

# De vanskelige nyhetene

Hvordan krav om politiske forkunnskaper og kildebruk kan gjøre nyhetsdekningen vanskelig å forstå

*Eva-Therese Grøttum*

(f. 1984) Master i statsvitenskap (NTNU, 2010). Tidl. vitenskapelig assistent, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU.  
Nyhetsjournalist i VG.  
E-post: evag@vg.no

*Toril Aalberg*

(f.1970) Dr.polit i statsvitenskap (NTNU, 2001). Professor, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU.  
E-post: toril.aalberg@svt.ntnu.no

I de siste tiårene har mediene blitt hovedscenen for politisk informasjon og debatt. Det har funnet sted en markant økning i antall mediekanaler, nyhetssendinger og artikler om politikk. Men hvor forståelig er egentlig de politiske nyhetene for publikum og velgere? I denne artikkelen argumenterer vi for at journalister benytter en teknikk som favoriserer de mest kunnskapsrike når de dekker valgkamper og andre politiske forhold. Ved å bruke en kvantitativ innholdsanalyse av to nasjonale aviser og to nasjonale nyhetsprogrammer på TV undersøker vi nyhetsdek-

ningen under valgkampen som ledet frem til stortingsvalget i 2009. Formålet med studien er å undersøke hvor mye forkunnskaper publikum og velgere trenger for å forstå den politiske nyhetsdekningen. Vi finner at en betydelig andel av nyhetsdekningen blir presentert på en slik måte at den kan virke ekskluderende på de som har lite kunnskap om politikk fra før. Denne presentasjonen er delvis resultatet av en omfattende bruk av ekspertkilder, men skyldes også journalistenes egen oppfatning av hvilken forkunnskap publikum innehar.

**Nøkkelord:** politisk kunnskap, nyhetsdekning, politisk journalistikk, ekspertkilder, valgkamp

## **Incomprehensible news. How pre-knowledge requirements and expert sources make Political news Coverage Incomprehensive**

Over recent decades, the media have established their position as the main scene of political information and debate. With an increasing number of media channels, news about politics has become more readily available for most people, but how comprehensible is political news for the electorate? In this article, we argue that journalists use a technique for covering elections and political matters that favours the more knowledgeable of voters. Using quantitative content analysis of two national newspapers and two national TV news programmes, we investigate news coverage

during the campaign leading up to the Norwegian parliamentary election in 2009. Our purpose is to uncover how much previous political knowledge voters need if they are to understand news coverage of political affairs. We find that a considerable share of news coverage is presented in a language that may exclude voters with little pre-existing political knowledge. The language of news coverage is partially the result of an excessive use of expert sources, but also of the journalists' own understanding of the kind of political knowledge voters can be expected to have.

**Keywords:** Election campaigns, Expert sources, News coverage, Political journalism, Political knowledge

Ethvert velfungerende demokrati er avhengig av at borgerne blir informert om ulike politiske og samfunnsrelaterte forhold. Dette er avgjørende fordi kunnskapen denne informasjonen gir er nødvendig for å kunne treffe veloverveide beslutninger når det kreves, enten det gjelder valg av partier og kandidater eller annen type politisk aktivitet (Delli Carpini og Keeter 1996). Flere har derfor pekt på det bekymringsverdige i at den politiske kunnskapen ikke fordeler seg jevnt i befolkningen, men snarere følger sosioøkonomiske skillelinjer (Dahl 1998; Ellis 2003; Strømsnes 2003). Medierevolusjonen de siste tiårene har, i prinsippet, likevel gjort informasjon om politikk og samfunn langt mer tilgjengelig også for andre samfunnsgrupper.

Allerede i 1970 ble det i samfunnsforskningen erklært forhåpninger om at spesielt fjernsynet ville kunne bidra til å minske gapet mellom de med mye og lite politisk kunnskap (Tichenor, Donohue og Olien 1970:170). Det har imidlertid vist seg vanskelig å dokumentere en slik effekt (Chaffee og Frank 1996; Jenssen 2007). Snarere er det mye som tyder på at nyhetsinnhold på tv – på samme måte som i aviser – til og med kan bidra til å øke kunnskapsgapet i befolkningen.

I Norge har for eksempel eksponering for nyheter på NRK vist seg å øke snarere enn å minske kunnskapsgapet (Jenssen 2012). Lignende funn i USA forklares med at et økende medietilbud har medført økende valgfrihet for publikum (Prior 2005). Forhold knyttet til politisk interesse og kunnskapsnivå avgjør dermed hvorvidt en ønsker å følge med på nyheter og politikk, eller om man foretrekker underholdning. Det kan med andre ord se ut til at nyheter som sjanger ikke appellerer like mye til alle publikumsgrupper. Kanskje er det til og med slik at engasjement og forståelse er en *forutsetning* for å følge med på politiske nyheter? Kanskje er det slik at det er karakteristikk ved nyhetene som sjanger, snarere enn ved de ulike mediene, som bidrar til at den politiske informasjonen som tilbys ikke er like forståelig for alle.

Hittil finnes det imidlertid få studier av *hva det er ved nyhetsinnholdet som gjør det vanskelig å forstå*. Ifølge den amerikanske statsviteren Jennifer Jerit (2009:442) har vi til tross for over 30 års forskning på politiske kunnskapskløfter liten innsikt i hva det er ved nyhetsdekningen som eventuelt skaper eller reduserer disse kløftene. Formålet med denne artikkelen er derfor å undersøke om nyhetsdekningen av valgkampen foran det norske stortingsvalget i 2009 gir grunn til å hevde at informasjonen i nyhetene ikke er like forståelig for alle.

To aspekter ved nyhetsdekningen vil spesielt bli studert. Det første er språket som benyttes i nyhetene. Flere har påpekt at journalister har en tendens til å utelate mye informasjon fra nyhetene, ved å benytte metaforer eller begreper som ikke forklares fordi det forventes at publikum allerede besitter denne informasjonen.

nen (Hernes 1978; Jerit 2009; Lodge m.fl. 1991). Det andre aspektet som studeres er bruk av ekspertkommentatorer som kilder, et virkemiddel som ifølge Jerit (2009) gjør det vanskeligere for publikum med lite politisk kunnskap å forstå innholdet i nyhetene. Hensikten med denne studien er altså å besvare to forskningsspørsmål:

- 1 Stiller den politiske nyhetsdekningen i norske medier krav til forkunnskaper hos sitt publikum?
- 2 Er det en sammenheng mellom krav om forkunnskap og bruk av eksperter i nyhetsdekningen?

I denne artikkelen vil vi starte med å se nærmere på tidligere studier av mediens samfunnsoppdrag, journalisters nyhetsspråk og bruken av ekspertkommentatorer. Deretter vil vi presentere og diskutere viktige metodiske forhold knyttet til utvalg og operasjonalisering, før vi så går videre til den empiriske analysen. Avslutningsvis drøfter vi hvorvidt mediens nyhetsdekning i forkant av valg stiller for store krav til forkunnskaper blant viktige velgergrupper.

## Medienes samfunnsoppdrag

Det grunnleggende premisset for denne studien er at media i dag er valgkampens hovedarena, og dermed representerer en svært viktig kilde til informasjon for velgerne. Både norsk og internasjonal valgforskning bekrefter også at mediene, og da først og fremst fjernsynet, er den viktigste informasjonskilden foran valg (Karlsen 2011:49). Å skulle forestille seg moderne valg uten medier er, som Strömbäck (2004:11) skriver, «en omöjlig tanke». Samtidig innebærer sentraliseringen av mediens rolle en forventning om at velgernes behov for informasjon blir tilfredsstillt nettopp av mediene.

Tanken om at mediene har et sosialt ansvar for tilrettelegging for debatt og folkeopplysning, kan spores tilbake til teorier om pressens samfunnsrolle (se for eksempel Siebert, Peterson og Schramm 1956). Tankegangen er også tydelig i journalisters egen forståelse av sitt oppdrag i samfunnet, spesielt i land med sterk tradisjon for allmennkringkasting (Hallin og Mancini 2004). Norske journalister forsøker for eksempel å følge sine egne etiske normer i Vær Varsom-plakaten, som sier at «(...) en fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn» og at de skal ivareta «viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk, (...) og har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer

til uttrykk (...). Videre heter det at «Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold» (Norsk Presseforbund 2008). Ifølge Hallin og Mancini (2004) kan denne forståelsen av medias samfunnsrolle i land som Norge forklares med at pressen vokste frem side om side med politiske og sosiale interessegrupper, noe som gjorde at ytringsfrihet og mediemangfold tidlig ble politiske prioriteringer.

Forholdet mellom politikk og medier har imidlertid forandret seg mye i Norge siden partipressen stort sett ble avvirket på 1960- og 70-tallet; mediene er ikke lenger partienes talerør. De fleste norske, men også europeiske og amerikanske journalister, jobber i dag for kommersielle aktører med profitt som en viktig del av driften. Etter hvert som medietilbudet er blitt mer differensiert, har publikum fått en viktig forbrukermakt over medieprodusentene. Tiden da publikum «måtte» se på nyheter dersom de ønsket å se på fjernsyn, er forbi, og mange velger underholdning fremfor nyheter (Prior 2005). Dette har ført til en slags dragkamp mellom mediens samfunnsoppdrag og kommersielle inntjeningsbehov, som blant annet har ført til økt underholdningspreg og flere medieregisserte konflikter i den politiske dekningen (Jamtøy og Hagen 2007; Norris m.fl. 1999). Flere har også uttrykt bekymring for at journalistenes måte å produsere nyheter på ikke lenger rimer med samfunnsborgernes informasjonsbehov (Jenssen og Jamtøy 2005; Norris m.fl. 1999; Waldahl og Narud 2004).

Journalistene har makt over fremstillingen av virkeligheten på flere måter. For det første er det redaksjonene som velger hva slags saker som blir nyheter, og hvilke saker som ikke slipper til. Bak disse beslutningene ligger egne kriterier som for andre gjerne kan oppleves som lite håndfaste og dermed vanskelige å forstå (Allern 2001; Hernes 1978). For det andre er det journalistene som avgjør hvordan en gitt nyhetssak skal fremstilles, hvilke argumenter som skal inkluderes og hvilke kilder som skal intervjues. Det er kun det som journalistene og redaksjonene anser som relevant som når avissidene og nyhetssendingene. Først når de fortolker og viderefremidler en hendelse, blir den en nyhet (Hvitfelt 1989). Dersom denne utvelgelsen av informasjon gjøres på bakgrunn av hva slags kunnskap og informasjon journalistene selv besitter, kan det bety at nyhetene egner seg best for publikummere som besitter den samme politiske kunnskapen som journalistene selv. Et klassisk eksempel er mediens stadig økende fokus på det politiske spillet, mulige og umulige regjeringalternativer, mens de fleste velgerne synes det er de politiske sakene som er viktigst (Jamtøy og Aalberg 2007; Narud og Waldahl 2004; Aalberg 2009; Aalberg og Brekken 2007). Det strategiske spillet er trolig noe som først og fremst opptar de som er aller mest politisk interessert.

## Journalistenes språkbruk og publikums forståelse

På tross av at nyheter både i tv og aviser i dag er svært tilgjengelig for alle deler av befolkningen, er det fremdeles et stort politisk kunnskapsgap også i Norge (Ellis 2003). Dette paradokset kan skyldes at et stadig bredere medietilbud bidrar til at publikum med liten interesse for, eller kunnskap om, politikk, velger bort nyheter med politisk innhold (Prior 2005; Aalberg 2005). Flere nyere studier både i Norge og i USA viser imidlertid at det er få tegn til at eksponering for nyheter minsker forskjellen mellom de med mye og lite politisk kunnskap. Snarere virker det som at de med mye politisk kunnskap lærer mer, mens de med mindre politisk kunnskap ikke lærer (Jenssen 2012; Jerit 2009). Dette kan bety at det er egenskaper ved nyhetene som gjør dem mer egnet for publikummere med et visst politisk kunnskapsnivå.

Politisk kunnskapsnivå kan ofte knyttes til andre ressurser som høyere utdanning og høy sosioøkonomisk status. Hva man lærer er gjerne avhengig av hva man allerede kan fra før (Delli Carpini og Keeter 1996). Mange års utdanning gir gode forutsetninger for å tilegne seg ny kunnskap. Dermed er det rimelig å anta at et publikum med høyere utdanning ofte vil ha lettere for å forstå komplekst politisk nyhetsinnhold.<sup>1</sup> En mulig forklaring på dette er at en person med høyere utdanning også har mer avanserte kognitive skjema<sup>2</sup>, som personen kan benytte i prosesseringen av informasjon om verden rundt. Ifølge Lodge m.fl. (1991:1356) vil selv en enkel nyhetsartikkel kreve avanserte kognitive skjema fordi mye informasjon ikke meddeles direkte. Ofte er det behov for både forklarende kunnskap, som faktakunnskap om spesifikke personer, konsepter og begreper, og prosessuell kunnskap som gjør en i stand til å trekke linjer og egne konklusjoner basert på den forklarende kunnskapen de har til rådighet. Som Jerit (2009:443) skriver: «high SES [socioeconomic status] people have a greater store of existing knowledge, and this helps them fill in the blanks that sometimes exist in 'sketchy' news reports».

Nyhetsreportasjer vil ofte inneholde såkalte «blanks» – åpne rom der publikum selv må kunne fylle inn nødvendig kunnskap for å forstå helheten i saken som presenteres. Personer med høy utdanning eller solid allmennkunnskap vil ha bedre forutsetninger for å kunne resonnerer seg frem til hva slags kunnskap som mangler, og dermed oppnå full forståelse for nyhetsinnholdet. Sosiolog Gudmund Hernes introduserte denne problematikken allerede i 1978, men han

1. Jenssen (2007:208) har påpekt at effekten av høyere utdanning dempes i tilfeller der utdanning ikke tilfører politisk kunnskap, som innenfor naturvitenskapelige og matematiske retninger.

2. Kognitive skjema refererer til mentale tankekart som hjelper oss å strukturere ny informasjon.

benyttet seg av begrepet «normalkunnskap» for å beskrive den informasjonen journalistene ofte utelater fra nyhetene (Hernes 1978:188). Han mente at journalistene alltid sitter på langt mer kunnskap og forståelse for ulike temaer enn det de velger eller har mulighet til å publisere. Hvilken informasjon som ekskluderes avhenger av hvilken informasjon publikum allerede besitter – eller retttere sagt hvilken informasjon journalistene forutsetter at publikum besitter. Denne informasjonen, eller normalkunnskapen, vil gjerne sammenfalle med journalistenes eget kunnskapsnivå, noe som betyr at journalistene benytter et språk som *forutsetter* at publikum har den samme kunnskapen som de selv har. Publikum som ikke besitter denne normalkunnskapen, vil dermed få problemer med å forstå hele nyhetsinnholdet: «de (...) gjøres til utlendinger i eget land fordi det språk som brukes ikke er deres eget» (Hernes 1978:194).

I tillegg til prioriteringen av hva slags informasjon som inkluderes i nyhetene, har flere trukket frem bruk av *ekspertkilder* som et journalistisk virkemiddel som kan påvirke publikums evne til å ta til seg informasjon. I USA fant Jerit (2009:445) at bruken av ekspertkilder i nyhetssaker doblet kunnskapsgapet mellom publikummere med lav og høy politisk kunnskap som ble eksponert for disse nyhetene. Vi kjenner ikke til lignende undersøkelser på et norsk publikum, men den hyppige bruken av ekspertkommentatorer har tidligere vært pekt på som en mulig kilde til at nyhetsinnhold er vanskelig å lære fra også her (Jenssen 2012). I norsk sammenheng finnes det heller ingen dokumentasjon på at ekspertkilder faktisk er et utstrakt virkemiddel i valgdekningen, men resultater fra Danmark tyder på at omfanget av slike ekspertkilder har økt dramatisk de siste tiårene (Albæk, Munk og Togeby 2003; Albæk m.fl. 2011). Derfor er det grunn til å tro at bruken av ekspertkilder også er omfattende i dekningen av norsk politikk.

Det er imidlertid forskjell på eksperter, og et potensielt viktig skille går mellom akademikere og de såkalte mediekommentatorene. Foran det danske folketingsvalget i 2007 var for eksempel mediekommentatorene først og fremst opptatt av de politiske prosessene og spillet, selv om de også i stor grad kommenterte innholdet i de politiske sakene (Albæk m.fl. 2011:55–56). Uttalelsene fra ekspertene i *akademia* fokuserte i noe større grad på mer substansielle forhold.

I Norge har stortingspolitikere Audun Lysbakken og Torbjørn Røe Isaksen vært opptatt av mediekommentatorenes rolle. I en debattartikkel fra 2008 kalte de mediedekningen av politiske valg for et «kommentariatets diktatur». Lysbakken og Røe Isaksen var primært opptatt av at *kommentariatet* har svært mye makt over den norske politiske samtalen. De mener at makten brukes på en måte som øker avstanden mellom politikere og velgere (Lysbakken og Isaksen 2008:10). Tanken bak en slik kildebruk er sannsynligvis å forsøke å gi «den sanne» versjo-

nen av hva som foregår og dermed hjelpe den jevne seer med å forstå hva politikerne egentlig sier (Lysbakken og Isaksen 2008:9). Det er nok sikkert derfor en utilsikket konsekvens om bruken av slike medieeksperter gjør nyhetene vanskeligere å forstå. Dette er imidlertid et empirisk spørsmål, som denne studien søker å finne svar på. Før vi ser nærmere på hvor høye krav den politiske nyhetsdekningen stiller til publikums forkunnskaper, og hvorvidt det er en klar sammenheng mellom slike krav og bruken av eksperter i nyhetsdekningen, skal vi imidlertid se nærmere på det undersøkelsesopplegget som danner grunnlag for vår analyse.

## Nyhetsdekningen foran stortingsvalget 2009: Utvalg og metode

For å studere hvor stor grad av forkunnskaper som kreves for å følge den politiske nyhetsdekningen har vi valgt å ta utgangspunkt i en femukers periode foran stortingsvalget i 2009. Årsaken til dette er at det er ekstra viktig for befolkningen å tilegne seg informasjon i slike valgkampperioder. Det er også grunn til å tro at de som ellers ikke er spesielt interessert i politikk, nettopp i denne perioden, forsøker å følge ekstra nøye med. Videre vet vi at om lag halvparten av norske velgere bestemmer seg for hvilket parti de skal stemme på i de siste ukene før valget (Aardal 2011:21). Nødvendigheten av et forståelig nyhetsspråk er derfor ekstra viktig i denne perioden.

Mediedekningen av politikk generelt og valg spesielt består imidlertid av langt mer enn nyheter. På TV finnes det debattprogrammer, utspøringer av enkeltpersoner, paneldebatter og folkemøter, mens avisene gjerne har egne kommentatorseksjoner, terningkastvurderinger og featurereportasjer. I tillegg finnes det egne sider på Internett og ulike radioprogrammer som tar opp politiske spørsmål. Når vi i denne studien likevel velger å fokusere kun på TV- og avisnyheter, er det flere årsaker til dette. For det første settes den politiske dagsorden som regel i de tradisjonelle nyhetskanalene, ettersom det er her mye av dialogen mellom politikerne og øvrige aktører utspiller seg (Ansolabehere m.fl. 1991; Asp 2007). Innslag eller uttalelser fra andre valgrelaterte programmer inkorporeres ofte i nyhetene. For det andre er det slik at øvrige deler av valgdekningen i både fjernsyn og avis først og fremst oppsøkes av de politisk interesserte (Prior 2005; Aalberg 2005), mens nyhetsinnhold er noe de fleste får med seg (Jamtøy og Aalberg 2007; Nilsen og Stærkebye 2009; Vaage 2010:48). Nyhetene representerer med andre ord den fremste kilden til informasjon om valg og politikk, og er på den måten den viktigste typen medieinnhold i velgernes oppbygning av kunnskap og forståelse som de trenger for å avlegge en velbegrunnet stemme. Valget av

TV og avisnyheter skyldes at de fleste fremdeles vurderer disse mediekanalene som de viktigste informasjonskildene i forkant av valg, mens radio og Internett blir ansett som noe mindre viktig (Karlsen 2011:49).

Analysesultatene i denne artikkelen bygger derfor på en kvantitativ innholdsanalyse av de politiske nyhetene i de to riksdekkende avisene VG og Dagbladet, samt de to største fjernsynskanalerne NRK1 og TV2. Disse medieformaterne er valgt fordi de representerer velgernes viktigste informasjonskilder på nasjonalt plan i forbindelse med valg, og de er også representative når det kommer til sosioøkonomiske og demografiske trekk ved publikum, som blant annet politisk kunnskapsnivå og interesse (Karlsen 2007; Nilsen og Stærkebye 2009). De to avisene har en bred leserskare over hele landet som inkluderer lesere med både høy og lav utdanning. Noen forskjeller er imidlertid verdt å merke seg: godt voksne og personer med høy inntekt og høy utdanning leser flest aviser, og de med høyere utdanning anser riksavisene som viktigere kilder til politisk informasjon enn de med middels eller lavere utdanning. Valget av aviser og tv-kanaler ble også gjort med utgangspunkt i de mediene som i størst grad kontrollerer den politiske dagsordenen – ikke bare overfor politikerne og velgerne, men også innad i den norske medie verdenen. VG og Dagbladet er Norges to største løssalgsviser,<sup>3</sup> mens NRK og TV2 i dag er de eneste nyhetsdistributørene på fjernsyn. Dette utvalgs kriteriet gjør at begge avisene i utvalget er tabloidaviser. Disse står for en kombinasjon av seriøs og sensasjonspreget journalistikk, og kan dermed ikke sies å være representative for all norsk politisk journalistikk, og den norske avisflora forøvrig.<sup>4</sup>

Analysen er gjennomført som en kvantitativ innholdsanalyse, en metode som benyttes for å kvantifisere kvalitative egenskaper ved nyhetsinnholdet på en slik måte at generelle og etterprøvbare slutninger kan trekkes. Analysen er gjennomført i perioden fra og med mandag 10. august til og med mandag 14. september 2009, som var valgdagen. Denne perioden omtales gjerne som den korte valgkampen, og er ansett som den mest intense og viktigste delen av valgkampen (Norris m.fl. 1999; Waldahl og Narud 2004).<sup>5</sup> I denne perioden er samtlige utgaver av VG og Dagbladet, og samtlige sendinger av NRK Dagsrevyen og TV2s nyhetssendinger klokken 21, gjennomgått. Analyse enhetene er enhver avisartik-

3. Foreløpige opplagstall for 2010 viser at Aftenposten nå er Norges største avis. Aftenposten er imidlertid mer hovedstadsbasert enn VG og Dagbladet. Avisen er dessuten en abonnementsavis med lavere dekningsgrad utenfor østlandsområdet (Jensen 2010; Nilsen og Stærkebye 2009).

4. Mange norske journalister mener imidlertid at nettopp tabloidavisene, spesielt VG, har skapt en særegen politisk journalistikk som de øvrige avisene har kopiert (Thorbjørnsrud 2003:13).

5. Utvalget her er utvidet med én uke. Den korte valgkampen består som regel av de fire siste ukene før valgdagen.



kel eller ethvert TV-innslag som kan knyttes til politikk og stortingsvalget, ved at aktørene eller temaet for saken har en direkte kobling til enten norsk politikk eller valget. Utenriksnyheter er altså ikke inkludert i det empiriske materialet. Videre inneholder utvalget kun nyhetssaker, noe som betyr at kommentarartikler, kronikker og lignende er utelatt.

Når nyhetsspråk og politiske forkunnskaper skal studeres er det viktig å være oppmerksom på hvilken informasjon som utelates. I operasjonaliseringen av hva som kan betegnes som «vanskelige nyheter» er det derfor logisk å ta utgangspunkt i hva som kreves av politiske forkunnskaper. I denne studien har vi tatt utgangspunkt i survey-spørsmål som gjerne anvendes i studier av det politiske kunnskapsnivået i befolkningen. Dette inkluderer navn på politiske profiler (Ellis 2003; Strømsnes 2003); evne til å plassere partiene på en ideologisk skala (Delli Carpini og Keeter 1993; Jenssen 2007) og forståelse for politiske normer og systemer (Delli Carpini og Keeter 1993, 1996).

I survey-undersøkelser operasjonaliseres gjerne politisk kunnskap som evnen til å svare riktig på spørsmål av typen nevnt ovenfor (Jerit 2009). I vår studie skal vi imidlertid ikke måle kunnskapen hos velgerne eller publikum, men mangelen på informasjon om slike forhold i nyhetene. Andelen «spørsmål» som ikke besvares – dvs. begreper som ikke forklares – angir altså vanskelighetsgraden på innholdet i en nyhetssak. Med en slik operasjonalisering vil en nyhetssak hvor det ikke forklares (1) hvilken rolle en politisk aktør spiller; (2) hvor partiene står i forhold til hverandre; eller (3) hvordan ulike politiske systemer, stortingsprosesser, valgordninger eller lignende fungerer, antas å være vanskelige å forstå enn artikler som enten forklarer disse forholdene, eller som ikke inkluderer dem i det hele tatt. I tabell 1 følger noen eksempler på begreper som gjerne benyttes i nyhetssaker uten å bli forklart. Eksempelene er hentet fra det empiriske materialet som senere vil bli analysert kvantitativt.

Ruten til venstre i tabellen inneholder eksempler som illustrerer vanlige begreper i det norske nyhetsspråket. Det er imidlertid vanskelig å forestille seg at disse begrepene gir mening for personer som ikke har kjennskap til det norske politiske systemet eller partilandskapet. Når journalister benytter seg av disse begrepene uten å forklare dem nærmere, tar de utgangspunkt i at publikum vet hva de betyr. Begrepene er dermed et godt utgangspunkt for å måle hva slags politisk forkunnskap journalistene forventer fra publikum. Alle begreper har imidlertid ikke blitt definert som vanskelige, og ord som statsminister, storting, og valg har for eksempel blitt ansett som enkle begreper uten behov for videre forklaring. Andre ord som parlamentarisme, utjevningsmandat og sperregrense blir imidlertid i vår undersøkelse definert som vanskelige begreper.

Tabell 1. Eksempler på begreper og metaforer i nyhetene som krever politisk forkunnskap

Begreper	Metaforer
Mandatfordeling, utjevningsmandat, fylkesmandat, sistemandat, første kandidat, andre kandidat, styringstillegg, koalisjonsregjering, mindretallsregjering, flertallsregjering, mistillitsforslag, trontaledebatt, sperregrense, budsjettforlik, budsjettsamarbeid, stortingsgruppe, Kontroll- og konstitusjonskomiteen, rikskvisevisjon, ytterpunktparti, vippeposisjon, vippeparti, parlamentarisme, sosialisme, liberalisme, populisme, stemmekveg, borgerlig, sosialistisk, høyre, venstre, sentrum, rødgrønt, rødt, blått, reservasjonsrett, landsmøte, sentralstyre, programfestet, prinsippprogram, spørretime, Løvebakken, EØS, OECD, folkeretten	<p>Partiene ofrer de eldre på kommunepolitikernes alter (<i>Carl I. Hagen til Dagbladet 14.08</i>)</p> <p>Da vil Ap stå helt fritt til å kjøre slalåm i Stortinget i alle saker (<i>Kristin Halvorsen til VG 15.08</i>)</p> <p>Jens Stoltenberg lever i politisk partnerskap med LO (<i>reporter på NRK 20.08</i>)</p> <p>Maktens vippepunkt ligger i sentrum (<i>Lars Sponheim til Dagbladet 21.08</i>)</p> <p>SV lider av en form for politisk beinskjørhet (<i>Stein Kåre Kristiansen på TV2 11.09</i>)</p>

I tillegg til denne typen begreper, er det vanlig at mer sammensatte uttrykksformer benyttes uten noen ytterligere forklaring. Dette kan være politiske metaforer og bilder som benyttes av kilder, eller av journalistene selv (jfr. Lodge m.fl. 1991). Der som de ikke forklares, kan de på samme måte som enkeltbegreper bidra til å gjøre det vanskeligere å forstå helheten i en nyhetssak. Noen eksempler på slike metaforer hentet fra deknningen av stortingsvalget 2009, er gjengitt i høyre rute av tabell 1. For å forstå hva journalistene eller kildene mener når de benytter seg av disse metaforene, er det nødvendig med kunnskap om blant annet forholdet mellom kommune og stat, lovgivningsprosesser i Stortinget, politisk historie om fagbevegelsen, forståelse for parlamentariske systemer og kjennskap til SVs velgerskare. Med utgangspunkt i forskjellene som er dokumentert i det politiske kunnskapsnivået i den norske befolkningen (Ellis 2003; Strømsnes 2003; Jenssen 2007) er det rimelig å anta at publikum har varierende kapasitet til å forstå disse metaforene. I tillegg til metaforene og begrepene nevnt i tabell 1, vil navn og partitilknytning på politisk relevante personer også være inkludert i vurderingen av forkunnskapskrav i de ulike nyhetene.

Kanskje er det slik at begreper om det politiske landskapet har en mer selvsagt betydning for mange enn begreper som for eksempel er relatert til det parlamentariske systemet. Vi har likevel valgt å *ikke* gjennomføre noen vektning av de ulike begrepene i denne analysen. Det er flere grunner til dette, men den viktigste er at vi ikke har tilgang på materiale som kan gi oss en god og solid indikasjon på hvordan vanskelighetsgraden til de ulike begrepene skal rangeres. Politisk kunnskap er

et forholdsvis nytt forskningsområde i norsk sammenheng, og eksisterende forskning er begrenset til noen ganske like undersøkelser av leksikalsk politisk kunnskap i befolkningen. Spørsmålene går som regel på å navngi enkeltpolitikere eller å plassere partiene på en ideologisk skala fra høyre til venstre (Ellis 2003; Jenssen 2007). Fra disse undersøkelsene er det vanskelig å konkludere med hvilke av begrepene i denne studien folk har mest vansker med å forstå, hvilke som er relativt lette – og eventuelt hvor mye lettere de er. Det er dessuten mulig at det eksisterer betydelige forskjeller mellom ulike sosiale grupper hva gjelder hvilken kunnskap de besitter, noe som også bidrar til å gjøre en vektning vanskelig. For eksempel viste en såkalt «eliteundersøkelse» av norske statsvitenskapsstudenter at 47 prosent av de kvinnelige studentene ikke visste hvem forsvarsministeren var, mens dette kun gjaldt for 18 prosent av de mannlige studentene (Strømsnes 1995:253).

For å konstruere et mål på vanskelighetsgraden i nyhetsspråket blir forkunnskapskravet i hver artikkel beregnet ved å telle antall referanser til begreper, metaforer og personer som ikke er forklart. Ett begrep eller navn som ikke er forklart, regnes som én referanse til utelatt informasjon, og det totale antallet referanser per enhet angir hvor vanskelig en artikkel eller et innslag er å forstå. På bakgrunn av denne utregningen deler vi nyhetene inn i tre kategorier. Artikler eller innslag uten referanser til vanskelige begreper, navn og metaforer blir gitt verdien «1» og blir i den videre analysen omtalt som nyheter uten forkunnskapskrav. Nyhetsartikler eller innslag som har 1-3 referanser det ikke gies noen forklaring på er gitt verdien «2» og antyder at den krever noe forkunnskap. Den siste kategorien består av nyheter som refererer til mer en 3 begreper, metaforer eller navn uten at konteksten rundt gir noen forklaring på disse. Disse artiklene omtales som artikler som krever mye forkunnskap. Antallet referanser gir dermed en indikasjon på vanskelighetsgraden en artikkel eller et tv-innslag antas å ha. Det er likevel viktig å være klar over at det ikke finnes noe klart og endelig svar på hvor «terskelen» mellom lave og høye forkunnskapskrav ligger.<sup>6</sup> Vår inndeling vil likefullt gi et systematisk og oversiktlig innblikk i hvor ofte nyhetene inneholder begreper, metaforer og navn som mange sannsynligvis ikke har inngående kunnskap om fra før.

Nyhetene er også klassifisert i forhold til bruken av ekspertkommentatorer. Den ene variabelen angir hvorvidt det benyttes ekspertkilder eller ikke. Som

---

6. Nyhetsdekningen av politikk er heller neppe det eneste feltet hvor man må passere en viss terskel for å forstå nyhetene. Andre spesialfelt som økonomi, sport, mat og mote kan ha andre begreper og forkunnskapskrav. Det kan likevel argumenteres for at den politiske dekningen, spesielt i forkant av valg, bør være forståelig også for de som ikke interesserer seg for politikk til vanlig. Hvor listen bør gå for hva som kan kreves av forkunnskaper er imidlertid en annen mer normativ diskusjon.

ekspert regnes alle kilder der kildens kompetanse på et gitt område, for eksempel klima, trekkes frem som årsak til at personen intervjues. Dette kan inkludere både kilder med formell kompetanse, så som forskere og akademikere, og kilder som tillegges kompetanse takket være sin stilling, så som mediekommentatorer og politiske redaktører. I de nyhetene hvor eksperter opptrer som kilder, gir en annen dikotom variabel oss mulighet til å skille mellom akademiske eksperter på den ene siden og mediekommentatorer på den andre.

Avslutningsvis i denne gjennomgangen bør vi også nevne at innholdsanalyse er en metode der det er avgjørende for dataenes reliabilitet at forskeren kan oppgi hvordan dataene ble produsert og at funnene er robuste. Stabiliteten i datasettet kan måles ved at forskeren eller andre gjennomfører en ny uavhengig koding. I denne studien utførte vi både en inter- og en intrakoder reliabilitetstest. Basert på en rekoding av 30 nyhetsinnslag og artikler viser reliabilitetsmålet kappas en tilfredsstillende grad av konsistens på tvers av kodingen. Intersubjektiviteten ga oss et kappas mål på 0,7, mens intrareliabiliteten som forventet var noe høyere, med en kappas-verdi på  $\kappa = 0,9$ .

## Nyhetenes krav om forkunnskap

I nyhetsproduksjonen står journalister og redaktører hele tiden overfor prioriteringsproblemer, og det vil alltid være slik at noe informasjon må utelates av hensyn til plassbegrensninger eller tidspres. Spørsmålet som her skal besvares er imidlertid om det i disse prioriteringene kan spores en systematisk utelatelse av en spesiell type informasjon, nemlig forklaring av politiske begreper og metaforer.

Som nevnt finnes det flere tegn til at journalistene selv ser seg skikket til å avgjøre hva publikum har behov for å vite og ikke. Dette fører til at de gjerne utelater det de anser som normalkunnskap – navn, begreper og systemer publikum forventes å kjenne til (Hernes 1978; Jenssen og Aalberg 2007). Tabell 2 viser fordelingen av nyheter etter antall referanser som ikke er forklart. Nyheter som ikke krever forkunnskap inneholder altså ingen slike referanser; nyheter som krever noe forkunnskap inneholder mellom én og tre slike referanser; og nyheter som krever mye forkunnskap inneholder mer enn tre referanser til uforklarte begreper.

Tabell 2: Forkunnskapskrav i nyhetene i VG, Dagbladet, NRK og TV2. Prosent. N=712

	Ingen forkunnskap	Noe forkunnskap	Mye forkunnskap	Sum (N)
AVIS				
VG	51	41	8	100 (193)
Dagbladet	41	49	10	100 (263)
TV				
NRK	36	46	18	100 (129)
TV2	50	42	8	100 (127)
Alle medier	44	45	11	100
N	315	322	75	712

$$\chi^2 = 18,26 \text{ df} = 6 \text{ } p < 0,06$$

NRK skiller seg ut med det høyeste antallet nyhetsinnslag – 18 prosent – der fire eller flere referanser ikke ble forklart. Av avisene hadde Dagbladet det mest krevende innholdet, med totalt 59 prosent artikler som krevde noe eller mye forkunnskap. VG var mediet med færrest nyhetssaker som krevde politisk forkunnskap hos publikum, med en svak overvekt (51 prosent) av saker uten forkunnskapskrav. For TV2 var det like mange saker med forkunnskapskrav, som uten.

I alt er det NRK som krever mest av publikummet sitt, noe som kan bidra til å forklare hvorfor Jenssen (kommer) fant at eksponering for nyheter på NRK bidro til å øke snarere enn å minske kunnskapsgapet mellom de med mye og lite politisk kunnskap. Det kan også forklare hvorfor nyhetene på NRK foretrekkes av personer med høyere utdanning (ibid; Nilsen og Stærkebye 2009). Sett under ett krevde mer enn halvparten av nyhetsdekningen av stortingsvalget 2009 en viss politisk forkunnskap hos publikum. Hoveddelen av disse nyhetene (45 prosent) inneholdt mellom én og tre referanser som ikke ble forklart, mens 11 prosent av nyhetene inneholdt mer enn tre slike referanser. Tre referanser til begreper eller metaforer som ikke gir noe mening for en leser eller tv-seer, kan imidlertid være nok til at en person mister interessen for å følge med på denne typen nyheter.

Det er vanskelig å si noe definitivt om hvem og hvor mange som mangler den politiske kunnskapen disse nyhetene forutsetter, men det rimelig å anta at denne typen kunnskap er fordelt i befolkningen på samme måte som annen politisk kunnskap.<sup>7</sup> Dersom det er tilfelle, er det personer med høy utdanning, sterkt politisk engasjement og generell politisk interesse som har mest kunnskap, mens de som er mindre deltagende, interesserte og har lavere utdannelse, har mindre

7. Undersøkelser av politisk kunnskap blant norske velgere har gjerne benyttet leksikalske kunnskapsmål, som spørsmål om hvilket parti som har stortingspresidenten eller hvor mange representanter som sitter på Stortinget (se Ellis 2003:165 for en oversikt).

kunnskap (Ellis 2003; Strømsnes 2003). Det er dermed de som besitter mest ressurser både hva gjelder sosioøkonomisk status og evne til politisk påvirkning, som har lettest for å forstå innholdet i nyhetene der det mangler forklaringer på politiske begreper, personer og systemer. Dermed vil det fort kunne bli slik at de minst politisk sofistikerte får problemer med å lære fordi de mangler grunnleggende «byggesteiner» i den politiske kunnskapen sin.

Følger man Tichenor, Donohue og Olien (1970) sitt resonnement om at en økning i nyhetsstrømmen også vil øke kunnskapsgapet, er det logisk å tenke seg at deknningen av stortingsvalget 2009 kan ha hatt en slik effekt. De siste ukene før valget intensiveres deknningen av dette temaet, samtidig som relevante begreper og systemer ofte ikke blir forklart. Referanser som gikk igjen var metaforer for det politiske landskapet (eks. «rødt», «blått», «rødgrønt», «sentrum») og referanser til valgordninger og mandatfordelingssystemet på Stortinget (eks. «utjevningsmandat», «vippeposisjon»). Det er et poeng å understreke at det trolig er betydelige forskjeller i hvor vanskelige de ulike begrepene oppleves for publikum. På mange måter er for eksempel fargekodene basale og visuelle referanser, men det er ikke gitt at alle for eksempel vet hvem «det» eller «de» grønne partiene i Norge er. På samme måte er det nok en selvfølgelighet for de med en viss politisk interesse at Liv Signe Navarsete representerer Senterpartiet og har sittet som både samferdselsminister og kommunalminister i Stoltenbergs andre regjering. Likevel viser tall fra valgundersøkelsen i 2009 at 35 prosent av de spurte *ikke visste* hvilket parti Liv Signe Navarsete representerte (Jenssen 2011:270). Det var også en betydelig andel som ikke visste at Senterpartiet satt i den rødgrønne regjeringen. På samme måte viste Strømsnes (1995) sin undersøkelse at til og med statsvitenskapstuderter ofte kan ha problemer med å plassere viktige politiske personer.

Hittil har vi demonstrert at en betydelig andel av den politiske nyhetsdeknningen i norske medier stiller krav om forkunnskap hos sitt publikum. Riktignok varierer disse kravene noe mellom de ulike mediekanalene, og de mest krevende nyhetene er i mindretall. Det gjenstår å se hvorvidt det er en sammenheng mellom krav om forkunnskap og bruk av eksperter i nyhetsdeknningen. Mens mediene nok bruker disse ekspertene som «folkeopplysere», antyder amerikansk forskning at slike eksperter ofte bidrar til å øke kunnskapsgapet blant publikum (Jerit 2009).

La oss derfor aller først stadfeste i hvor stor grad slike eksperter blir benyttet i norske nyhetsmedier. Tabell 3 viser den prosentvise fordelingen i bruk av ekspertkilder i VG, Dagbladet, NRK og TV2.

Tabell 3. Bruk av ekspertkilder\* Prosent. N=564\*

	Nyheter med ekspertkilde	Nyheter uten ekspertkilde	Sum (N)
AVIS			
VG	18	82	100 (160)
Dagbladet	29	71	100 (158)
TV			
NRK	32	68	100 (123)
TV2	15	85	100 (123)
Alle medier	23	77	100
N	130	434	564

\*Notiser er tatt ut av utvalget for å gi et riktigere bilde av prosentforholdet mediene i mellom. Det var stor forskjell på hvor mange notiser de ulike mediene hadde, men ingen av notisene inkluderte ekspertkilder. VG hadde 33 notiser, Dagbladet hadde 105, NRK hadde 6 og TV2 hadde 4.

Totalt sett figurerte ekspertkilder i 23 prosent av sakene i utvalget. Det var NRK som i størst grad benyttet seg av ekspertkilder i dekningen av stortingsvalget 2009, med eksperter i 32 prosent av innslagene sine. Deretter fulgte Dagbladet med 29 prosent artikler med ekspertkilder, mens VG og TV2 benyttet eksperter i henholdsvis 18 og 15 prosent av sine innslag. Så langt kan tallene i tabell 2 og 3 tyde på at NRK og Dagbladet i større grad enn VG og TV2 presenterer nyhetsinnhold basert på eksperter som krever politisk kunnskap av publikum. Men hvorvidt det er bruken av ekspertkommentatorer som kilder som er det som påvirker nyhetsspråket og dermed gjør innholdet vanskelig å forstå, gjenstår å se.

Ifølge Jerit (2009:449) er det bruken av ekspertkilder i nyhetene som vanskeliggjør innholdet, fordi disse kildene ofte benytter seg av et komplisert, akademisk språk som tar utgangspunkt i at publikum allerede kjenner til begreper og årsakssammenhenger. Det kan med andre ord være slik at kravet om forkunnskapene kommer som en konsekvens av at mediene benytter seg av ekspertkommentatorer, og at de i så måte ikke fyller den tiltenkte rollen som «folkeopplyser». I tabell 4 nedenfor viser vi sammenhengen mellom bruk av ekspertkilder og vanskelighetsgrad på de ulike nyhetsartiklene.

Tabell 4. Sammenheng mellom bruk av ekspertkilder og krav om forkunnskap i nyhetene. Prosent. N=564

	Med ekspertkilde	Uten ekspertkilde
Ingen forkunnskap	32	47
Noe forkunnskap	44	46
Mye forkunnskap	25	7
Total	101	100
N	130	434

$\chi^2 = 37,68$   $df = 2$   $p < 0,05$

Våre data viser at det er en signifikant sammenheng mellom hvor vanskelig nyhetsinnholdet er å forstå og hvorvidt det benyttes ekspertkommentatorer som kilder. I artiklene og innslagene uten ekspertkilder har 47 prosent av oppslagene ingen krav til forkunnskap, i sakene der slike eksperter opptrer er det færre saker (32 prosent) som ikke har krav om forkunnskaper. Det motsatte mønsteret kommer til syne om vi sammenligner saker som krever mye forkunnskap. Mens 25 prosent av oppslagene med ekspertkilder har høye krav til forkunnskap gjelder dette bare for 7 prosent av oppslagene uten slike ekspertkilder. Dette kan tyde på at Jerit (2009) sine funn også kan overføres på norske forhold: Ekspertkildene ser ut til å gjøre innholdet i nyhetssakene vanskeligere å forstå fordi de bruker et annet språk.

Samtidig er det verdt å merke seg at 46 prosent av artiklene uten eksperter også krever noe forkunnskap. Det betyr at et vanskelig nyhetsspråk ikke alene kan forklares av mediens bruk av ekspertkilder. Ikke minst kan det være andre kilder, slik som politikere eller byråkrater, som også benytter seg av vanskelige begreper. En annen forklaring kan være at det er journalistene selv som benytter seg av begreper og metaforer de velger ikke å forklare. Det er heller ikke slik at ekspertkilder er ensbetydende med et vanskelig nyhetsinnhold. Så selv om det er en tendens til at nyhetsinnholdet blir vanskeligere der eksperter er involvert, benyttes nok også ekspertene ofte nettopp for å forklare kompliserte sammenhenger.

Så langt har akademikere og mediens egne kommentatorer blitt betraktet som en ensartet gruppe av eksperter, men det kan hende at ulike ekspertkilder gir ulikt utslag på vanskelighetsgraden i nyhetene. Avslutningsvis skal vi derfor skille mellom to ulike typer eksperter. Den ene gruppen består av akademikere med spesialkompetanse på gitte fagområder, og i deknningen av politiske nyheter er det dermed vanlig at akademikere med bakgrunn innenfor valgforskning, statsvitenskap og kommunikasjon benyttes for å analysere meningsmålinger, partiprogrammer osv. I de senere årene har det imidlertid også blitt mer og mer vanlig at mediene benytter seg av sine egne ressurser, som politiske redaktører eller egne kommentatorer. Denne gruppen eksperter har ikke nødvendigvis den samme faglige bakgrunnen som de akademiske ekspertkildene, men tillegges gjerne like stor vekt og omtales som eksperter på politikk fordi de jobber med politikk til daglig.

Når vi skiller mellom akademiske eksperter på den ene siden og mediens egne kommentatorer, det såkalte «kommentariatet» på den andre, er det åpenbart at mediene oftere benytter seg av akademiske eksperter enn egne kommentatorer. Mens 75 prosent av ekspertkildene bestod av forskere eller øvrige akademikere, var bare 25 prosent registrert som kommentatorer og mediepersonligheter. Det er imidlertid påfallende hvor mange av mediekommentatorene som opptrer i artikler eller innslag som er kodet til den høyeste vanskelighetsgraden. Tabell 5 viser



en prosentvis oversikt over hvordan krav til forkunnskap i nyhetsdekningen for-  
deler seg etter de ulike typene ekspertkilder.

Tabell 5. Krav om forkunnskap etter type ekspertkilde. Prosent. N=112\*

	Akademiske eksperter	Mediekommentatorer
Ingen forkunnskap	36	11
Noe forkunnskap	44	32
Mye forkunnskap	20	57
Total	100	100
N	84	28

$$\chi^2 = 14,89 \text{ df} = 2 \text{ } p < 0,001$$

\*N er noe lavere i denne tabellen fordi skillet mellom akademiske eksperter og mediekommentatorer ikke ble fanget opp i 18 av nyhetsinnslagene.

Som tabellen viser er det en betydelig overvekt av «vanskelige» nyhetsinnslag når mediekommentatorer opptrer som kilder. Av de artiklene og innslagene som mediekommentatorene deltar i krever 57 prosent mye forkunnskap. Til sammenligning er det bare i 20 prosent av nyhetsoppslagene akademikerne deltar i som krever mye forkunnskap. Når det gjelder de akademiske ekspertene er hovedvekten derimot plassert i kategoriene for ingen og noe forkunnskap, med henholdsvis 36 og 44 prosent. Mediekommentatorene opptrer mye sjeldnere i de nyheter som ikke stiller krav om forkunnskaper. Kun 11 prosent faller innenfor denne letteste kategorien. Denne fordelingen tyder på at det ikke er de akademiske ekspertene, men snarere mediekommentatorene som først og fremst benytter seg av vanskelige begreper og metaforer.

Tallene i tabell 5 må imidlertid tolkes med forsiktighet, ettersom mediekommentatorer tross alt ble benyttet relativt sjelden sammenlignet med de øvrige ekspertkildene. Det er derfor vanskelig å konkludere med at det er disse kommentatorene som spiller den *mest* avgjørende rollen i å gjøre nyhetsspråket vanskelig. I tillegg til ekspertkildene, bidrar også øvrige kilder, og ikke minst journalistene selv, til å forme det språket nyhetene formidles med. Likevel tyder tabell 5 på at medienes egne kommentatorer – når de først benyttes, snakker på en måte som er vanskeligere å forstå enn det andre ekspertkilder gjør. Det er altså grunn til å tro at forholdet mellom språkbruk og ekspertkilder er mer komplekst enn det Jerit (2009) viser til når hun antar at det er de *akademiske* kildene som bidrar til at nyhetsspråket blir vanskelig å forstå.

## Konklusjon

Denne studien har vist at nyhetsdekningen i forkant av stortingsvalget i 2009 krevde betydelige forkunnskaper av publikum. Mediene som inngikk i denne undersøkelsen henviste relativt ofte til begreper, navn og metaforer uten at det ble gitt noen forklaring eller tilleggsinformasjon som kunne gjøre informasjonen tilgjengelig også for de med lite politisk kunnskap. At mediene benytter seg mye av ekspertkilder kan delvis forklare den vanskelige språkbruken i noen av tilfellene. Dette gjelder spesielt når medienes egne kommentatorer figurerer i nyhetsartikler og innslag. Det ble imidlertid registrert såpass mange «vanskelige» nyheter uten noen form for ekspertkilde at det også må være andre forhold som påvirker journalistenes prioritering av informasjon. Det er vanskelig å si hva dette kan være, og kanskje vil det være umulig å avdekke noen klare kriterier for hva slags informasjon som bør inkluderes.

Når en såpass stor andel av nyhetene inneholder begreper, navn og metaforer som ikke er forklart, kan det skyldes at journalistene benytter seg av den samme magesfølelsen de benytter når de velger ut nyhetssaker (jfr. Allern 2001). At begreper relatert til valgsystem og partipolitikk ikke forklares kan skyldes at journalistene i) ikke vil bruke tid på å «konstatere det åpenbare» (Jenssen kommer), ii) vil begrense plassbruken, eller iii) ønsker å holde på publikums oppmerksomhet. Uansett er det trolig slik at journalistene velger bort den informasjonen de mener er minst interessant og nødvendig for publikum når de foretar disse prioriteringene.

Det hersker en sterk oppfatning blant norske journalister om at de er de rette til å avgjøre hva slags informasjon publikum har behov for (Allern 2001; Hernes 1978; Jenssen og Jamtøy 2005). Spørsmålet er om de er like bevisste på at denne informasjonsutvelgelsen også kan påvirke publikums muligheter til å lære av nyhetsinnholdet. Norske politiske journalister befinner seg trolig i en sosial gruppe med høyere politisk kunnskap enn den gjennomsnittelige publikummer. Dersom de tar utgangspunkt i sin egen kunnskap når informasjonsutvelgelsen foretas, vil nyhetene være best egnet for velgere med like mye politisk kunnskap som dem selv.

Det kan hevdes at de politiske nyhetene nødvendigvis må inneholde en viss terskel for hva leserne kan forventes å vite noe om, dersom ikke artiklene og innslagene skal bli alt for kjedelige for mange. I utgangspunktet er det nok likevel grunn til å påpeke at mediene, både journalistene og kommentatorene, kan bli flinkere til å tilby mer fullstendig informasjon når de dekker norsk politikk. Et innslag om Liv Signe Navarsetes siste politiske utspill, for eksempel, bør også

kobles til hennes politiske rolle, enten som senterpartileder eller som minister. Selv om mange allerede sitter på denne kunnskapen, gjelder det langt fra alle.

## Referanser

- Albæk, Erik, Christian Elmelund-Præstekær, David Nicolas Hopmann og Robert Klemmensen (2011) «Experts in Election News Coverage: Process or Substance?» *Nordicom Review*, 32 (1): 45–58
- Albæk, Erik, Peter Munk Christiansen og Lise Togeby (2003) «Experts in the Mass Media: Researchers in the Danish Daily Newspapers, 1961–2001» *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80 (4): 937–948
- Allern, Sigurd (2001) *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. Kristiansand: IJ-forlaget
- Ansolabehere, Stephen, Roy Behr og Shanto Iyengar (1991) «Mass Media and Elections: An Overview» *American Politics Quarterly*, 19 (1): 109–139
- Asp, Kent (2007) «Fairness, Informativeness and Scrutiny. The Role of News Media in Democracy» *Nordicom Review*, jubileumsutgave 2007: 31–49
- Chaffee, Steven og Stacey Frank (1996) «How Americans Get Political Information. Print Versus Broadcast News» *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546 (1): 48–58
- Dahl, Robert (1998) *On Democracy*. Yale University: Yale University Press
- Delli Carpini, Michael X. og Scott Keeter (1993) «Measuring Political Knowledge: Putting First Things First» *American Journal of Political Science*, 37 (4): 1179–1206
- Delli Carpini, Michael X. og Scott Keeter (1996) *What Americans Know about Politics and Why It Matters*. New Haven: Yale University Press
- Ellis, Ingunn Opheim (2003) «Politisk kunnskap blant norske velgere». I Aardal, Bernt (red.) *Velgere i villrede... En analyse av det norske stortingsvalget 2001*. Oslo: N. W. Damm & Søn
- Hallin, Daniel C. og Paolo Mancini (2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press
- Hernes, Gudmund (1978) «Det mediavridde samfunn». I Hernes, Gudmund (red.) *Forhandlingsøkonomi og blandingsadministrasjon*. Oslo: Universitetsforlaget
- Hvitfelt, Håkan (1989) *Nyhetarna och Verkligheten. Byggstenar till en teori*. Göteborg: Göteborgs universitet, Journalisthögskolan
- Jamtøy, Ann Iren og Ingunn Hagen (2007) «Scenesatt politikk – strategier for å lage underholdende TV». I Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (red.) *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget
- Jamtøy, Ann Iren og Toril Aalberg (2007) «TV-seernes vudering av den medialiserte politikken». I Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (red.) *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget
- Jensen, Martin Huseby (2010) «Aftenposten er størst». Artikkel i *Journalisten*, 12.05. 2010. Hentet fra <http://www.journalisten.no/story/61414>
- Jenssen, Anders Todal (2007) «Gjør valgkamp på TV folk kunnskapsrike?». I Jenssen,

- Anders Todal og Toril Aalberg (red.) *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget
- Jenssen, Anders Todal (2012) «Widening or closing the knowledge gap? The role of different media in changing the distribution of political knowledge». *Nordicom Review* (kommer)
- Jenssen, Anders Todal (2011) «Fornuft, følelser og politisk deltakelse». I Aardal, Bernt (red.) *Det politiske landskap. En studie av stortingsvalget 2009*. Oslo: Cappelen Damm AS
- Jenssen, Anders Todal og Ann Iren Jamtøy (2005) «Valg på sviktende grunnlag? Et begrunnet spørsmål om fornuften i moderne valgkamper» *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 46 (3): 267–296
- Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (2007) «Den politiske allmenningens tragedie?» I Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (red.) *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget
- Jerit, Jennifer (2009) «Understanding the Knowledge Gap: The Role of Experts and Journalists» *The Journal of Politics*, 71 (2): 442–456
- Karlsen, Rune (2007) «Den første internettvalgkampen?» I Aardal, Bernt (red.) *Norske velgere. En studie av stortingsvalget 2005*. Oslo: N. W. Damm & Søn
- Karlsen, Rune (2011) «Velgernes valgkamp». I Aardal, Bernt (red.) *Det politiske landskap. En studie av stortingsvalget 2009*. Oslo: Cappelen Damm AS
- Lodge, Milton, Kathleen McGraw, Pamela J. Conover, Stanley Feldman og Arthur H. Miller (1991) «Where Is The Schema? Critiques» *American Political Science Review*, 88 (4): 1357–1380
- Lysbakken, Audun og Torbjørn Røe Isaksen (2008) «Kommentariatets diktatur» *Samtiden*, nr. 1: 5–15
- Narud, Hanne Marthe og Ragnar Waldahl (2004) «Den 'lange' valgkampen. Mediestoffet i månedene før valget». I Aardal, Bernt, Anne Krogstad og Hanne Marthe Narud (red.) *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget
- Nilsen, Mona og Jens Ottar Stærkebye (2009) «Rapport, premåling». Utarbeidet for NRK. Oslo: Synovate
- Norris, Pippa, John Curtice, David Sanders, Margaret Scammell og Holli A. Semetko (1999) *On message. Communicating the Campaign*. London: Sage
- Norsk Presseforbund (2008) *Vær Varsom-Plakaten*. Etske normer for pressen. Hentet fra [http://presse.no/Pressens\\_Faglige\\_Utvalg\\_PFU/Var\\_Varsom-plakaten/](http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/Var_Varsom-plakaten/)
- Prior, Marcus (2005) «News vs. Entertainment: How increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout» *American Journal of Political Science*, 49 (3): 577–592
- Siebert, Fred S., Theodore Peterson og Wilbur Schramm ([1956]1977) *De fire presse-systemer*. Oslo: As Norbok
- Strömbäck, Jesper (2004) *Den medialiserte demokratin. Om journalistikens ideal, virkelighet og makt*. Stockholm: SNS Förlag
- Strømsnes, Kristin (1995) «Kjønn og politisk kunnskap». I Raaum, Nina (red.) *Kjønn og politikk*. Oslo: TANO
- Strømsnes, Kristin (2003) *Folkets makt. Medborgerskap, demokrati, deltakelse*. Oslo: Gyldendal Akademiske

- Thorbjørnsrud, Kjersti (2003) «Politiske nyhetsjournalister: Aktører uten intensjoner?» *Norsk medietidsskrift*, 10 (1): 7–32
- Tichenor, Phillip J., George A. Donohue og Clarice N. Olien (1970) «Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge» *The Public Opinion Quarterly*, 34 (2): 159–170
- Vaage, Odd Frank (2010) *Norsk mediebarometer 2009*. Oslo: Statistisk sentralbyrå
- Waldahl, Ragnar og Hanne Marthe Narud (2004) «Den 'korte' valgkampen. Mediestoffet i fire uker før valget». I Aardal, Bernt, Anne Krogstad og HanneMarthe Narud (red.) *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget
- Aalberg, Toril (2005) «Stimulert eller demobilisert? En kvantitativ undersøkelse av mediebruk og politisk engasjement» *Norsk medietidsskrift*, 12 (2): 136–154
- Aalberg, Toril (2009) «Election wrap-up: Issues, alliances and political behaviour in Norway's latest election» Upublisert manus. Trondheim: Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU
- Aalberg, Toril og Tove Brekken (2007) «Når spill og enkeltepisoder blir viktigst». I Jenssen, Anders Todal og Toril Aalberg (red.) *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget
- Aardal, Bernt (2011) «Mange blir valgt, men få blir gjenvalgt». I Aardal, Bernt (red.) *Det politiske landskap. En studie av stortingsvalget 2009*. Oslo: Cappelen Damm AS