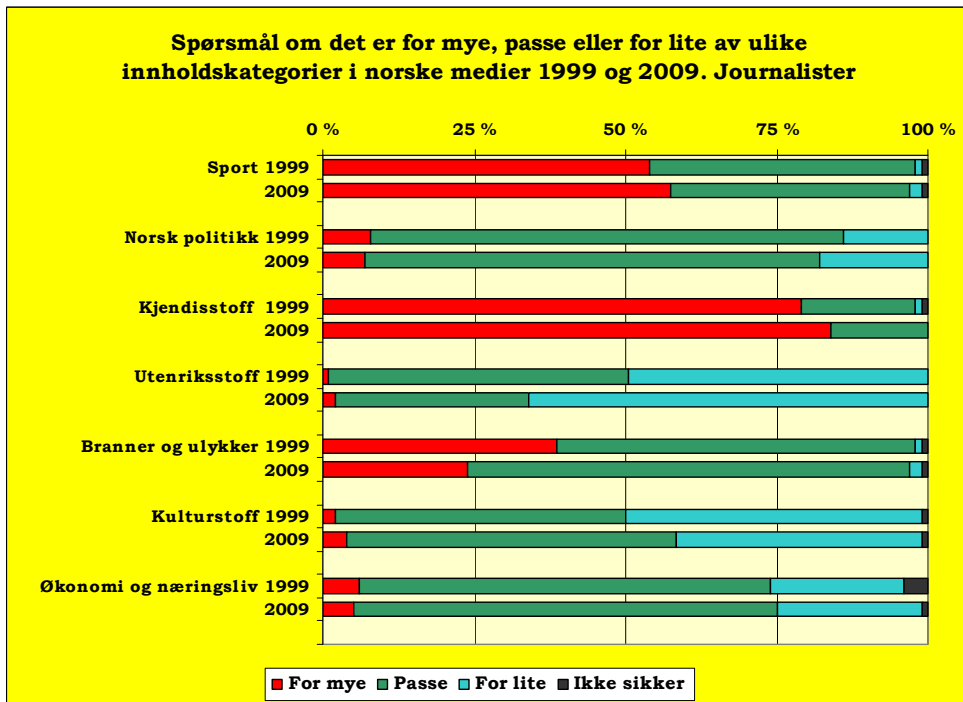


Utvalget av publikum og journalister blei bedt om å vurdere om det var for mye eller for lite av sju typer medieinnhold. Det var stor enighet om at det var for mye sport og kjendisstoff. For begge stofftypene var det en tendens til at flere svarte «for mye» i 2009, sammenliknet med ti år tidligere. For alle de øvrige kategoriene (og sport i 1999) var det et flertall som mente det var «passe mye» av denne typen medieinnhold. Men for tre av disse kategoriene er det klart flere som syns det er «for lite» i forhold til andel som svarer «for mye». Det gjelder Utenriksstoff (25–30 % mener det er for lite), Kulturstoff (35 % mener det er for lite) og Økonomi og næringsliv (20 % mener det er for lite). Og mønsteret er stort sett det samme i 2009 som det var ti år tidligere.

Det er visse forskjeller mellom ulike grupper av befolkningen, og ofte går disse i den retninga som forventninger eller fordommer skulle tilsi: Menn syns det er greit med mye sport i mediene, mens kvinner gjerne vil ha mer kjendisstoff. Alder spiller jamt over liten rolle for preferansene, men bybefolkningen ønsker en sterkere prioritering av utenriksstoffet, sammenliknet med dem som bor i landkommuner.

Folk med sympatier på venstresida i politikken, vil gjerne ha mer utenriksstoff, mens sentrumpartisypatisører vil øke innsalget av norsk politikk. Arbeiderpartisympatisører syns oftere enn andre at det kunne være mer sport i mediene, mens høyresympatisørene ønsker mer om økonomi og næringsliv. De som sokner til Fremskrittspartiet, vil oftere enn andre ha mer kjendisstoff og mindre kultur.

Mønsteret for journalisters svar er mye det samme som for vanlig folk.



Også journalistene mener det er for mye sport og kjendisstoff, og mange mener det bør være mer stoff om utlandet, kultur og økonomi og næringsliv. Utslagene i de ulike retningene er stort sett sterkere blant journalistene enn blant deres publikum.

Når det så synes å være en enighet blant journalister og publikum om at det bør være mindre sport og kjendisstoff og mer på feltene utenriks og kultur, kan en jo spørre hvorfor dette ikke skjer. En mulig forklaring er at mediernes ledelse ikke tror på f.eks. skepsisen mot sport og kjendisstoff, og at man der tror de vil miste lesere, lyttere eller seere ved å redusere på disse stoffkategoriene. Og det er slett ikke sikkert at en slik oppfatning er feil.

Litt etikk, takk!

Vær Varsom-plakaten er det viktigste regelverket for norske journalister når det gjelder etikk. Dette regelverket gjelder på tvers av mediene, og sjøl om det organet som håndhever disse reglene, heter Pressens faglige utvalg (PFU), driver dette organet etisk arbeid i alle de mediene der journalister arbeider.

Vær Varsom-plakaten har fire hovedbolker. Etter en innledning som fastslår at mediene er viktige for samfunnet, kommer en sekvens om integritet og ansvar. Deretter kommer et punkt om journalistiske arbeidsmetoder i forhold til kildene og et punkt med retningslinjer om aktsomhet ved publisering.

Norsk Journalistlag (NJ) er en profesjonsorganisasjon for journalister. Laget skal både være ei fagforening som forhandler om lønn og arbeidsvilkår for medlemmene, og ei forening med et mer allment formål: Å skulle arbeide for ideelle mål i journalistikken. Blant punktene som står i formålsparagrafen (§1) i vedtektene¹³ står det at foreninga skal «arbeide for høyest mulig etisk standard og integritet blant medlemmene», «verne ytringsfriheten», og «påvirke samfunnets mediepolitikk». §3 krever at medlemmene «arbeider på grunnlag av retten til fri informasjon og hensynet til faglig integritet i samsvar med Vær Varsom-plakaten og Redaktørplakaten». Hovedkravet for medlemskap i NJ er at man er journalist, og f.eks. *ikke* redaktør (fordi disse representerer motparten – arbeidsgiverne – i tilsettingssaker og lønnsforhandlinger), pressetalsmann eller informasjonsarbeider (§ 4). I § 11 står det at «medlemmer som klart motarbeider NJs formål ...» kan ekskluderes. Dette gjelder f.eks. brudd på de etiske reglene.

I 2007 blei journalistene i undersøkelsen spurt om fem situasjoner burde kvalifisere for eksklusjon fra foreningen.

Andel av journalistene som mener at følgende brudd på etiske regler bør straffes med eksklusjon fra Norsk Journalistlag. 2007	
	Andel
Hvis man benytter oppdiktet intervju	85 %
Hvis man gjengir personinformasjon som man vet er sensitiv og som er innhentet uten samtykke fra den som omtales	32 %
Hvis man benytter skjult kamera i den hensikt å vise situasjoner fra en persons privatliv	34 %
Hvis man kjøper personinformasjon	36 %
Hvis man benytter ulovlig romavlytting	34 %
Til sammen n=	100 % 600

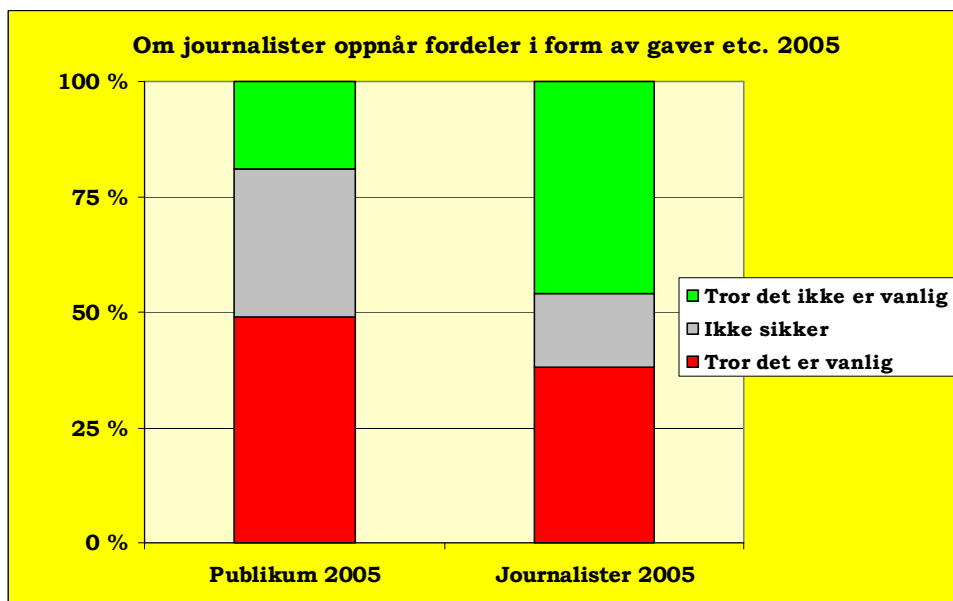
Å fabrikkere et intervju er det eneste av spørsmåla der et flertall mener at eksklusjon bør brukes, bare 4 % svarer nei, 11 % er usikre.

De øvrige punktene går på innsamling og presentasjon av informasjon. Grovt sett er fordelinga på disse spørsmåla at 1/3 mener slik atferd bør føre til eksklusjon, 1/3 svarer at det ikke bør føre til eksklusjon, og 1/3 er usikre. Det er egentlig ikke merkelig at journalistene her har ulike oppfatninger eller er usikre i disse tilfellene. Alle de fire eksemplene vil bryte med journalistisk etikk i vanlig rapportering, men en kan tenke seg situasjoner der misbruk av makt eller kriminell atferd, for eksempel korrupsjon, bare kan avsløres og dokumenteres gjennom bruk av slike metoder. Og da kan disse metodene forsvares i enkelttilfeller.

De samme spørsmåla blei stilt til et utvalg av advokater, men ikke til publikum. Advokatene reagerte systematisk vesentlig strengere enn journalistene, og bortsett fra spørsmålet om kjøp av personinformasjon, var det fra ca 2/3 og oppover som mente at den typen atferd burde lede til eksklusjon.

Det er knapt nok noen som er blitt ekskludert av Norsk Journalistlag på denne typen grunnlag de siste 10–20 åra. Etter Håvard Melnæs' bok (2007) om journalistikken i ukebladet *Se og Hør* blei det en del diskusjon om betaling for ulike typer informasjon, og da det blei kjent at en tv-reporter hadde betalt en kriminell på rømmen for et intervju, blei dette nokså allment fordømt. Derimot blir saker som likner på de fem temaene som er nevnt ovenfor, ofte diskutert av PFU. Men en «dom» i PFU fører ikke til eksklusjon av Journalistlaget eller at journalistene mister jobben.

Journalistenes integritet er et viktig tema, ikke minst i mediens egne diskusjoner. Vær Varsom-plakaten inneholder blant annet bestemmelser som forbyr journalister å utnytte sitt arbeid for å få personlige fordeler.¹⁴ Noen sektorer av journalistikken skiller seg ut som særlig problematiske når det gjelder «smøring» fra produsenter og selgeres side. Bilstoff og reiselivsstoff er eksempler (jf. Spurkeland 2003). I spørreundersøkelsen i 2005 blei publikum spurt hvor interessert de var i blant annet vintester og omsetning av vinprodukter, og stoff om innredning og design av hus og hjem, Rett etter dette blei de stilt spørsmål om de trodde det var vanlig at «journalister som omtaler nye produktlanseringer, oppnår fordeler i form av gaver eller lignende».



Nesten halvdelen av publikum trodde det var vanlig at journalistene fikk fordeler når de omtalte nye produkter etc. Blant journalistene var det nesten 50 % som trodde det *ikke* var vanlig, men nesten 40 % trodde det var vanlig.

Journalistene ble stilt et oppfølgingsspørsmål om hvorvidt de sjøl hadde «opplevd å bli tilbudt goder i forbindelse med omtale av produkter». Litt over halvdelen svarte ja. Det ble ikke stilt spørsmål om man hadde tatt imot tilbudet.

I 1999 blei journalister og publikum bedt om å vurdere 9 utsagn om hvordan journalister arbeider og si om dette var dekkende for deres syn.

Ni utsagn om hvordan journalister arbeider: Andel som mener at utsagnet er dekkende for deres eget syn. 1999		
	Publikum	Journalister
Journalister <i>skaper</i> nyheter selv istedenfor å gjengi det som skjer	52%	30%
Journalistenes egne meninger farger det han/hun gjengir	75%	62%
Journalister er flinke til å verne om kildene sine	81%	98%
Journalister får frem ting som ellers ville vært skjult	91%	97%
Journalister er pågående og respekterer ikke folks privatliv	71%	38%
Journalister tar opp saker som folk ikke har vunnet fram med på andre måter	89%	96%
Journalister vet svare på forhånd, er ofte forutinntatt	49%	51%
Journalister forklarer bakgrunnen for ting som skjer	60%	73%
Journalister skriver ikke om det som opptar meg	22%	14%
Til sammen n=	100% 1000	100% 500

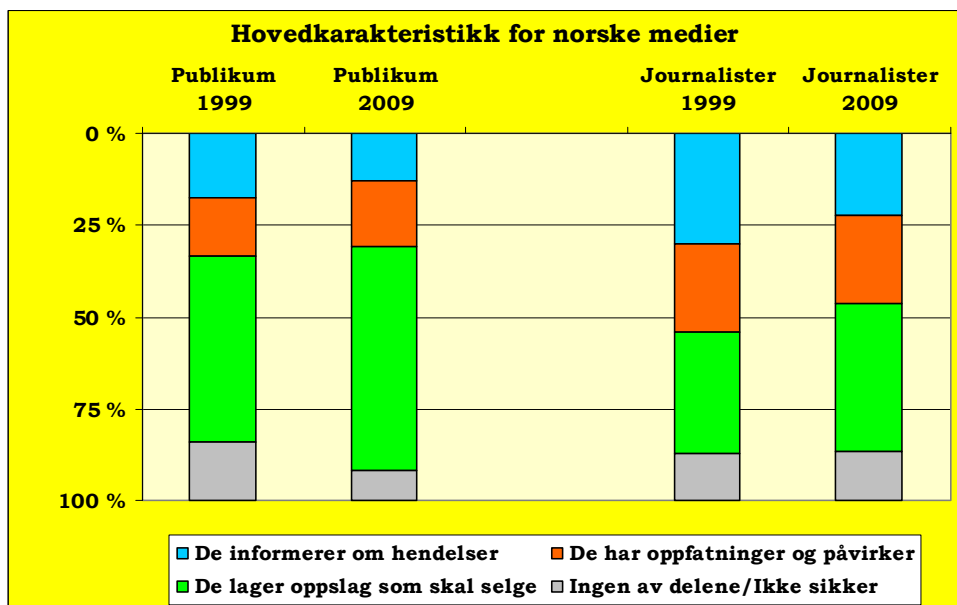
Gjennomgående er journalistene mer positive til måten journalistene arbeider på enn publikum, men mønsteret er mye det samme. Størst avvik er det kanskje på to av spørsmåla: For det første spørsmålet om journalistene skaper en virkelighet i stedet for å gjengi den. Over halvdel av publikum er enig i dette, mens journalistene tar avstand fra dette.¹⁵ For det andre, spørsmålet om journalister ofte er pågående og ikke respekterer folks privatliv. Her er situasjonen kanskje at en atferd som folk flest vil oppfatte som pågående og uten respekt for privatlivets fred, av journalistene vil bli oppfattet som nødvendig for å få ut tilstrekkelig informasjon. Det kan altså være mer et spørsmål om ulik vurdering av om journalistenes atferd er *legitim* eller ikke, heller enn uenighet om beskrivelsen av sjølve atferden.

Både journalister og publikum mener at journalistene er flinke til å beskytte kilder, og at journalistene tar opp saker for folk som ellers kan ha blitt overkjørt. Og begge grupper avviser påstanden om at journalistene skriver om ting som ikke angår folk.

Et tema som ligger nær opp til dette, er hvordan mediene i det store og hele velger ut og formidler nyheter. Spørsmålet blei i 1999 formulert slik i spørreundersøkelsene: «Hvordan vil du først og fremst karakterisere norske aviser og medier?» Det blei så gitt tre svaralternativer:

- De informerer om hendelser
- De har oppfatninger og påvirker
- De lager oppslag som skal selge

Det var dessuten mulig å svare «ingen av delene», og noen ga uttrykk for usikkerhet, men det gjaldt overraskende få, gitt at svarea egentlig ikke er gjensidig utelukkende. Det samme spørsmålet blei gjentatt ti år seinere.



Det mest utbredte svaret – både blant publikum og journalister – er at mediene lager oppslag som skal selge. Og for begge grupper er det en markant økning fra 1999 til 2009 i andelen som avgir dette svaret

* * *

Undersøkelsene er ikke laget for å undersøke hvordan samfunnsoppdraget står i forhold til ulike typer kommersielle vurderinger i mediebedriftene. En stor og økende andel både blant publikum og journalister mener at kommersielle hensyn er viktige ved mediens utforming av budskapet. At begge grupper *tror* det forholder seg slik, er ikke bevis på at det *er* slik. Men det er et klart signal om at dette er et viktig tema for videre forskning.

Referanser

- Bjerke, Paul (2000): *Fortsatt partipresse?: Norske avisers holdning til regjeringsskiftet i mars*, (forskningsrapport nr. 45). Volda: Høgskulen i Volda
- Ekegren, Peter (1997): «Sosial konstruksjon/konstruktivism», i Olav Korsnes, Heine Andersen og Thomas Brante (red.): *Sosiologisk leksikon*. Oslo: Universitetsforlaget
- Halse, Ketil Jarl og Helge Østbye (2003) *Norsk kringkastingshistorie*. Oslo: Samlaget
- James, Berry (2004): *Media. Conflict prevention and reconstruction*. Paris: UNESCO (CI-2004/WS/8) Tilgjengelig på: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=18648&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.
- Lorentzen, Pål Eilert og Svennik Høyer (1976): *Norske journalister. Et gruppeportrett*. Oslo: Institutt for presseforskning (stensil nr. 41)
- Lund, Sissel og Asle Rolland (1986): *Tillit eller skepsis til nyhetene? En undersøkelse av publikums holdning til nyhetsdekningen i radio, fjernsyn og aviser sommeren 1986* (Rapport 14/86). Oslo: NRK/Forskningen
- Melnæs, Håvard (2007): *En helt vanlig dag på jobben. Se og Hør fra innsiden*. Oslo: Kagge
- Midtbø, Tor (2007): *Skandaler i norsk politikk*. Oslo: Universitetsforlaget
- NOU 1999:27 «Ytringsfrihed bør finde Sted». Forslag til ny Grunnlov § 100
- Ottosen, Rune, Lars Arve Røssland og Helge Østbye (2002): *Norsk pressehistorie*. Oslo: Samlaget
- Spurkeland, Einar (2003): *Rødt lys for biljournalistikk*. Kristiansand: IJ-forlaget
- St.meld. nr. 12 (1998–1999): *Kringkasting og dagspresse i 1997*.
- St.meld. nr. 57 (2000–2001): *I ytringsfrihetenes tjeneste*.
- St.meld. nr. 6 (2007–2008): *NRK-plakaten*.
- St.meld. nr. 6 (2008–2009): *NRKs samfunnsoppdrag*.
- Werner, Anita (1966): *Norske journalister*. Oslo: Institutt for presseforskning (skrifter nr. 1)
- Østbye, Helge (2008): «Mediepolitikk», kap. 5 (69–94) og «Norsk mediestruktur i dag», kap. 6 (95–112) i Martin Eide (red.): *Medier – Institusjoner og historie* (Medievitenskap bind 1) Andre utgave. Bergen: Fagbokforlaget
- Østbye, Helge og Nina Kvalheim (2009): *I konsernets øyne er redaksjonen en utgiftspost. Rapport om aviser, konsern og avisøkonomi*. Oslo: Norsk Journalistlag (se også på: http://www.nj.no/Konsernene+tapper+avisene.b7C_xdzO3H.ips)

Noter

- 1 Takk til Nordiske Mediedager og Torgeir Foss for tillatelse til å bruke data, og Thore G. Olausen (Respons) og Pål Farsund (Opinion) for overføring av dataene. Dessuten takk til Stiftelsen Fritt Ord, som dels har finansierte datainnsamlinga for Nordiske Mediedager og det foreliggende prosjektet.

Tabeller, figurer og kommentarer i denne rapporten bygger dels på rapporter som meningsmålingsinstituttene har utarbeidet, dels på egne analyser på datamaterialet.

- 2 Internett i seg sjøl er egentlig ikke et massemedium. For eksempel er flere av tjenestene der – mest typisk er e-post – en form for personlig kommunikasjon. Men mye av innholdet på World Wide Web er en eller annen form for massemedium. Det fins andre vanskelige avgrensinger: Er det å høre radio på nettet internettbruk eller radiolytting? En avis som Dagbladet har flere lesere på nettet enn for papiravisa. Her er all bruk av nettet reknet som internettbruk.
- 3 Kvinneandelen på Stortinget er hentet fra Stortingets nettsider. For år med stortingsvalg, er det andelen kvinnelige representanter etter valget som er oppgitt.
- 4 Tall fra Historisk statistikk og Statistisk årbok på Statistisk sentralbyrås nettsider. Siden 1992 ser det ikke ut til at kjønnsfordelinga i videregående skole offentliggjøres på denne måten.
- 5 Se Lorentzen og Høyer 1976 s. 48–71 for en oversikt over Journalistundersøkelsen. Svarprosenten for journalistene i fjernsynet var under 50 %, trolig på grunn av en boikott, og det hadde liten hensikt å bearbeide dette materialet.
- 6 I denne framstillinga brukes «tillit» og «tiltro» som synonymmer. I Bokmålsordboka defineres tillit som «tiltro» og omvendt.
- 7 Måten spørsmålet er stilt på, er ikke ideell. Det hadde vært ønskelig om man kunne brukt flere spørsmål, og f.eks. sett på tilliten til ulike medier. En undersøkelse fra midt på 1980-tallet viste f.eks. at tilliten til NRK og til riks- og abonnementsavisene var stor, mens det var liten tillit til VG og Dagbladet (Lund og Rolland 1986). Undersøkelsen blei gjennomført på et tidspunkt da nettopp løssalgavisene hadde ekspandert sterkt! Det er også mulig at de fire svarkategoriene «Stor tiltro», «Noe tiltro», «Mindre tiltro» og «Ingen tiltro» ikke er ideelle til å fange opp nyanser i synet på mediene.
- 8 En velvillig tolkning av dette utsagnet er at journalister setter saker på dagsorden og ikke at historiene de skriver om er funnet på. Ved en slik tolkning innebærer spørsmålet ikke om en mener det skjer brudd på journalistisk etikk.
- 9 Dette er for øvrig i samsvar med resultater som Tor Midtbø (2007) finner for politiske konsekvenser av skandaler: skandalene kan ramme et parti i noen måneder, men får sjelden konsekvenser på lang sikt.
- 10 Lov av 13/6 2008 nr. 41 om redaksjonelle forhold i media; denne loven var diskutert, men ikke vedtatt da intervjuinga for spørreskjemaundersøkelsen blei gjennomført.
- 11 Redaktørplakaten.
- 12 Vær Varsom-plakaten.
- 13 De punktene som nevnes, går igjen i både vedtektene for 2007–2009 og 2009–2011.

- 14 Vær Varsom-plakaten punkt 2.4 «Redaksjonelle medarbeidere må ikke utnytte sin stilling til å oppnå private fordeler».
- 15 Verken blant publikum eller journalister var det trolig mye kunnskap om den retninga innen medievitenskap og samfunnsvitenskap generelt som kalles «konstruktivisme». Denne teoriretninga innebærer bl. a. at fordi menneskene formidler sin oppfatning av virkeligheten gjennom tolkninger, begreper og sosialt bestemte kategorier, vil også de som prøver å «bare» gjengi virkeligheten også formidle sin konstruksjon av virkeligheten (se f.eks. Ekegren 1997:289–290).

Rapportserie Rokkansenteret

(ISSN 1503-4844)

Rapportene kan bestilles fra Rokkansenteret, tlf. 55 58 97 10,
e-post: post@rokkan.uib.no, <http://www.rokkansenteret.uib.no>

No	2009
1-2009	Kristin Hope, Jill Loga og Simon Neby: <i>Mellom lokalisme og kompetanse</i> . Juni 2009
2-2009	Helge Østbye: Journalister og folk flest: Syn på medier og journalistikk 1999–2000. Oktober 2009.

No	2008
1-2008	Hans-Erik Ringkjøb, Jacob Aars og Signy Irene Vabo: <i>Lokalt folkestyre AS. Eierskap og styringsroller i kommunale selskap</i> . Februar 2008.
2-2008	Dag Arne Christensen og Jacob Aars: <i>Valg av ordfører ved supplerende stemmegivning. En empirisk analyse av ordførervalgene i 48 norske kommuner i 2007</i> . Februar 2008.
3-2008	Gry Brandser og Ole Andreas Brekke: <i>Veien mot et Innlandsuniversitet. Om interne utviklingstrekk og eksterne rammebetingelser 2001–2008</i> . Juni 2008
4-2008	Kristin Hope, Hans-Erik Ringkjøb og Lise Hellebø Rykkja: <i>Evaluering av styring og ledelse ved NTNU</i> . August 2008.
5-2008	Tom Christensen: <i>«En felles etat» – en analyse av prosessen som ledet frem til opprettelse av ny arbeids- og velferdsforvaltning (NAV)</i> . August 2008.
6-2008	Dag Wollebæk, Per Selle og Kristin Strømsnes: <i>Endringsprosesser i norsk frivillighet: En kunnskapsoversikt</i> . September 2008.
7-2008	Rune Ervik: <i>Bruk av skift og turnus i ulike virksomheter: En kartlegging</i> . Oktober 2008.
8-2008	Anne Homme og Håkon Høst: <i>Hvem pleier de gamle i Oslo? Om hjelpepleiernes og helsefagarbeidernes posisjon i pleie- og omsorgstjenestene i hovedstaden</i> . Oktober 2008.
9-2008	Dag Arne Christensen, Tor Midtbø, Hans-Erik Ringkjøb og Jacob Aars: <i>To valg med ny personvalgordning – Kontinuitet eller endring?</i> Desember 2008.
10-2008	Astri Andresen, Tore Grønlie, William Hubbard, Teemu Ryymin and Svein Atle Skålevåg: <i>Citizens, Courtrooms, Crossings</i> . December 2008.

No	2007
1-2007	Hans-Erik Ringkjøb, Bjarne Folkestad, Audun Offerdal og Jacob Aars: <i>Demokrati heile veien. Gode styringsgrep og metoder for folkevalte</i> . Mai 2007.
2-2007	Astrid Andresen and Tore Grønlie (eds): <i>Transferring Public Health, Medical Knowledge and Science in the 19th and 20th Century</i> . December 2007
3-2007	Knut Grove: <i>Historikarar i randsona. Historieforskinga ved Rokkansenteret, LOS og SEFOS</i> . Desember 2007.

-
- 1-2006 Arnhild Taksdal, Jan-Kåre Breivik, Kari Ludvigsen og Bodil Ravneberg: *På randen av å bo. Erfart kunnskap om livet og flyttingene mellom psykiatri, rusomsorg, gater, hospitser og egne boliger*. Mai 2006.
- 2-2006 Morten Dyrdal, Per Læg Reid og Kristin Rubecksen: *EU i norsk sentralforvaltning*. Oktober 2006.
- 3-2006 Kaia Christina I. Graham-Haga: *Institusjonalisering av forvaltningsrevisjon. En studie av utvikling i policy og praksis hos Riksrevisjonen i perioden 1994–2005*. November 2006.
- 4-2006 Astri Andresen, Tore Grønlie og Teemu Ryymin (eds): *Science, Culture, and Politics. European Perspectives on Medicine, Sickness and Health. The Fourth Bergen Workshop of the History of Health and Medicine. Conference Proceedings*. Desember 2006.
- 5-2006 Camilla H. Glücklichstad: *Revitalisering av Riksrevisjonen. En prosessstudie av Riksrevisjonens nye rammeverk*. Desember 2006.

-
- 1-2005 Bjørn C. Ekeland, Ingrid Lundeberg og Svein Atle Skålevåg (red.): *Studier av dommen. Konferansenrapport*. Mars 2005.
- 2-2005 Stein Kuhnle (ed.): *Social Policy Development in South Eastern Europe: Outside Influences and Domestic Forces*. March 2005.
- 3-2005 Sturle Næss: *Omsorgens vilkår i de kommunale pleie- og omsorgstjenestene*. Juli 2005.
- 4-2005 Eirinn Larsen: *Invisible Strategies. Gender in French and Norwegian Business Education, 1870–1980*. September 2005.
- 5-2005 Nina Berven: *National Politics and Cross-National Ideas. Welfare, Work and Legitimacy in the United States and Norway*. September 2005.
- 6-2005 Hans K. Mjelva: *Tre storverft i norsk industris fineste stund. Ein komparativ studie av Stord Verft, Rosenberg mek. Verksted og Fredrikstad mek. Verksted 1960–1980*. November 2005.
- 7-2005 Rune Ervik: *Active Ageing and the Norwegian Pension System*. Desember 2005.
- 8-2005 Even Nilssen: *Fag, rett og politikk. Rettsutformingene angående bruk av tvang overfor voksne rusmiddelmissbrukere og psykisk utviklingshemmede i de skandinaviske landenes sosialrett*. Desember 2005.
- 9-2005 Arne Ramslien: *Fra ritual til verktøy. Mål- og resultatstyring av Utlendingsdirektoratet 1998–2003*. Desember 2005.
- 10-2005 Astri Andresen, Kari Tove Elvbakken and Tore Grønlie (eds): *Politics of Prevention, Health Propaganda, and the Organisation of Hospitals 1800–2000. Conference Proceedings*. Desember 2005.
- 11-2005 Even Nilssen: *Fag, rett og politikk. Rettsutformingene angående bruk av tvang overfor voksne rusmiddelmissbrukere og psykisk utviklingshemmede i de skandinaviske landenes sosialrett*. Desember 2005.
- 12-2005 Kirsti Malterud og Kari Tove Elvbakken: *Sunnhet og sykdom i kulturelt perspektiv. Bidrag fra Helsekameratenes avslutningsseminar*. Desember 2005.

-
- 1-2004 Astri Andresen, Kari Tove Elvbakken and William H. Hubbard (eds): *Public Health and Preventive Medicine 1700 – 2000. Knowledge, Co-operation, and Conflict*. March 2004.
- 2-2004 Anne Lise Fimreite, Yngve Flo, Tommy Tranvik og Jacob Aars: *Tillit mellom forvaltningsnivåene – sentrale aktørers oppfatninger av og holdninger til kommunene*. Juni 2004.
- 3-2004 Rune Hallingstad: Regional styring i lys av foretaksorganiseringen. *En sammenlignende studie av Helse Vest-Norge RHF og Helse Midt-Norge RHF*. September 2004. ATM.
- 4-2004 Håkon Høst: *Kontinuitet og endring i pleie- og omsorgsutdanningene. En studie av utviklingen innenfor utdanningene til hjelpepleier og omsorgsarbeider*. Oktober 2004.
- 5-2004 Sturla Herfindal: *Veien frem til sykehusreformen – En studie av beslutningsprosessen bak lov om helseforetak*. November 2004.
- 6-2004 Astri Andresen, Tore Grønlie and Svein Atle Skålevåg (eds): *Hospitals, Patients and Medicine 1800 –2000. Conference Proceedings*. November 2004.
- 7-2004 Stig Hellenen: *Kontrollør eller veileder? En studie av policyendring i Arbeidstilsynet 1989–2002*. November 2004.
- 8-2004 Dag Arne Christensen, Tor Midtbø, Hans-Erik Ringkjøb, Lars Svåsand og Jacob Aars: *Ny personvalgordning og hva så? En analyse av kommune- og fylkestingsvalget i 2003*. Desember 2004.

-
- 1-2003 Sturle Næss: *Ikke helt etter planen. Dokumentasjonsrapport om hjelpetrengende eldres erfaringer før og etter Handlingsplan for eldreomsorgen*. Mars 2003.
- 2-3003 Kim Ove Hommen: *Tilsynsroller i Staten. En studie av Luftfartstilsynet og Statens Jernbanetilsyn*. Mars 2003.
- 3-2003 Stein Kuhnle and Dzemal Sokolovic: *The Balkans: Searching for Solutions*. March 2003.
- 4-2003 Anne Lise Fimreite (red.): *Styringssystem i storby. Evaluering av styringssystemet i Bergen kommune*. April 2003.
- 5-2003 Ingrid Helgøy og Bodil Ravneberg: *Byråkrat, sosialarbeider eller innovator? Organiserings betydning for utvikling av yrkesroller i sosialtjenesten*. Mai 2003.
- 6-2003 Anne Homme: *Skolen som styringsarena? Lokalt handlingsrom og gjennomføringen av Reform 97*. Mai 2003.
- 7-2003 Dag Stenvoll: *Politisk argumentasjon. En analyse av norske stortingsdebatter om seksualitet og reproduksjon 1945–2001*. Juni 2003.
- 8-2003 Anne Lise Fimreite: *Der hvor intet er, har selv keiseren tapt sin rett! Om lokalt folkestyre og rettigheter*. Juni 2003.
- 9-2003 Sturle Næss: *I tøffeste laget? Dokumentasjonsrapport om arbeids situasjonen til ansatte i pleie- og omsorgstjenesten*. Juni 2003.
- 10-2003 Sven Atle Skålevåg: *Fra normalitetens historie. Sinnsykdom 1870–1920*. Juli 2003 .
- 11-2003 Simon Neby: *Interessekonflikt, kommunikasjonssvikt og kulturkollisjon. En studie av fusjonen mellom Telia og Telenor*. Juli 2003.
- 12-2003 Birte Bjørkelo: *The Power of Learning in the Global Age – The World Bank and Environmental NGOs*. October 2003. The Globalization Program.

- 13-2003 Ingrid Hagen: *Global konkurranse og lokal fleksibilitet. Omstillinger og fleksibilitetsstrategier i en norsk elektronikkbedrift*. Oktober 2003. Globaliseringsprogrammet.
- 14-2003 Mariann Moberg: *Engasjement og trygghet i et mer globalisert arbeidsliv. En studie av endringsprosesser i et multinasjonalt konsern i lys av trekk ved den nye kapitalismens ånd*. Oktober 2003. Globaliseringsprogrammet.
- 15-2003 Harald Grimen and Kari Tove Elvbakken (eds): *Cultural Perspectives on Risk, Preventive Medicine and Health Promotion*. October 2003.
- 16-2003 Synnøve Serigstad: *Samordning og samfunnstryggleik. Ein studie av omorganiseringa av den sentrale tryggleiks- og beredskapsforvaltninga i Noreg i perioden 1999–2002*. Desember 2003.
- 17-2003 Kurt Brekke, Astrid Grasdal, Tor Helge Holmås, Frode Steen og Kjell Sunnevåg: *Evaluering av ny apoteklov og indeksprissystemet*. Desember 2003. HEB.

No

2002

- 1-2002 Agnete Vabø: *Mytedannelser i endringsprosesser i akademiske institusjoner*. November 2002.
- 2-2002 Svanaug Fjær og Liv Johanne Syltevik: *Omsorg, tid og penger for likestillingens frontløpere. Sluttrapport fra evalueringen av reformen for enslige forsørgere*. November 2002.
- 3-2002 Hege Søreng: *Revitalisering av Stortingets kontrollaktivitet? En studie av oppmerksomhet i Stortinget mot kontroll med forvaltningen 1989–1999*. Desember 2002.

Journalister og folk flest: Syn på medier og journalistikk 1999 – 2009

Mediene og mediasystemet er i stadig endring. I samband med Nordiske mediedager (som har vært arrangert stort sett årlig i Bergen siden 1999) har det vært gjort systematiske spørreskjemaundersøkelser blant journalister og vanlige folk om bruk av og holdninger til mediene. Ved at til dels samme spørsmål er stilt til både journalister og deres publikum over en tiårsperiode, foreligger det nå et unikt materiale.

I denne rapporten analyseres noen tema med utgangspunkt i dette materialet.

Ett tema er hvem journalistene er, dels med hensyn til kjønn, alder, utdanning osv., dels med hensyn til journalistenes politiske orientering.

Et spørsmål om tillit til mediene er stilt til både til journalister og allmennhet i alle de ti åra det har vært gjennomført undersøkelser. I rapporten drøftes det om tilliten har økt eller er blitt redusert. Og hvordan er tilliten til journalistyrket?

Ønsker folk at mediene skal bruke mer eller mindre tid/plass på sport, utenriksstoff, krim og ulykker? Og er det stor forskjell på de stoffområdene som journalister og vanlige folk vil prioritere?

Dette er eksempler på spørsmål som tas opp i rapporten, som henvender seg til både journalister, vanlige folk, medieforskere og andre samfunnsvitere.

ISBN: 978-82-8095-065-9