



UNIVERSITETET I AGDER

TV-nyhetene i dag

En komparativ innholdsanalyse av
Dagsrevyen og TV2-nyhetene

HÅKON ANDRÉ REPSTAD

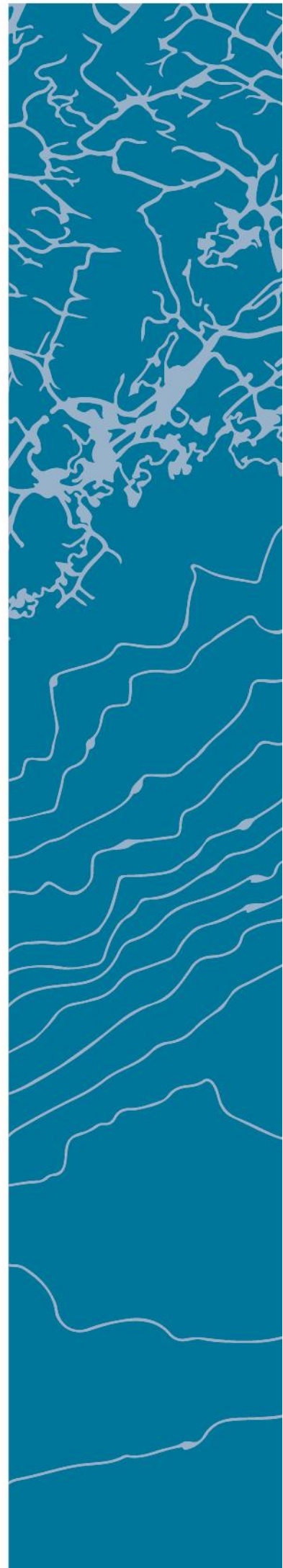
VEILEDER

Kenneth Andresen

Universitetet i Agder, 2017

Fakultet for humaniora og pedagogikk

Institutt for nordisk og mediefag



Forord

Jeg vil innledningsvis takke min kone, familie, venner og kollegaer for oppmuntrende ord og gode råd. Oppgaveskrivingen har vært en lærerik og interessant prosess. Først og fremst fordi jeg er interessert i temaet som belyses, men også fordi TV-nyheter er noe som engasjerer menneskene rundt meg. Dermed har denne skriveprosessen ført til mange interessante diskusjoner blant venner og kollegaer.

Den største takken går avslutningsvis til min veileder, Kenneth Andresen, som med sin kompetanse på fagfeltet har vært en utmerket rådgiver og god samtalepartner i denne perioden.

Kristiansand, november 2017.

Sammendrag

NRK og TV2 har to ulike utgangspunkt for å formidle TV-nyheter - både økonomisk og politisk. Masteroppgaven er en sammenligning av TV-nyhetene i NRK og TV2.

Innholdsanalysen viser hvordan de to kanalene, med ulikt utgangspunkt for å løse *allmenkringkastingsoppdraget*, skiller seg fra hverandre med hensyn til innhold og presentasjon av nyhetssendingene.

I denne oppgaven hevder jeg at Dagsrevyen i NRK har en tydeligere allmenkringkastingsprofil sammenlignet med 21-nyhetene i TV2, som er preget av å tilhøre en *kommersiell* allmenkringkaster. Likevel fremstår Dagsrevyen med stadig flere trekk som historisk sett har vært typiske for nyheter i kommersielle kanaler. Disse belyses i oppgaven. Ulike organisatoriske faktorer er blant det som påvirker disse forholdene.

I oppgaven ser jeg også på hvordan nyhetssendingene har endret seg over tid. Selv om Dagsrevyen har blitt likere 21-nyhetene på en del områder, forblir *forholdet* mellom de to nyhetssendingene likevel overraskende likt.

TV-nyhetenes format er lett gjenkjennelig. Større formatendringer skjer sjeldent, men der hvor det er mulig å peke på slike endringer, ser vi at de to kanalene har beveget seg i samme retning.

Innholdsfortegnelse

1: INNLEDNING	9
1.1 Bakgrunn for valg av oppgave	9
1.3 Problemstilling.....	12
1.2 Oppgavens struktur	13
2: TEORI	15
2.1 Nyheter.....	15
2.2 TV-nyheter	18
2.2.1 TV-nyhetenes format	20
2.3 To ulike kringkastingsmodeller	21
2.3.1 Nyhetene i kommersielt fjernsyn	24
2.3.2 Nyhetene i klassisk allmennkringkasting.....	25
2.4 TV- og allmennkringkasting i endring.....	26
3: METODE	29
3.1 Kvantitativ Innholdsanalyse.....	29
3.2 Utvalg, begrensninger og praktisk gjennomføring.....	30
3.2.1 Operasjonaliseringer	30
3.2.2 Begrensninger: Hovedsendinger på hovedkanalen	32
3.2.3 Validitet og reliabilitet.....	33
FUNN OG ANALYSE	35
4: DET GENERELLE NYHETSBIDET I PERIODEN	36
4.1: Nyhetenes innhold i perioden	36
4.1.2 Oppfølgingssaker preger nyhetsbildet.....	37
4.3 Kjønnbalansen i nyhetene	37
4.4 TV-nyhetenes format og særpreg.....	39
4.5 Konklusjon: Det generelle nyhetsbildet.....	40
5: LIKHETER OG FORSKJELLER: NYHETENES INNHOLD	41
5.1 Sendingene- og innslagene varighet	41
5.3 Innenriks og utenriks	43
5.4 Hvilke nyhetstyper prioriteres?.....	44
5.4.1 Sammendrag: Hvilke nyhetstyper prioriteres?.....	47
5.5 Felles saker i TV2 og NRK.....	48
5.6 Headinger i 21-nyhetene og Dagsrevyen	50
5.7 Avslutning som fenger eller underholder.....	51

5.8 Konfliktinnslag i 21-nyhetene og Dagsrevyen	52
5.9 Geografisk dekning i 21-nyhetene og Dagsrevyen.....	53
6: LIKHETER OG FORSKJELLER: FORM OG PRESENTASJON	57
6.1 Visualisering i 21-nyhetene og Dagsrevyen.....	57
6.2 Direkteinnslag i sendingene	58
6.3 Feil og tabber	59
6.4 Henvisning til egen nettside	59
6.5 Andre formelementer.....	60
7: LIKHETER OG FORSKJELLER: MENNESKENE I NYHETENE	63
7.1 Kjønnfordelingen i nyhetene.....	63
7.2 Hovedaktørene i 21-nyhetene og Dagsrevyen.....	64
7.3 Kildenes status	65
7.5 Reporterne.....	66
7.5.1 Kommentatoren.....	67
8: HVA HAR ENDRET SEG, OG HVA FORBLIR LIKT I TV-NYHETENE?	69
8.1: Nyhetstypene i Dagsrevyen og 21-nyhetene.....	69
8.2 Headinger i 21-nyhetene og Dagsrevyen	71
8.3 Andre utviklingstrekk i Dagsrevyen og 21-nyhetene	72
8.3.1 Avslutning som fenger eller underholder	72
8.3.2 Inndeling i hovedoppslag og nyhetsnotis.....	73
8.3.3 Innenriks og utenriks.....	74
8.3.4 Konfliktinnslag i 21-nyhetene og Dagsrevyen	74
8.3.5 Direkteinnslag i 21-nyhetene og Dagsrevyen.....	75
8.3.6 Kjønnbalanse i Dagsrevyen og 21-nyhetene.....	76
8.3.7 Kildenes status.....	76
8.4. Konklusjon: Hovedtrekk ved nyhetsinnhold og profilering i 1995 og 2016.....	77
9: KONKLUSJONER	79
9.1 TV-nyhetenes format gjør TV-nyhetene likere.....	80
9.2 Nærhet, sensasjon og visualisering – tabloidiserende trekk	81
9.3 Vesentlighet og bredde i nyhetsutvelgelsen – i retning av public service.....	82
9.4 Oppsummering	82
LITTERATURLISTE.....	85
VEDLEGG 1: FIGURER OG TABELLER.....	87
VEDLEGG 2: KODEBOK/VARIABLER.....	92

1: Innledning

1.1 Bakgrunn for valg av oppgave

TV-nyheter opptar mange mennesker. I Norge har generasjoner fulgt NRKs flaggskip Dagsrevyen fra tidlig alder. Lørdag 20. august 1960 ble de første offisielle TV-bildene kringkastet fra et studio i NRKs fjernsynshus. Dagsrevyen var det første som ble sendt, etterfulgt av den offisielle åpningen av fjernsynet i Norge. I løpet av 1980/90-tallet gjennomgikk det norske mediasystemet store endringer. Det meste dramatiske var kanskje at NRK-monopolet sto for fall (Bastiansen, Dahl 2003). I 1992 ble TV2 opprettet, som skulle utgjøre et alternativ til Norsk rikskringkasting. Kanalen skulle være en motvekt til utenlandske kommersielle program og «formidle det kulturelle mangfoldet i landet vårt ... ta vare på og styrke lokale og nasjonale kulturverdier» (Kalstad 2002 i Bastiansen, Dahl, 2003, s. 473). Konkurransen ble tilspisset, og etter kort tid var også 21-nyhetene til TV2 en etablert nyhetsformidler. 25 år senere i 2017 står de to nyhetsprogrammene fortsatt på sendeplanen til samme tid. Mye har skjedd i medielandskapet i løpet av disse årene, og selv om seertallene fortsatt er høye, viser målinger at yngre seere velger nye kanaler for å holde seg oppdaterte på nyhetsbildet.

Det er *Dagsrevyen* i NRK og *21-nyhetene* i TV2 som skal under lupen i denne oppgaven. De to nyhetsredaksjonene opererer i et felles landskap, med de samme metodene og verktøyene tilgjengelig. Likevel er det elementer som skiller de to kanalene. I denne oppgaven er målet å identifisere disse skillene for å så undersøke om dette gjør utslag i hva slags innhold som blir produsert og hvordan dette blir presentert i de to nyhetssendingene. Et av disse skillene avsløres innledningsvis dette avsnittet. Der står det at TV2 ble opprettet for å utgjøre et *alternativ* til NRK. Det er politisk bestemt at kanalene ikke skal være like. En annen sentral ulikhet mellom de to kanalene er finansieringsformen. TV2 er kommersielt finansiert og NRK er i all hovedsak lisensfinansiert. Likevel er begge kanalene forpliktet til å bedrive allmennkringkasting og nyhetsformidlingen er en viktig del av dette. (Bastiansen, Dahl 2003)

TV2 unnlot å søke om forlenget avtale som allmennkringkaster da kulturdepartementet utlyste avtale om kommersiell allmennkringkasting for perioden 2017-2019. Kanalen krevde økonomisk kompensasjon for å oppfylle forpliktelsene som følger det å være en kommersiell allmennkringkaster. I etterkant av dette la kulturdepartementet frem en ny melding om kommersiell allmennkringkasting *med* statsstøtte. Den nye avtalen kan tidligst iverksettes i 2018, og TV2 er den eneste som har søkt på avtalen.¹

Nyhetsendingene til kanalene er i en presset konkurransesituasjon, med dalende seertall og høy snittalder blant publikum. Samtidig er det fortsatt stor oppslutning rundt nyhetsendingene og de er fortsatt en viktig informasjonskanal. En viktig informasjonskanal, som også er under press, bør være av interesse for forskere. Kort tid etter opprettelsen av TV2 ble det gjort en lignende studie av de to kanalenes hovednyhetsendinger. Den viste at hovednyhetsendingene i NRK og TV2 var nokså like, men at TV2-nyhetene, i sterkere grad enn Dagsrevyen, var tabloidiserte eller kommersielle (Emanuelson 1995). Selv om det har blitt gjort mange studier av fjernsynsnyheter i ettertid, vil den oppgaven bli særlig viktig nå. Et av delmålene i denne oppgaven er å identifisere *endringer* i de to kanalenes hovednyhetsendinger. I og med at studien fra 1995 tar for seg de samme nyhetsendingene med den samme metodiske tilnærmingen, vil den egne seg godt til sammenligning. Strukturen i denne oppgaven er derfor inspirert av «Nyheterne på skjermen» (Emanuelson 1995).

I denne masteroppgaven rettes blikket på nytt mot fjernsynsnyheter for å se hvordan de to kanalene har utviklet seg videre. Er det flere likheter eller forskjeller mellom de to kanalenes hovednyhetsendinger? Interessen for temaet bygger på en opplevelse av at det er mange ulike oppfatninger om TV-tilbudet til de to kanalene. Særlig er dette knyttet til hvilken kanal som har det beste nyhetstilbudet.

Emanuelson hevdet at TV2-nyhetene bar preg av å være mer tabloide og «fargerike» enn NRK, men at det samtidig var vanskeligere som kommersiell kanal å lage nyheter slik de idealtypisk fremstår på en public service kanal. (Emanuelson 1995). Hans tese var at nyhetsendinger i en konkurransesituasjon blir likere over tid. *Konvergensbegrepet* ble på denne tiden brukt i forbindelse med opphevelsen av kringkastingsmonopol og innføring av kommersielt fjernsyn; «Konvergens ble brukt i hypotesen om at konkurranse ville medføre at programmene i de forhenværende monopolkringkastere og nykommere ville bli mer like» (Puijk 2008, s. 12).

¹ Fremgår av pressemelding fra TV2, 23.09.2017: <http://www.tv2.no/a/9382489/>

Mye har endret seg siden TV2 gikk på lufta for første gang i 1992, og i dag blir konvergensbegrepet heller knyttet til *digitalisering* av mediene. (Puijk 2008).

Forutsetningene for å få stor oppslutning rundt TV-nyheter i lineær kringkasting er ikke de samme i dag som for 25 år siden. Som jeg allerede har vært inne på, viser målinger at kanalene sliter med å nå ut til yngre seere. Teknologi som ikke var tilgjengelig på 1990-tallet har gjort det enklere å drive effektiv nyhetsproduksjon rettet mot flere, og nye, plattformer. Roel Puijk sier at fjernsynet gjennomgår et omveltning- og fornyingsregime i kjølevannet av dette, og at «Internett som medium er en av de største utfordringene for fjernsynet i dag» (Puijk 2008, s. 12).

I denne oppgaven ser jeg på hvilken retning *21-nyhetene* og *Dagsrevyen* har tatt, hvordan nyhetene på skjermen ser ut i dag, og hvilke forskjeller som eksisterer mellom de to kanalenes hovednyhetssendinger.

1.3 Problemstilling

NRK og TV2 har begge forpliktet seg til å bedrive «allmennkringkasting», men har to ulike utgangspunkt for å bedrive nyhetsproduksjon. TV2 er en kommersiell aktør som er avhengig av annonseinntekter. Kanalen har politiske føringer som sier at den skal utgjøre et alternativ til NRK, som er en tradisjonell allmennkringkaster finansiert av lisensavgiften. Jeg vil se på om disse to forskjellige utgangspunktene gjør utslag i hvordan nyhetssendingene ser ut, og hva som kjennetegner nyhetsprofilen til de to aktørene.

Dette kan oppsummeres i følgende problemstilling:

- Hva skiller hovednyhetssendingen i TV2 fra hovednyhetssendingen i NRK, med hensyn til hvilke saker som velges ut og hvordan disse blir presentert?

De følgende forskningsspørsmål vil være verktøy for å kunne besvare problemstillingen:

- Hva lags nyhetsinnhold prioriteres i de to hovednyhetssendingene til NRK og TV2?
- Hva kjennetegner personene som opptre som reportere, siterte kilder og intervjuobjekter i de to hovednyhetssendingene til NRK og TV2?
- Hva skiller de to hovednyhetssendingene til NRK og TV2 med hensyn til TV-nyhetenes form og presentasjon?
- Hvordan skiller et utvalg av funnene seg fra funn i undersøkelsen, *Nyhetene på skjermen?* (Emanuelson 1995)

Forskningsspørsmålene kan deles inn i fire hovedkategorier: Nyhetens innhold, menneskene i nyhetene, fjernsynsnyhetenes format og endring i TV-nyhetene.

Hovedmålet er å få en bedre forståelse av likheter og forskjeller mellom de to hovednyhetssendingene. Jeg vil også sammenligne et utvalg av analysert data med resultater fra undersøkelsen gjort i 1995. (Emanuelson 1995). På grunn av oppgavens omfang vil jeg i denne delen fokusere på nyhetsutvelgelse og profilering av ulike nyhetstyper i de to kanalene.

I denne prosessen vil det være flere delmål. Deriblant å vinne kunnskap om hva slags saker som fremstilles i nyhetene og hvordan disse presenteres. Herunder vil det være mange variabler som undersøkes, men som til sammen danner en oversikt over nyhetssendingenes innhold og presentasjonsform over en utvalgt periode. Jeg kommer til å utforske kjente begreper innenfor journalistikk- og medieforskning i dette arbeidet.

1.2 Oppgavens struktur

Oppgaven struktureres over ni hovedkapitler. I kapittel to beskriver jeg teoretiske tilnærminger til temaet. Her belyser jeg likheter og forskjeller mellom to kringkastingsmodeller og setter dette i sammenheng med nyhetsproduksjonen til NRK og TV2. I kapittel tre presenterer jeg den metodiske tilnærmingen som er benyttet i arbeidet. I kapittel fire beskrives det generelle nyhetsbildet i perioden. I kapittel fem sammenligner jeg innholdet i nyhetene til NRK og TV2. I kapittel seks sammenligner jeg TV-nyhetenes format og presentasjonsform i de to kanalene. I kapittel syv tar jeg for meg menneskene i nyhetene. Her ser jeg på kildebruk og kjønnsbalanse i de to nyhetssendingene. I kapittel åtte sammenlignes et utvalg av funnene med studien fra 1995 (Emanuelson 1995). I dette kapitlet vektlegges nyhetenes innhold. I kapittel ni presenteres konklusjoner og det gjøres en drøfting av disse, sett i sammenheng med teorigjennomgangen presentert i kapittel to.

2: Teori

Det er gjort en mengde analyser som tar for seg flere av de spørsmålene som er sentrale i denne oppgaven. Helt nylig finner vi Gunn Enli og Trine Syvertsens artikkel, *25 år med kommersiell allmennkringkasting* (Enli, Syvertsen 2017) Jeg finner altså ny forskning som er relevant for oppgaven, men ingenting som svekker dens vesentlighet. Teorien som det refereres til i denne masteroppgaven vil i stor grad være knyttet til journalistikk- og medieforskning.

Det er for eksempel gjort undersøkelser som viser hva som kjennetegner nyheter i kommersielle fjernsynsstasjoner. Tilsvarende er gjort for lisensfinansierte fjernsynsnyheter. (Se for eksempel Carlsson 2013). Det finnes også en mengde tilgjengelig litteratur som tar for seg temaet «en medievirkelighet i endring.» Det er innenfor denne teoretiske rammen mulig å peke på særpreg som kan eller bør skille aktørene, og dernest gjøre nye undersøkelser. For å kunne begi seg ut på et slikt prosjekt bør det også trekkes inn mer generelle betraktninger og teori knyttet til nyhetsproduksjon og TV-nyheter. Det finnes for eksempel ulike definisjoner på hva en nyhet egentlig er. Videre vil jeg se på fjernsynsmediets særpreg og egenskaper, og hvordan kringkastingen endrer seg i møtet med nye medier.

Jeg vil starte teorigjennomgangen med å drøfte ulike definisjoner og begrep som brukes om nyheter og særlig TV-nyheter. Dette vil være nyttig for å diskutere forholdet mellom de ulike kringkastingsmodellene, public service, og kommersielt fjernsyn. Jeg vil så se på hvordan konkurransesituasjon og politiske føringer kan ha betydning for hvordan nyhetsutbudet ser ut. De ulike kanalene har egne uttalte mål om hva de vil at nyhetsjournalistene skal oppnå i hverdagen, og her er det gjort grundige undersøkelser som skal trekkes frem i denne oppgaven.

2.1 Nyheter

Det finnes mange definisjoner på hva en nyhet er. Nyheten er en viktig byggestein i journalistikken, og det har den vært i over 150 år. Selv om vi vet at nyhetene er viktige, så må vi også forsøke å forstå hva nyhetene er. I boken *Journalistikk (2013)* finner vi følgende definisjon: «Nyheten oppstår i skjæringspunktet mellom virkeligheten der ute, journalistfagets normer og regler, redaksjonens prioriteringer og journalistens kreativitet og handlingsrom.» (Handgaard, Simonsen, Steensen 2013, s. 38)

Det at noe nytt eller uvanlig skjer rundt oss er ikke nok til at vi uten videre kan betrakte det som en nyhet. En sentral del av nyhetsjobbingen handler om å ta valg. I den journalistiske prosessen velger vi ut hva som er viktig og tilfører en vinkling til saken. Vi presenterer den i en ramme, med et språk og en dramaturgi som gjør den tilgjengelig for et bestemt publikum. (Handgaard, Simonsen, Steensen 2013)

Ulike nyhetsredaksjoner har egne kriterier som skal ligge til grunn når journalistene bestemmer seg for om de skal produsere en nyhetssak. Disse vil også være i endring ettersom ulike redaktører og ledere tiltrer redaksjonene over tid. Nyhetskriteriene og ordlyden på disse vil variere, men i faglitteraturen er forkortelsen VISAK en gjenganger: Vesentlighet, identifikasjon, sensasjon, aktualitet, konflikt. (Brurås 2012)

Her forklares VISAK helt kort:

1. Vesentlighet: Dette kravet retter seg mot mediernes samfunnsansvar og er knyttet til tanken om mediernes plass i demokratiet, hvor ytringsfrihet og informasjonsfrihet står sentralt.

2. Identifikasjon: For at en nyhet skal vekke interesse bør seeren kunne identifisere seg med saken, eller hovedpersonen i den.

3. Sensasjon: For eksempel store dramatiske hendelser, forøvrig saker som avviker fra det normale.

4. Aktuell: Nyheter skal være nye. I en moderne medievirkelighet har effektiv formidling blitt viktigere i konkurransen mellom mediene.

5. Konflikt: Vi kan snakke om både ytre og indre konflikter. I fjernsynsnyheter er det vanligst å velge ytre konflikter. I korte innslag er det enklere å fortelle ved hjelp av motsetninger mellom aktørene i saken.

Kriteriene slik de her er beskrevet tar utgangspunkt i Galtung og Holmboe Ruges (1965) og har siden blitt bearbeidet og forenklet. (Punkt 1-5: Handgaard, Simonsen, Steensen, 2013 s.44-58)

VISAK er ikke en «smørbrøddliste» som journalister kan bruke som en fasit i nyhetsvurderingen. Ulike medier prioriterer saker ulikt, men VISAK kan sees på som et hjelpeverktøy i vurderingen av hvilke kvaliteter en sak har.

Disse kvalitetene kan brytes ned i tre hovedkategorier; de journalistfaglige, de demokratiske og de kommersielle kvalitetene. Dersom nyhetssaken er faktabasert, aktuell og relevant i den sammenhengen den blir presentert i, kan man si at den har journalistfaglige kvaliteter. Mediernes demokratiske ansvar, de demokratiske kvalitetene, handler om samfunnsoppdraget journalistene har. Budskap som formidles skal verne om og støtte opp under demokratiske verdier. Mediene har privilegier og en tilgang til informasjon som vanlige borgere ikke har. Som deltakere i demokratiet skal journalister derfor sette søkelys på maktforholdene i samfunnet og samtidig verne om sine kilder. (Handgaard, Simonsen, Steensen, 2013).

Sigurd Allern sier at profesjonsideologien til journalister bygger på kodifiserte normer som uttrykkes gjennom Vær-Varsom-plakaten. Pressen skal avdekke kritikkverdige forhold, og være en motmakt «ansvarleg berre ovenfor publikum» (Roppen, Allern 2010, s. 23) Videre peker han på at nye forståelser av allmennkringkasting, og ny teknologi, utfordrer disse tradisjonelle verdiene.

Nyheter skal også være salgbare, og her snakker vi om kommersielle kvaliteter. Hva skal til for at publikum ønsker å bruke tid på å lese, se eller lytte? Nyhetene må appellere til følelser og vekke interesse, og kommersielle krefter har hatt en økt betydning for norske medier. Profesjonaliseringen av mediehusene som skjedde på 70- og 80-tallet bidro til at mediene i stor grad frigjorde seg fra partipolitiske bånd og dreide seg i større grad mot det kommersielle markedet. En økende bruk av visualiseringer som caser og etterspørsel av bilder kan sees på som et resultat av en økende publikumsorientering. Nyhetene må være salgbare for at folk skal bruke tid på å se nyhetene, og annonsører vil selvsagt være interessert i størst mulig oppslutning rundt produktet de investerer i. (Handgaard, Simonsen, Steensen, 2013)

Mangler en sak journalistfaglige kvaliteter, er det en upålitelig nyhet. Dersom de demokratiske aspektene ikke er tilstede, er det en uvesentlig nyhet. Uten kommersielle kvaliteter, blir saken fort en død nyhet som ingen gidder bry seg om. Jo mer de tre kvalitetene overlapper, jo

«bedre» er nyheten.»² (Lund, Willig, og Blach-Ørsten, 2009 i Handgaard, Simonsen, Steensen, 2013 s.43).

2.2 TV-nyheter

TV-nyhetene har en historisk forankring i tidligere medier. Radionyhetene og filmavisen er eksempler på dette. Arven fra radiomediet gjorde at BBCs nyheter først besto av en ren opplesning over et bilde i bakgrunnen av ankerpersonen. Først fra 1950-tallet fikk det visuelle større betydning, og dette var etter påvirkning fra amerikanske kommersielle TV-kanaler. Det har skjedd store endringer i TV-nyhetene etter nisjekanalenes fremvekst på 1980-tallet. I dag er TV-kanaler med nyhetssendinger i mindretall. I takt med endringene har fremveksten av egne nyhetskanaler økt konkurransen til allmennkanalene. I 2007 lanserte TV2 *Nyhetskanalen* (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010)

En tradisjonell nyhetsreportasje i TV-format er langt kortere i manus enn det en nyhetssak vil være i en avis. Nyhetsinnslag i tradisjonelle norske TV-sendinger har en normal varighet på rundt 90 sekunder. Dette gjør at TV-journalisten får utfordringer med tanke på hva som skal fortelles verbalt, hva som skal vises med bilder og hvordan dette skal gi saken et så helhetlig og korrekt som mulig, på svært kort tid. En del av kritikken mot TV-reportasjens sjanger begrunnes nettopp i dens stramme format og episodiske innramming av samfunnsproblemer. Pål Aam trekker frem *hypervideo*, klikkbare videoreportasjer, som en mulig fremtidsløsning for å gjøre TV-reportasjer mindre avgrenset og mer åpen i møte med publikum. (Allern, Roppen 2010)

En TV-journalist må kjenne saken hun jobber med like godt som en avisjournalist, men hun må være trent til å kunne forenkle innholdet i presentasjonen. Olav Njaastad (1999) hevder at det ikke finnes noe mer «tabloid» journalistisk medium enn TV, og at kritikere vil si at nyhetsflommen på TV er med på å skape likegyldighet. Dette kan komme som et resultat av at seeren blir følelseskald eller avstumpet av det store tilfanget av bilder og informasjon i saker som handler om alt fra nød og elendighet fra områder med stor geografisk avstand, til politikere som snakker om viktige temaer uten mulighet for innlevelse hos seeren. Fortellerspråket i TV blir derfor avgjørende for om innslaget oppleves som troverdig og om det åpner for innlevelse hos seeren. «Fordi TV-journalistikk er opplevelsestung, smelter form og innhold sammen» (Njaastad 1999 s.16).

Historisk sett har TV-nyheter hatt stor tillit i befolkningen. Undersøkelser har vist at TV2-nyhetene kort tid etter opprettelsen hadde langt høyere tillit i befolkningen enn flere tabloidaviser i landet hadde. Dagsrevyen hadde også høyere tillitt enn radionyhetene. (MMI 1993 mfl. i Emanuelsen 1995, s. 13) Emanuelsen peker på bildenes autensitet som en viktig årsak til dette. Troverdighet oppnås ved at seerne «ser selv» hva som skjer. Også utenlandske undersøkelser viser at nyhetene på TV har blitt oppfattet som mer troverdige enn nyhetene i aviser.

Hovednyhetssendingene til TV2 og NRK, som i denne oppgaven er gjenstand for analyse, bærer i stor grad preg av å være utplukkede nyheter. Nyhetssendingene har mellom 9-23 innslag, og rommer langt mindre enn det en nett- eller papiravis gjør.³ Hovednyhetssendingene gir inntrykk av at de presenterer dagens viktigste nyheter, mens avisnyhetene åpner opp for mer plass og for flere valgmuligheter. Dette er også tilfellet i undersøkelsen fra 1995 (Emanuelsen 1995). TV-sendinger er bredt anlagt på den måten at ulike nyhetstyper prioriteres opp mot hverandre, uavhengig av hvor det kommer fra. «Det er den gode nyhetsmiksen som gjelder.» (Njaastad 2010, s. 13) En undersøkelse presentert i 2012 viser at TV-nyhetene til NRK og TV2 hadde en høy andel fellessaker. I denne undersøkelsen fremkommer det at NRK hadde en lavere satsning på egne nyheter. Hele 92% av de registrerte nyhetene til Dagsrevyen var klare fellesnyheter. TV2 valgte i større grad sitt eget nyhetsbilde hvor en av seks saker var eksklusive. (Brurås 2012, s. 42)

Nyhetene har historisk sett vært viktige for TV-kanalene med hensyn til seertall og troverdighetsbygging. Det er fortsatt et stort antall mennesker som ser TV-nyheter, men undersøkelser viser at det har vært et betydelig fall i seertall i Dagsrevyen og i 21-nyhetene de siste 15 årene. I tillegg er seerne eldre enn tidligere. I NRK er 90% av seerne over 40 år. TV2 har rundt 10% flere yngre seere, men kanalen har mistet halvparten av oppslutningen rundt 21-nyhetene siden 2002. I den samme perioden har Dagsrevyen en nedgang på omkring 25% i oppslutning. (Kantar TNS, 2016) I denne nedgangsperioden så har det skjedd store endringer i nyhetsformidlingen på andre plattformer, nærmere bestemt rettet mot nett og mobil. I dag kan vi for eksempel se Dagsrevyen på nettsidene til NRK når vi vil. Denne flerplattformutviklingen gjør det vanskeligere å definere TV. I boken *TV – en innføring* spør forfatterne:

³ Se kapittel 5.1 for utfyllende beskrivelse av sendingenes varighet.

Er alle levende bilder, uavhengig av sender, distribusjonsform og visningsplattform «TV» eller er begrepet «TV» forbeholdt de etablerte kringkasterne og deres distribusjon av tv-programmer via kringkastingsnettverk? (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010, s.28)

Den kontinuerlige nyhetsstrømmen som er tilgjengelig et tastetrykk unna påvirker uansett seertallene i «klassisk» lineær kringkasting. Konkurransesituasjonen i nyhetsmarkedet vil bli relevant å diskutere videre i kommende kapitler. Først vil jeg bruke noe mer tid på «format»-begrepet.

2.2.1 TV-nyhetenes format

I forrige avsnitt fokuserte jeg på ulike særpreg ved TV-nyhetene. Det er nærmest umulig å gjøre det uten å trekke inn forhold som omhandler *format*. Innhold og format smelter sammen, og således blir dette avsnittet en utdypning av det forrige.

TV-nyhetenes format taler for likheter mellom 21-nyhetene og Dagsrevyen. Når jeg her snakker om format tar jeg først utgangspunkt i hvordan format forklares i Emanuelsen (1995). Da er formatet «de regler og prosedyrer som brukes for å definere, velge ut og presentere informasjon og erfaringer.» (Altheide 1985:9 i Emanuelsen 95, s 15) Her blir TV-nyheter sett på som et eget medium, med eget format.

Flere som har forsket på TV-nyheter trekker frem at et problem med formatet er at det foreligger en rekke forventninger knyttet til hvordan TV-nyheter skal se ut. Njaastad (2010) omtaler det som *konvensjoner*. Han mener at dersom en nyhetssending skal være god, så må den være forutsigbar i form, men «spennende og uforutsigbar i innhold og presentasjon innenfor de faste rammene» (Njaastad, 2010, s. 13) Njaastad hevder at nyhetsformatet i TV er så stramt at det gir lite rom for eksperimentering. Et sentralt formatkriterium er at nyhetene må fortelles som en historie eller sak. Dette må gjøres for å vekke interesse og bringe informasjon som leder til et hovedpoeng før saken kan avsluttes. Med dette følger egne, godt kjente, begreper i TV-reportasjen, men i hovedsak handler det om å trekke seeren inn i saken ved bruk av et godt anslag, bringe informasjon som gir seeren fordypning i saken, og avslutte med et sluttpoeng (Njaastad 2010).

Format handler i stor grad om forhold ved presentasjonen, men også hvordan dette kan påvirke innholdet. I tillegg til de klassiske nyhetskriteriene styres utvelgelsen av saker til TV-nyheter av visuelle hensyn. Noen saker passer bedre til mediets format enn andre. Dette kan

påvirke hvilke saker som velges ut. Eksempelvis vil ulykker, naturkatastrofer eller kriminalitet gi gode visualiseringsmuligheter. Derfor er det naturlig at denne type saker fremkommer oftere enn andre i TV-nyhetene. (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010)

TV-mediets styrke er nærhet og identifikasjon, og det er naturlig at det derfor satses tungt på saker med publikumsappell. Kan dette gå på bekostningen av saker som er viktige og som tar opp vesentlige spørsmål? Dette spørsmålet dukker opp i et observasjonsstudium fra 2012 der medieforskeren har tilbragt tid i TV2s nyhetsredaksjon. Her oppsummeres det med at nærhetskriteriet har en særlig høy prioritet i nyhetsutvelgelsen. (Brurås 2012)

Større formatendringer i TV-nyhetene forekommer sjeldent. Nyhetssjangeren er dermed lett gjenkjennelig. NRK har i historiens løp for eksempel variert mellom en og to ankerpersoner, kanalene har oppdatert nyhetsstudioet med bedre løsninger for grafiske presentasjoner, men mye forblir likt. Åpningsvignetten, sakene som «topper» sendingen, introduksjonene som leses før hvert innslag og en inndeling mellom korte nyhetsnotiser og hovedoppslag er eksempler på elementer som forblir fast inventar. Studioene og grafiske løsninger blir jevnlig fornyet slik at kanalene fremstår som oppdaterte. (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010) Utover dette har «formatet» vært tilsynelatende stabilt. En åpenbar formatendring de siste 20 årene er muligheten for å sende TV-saker i direkteform, raskt og fra nesten hvor som helst. Analysen vil forhåpentligvis belyse andre små og store endringer, og forskjeller mellom 21-nyhetene og Dagsrevyen. I kapittel 2.4 kommer jeg nærmere inn på teknologi og hvordan den åpner for nye muligheter, men også skaper nye utfordringer for TV-nyhetene og allmennkringkastingen i dag.

2.3 To ulike kringkastingsmodeller

I dette avsnittet drøftes forskjeller mellom såkalte PSBer⁴ og kommersielt fjernsyn. Både TV2 og NRK er forpliktet til drive etter prinsippene om allmennkringkasting i undersøkelsesperioden. De store ulikhetene mellom de to kanalene er finansieringsgrunnlaget og historien.

Den norske tilnærmingen til PSB er delt. På den ene siden har vi NRK som er tilnærmet fullfinansiert av lisensavgiften, samtidig så er det flere private kommersielle kanaler som i hovedsak er finansiert av reklame. Disse kanalene (Radio Norge, TV2, P4) har likevel

⁴ Public Service Broadcaster

forpliktelser om å bedrive allmennkringkasting. I sin *helhet* tolkes disse fire selskapene som allmennkringkastere. I andre land, som for eksempel Sverige, er situasjonen ganske annerledes. Her er det tre kanaler som til sammen utgjør allmennkringkastingen, og som er fullt ut lisensfinansiert. Reklamefinansiering er ikke tillatt i noen av disse kanalene. (Carlsson, 2013). Tyske PSBer er i all hovedsak finansiert av lisensavgifter. Det er strenge regler for kommersiell inntekt og dette utgjør en minimal del av inntektsgrunnlaget. Et interessant tilleggsmoment er at allmennkringkastere i Tyskland ikke har lov til å tilby presselignende *digitale* tilbud. Dette er svært ulikt fra NRK hvis vi skal sammenligne. (Kilde: Hva nå NRK? 2014)

Emanuelsen problematiserer den «likeverdige» klassifiseringen av NRK og TV2 som allmennkringkastere, og begrunner dette med bakgrunn i finansieringsformen til TV 2. «Et viktig moment som ofte trekkes inn i skillet mellom kommersielle kanaler og kanaler med såkalt public service ideologi er hvorvidt hensikten er å tjene penger eller «opplyse folket»». (Emanuelsen 1995, s. 20) Et kjennetegn på den idealtypiske public service-kanalen er at den skal sikre befolkningen et allsidig og mangfoldig medietilbud for «alle», inkludert minoriteter, uten fokus på reklamer og fortjeneste. (Brurås 2012)

Reklamefinansiering vanskeliggjør en del av disse kravene, og det bør være en utfordring for TV2 som har en økonomi som er basert på reklame og fortjeneste. Emanuelsen peker på at eierforholdene legger føringer på driften, og som et resultat av dette blir det et større press for privateide TV2 å skape overskudd, enn det er for lisensfinansierte NRK. (Emanuelsen 1995) Det finnes gode argumenter for at det ikke kan forventes at den private sektoren leverer et tilsvarende TV-tilbud som de konvensjonelle allmennkringkasterne leverer. Prioriteringene og dynamikkene i styresettet er fundamentalt ulikt. Lund og Lowe (2013) hevder at nettopp dette gjør at allmennkringkasting i dag spiller en viktig rolle i å levere innhold som er til det beste for befolkningen – der markedet ellers svikter. (Carlsson 2013, s. 51)

Behovet for å skape overskudd gjenspeiles også i dagens situasjon. Ved utgangen av 2016 valgte TV2, for en periode, å ikke søke ny konsesjon som allmennkringkaster. Dette er en kontroversiell avgjørelse i kanalens historie. Noe av bakgrunnen for dette var at kanalen ikke lenger mente at motytelsene fra staten var gode nok for å drive en kostbar nyhetsproduksjon. Som nevnt innledningsvis førte dette til at kulturdepartementet la frem en ny melding om kommersiell allmennkringkasting *med* økonomisk kompensasjon. Den nye

avtalen kan tidligst iverksettes i 2018, og TV2 har søkt om å få fortsette som kommersiell allmennkringkaster.⁵ Dette er ikke første gang TV2 har vært i tvil om å fortsette som allmennkringkaster. Sigurd Allern beskriver en situasjon i 2009 hvor fallet i annonseinntekter gjorde at TV2 måtte legge ned journalistiske graveprosjekter, og hvor forhandlingene om nye konsesjonsvilkår med kulturdepartementet i en lang periode sto stille (Allern, Roppen 2010) Enli og Syvertsen skriver i sin artikkel at premissene i 2016 var snudd, at det var uaktuelt å kjempe for privilegiet. TV2 ville ha statsstøtte for å oppfylle myndighetenes forventninger. (Enli, Syvertsen 2017) At disse endringene kommer nå, er ikke overraskende. En rapport fra 2014 som ble utarbeidet på bestilling fra TV2 konkluderer med at det er: «... økt konkurranse som følge av det totale TV- og internett-tilbudet. Det lønner seg ikke for TV2 å bedrive allmennkringkasting ...» (Bjørnerak 2014)

I de to neste avsnittene vil jeg se nærmere på hva som er typiske kjennetegn ved kommersielle nyheter og PSB-nyheter. Emanuelsen presenterer fire momenter som taler for likheter og ulikheter mellom 21-nyhetene og Dagsrevyen:

- TV-nyhetenes format taler for likheter.
- Idealtypene public service og kommersielt fjernsyn taler for ulikheter.
- Konkurranse mellom fjernsynsmodellene (public service versus Kommersielle nyheter) har i mange tilfeller vist at sendingene blir likere.
- TV2 som et alternativ til NRK taler for forskjeller (politisk bestemt).

(Punkt, 1-4, Emanuelsen 1995, s. 45)

Før den videre drøftingen av de to modellene, er det er viktig å presisere at det ikke er slik at NRK og TV2 utelukkende hører hjemme i kun én av kategoriene. I denne analysen vurderes TV2-nyhetene likevel som *nærmere* idealtypen kommersielt fjernsyn, og NRK som nærmere idealtypen PSB, eller «klassisk allmennkringkasting.»

⁵ Fremgår av pressemelding fra TV2, 23.09.2017: <http://www.tv2.no/a/9382489/>

2.3.1 Nyhetene i kommersielt fjernsyn

Tidligere forskning gjør det mulig å peke på kjennetegn ved nyheter i kommersielle TV-kanaler, på samme måte som det finnes kjennetegn ved nyheter klassisk allmennkringkasting. Nyhetene er med på å skape tillitt og troverdighet til TV-kanalen. Derfor er ikke seertallene nødvendigvis det eneste som er av betydning når kommersielle kanaler satser på nyheter. (Emanuelson 1995). Forklaringen på hva som former nyhetene i kommersiell TV, er nokså kompleks.

Howard Tumber (1999) presenterer en modell som viser at det er mange faktorer som påvirker nyhetsutvelgelsen, hvordan journalistene jobber, orienterer seg i nyhetsbildet, og hva som er det viktigste å fortelle fra den enkelte historie. Disse faktorene kan spores langt oppover i mediasystemet. Føringer fra eiere og krav om profitt fra markedsinvestorer – kanalisert gjennom medienes ledelse fører til en bestemt type organisasjonskultur;

Combining business and journalistic standards, the media firm competes in the market for investors, sources, advertisers and consumers. Thus news rather than the «reflection of reality» that its producers have sometimes claimed it to be, becomes a commodity to fit the market demands of a collection of special interests. As such, it is an elaborate compromise (Tumber 1999, s. 189).

Tumber fortsetter med å presisere at de som bestemmer i nyhetsutvelgelsen, sjeldent bevisst veier forholdet mellom lønnsomhet og journalistisk standard, men at nyhetsutvelgelsen gjøres med referanse til en organisasjonskultur som har gjort seg avhengig av begge deler.

I den kommersielle allmennkringkasteren TV2 er sjefredaktøren også administrerende direktør. Det er hans jobb å forene ulike forventninger fra eiere, annonsører og seere – med myndighetenes forventninger. (Enli, Syvertsen 2017) Spørsmålet er i hvilken retning dette påvirker nyhetsformidlingen i kanalen.

Emanuelson hevder også at nyhetene *kan* sees på som en handelsvare i kommersielle TV-kanaler. «Fordi programmene må ha høye seertall fristes kanalene til å sende tabloidiserte nyheter på linje med løssalgavisene.» (Emanuelson 1995, s. 23) Nyhetene skal selges og fremstillingen skal gjøres underholdene. Denne trenden blir ofte karakterisert som en negativ utvikling, men Emanuelson peker på at tabloide- eller kommersielle nyheter også kan bære

preg å av å være mer «oppfinnsomme, interessante og håndgripelige» (Emanuelsen 1995, s. 25). Til eksempel så har TV2 vært kjent for å satse på *egne saker*. I NRK har majoriteten av saker vært såkalte *fellessaker*. (Burås 2012). Dette er kanskje et tegn på en slik oppfinnsomhet.

Oppsummert kan vi si at nyheter i kommersielle kanaler, *i sterkere grad*, blir sett på som en vare et mediehus kan tjene penger på sammenlignet med nyhetene i idealtypisk allmennkringkasting. Nyhetene «menneskeliggjøres», og fokus på nærhet står sentralt. Det visuelle bestemmer utvelgelsen og sensasjon- og identifikasjonskriteriene får mye plass. Sensasjonelle innslag, naturkatastrofer og kriminalitetsstoff er eksempler på dette.

Enli og Syvertsen (2017) beskriver hvordan ledelsen i den kommersielle allmennkringkasteren TV2 har måttet balansere forholdet mellom allmennkringkasting og kommersiell drift. Nyhetsformidlingen utgjør en viktig del av konsesjonsvilkårene som kanalen har forpliktet seg til. Det er derfor interessant å se på i hvilken grad nyhetsendingene i TV2 bærer preg av å være kommersielle eller tabloidiserte.

2.3.2 Nyhetene i klassisk allmennkringkasting

Jeg har valgt å kalle dette avsnittet *nyhetene i klassisk allmennkringkasting*. Det finnes ikke én definisjon, eller én oppskrift på hvordan nyhetene i allmennkringkastingen skal se ut. Det er likevel mulig å peke på noen idealtypiske kjennetegn ved nyhetene i public service-kanaler ved å se på hva som tradisjonelt sett har vært viktig, og hvordan allmennkringkastere ideelt sett ønsker å fremstå.

«... NRK har en forpliktelse til å sikre befolkningen et allsidig og mangfoldig medietilbud basert på kvalitet og ikke på økonomisk gevinst ...» (Brurås 2012, s. 171) Dette er grunnleggende allmennkringkastingsprinsipper som skal speiles i hele NRKs programtilbud. Det skal være noe for «alle», inkludert minoriteter og uten fokus på reklamer og fortjeneste. Dagsrevyen skal også vise *bredde* i nyhetsformidlingen. Dagsrevyens mål er å være et flaggskip på nyheter og «... speile landet gjennom hele sendinga og fortelle det viktigste som skjer i verden» (Brurås 2012, s. 173).

For å kunne hevde at det finnes spor av universelle prinsipper i allmennkringkastingen må vi se på historien til allmennkringkasting i Europa. British Broadcasting Corporation (BBC) har ideologisk fungert som foregangsmodell for Norge og mange andre land i Europa. Allerede på 1920-tallet ble det argumentert for at kringkastingen burde fungere som en

allmenn tjeneste. Formen kunne brukes til å utdanne og opplyse og underholde folket. (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010)

... Det var ikke BBCs mål å gi publikum det de nødvendigvis ville ha, men snarere det de ikke visste de trengte. I ettertid har ideene til John Reith (BBCs første generaldirektør) blitt kritisert for å være elitistiske og paternalistiske, men fortsatt har idealene en viss innflytelse over allmennkringkasternes programtilbud og hvilke forventinger som rettes mot lisensfinansierte kringkastingsselskap ... (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010, s. 29)

Kvalitet var et viktigere kriterium enn popularitet i den idealtypiske public service-kanalen. Kritisk uavhengig journalistikk og en plikt til å bringe viktig informasjon er beskattede verdier i denne modellen (Emanuelson 1995) Vi ser at elementer fra BBC-tradisjonen har blitt videreført i dagens lisensfinansierte kringkastingsselskap, men det er viktig å poengtere at allmennkringkastingen også er et pågående prosjekt. Allmennkringkasting i endring er derfor tema for neste avsnitt.

2.4 TV- og allmennkringkasting i endring

Forståelsen av TV som medium i dag kan ikke sammenlignes med hvordan TV som medium ble oppfattet da det først ble introdusert for oss. Jeg anser det derfor som relevant for oppgaven å trekke inn noen beskrivelser av hva som kjennetegner TV som medium i dag og hvordan dette påvirker allmennkringkastingen. I boken *tv – en innføring* beskrives fire tendenser: Fragmentering og nisjer, globalisering, konvergens og flerplattform, demokratisering og allmennkringkasting. *Fragmentering og nisjer* innebærer at det har vært en enorm økning i antall kanaler. Vi har gått fra en monopolfase, til en flerkanalfase og fra midten av 1990-tallet beskrives en fragmenteringsfase. Denne innebærer at flere nisjekanaler tok form. Dette kunne for eksempel være kanaler rettet mot spesifikke tema og målgrupper. En del av grunnen til dette var at etablerte allmennkringkastere opprettet tilleggskanaler. I NRK kom NRK2, og i TV2 kom Nyhetskanalen. Tilfanget av nye kanaler skapte store utfordringer, spesielt for TV2 som fikk økt konkurranse i annonsemarkedet. I tillegg førte veksten av kanaltilbudet til at TV-mediet i dag i mindre grad fungerer som en samlende arena for nasjonen. *Globalisering- og regionalisering* innebærer at TV-tilbudet har gått fra å være et først og fremst nasjonalt anliggende til i større grad å bli internasjonalt. Dette ble muliggjort av nye distribusjonsteknologier som ble introdusert på 1980-tallet og som fortsatte videre.

CNN er et eksempel på en av de første nyhetskanalene som sendte 24-timer nyheter verden over. CNN hadde i 2010 over 40 distriktskontorer fordelt over hele verden. (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010)

Olav T. Sandnes, sjefsredaktør og administrerende direktør i TV2 har sørget for at kanalen fortsatt satser på norsk innhold «– enten det er underholdningsformater, hverdagsdokumentarer eller norsk drama – stoff som de globale konkurrentene i mindre grad kan profilere seg på.» (Enli, Syvertsen 2017, s. 15)

Demokratisering og allmennkringkasting innebærer i dag *mer* enn den definisjonen som ble introdusert i avsnitt 2.3.2. Allmennkringkastingen slik vi kjenner den er et pågående prosjekt. I Norge har allmennkringkastingen en forholdsvis lang tradisjon, og ideene om den demokratiserende allmennkringkastingen omfatter nå mer enn TV-mediet. NRK har, ikke uten protest fra konkurrenter, ekspandert sitt TV-tilbud over internett i stor grad. (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010) Dette innholdet er fortsatt fritt tilgjengelig, uavhengig av om brukeren har betalt lisensavgift. Dette problematiseres i stor grad i en rapport utarbeidet på bestilling fra Mediebedriftenes Landsforbund (Hva nå NRK, 2014).

NRKs enorme utvikling og konkurranseorientering beskrives utfyllende i boken *Nye utfordringer for gamle medier*. Her løftes det frem at det har vært en endring i det politiske synet på NRK det siste tiåret som «... kan peke i retning av at NRK enda tydeligere får rammevilkår som likner de privataktørene har. Det vil i så fall være et sprang i retning av å bringe det norske mediasystemet bort fra det demokratisk korporative og i retning av det liberalistiske» (Lund, Nord, Roppen 2009, s.93)

I et observasjonsstudium av Dagsrevyen identifiseres mange av de verdiene som er representative for den idealtypiske public service-kanalen. Men i nåtidens Dagsrevyen har fokuset på nærhetskriteriet fått en reell størrelse. «Folk flest» har fått en viktigere rolle og skal være bærende hovedpersoner i de gode nyhetsfortellingene. Publikum skal blir tilkjent en avgjørende betydning, og nyhetene skal «selges inn» til TV-seerne. (Burås 2014). Dette er en mer liberal tilnærming enn den som fremkommer av den opprinnelige BBC modellen hvor målet ikke var å gi publikum det de nødvendigvis vil ha, men snarere det de ikke visste de trengte. Burås forklarer denne tendensen på følgende vis:

Noen kaller en sterkere satsing på nærhet til folks hverdag i nyhetsproduksjonen og nyhetsproduktene for popularisering og kommersialisering, andre kaller demokratisering. Like

enkelt – eller kanskje vanskelig – å kalle det nyhetsproduksjonens tredje dimensjon, nødvendigheten av legitimitet og aksept fra oss, fra «folk flest» (Burås 2014, s. 200)

Konvergens og flerplattform innebærer at vi i dag like gjerne ser *Dagsrevyen* via en app på mobilen. Det har blitt vanskeligere å identifisere skillene mellom kanaler og medier. TV-selskaper ekspanderer og går nye veier for å nå brukerne via eierskap i selskaper som satser på innholdsproduksjon til nett. Utenforstående aktører har blitt TV-distributører og aviser har beveget seg inn i TV-landskapet (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010).

Oppsummering teori:

I dette kapitlet har jeg drøftet ulike tendenser i tv-utviklingen og pekt på elementer som viser at allmennkringkasting ikke er et stillestående prosjekt, men et prosjekt som er under påvirkning fra myndigheter, det kommersielle markedet og en kompleks konkurransesituasjon som påvirkes av nye plattformer. Jeg har forsøkt å peke på særegenhetene ved TV-nyhetenes format, og hvordan ulike verdier og organisatoriske forhold påvirker nyhetsformidlingen i NRK og i den kommersielle allmennkringkasteren TV2. Jeg har løftet frem hva som kjennetegner idealtypene *kommersielle TV-nyheter* og *public service nyheter*, og analysen vil forhåpentligvis belyse hvordan Dagsrevyen og 21-nyhetene posisjonerer seg i forhold til disse to modellene.

3: Metode

I dette kapittelet presenterer jeg den metodiske tilnærmingen som benyttes for å finne likheter og forskjeller i de to nyhetssendingene, *21-nyhetene* i TV2 og *Dagsrevyen* i NRK.

3.1 Kvantitativ Innholdsanalyse

For å finne svar på problemstillingen, presentert i kapittel 1.3, var det naturlig å velge en metode som tilrettelegger for analyse av en stor mengde data ettersom at målet med oppgaven er å danne et samlet inntrykk av nyhetssendingene over en lengre periode. «Styrken til kvantitativ innholdsanalyse ligger først og fremst i at metoden på en relativt effektiv måte tillater forskeren å analysere et relativt stort tekstmateriale.» (Nilsson 2000, s.114 i Østbye, Helland, Knapskog, Larsen og Moe 2013 s. 207)

Det finnes flere definisjoner av innholdsanalyse. (Se for eksempel Kerlinger 1986, Krippendorff 1980) Kvantitativ innholdsanalyse innebærer i denne sammenheng dataregistrering og analyseteknikker som tas i bruk for å søke «mot en systematisk, objektiv og kvantitativ beskrivelse av innholdet i et budskap» (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen og Moe 2013, s. 208)

Objektivitet er et begrep som kan drøftes videre og problematiseres. Det vil i de fleste tilfeller være vanskelig å påstå at man har en fullstendig objektiv forståelse av et innhold. I denne sammenhengen forsøker jeg å redusere betydningen av skjønn. Det vil si at objektivitet ikke betyr at man får en fullstendig beskrivelse av hele tekstmaterialet, men at objektivitet her gir «samsvar i kodingen av et materiale på tvers av enkeltpersoner» (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen og Moe 2013 s. 208) Det vil si at resultatene skal være de samme - uavhengig av hvem som gjennomfører undersøkelsen.

Det *kvantitative* er den tallmessige beskrivelsen av materialet. Det betyr likevel ikke at kvalitative egenskaper ikke vil bli vurdert. Det er mulig å lage variabler som fanger opp slike egenskaper ved tekstene. (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen og Moe 2013 s. 209)

Som jeg nevnte innledningsvis i kapittel en, ble det gjennomført en lignende studie i 1995 (Emanuelson 1995). Her ble det tatt i bruk et omfattende kodeskjema som fanget opp ulike aspekter ved innhold- og presentasjonssiden til de to nyhetssendingene. Dette har vært

toneangivende for metodevalget i denne masteroppgaven. I kapittel åtte sammenligner jeg funn fra denne analysen med funn som ble presentert i analysen fra 1995. Derfor benyttes tilsvarende variabler der hvor det blir gjort slike sammenligninger.⁶ Jeg ønsker å gjøre dette for å identifisere sentrale endringer i de to nyhetssendingene etter over 20 år.

3.2 Utvalg, begrensninger og praktisk gjennomføring

Materialet som danner grunnlaget for denne analysen er hovednyhetssendingene til TV2 og NRK. Sendingene strekker seg fra 26. – 30. september og fra 21. – 25. november 2016. Begge nyhetssendingene analyseres i begge ukene. Begrunnelsen for utvalget utdypes i avsnitt 3.2.2.

Hovednyhetssending defineres som sendingene med lengst varighet i hovedkanalen til de to kringkasterne. Dette er *21-nyhetene* til TV2 og *Dagsrevyen* til NRK. Analysen er begrenset til å inkludere kun ukedager, mandag – fredag. Sendingene er tilgjengelige i nett-tv arkivet til de to kanalene og disse blir undersøkt ut fra en rekke variabler.

Analyseskjemaet som brukes for å finne ulikheter og likheter mellom de to hovednyhetssendingene bygger som tidligere nevnt på kodeboka som ble utarbeidet av Roy Emanuelsen til hovedoppgaven, «*Nyhetene på skjermen*» (Emanuelsen 1995). Denne tok igjen utgangspunkt i tilgjengelig litteratur og tidligere undersøkelser. Det er problemstillingene presentert i avsnitt. 1.3 som først og fremst ligger til grunn for den endelige kodeboken.⁷

3.2.1 Operasjonaliseringer

I denne metodiske tilnærmingen er det en god del tekniske hensyn å ta stilling til. «En variabel skal ha gjensidig utelukkende kategorier» (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen og Moe 2013 s. 217) I denne analysen kan jeg for eksempel enkelt identifisere TV-kanal, sendedag og varighet på innslagene. Men når man ser på konkrete programmer, kan en kategorisering bli vanskelig fordi en lang rekke programmer faller i mer enn én kategori. Derfor blir det viktig å utdype kategoriene. (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen og Moe 2013)

⁶ For fullstendig oversikt over alle variabler som er benyttet og beskrivelse av disse, se kodebok i vedlegg 2. Illustrasjon av analyseskjemaet finnes i vedlegg 1, figur 1.

⁷ Se vedlegg 2.

Tar vi for eksempel nyhetsprogram, som her er tilfellet, vil mange av innslagene falle inn under nyhetstypen «sosiale spørsmål/samfunnsspørsmål». Derfor er denne delt inn i flere underkategorier, for eksempel «arbeidsmarkedsspørsmål». Det som ikke passer inn i underkategoriene havner i en egen kategori som jeg kaller «sosiale spørsmål/samfunnsspørsmål, (annet)». Av hensyn til detaljnivået i analysen er det fordelaktig om færrest mulig innslag havner i denne typen kategori.

På grunn av begrensning i tid og omfang utelukkes enkelte variabler som går på den tekniske produksjonen av sendingene og innslagene. Dette innebærer for eksempel bruk av grafiske presentasjoner, klippertyme og bruk av musikk i innslag. Mitt hovedfokus blir å prioritere *nyhetenes innhold og menneskene i nyhetene*. Menneskene i nyhetene består av de som uttaler seg i innslagene og de mennesker som presenteres eller siteres. Jeg registrerer også kjønn på intervjuobjekter og reportere. I tillegg inkluderes variabler som gjør det mulig å si noe om hvem som er de *dominerende aktørene* i innslagene, og hva slags *rolle og status* disse menneskene har i samfunnet.

Nyhetenes innhold fanges opp av en rekke variabler. En viktig variabel i denne sammenhengen er *nyhetstyper*. Hva slags nyhetstyper som kanalene prioriterer, og omfanget av disse, sier mye om *nyhetsprofileringen* til den enkelte kanal.

Som nevnt har jeg utelatt enkelte variabler som fanger opp sider ved den tekniske produksjonen. For å likevel kunne si noe om TV-nyhetenes form- og presentasjonsmåte inkluderes variabler som fanger opp en rekke formelementer. Jeg ønsker blant annet å se på bruken av *direkteinnslag*. På dette området har det skjedd en enorm teknologisk utvikling, og med hensyn til kapittel åtte hvor jeg skal sammenligne funn med analysen fra 1995 (Emanuelson 1995), anser jeg dette som viktig å prioritere. I gjennomgangen av innslagene har jeg vært oppmerksom på å notere forhold ved presentasjonssiden i sendingene og innslagene som ikke dekkes opp av den kvantitative dataregistreringen. Disse beskrivelsene vil være utfyllende i kapittel seks, om form og presentasjon i 21-nyhetene og Dagsrevyen.

Analyseskjemaet er verktøyet som skal bryte ned innslagene og gjøre det mulig å identifisere særtrekk ved nyhetene i de to kanalene. Alle de 37 variablene som er tatt i bruk er å finne i vedlegg 2. Jeg har i teorigjennomgangen presentert momenter som taler for både likheter og ulikheter i NRK og TV2. Videre i dette avsnittet vil jeg utdype hvordan variablene benyttes for å fange opp likheter og forskjeller i TV-nyhetene. Følgende prioriteres og knyttes tett opp mot forskningsspørsmålene som er presentert innledningsvis.

- **Nyhetens innhold:** Hvilke *nyhetstyper* som presenteres og *omfanget* av disse vektlegges. Her ser jeg på hvordan fordelingen kan være mellom for eksempel krimstoff, politikk og trivialiteter og hvilke av disse som trekkes frem ved starten av sendingene. Varigheten på de ulike nyhetstypene registreres og det gjøres en inndeling mellom nyhetsnotiser og hovedoppslag. Dette sier noe om hvordan sendingen er strukturert, men også om hvilke saker som vies mest oppmerksomhet i 21-nyhetene og Dagsrevyen. Videre følger en lang rekke variabler, eksempelvis geografisk dekning, fordeling mellom innenriks- og utenriksaker og andelen konfliktsaker i sendingene.
- **Menneskene i nyhetene:** Menneskene som uttaler seg, presenteres eller siteres vektlegges. Hvilke kilder er dominerende i ulike typer innslag og hvordan er her kjønnsfordelingen mellom kvinner og menn. Fordelingen mellom kildetypen «folk flest» eller menigmann/kvinne og kilder med høy status kan knyttes til kanalens ønske om å fremstå som formelle eller uformelle i møte med seeren. Videre følger en rekke variabler, eksempelvis bruk av politikere og kommentatorer.
- **Nyhetenes form og presentasjon:** Hvordan sendingene er strukturert og ulike visuelle særpreg ved sendingene belyses. Denne delen må sees i sammenheng med den øvrige delen av analysen ettersom form og innhold er vanskelig å skille. Andel direkteinnslag, andel henvisninger til andre plattformer (nettside) og andel feil i sending- og innslag er eksempler på variabler som hører hjemme i denne delen av oppgaven.

3.2.2 Begrensninger: Hovedsendinger på hovedkanalen

Både NRK og TV2 har flere daglige nyhetssendinger i hovedkanalen. I tillegg har begge kanalene andre nyhetssatsinger. TV2 har rendyrket nyheter i «TV 2 nyhetskanalen», og NRK sender «Dagsnytt 18» i NRK 2. For å begrense antall sendinger har jeg derfor funnet det nødvendig å fokusere på den største nyhetssendingen på hovedkanalen. Dette fører positivt sett til at undersøkelsesperioden blir lengre enn om jeg hadde tatt for meg alle de daglige

nyhetssendingene i kanalen. Det er likevel nødvendig å presisere at min undersøkelse ikke dekker hele nyhetstilbudet til de to kanalene, men disse to *hovednyhetssendingene*.

De to undersøkelsesukene er adskilt i tid. På denne måten unngår jeg at et enkelt tema, eller en nyhetssituasjon i mediebildet blir dominerende under hele datainnsamlingen. Samtidig får jeg et samlet inntrykk av de to ukene hver for seg. En annen utvelgelsesmulighet kunne vært å analysere to konstruerte⁸ uker over for eksempel et halvår, men da hadde jeg ikke hatt mulighet til å følge utviklingen av en sak over tid.

3.2.3 Validitet og reliabilitet

Innholdsanalysen tar for seg to uker med TV-sendinger høsten 2016, og er derfor representativt for denne perioden. *Validiteten* kan sies å være høy for de to utvalgte ukene. Det er 20 sendinger som er analysert og til sammen utgjør dette 298 innslag. Med 37 variabler per innslag utgjør dette 11026 ulike registreringer i innsamlingsperioden. Hellevik beskriver hvordan enheter og variabler kan inndeles. (Hellevik 1991). I dette tilfellet utgjør innslagene undersøkelsesenheter, og selve sendingene superenheten.

I nyhetssendingene fremstår innslagene som klart avgrenset. Dette markeres som regel ved at det etter hvert innslag settes tilbake til studio. Det er imidlertid en del innslag som spilles av rett etter hverandre, eller «butt-i-butt» som det ofte blir kalt på «TV-språket». Det er likevel en klar avgrensning mellom disse innslagene ved at en ny reporter introduseres og at det på slutten av hvert innslag tituleres hvem som har filmet og redigert innslaget.

Under innsamlingen av datamaterialet har jeg benyttet meg av statistikkprogrammet NSD Stat.⁹ Jeg har selv kodet innslagene. På tross av dobbeltsjekk, *kan* det være en risiko for tastefeil under datainnsamlingen. Denne type feil kan påvirke *reliabiliteten* i negativ forstand. Feil kan også forekomme når innslag skal klassifiseres. Et relativt stort utvalg av innslag vil sørge for at enkelte målefeil ikke får reel betydning i analysen. Som jeg har vært inne på så benytter jeg meg av en hel rekke underkategorier, slik at det skal være enklest mulig å vite hvor det enkelte innslaget skal plasseres. (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen og Moe 2013 s. 217)

⁸ En konstruert uke kan for eksempel være å velge mandag i uke 34, tirsdag i uke 35, onsdag i uke 36 osv. Alternativt kan man trekke ut tilfeldige dager eller uker. (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen og Moe 2013)

⁹ Se vedlegg 1, figur 1: Illustrasjon av datainnfylling/matrise i NSD Stat.

Funn og analyse

Analysen består av fem kapitler. Kapittel fire tar for seg det *samlede* nyhetsbildet i NRK Dagsrevyen og 21-nyhetene i TV2. De neste kapitlene vil ta for seg likheter og forskjeller mellom de to nyhetssendingene og utgjør den *komparative* delen av oppgaven. (5-8).

I kapittel fem analyserer jeg *nyhetenes innhold* i de to hovednyhetssendingene. *Form og presentasjonsmåte* er tema i kapittel seks. I kapittel syv ser jeg på *kildebruk*, hvem som uttaler seg i sendingene, og på *kjønnsfordelingen* blant disse. Her ser jeg også etter hva slags type kilder som er de mest *fremtredende* i innslagene. Kapittel åtte er en sammenligning mellom mine funn og funnene som ble gjort i analysen «Nyhetene på skjermen» (Emanuelsen 1995).

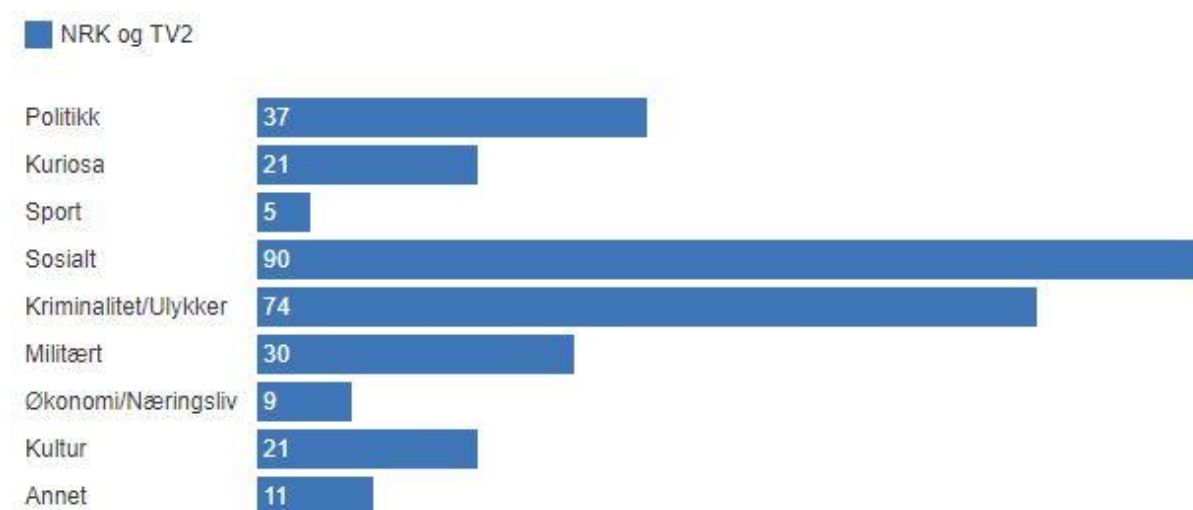
I kapittel ni presenteres konklusjoner og det gjøres en drøfting av disse, sett i lys av problemstillingen og teorigjennomgangen presentert i kapittel en og to. Disse kapitlene er en redegjørelse av funn, hvor analyse integreres underveis og avslutningsvis i konklusjonen.

4: Det generelle nyhetsbildet i perioden

For å danne et inntrykk av hva som preger nyhetsbildet i sin *helhet* i undersøkelsesperioden har jeg valgt å kartlegge hvordan *21-nyhetene* og *Dagsrevyen* fremstår samlet sett. Innholdet i kapittel fire må derfor sees i lys av dette. I dette kapittelet belyses noen sentrale trekk ved TV-nyhetene generelt, og i de neste kapitlene (5-8) brytes tallene opp og nyhetssendingene blir sammenlignet.

4.1: Nyhetenes innhold i perioden

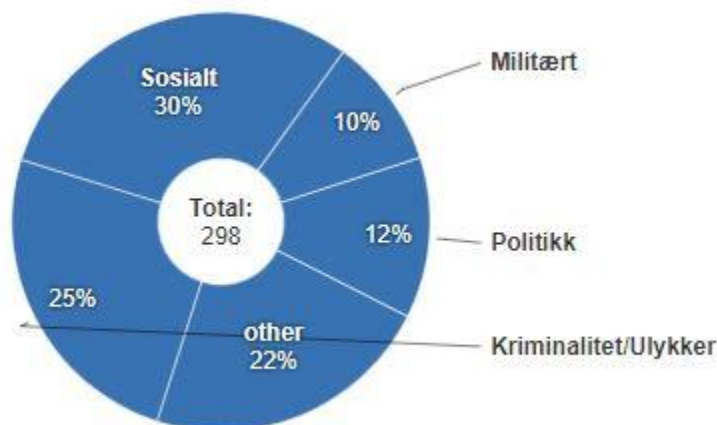
I den to uker lange undersøkelsesperioden fra 26. – 30. september og fra 21. – 25. november 2016 ble det sendt 298 TV-innslag. De fordeler seg slik: ¹⁰



Figur 4.1: Antall innslag fordelt på nyhetstype. N=298

Figur 4.1 og 4.2 viser hvordan de ulike innslagene fordeler seg på ulike *nyhetstyper*. Kategoriene «sosialt», «krim/ulykker», «politikk» og «militært» skiller seg ut som de dominerende kategoriene. «Sosialt» er den definitivt største kategorien. Denne dekker sosiale spørsmål som helse, utdanning, miljø og mange andre saker som kjennetegnes av innhold som berører seeren direkte. Kategorien «sport» er svært liten. Dette kommer av at sportsnyhetene til TV2 primært sendes i et eget program, mens i NRK er sporten samlet på slutten av sendingene med en egen programleder. Disse innslagene er ikke medregnet i analysen.

¹⁰ Forklaring på hvordan de ulike nyhetstypene er definert er å finne i vedlegg 2. Figur 4.1 viser samlekategorier som består av flere underkategorier.



Figur 4.2: Prosentvis fordeling av nyhetstype. Her fremkommer de kategoriene som er størst. N=298

Figurene viser imidlertid ikke hvor mye *tid* som er viet de ulike kategoriene. Dette kommer jeg nærmere inn på i kapittel fem.

4.1.2 Oppfølgingsaker preger nyhetsbildet

I undersøkelsesperioden er det mange saker som er preget av å være *oppfølgingsaker* eller føljetonger. Dette er innslag som oppleves som kjente for seeren og som forteller noe nytt om en hendelse eller sak. Om lag 30% av sakene som er analysert er registrert som føljetonger.

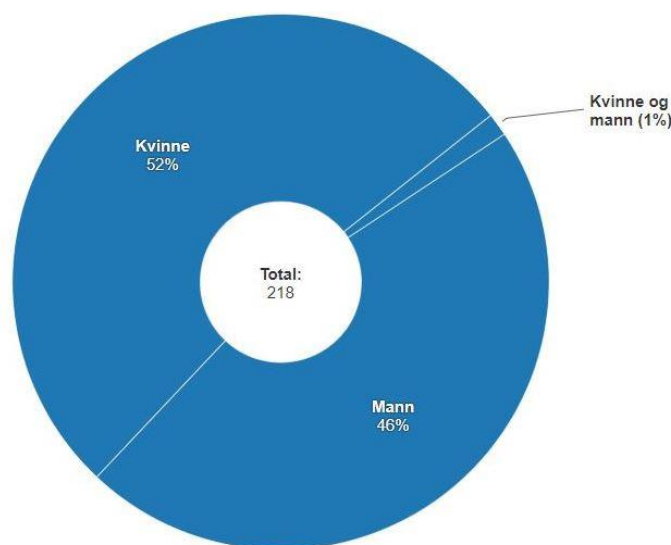
Det betyr at hovedvekten på 70% likevel ligger på enkeltstående saker eller hendelser.

Den amerikanske presidentdebatten er et eksempel på en sak som førte til mange oppfølginger i begge kanalene. Et annet eksempel på dette er den såkalte «Dark room-operasjonen» til politiet som avslørte et stort overgrepnettverk i hele landet.

4.3 Kjønnbalansen i nyhetene

Først vil jeg se på kjønnsfordelingen blant personer som er *uttaler seg* i innslagene. Av 496 intervjuobjekter er 197 kvinner (40%) og 299 menn (60%). Det betyr at menn totalt sett er dominerende i innslagene. Av 298 innslag er det 47 innslag som inneholder mer enn 1 kvinne per innslag. Det er 83 innslag som inneholder mer enn 1 mann. Det viser at kvinner ofte er i mindretall i det enkelte TV-innslag. I tillegg til de som intervjues i innslagene kommer personer som siteres eller presenteres på andre måter. Totalt er det 571 personer som uttaler seg eller som det henvises til i løpet av de to ukene.

Det kommer tydelig frem av dette at menn intervjues oftere enn kvinner. Det er ikke tilfellet når vi ser på kjønnsfordeling hos *reporterne*. I de innslagene som *ikke* leses opp av ankerpersonen så er kjønnsfordelingen svært jevn, med et knapt flertall av kvinner. Her er det viktig å presisere at fordelingen i figur 4.3 representerer et samlet bilde av *begge* nyhetssendingene. Som det fremkommer av kapittel 7.1. er kjønnsfordelingen ganske annerledes når vi ser på den enkelte kanal.¹¹



Figur 4.3: Kjønnsfordeling reporter, ikke medregnet saker som oppleses av ankerpersonen(e) N=218

Det er 80 nyhetsinnslag som ikke er medregnet i denne tabellen, og det er nyhetene som leses opp av ankerpersonen(e). Disse nyhetene utgjør 27% av innslagene, og er som oftest kortere nyhetsnotiser.

Et tilbakeblikk til 1995 viser at situasjonen var både lik og ulik på en og samme tid (Emanuelson 1995). Menn var dominerende som intervjuobjekter, men i større grad enn i dag. (Se kap. 8). Kvinner var reportere i om lag 1/3 av innslagene. Kjønnsfordelingen blant reporterne ser dermed ut til å ha jevnet seg ut over disse årene når NRK og TV2 sees under ett.

¹¹ I kapittel syv ser jeg også på om kjønnsfordelingen blant reporterne endrer seg etter *varighet* på innslagene.

4.4 TV-nyhetenes format og særpreg

TV-nyhetenes sjanger er lett gjenkjennelig. Nyhetene i NRK og TV2 slik de fremstår i undersøkelsesperioden stemmer overens med hvordan TV-nyheter blir beskrevet i kapitlene om *TV-nyhetene* og *TV-nyhetens format*. (kap. 2.2 og 2.2.1).

Sendingene består av en åpning med vignett, etterfulgt av overskrifter, eller *headinger*. Videre er sendingene strukturert med korte og lange innslag. Om lag 2/3 av alle innslagene er hovedoppslag og 1/3 av innslagene er nyhetsnotiser i begge kanaler. Nesten halvparten av de 298 innslagene som er analysert har en varighet på mellom ca. ett til to minutter.¹²

Begge kanalene har en jevn fordeling mellom innenriks- og utenrikssaker. Ca. 2/3 av alle saker er innenriks og 1/3 utenriks.¹³

Det visuelle er i stor grad bestemmende for nyhetsutvelgelsen. Når visualiseringsmulighetene er dårlige, påvirker dette kanalenes vektning av saker. (Se for eksempel Njaastad, Enli, Syvertsen, Moe Sundet og flere) Hvordan dette vektlegges ulikt i Dagsrevyen og 21-nyhetene vil bli undersøkt i de neste kapitlene.

I *Dagsrevyen* og *21-nyhetene* er alle sakene visualisert med mer enn bare nyhetsoppleseren som presenterer saken. Ingen av innslagene i undersøkelsesperioden er uten noen form for visuell presentasjon. Det forekommer bare unntaksvis at innslagene ikke er visualisert med levede bilder.

Det er enkelte formelementer i TV-nyhetene som skiller seg ut som moderne. En ny type innslag har vokst frem i begge kanaler. I disse avsløres kun *deler* av et nyhetsinnhold. Dette etterfølges av en oppfordring fra nyhetsoppleseren til seeren om å oppsøke kanalens nettside. På nettsiden kan publikum se eller lese *hele* saken. Hvordan dette praktiseres ulikt i de to kanalene undersøkes nærmere i kapittel 6.4.

Et annet moderne preg ved nyhetssendingene er andelen innslag som avvikles direkte fra location utenfor nyhetsstudio. Dette er en reportasjeform som tradisjonelt sett har vært dyr og krevende utstyrmessig. (Emanuelson 1995). Dette er ikke lenger tilfellet, og i dag benyttes direkteinnslag i en eller annen form i omtrent 20% av alle innslag.¹⁴Også her er det forskjeller mellom hvordan de to kanalene opererer. Dette undersøkes nærmere i kapittel 6.2.

¹² Fremgår av tabell 5.1.

¹³ Fremgår av tabell 5.3.

¹⁴ Fremgår av vedlegg 1, tabell 7.

4.5 Konklusjon: Det generelle nyhetsbildet

Flere medieteoretikere peker på at det foreligger en rekke forventinger til hvordan TV-nyhetene skal «se ut» (Njaastad 2010), og det er så langt mulig å peke på noen hovedtrekk som er *felles* for TV-nyhetene i undersøkelsesperioden. I forrige avsnitt (kap 4.4) beskrives fellestrekkene ved TV-nyhetenes format i *Dagsrevyen* og *21-nyhetene*. Med få unntak er dette beskrivelser som underbygges av teorien om TV-nyheter som er trukket frem i kapitlene om TV-nyhetene og TV-nyhetens format (2.2 og 2.2.1).

Det som skiller seg mest ut med hensyn til *form*, er at enkelte nyhetsinnslag kjennetegnes av å være såkalte «teasere» for nyhetsinnhold som er tilgjengelig på kanalenes nettsider. Dette kommer som et resultat av at nyhetsformidlingen er ekspandert over internett i stor grad i begge kanaler. Konkurrans hensyn er en av flere faktorer som gjør at det er viktig kanalene å dirigere trafikk mot nettsidene. Dette drøftes også i kapitlet om TV- og allmennkringkasting i endring (kap 2.4).

Helt forenklet kan vi si at et typisk *nyhetsinnslag* i hovedsendingene handler om sosiale spørsmål, som for eksempel helsesaker, eller om kriminalitet og ulykker. Saken er sannsynligvis et enkeltstående hovedoppslag som rapporteres av en kvinne eller mann. I innslaget er det en overvekt av menn som intervjues. Hovedpersonen i innslaget har status som menigmann/kvinne.¹⁵ Det vil si at «folk flest» får hovedrollene i nyhetsinnslagene. Saken er visualisert med levende bilder og har en varighet på mellom ca. 1.- 2. minutter. (Gjelder 43% av innslagene).

Dette oppsummerer noen typiske trekk ved TV-nyhetene i undersøkelsesperioden, og det er først fra kapittel fem at *forskjeller* og *likheter* mellom de to hovednyhetssendingene vil bli vektlagt. Den videre analysen av datamaterialet vil dermed vise et mer sammensatt bilde.

¹⁵ Se tabell 7.1

5: Likheter og forskjeller: Nyhetenes innhold

Fra kapittel fem til syv skal jeg se på *likheter* og *forskjeller* mellom de to hovednyhetssendingene. Disse kapitlene utgjør den kvantitative hoveddelen av undersøkelsen. I dette kapitlet tar jeg for meg nyhetenes innhold. Jeg vil blant annet se på hvilke *nyhetstyper* de ulike redaksjonene prioriterer, hvor mye som er *felles* og hva som er særpreger den enkelte kanal.

Disse kapitlene er strukturert etter inspirasjon fra hovedoppgaven «*Nyhetene på skjermen*» (Emanuelsen 1995) Bakgrunnen for dette er at jeg skal gjøre en sammenligning mellom mine funn og funnene som ble presentert i «*Nyhetene på skjermen*» i kapittel åtte. Dette gjør jeg for å kunne se på hvordan TV-nyhetene har endret seg mellom 1995 og 2016, Når jeg gjør mine datakjøringer etter lignende modell (variabler og kategorier) og presenterer funn i et lignende oppsett vil jeg på en god måte kunne avdekke sentrale forskjeller mellom de to undersøkelsene. Emanuelsen valgte å gjøre et skille mellom innhold og presentasjon i analysen. Det blir derfor også gjort her, selv om de to henger nøye sammen.

5.1 Sendingene- og innslagenes varighet

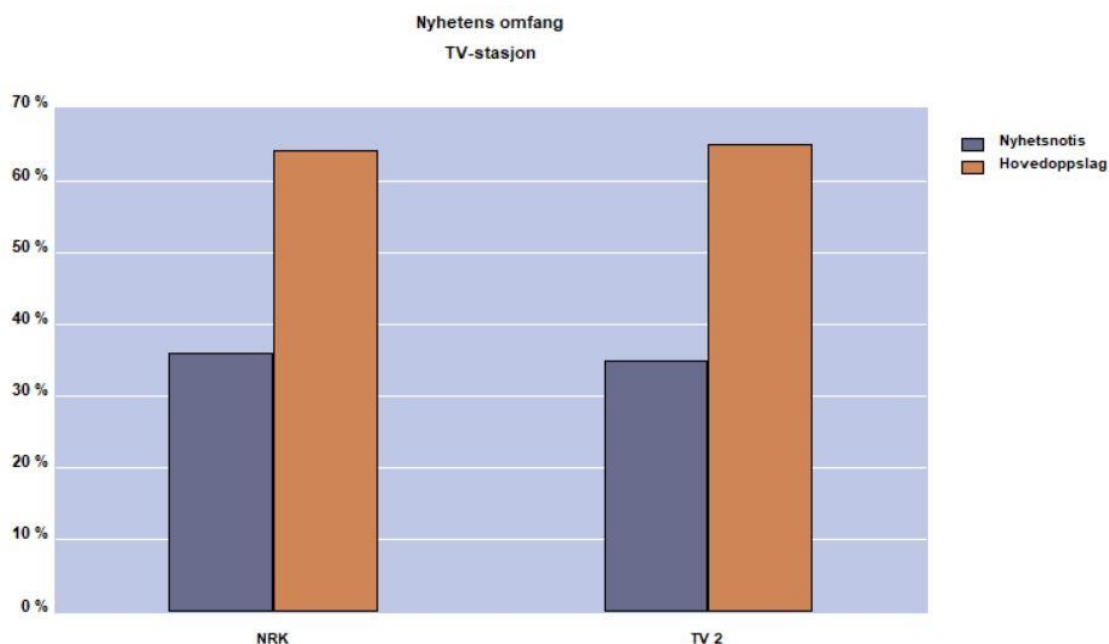
NRK har mellom 17 og 23 nyhetsinnslag i sendingene. TV2 har mellom 9 og 14 nyhetsinnslag per sending.¹⁶ Dette kommer først og fremst av at varigheten på nyhetssendingen til TV2 er kortere enn varigheten på nyhetssendingen til NRK. TV2-nyhetene har en sendetid på ca. 20 minutter, og NRK har en sendetid på ca. 35 minutter (mandag-torsdag). Her ser jeg bort fra sportsnyhetene som blir presentert mot slutten av sendingen¹⁷. Videre blir det interessant å se på om kortere sendeflate påvirker hva slags nyhetstyper TV2 prioriterer i sine sendinger (kap. 5.4).

Sakene er inndelt i *hovedoppslag* og *nyhetsnotis*. Dette er bestemmende for hvor mye tid som brukes på ulike typer innslag. Hovedoppslag er lengre i varighet enn nyhetsnotisene, og presenteres som regel av en egen reporter. Nyhetsnotisene blir ofte omtalt som *bildemeldinger* (Roppen, Allern 2010).

Av figur 5.1 ser vi at fordelingen mellom hovedoppslag og nyhetsnotiser er tilnærmet lik i de to nyhetssendingene.

¹⁶ Tallene er hentet fra datamatriksen i NSD Stat. Her ser jeg hvilke sendinger som har flest og færrest innslag i undersøkelsesperioden. Se vedlegg 1, figur 1, for illustrasjon av dataoppsettet i NSD Stat.

¹⁷ Sportsnyhetene som presenteres av et eget sportsanker er ikke inkludert i analysen. TV2 sender sportsnyhetene i et eget program.



Figur 5.1: Fordeling mellom antallet nyhetsnotiser og hovedoppslag. N = 192 for NRK og 106 for TV2.

Nyhetsnotisene i begge kanaler har i 9/10 tilfeller en varighet på inntil 49 sekunder. Hovedoppslagene har i 2/3 av tilfellene en varighet på ca. ett til to minutter. 1/3 av hovedoppslagene er på over 130 sekunder.¹⁸ På begge kanalene presenteres hoveddelen av nyhetsnotisene i en egen «bolck» med flere notiser etter hverandre.

Varigheten på innslagene i de to sendingene bærer preg av en del ulikheter. Dersom vi først ser på hvordan *alle* innslagene er fordelt i de to kanalene ser det slik ut:

Tabell 5.1: Andel innslag fordelt etter varighet. (%) NRK; N=192, TV2; N=106

v6 Innslagetts lengde i sekunder		v1 TV-stasjon				Sum	N=
Vannrett prosentuering	0-29 sekunder	30-49 sekunder	50-129 sekunder	130 sekunder +			
NRK	22.4	13.5	42.2	21.9	100.0	192	
TV 2	29.2	2.8	44.3	23.6	100.0	106	
Sum	24.8	9.7	43.0	22.5	100.0	298	

Inkludert 298 enheter av i alt 298

Det som først legges merke til er at TV2 har flere innslag i kategorien 0-29 sekunder og at NRK har flere innslag i kategorien 30-49 sekunder. Det er i de to kategoriene med kortest varighet at variasjonen er størst.

¹⁸ Se vedlegg 1, tabell 1 og 2.

Det vi ser er at NRKs nyhetsnotiser ofte varer lengre enn TV2s.¹⁹ Over 80 % av TV2s nyhetsnotiser er på under 30 sekunder. TV2 har som nevnt kortere sendetid og det er naturlig at tiden derfor disponeres annerledes. Den største forskjellen er at TV2 bruker mindre tid på nyhetsnotisene. TV2 har ellers flest innslag i kategoriene med lengst varighet (Se tabell 5.1)

Dette gir et inntrykk av et TV 2 enten satser på fullt ut på en sak, eller gir den kort oppmerksomhet i en nyhetsnotis på under 30 sekunder. Tidligere undersøkelser har vist at TV2 har et større fokus på å dyrke egne saker, og bruker mindre tid på fellessakene, sammenlignet med NRK (Burås 2012). I kapittel 5.5 skal vi se at nyhetsnotisene i TV2, i tillegg til å være kortere, ofte bærer preg av å være fellessaker. Fellessakene kan på denne måten virke *nedprioritert* i TV2s sendinger.

TV2 har fast tidspunkt for hovednyhetssendingen hver dag klokken 21.00. NRK starter hovednyhetssendingen klokken 19.00. Fredager er sendetiden kortere og inneholder derfor færre innslag. Etersom sendinger på lørdager og søndager ikke er inkludert i datainnsamlingen vil jeg ikke gå nærmere inn på om disse dagene fremstår annerledes i de to kanalene.

NRKs nyheter sendes tidligere på kvelden og må i større grad enn 21-nyhetene ta hensyn til at barn følger med på sendingene. Dette kan igjen påvirke bruken av sterke visuelle virkemidler. Emanuelsen trekker dette frem i sin analyse og viser til at det også i Storbritannia tas hensyn til slike forhold. Her trekkes det frem at britiske kringkastere ikke kan vise innhold av seksuell eller voldelig art før klokken 21.00 (Paterson 1990 i Emanuelsen 1995) I arbeidet med datainnsamlingen til denne analysen har jeg underveis registrert at TV2s utenriksreportasjer i større grad presenterer graverende bilder i sine reportasjer sammenlignet med NRK. Disse sakene trekkes også ofte frem i «headingen» av sendingene (se kap. 5.6).

5.3 Innenriks og utenriks

Andelen utenriksaker og innenriksaker er *like* i de to kanalene. Omtrent 66% er innenriks og rundt 30% er utenriks. Norge trekkes inn i 22% av utenriksakene i form av at norske kommentarer innhentes eller at Norge som land er involvert i TV2. Tilsvarende tall for NRK er 18%. Kommersielle kanaler kjennetegnes av å ha et større innenriksfokus (Emanuelsen

¹⁹ Se vedlegg 1, tabell 1 og 2. Her fremgår andelen *hovedoppslag* og *nyhetsnotiser* i begge kanaler og varigheten på disse.

1995). Dette kan settes i sammenheng med at TV2 har en større andel utenrikssaker med «norsk» vinkling.

Det er redaksjonenes vurdering av utenrikssakens vesentlighet som avgjør hvilken plass den får i sendingen. I Dagsrevyen er utenrikssakene som oftest satt sammen i bolker. Dette er ikke like symptomatisk i TV2. NRK har svært få utenrikssaker på tirsdager. Dette kommer av Dagsrevyen etterfølges av utenriksprogrammet Urix på tirsdager. Utenriksnyhetene «spares» til dette programmet.

```
v1 TV-stasjon
v12 Utenriks/Innenriks
Loddrett prosentuering
```

	NRK	TV 2	Sum
Innenriks	68.8	66.0	67.8
Utenriks uten nordmenn/Norge involvert	25.5	26.4	25.8
Utenriks med nordmenn/Norge involvert	4.7	4.7	4.7
Utenriks, men der norske kommentarer innhentes	1.0	2.8	1.7
Sum	100.0	100.0	100.0
N=	192	106	298

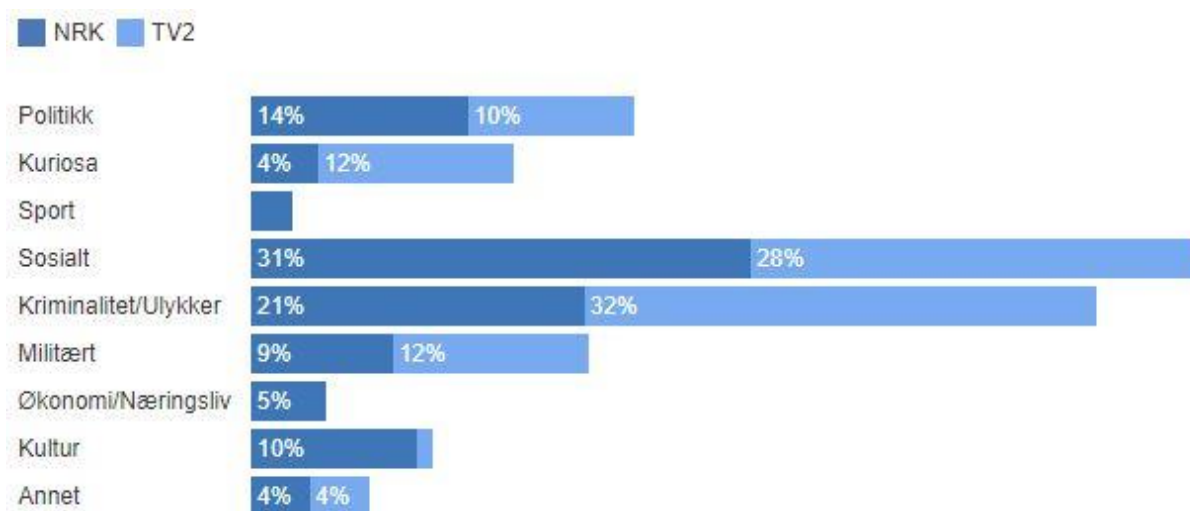
Inkludert 298 enheter av i alt 298

Tabell 5.3: Fordeling mellom utenriks innenriks (%). NRK; N=192, TV2; N=106

5.4 Hvilke nyhetstyper prioriteres?

I kapittel 4.1 viser jeg hvilke nyhetstyper vi ser mest av i TV-nyhetene totalt sett. I dette avsnittet ser jeg etter *likheter* og *forskjeller* mellom de to kanalene. Dette er en viktig del av analysen fordi det forteller mye om *nyhetsprofilen* til de to kanalene.

I figur 5.2 ser vi at andelen saker som omhandler kriminalitet og ulykker er vesentlig større i TV2 sammenlignet med NRK. Hele 11% flere av TV2s saker omhandler slike temaer. Vi ser også at TV2 har en større andel saker som går inn under kategorien «kuriosa». Dette er saker som skiller seg ut i innhold og presentasjon, som gjerne har et humoristisk tilsnitt eller som er av en triviell karakter.

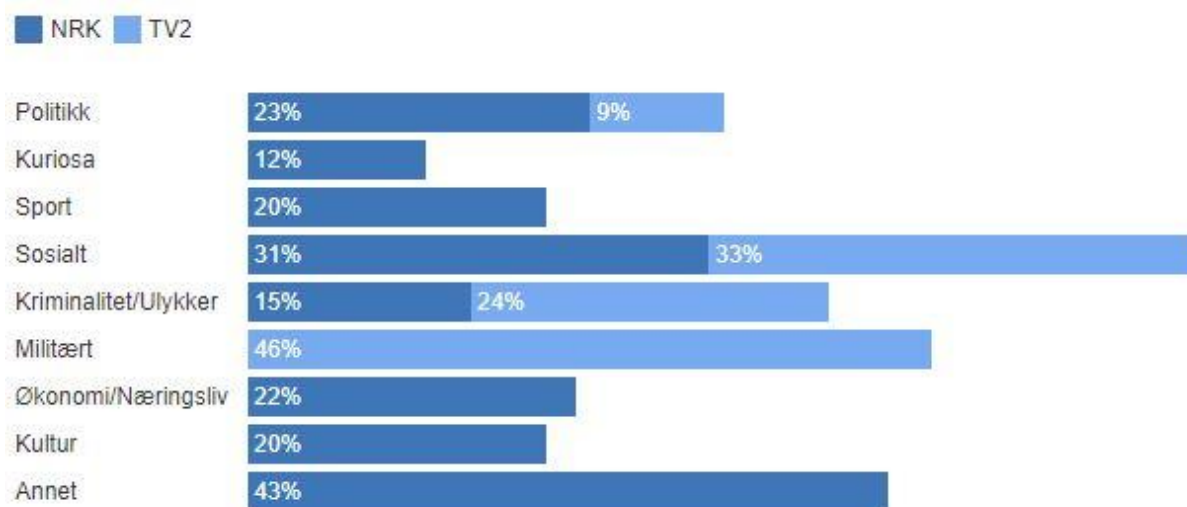


Figur 5.2: Alle innslagene fordelt etter nyhetstype (%). NRK; N=192, TV2; N=106

En nærmere definisjon på hva slags type saker som havner i de ulike kategoriene er beskrevet i den vedlagte kodeboka.²⁰ Det er ellers nokså jevnt i de største kategoriene (Sosialt, Politikk og Militært), selv om det også her er noen forskjeller. TV2 har ingen saker i kategorien «Sport». Dette kommer av at alle saker som omhandler sport, sendes i et adskilt program i TV2. NRK har valgt å prioritere noe sport i nyhetsdelen av Dagsrevyen i denne perioden. Det er ellers overraskende at TV2 ikke har flere saker som faller inn under kategorien økonomi/næringsliv. Vi skal senere se at dette også var tilfellet i Emanuelsens undersøkelse fra 1995. (Emanuelsen 1995).

Denne oversikten (Fig. 5.2) gir svar på hvor mange saker som havner i de ulike nyhetskategoriene, men den viser ikke hva slags nyhetstyper som blir viet mest *tid*. NRK kan for eksempel ha færre saker som handler om krim/ulykker, men likevel bruke mer tid på disse innslagene. Derfor vil jeg nå trekke frem nyhetstypene som havner i kategorien med lengst varighet (130 sek +):

²⁰ Se vedlegg 2: Kodebok



Figur 5.3: Innslag med varighet på over 130 sekunder fordelt etter nyhetstype. (Må sees i sammenheng med figur 5.2) NRK; N=42; TV2; N=25

Det vi ser av figur 5.3 er at TV2s lengste reportasjer ikke sprer seg over mange nyhetstyper. Vi vet allerede at TV2 har 11% flere innslag enn NRK som handler om ulykker og kriminalitet. Hele 24% av disse har en varighet på over 130 sekunder mot 15% i NRK. Det viser at denne type nyheter er et helt klart satsingsområde til TV2. Det samme kan vi si om saker som har et militærrelatert fokus. 12% av sakene til TV2 havner i denne kategorien og nesten halvparten av disse har en varighet på over 130 sekunder. Ellers ser vi at saker som havner i kategorien «sosialt», ofte har lang varighet. Om lag 1/3 av disse sakene har en varighet på over 130 sekunder i begge kanaler.

NRK har 4% flere saker enn TV2 som handler om politikk. Hele 23% av disse sakene har en varighet på over 130 sekunder mot 9% i TV2.

Alle nyhetskategoriene med unntak av «Sport» og «Militært» er samlekategorier for flere ulike type saker.²¹ Ved å bryte ned disse gruppene kan vi identifisere flere ulikheter mellom kanalene. Ser vi for eksempel bort fra det amerikanske presidentvalget som ble viet mye plass i begge kanaler, så har NRK nesten dobbelt så mange saker som faller inn under kategorien politikk.²² Det må likevel presiseres at mange saker av politisk art faller inn under kategorien «sosialt» Sosiale saker er en samlekategori som er stor i begge kanaler. Bryter vi ned denne finner vi store forskjeller mellom kanalene i saker som faller inn under «Helse og sosial», «Forurensning/miljøspørsmål» og «Trafikk/kommunikasjon». NRK er prosentvis

²¹ Se vedlegg 1, tabell 3: Her fremkommer fordelingen av alle nyhetstypene i begge kanaler før de er samlet i hovedkategorier.

²² NRK har 6,3% saker som havner i denne kategorien, TV2 har 3,8 %

dobbelt så store på disse temaene. TV2 er vesentlig større enn NRK på saker som faller inn under temaer som omhandler «arbeidsmarkedsspørsmål» og «prisutvikling/forbrukersaker». Norske politikere benyttes ofte i sakene som omhandler politikk eller sosiale spørsmål. Norske politikere brukes som kilder i ca. 15% av innslagene i begge kanaler.

Det er allerede stadfestet at TV2 er størst i samlekategoriene «Krim/ulykker». Hele 10 % av sakene til TV2 faller inn under temaet «Voldsforbrytelser» mot 4% i NRK.²³ Her går det største skillet mellom de to kanalene i denne kategorien. Saker som omhandler branner og naturkatastrofer vies omtrent like mye plass i de to kanalene, men ut over dette er TV2 størst.

TV2 har også flest saker i kategorien «Kuriosa». 12% av sakene faller inn her. Mye av årsaken til dette er at TV2 vanligvis avslutter sendingene med denne typen saker. I disse sakene avsløres som regel kun deler av innholdet. For å lese hele saken må man oppsøke kanalens nettside. NRK henviser også til egne nettsider, men her er variasjonen av nyhetstype mye større.

Kategorien «Militært» inkluderer alle saker som faller inn under temaer som er knyttet til internasjonale konflikter, øvelser, våpenhandel, grensekonflikter med mer. Her er kanalene nokså like, men TV2 har likevel 3 % flere saker som havner i denne kategorien. Dette er saker som ofte er av lengre varighet i TV2.

5.4.1 Sammendrag: Hvilke nyhetstyper prioriteres?

Vi ser at TV2, *i større grad* enn konkurrenten, satser på nyhetstyper med publikumsappell. Dette er nyhetstyper med gode visualiseringsmuligheter. Vektleggingen av krimstoff og ulykker er et viktig eksempel på dette. Vi ser også at NRK, *i større grad* enn konkurrenten, satser på bredde i nyhetsutvelgelsen. Vektleggingen av politiske saker er et eksempel på dette. «Medieteoretikere har pekt på at det er et spenningsfelt mellom å legge vekt på det viktige – på samfunnsoppdraget- og på å kommunisere med seeren (Burås 2012, s. 170) Hvorvidt vesentlighetskriteriet taper i TV2 drøftes videre i kapittel ni.

²³ Se vedlegg 1, tabell 3: Her fremkommer fordelingen av alle nyhetstypene i begge kanaler før de er samlet i hovedkategorier.

5.5 Felles saker i TV2 og NRK

TV2 og NRK har ulik andel av de ulike nyhetstypene, men det er også mye som er likt. Det skal jeg komme nærmere inn på i dette avsnittet. Her tar jeg for meg sakene som har blitt presentert i *begge* kanaler. Det betyr ikke at sakene er helt like, men at det er de samme nyhetene som trekkes frem.

I NRK er de fleste fellessakene *hovedoppslag*. I TV2 er en stor andel av fellessakene *nyhetsnotiser*.²⁴ Fellessakene har også lengre varighet i NRK. Kun 16% av disse innslagene er på under 49 sekunder mot 34% i TV2.

Blant innslagene som TV2 *ikke* har til felles med NRK, havner langt flere i kategorien med lengst varighet²⁵. 30% av egensakene til TV2 havner i denne kategorien mot 16% i NRK. Det er motsatt når vi ser på fellessakene. NRK har prosentvis dobbelt så mange fellessaker som TV2 i kategorien med lengst varighet.²⁶

Det ser dermed ut til at *egensakene* har en høyere prioritet enn *fellessakene* i TV2. I NRK er det motsatt. Utfra denne oversikten fremstår fellessakene som de viktigste i Dagsrevyen.

Videre følger et eksempel (Tabell 5.4) på hvordan fellessakene kan fordele seg i de to sendingene. Saker som er felles er understreket²⁷:

²⁴ 40% av fellessakene er nyhetsnotiser i TV2, mot 11% i NRK. Hele 88% av fellessakene er hovedoppslag i NRK. Se vedlegg 1, tabell 4.

²⁵ 130 sekunder +.

²⁶ Se vedlegg 1, tabell 5.

²⁷ I datainnsamlingen er alle sakene som tar utgangspunkt i den samme nyheten registrert som fellessak.

Tabell 5.4: Dagsrevyen og 21-nyhetene 25/10/16

TV2	NRK
1 <u>Black Friday-hysteri</u>	<u>Tre menn siktet for overkjørsel av mann i 2012</u>
2 Kritikk mot Black Friday	Reaksjoner fra advokaten til en av de siktet i bildrapssak fra 2012
3 Direkteintervju med butikkeier (Black Friday)	Ansatte på sykehus i Førde klager på sykehusledelsen
4 Sylvi Listhaug kaster ut 9000 asylsøkere	28 personer evakuert i Sarpsborg (arbeidsulykke)
5 <u>Terrorangrep avverget i Frankrike</u>	<u>Drapssak fra 2002, varetektsfengsling av siktede</u>
6 Kraftig togkollisjon i Iran	Mange påsatte branner i Israel
7 <u>Tre menn siktet for overkjørsel av mann i 2012</u>	Utenrikskorrespondent om forholdene i Israel
8 <u>Drapssak fra 2002, varetektsfengsling av siktede</u>	EU stemte imot Tyrkiamedlemskap
9 <u>Hotellbrann i Sogn og Fjordane</u>	<u>Terrorangrep avverget i Frankrike</u>
10 Hvalturisme i sterk vekst	Belgia inn på Unescos verdensarvliste
11 85-åring med egen «Black Friday» på lokal butikk	Edward Snowdens anke avvist i høyesterett
12 Kuriosa om fødselsfotograf -> Henvises til nettsak	Uidentifiserte droner overvåket norsk militærøvelse
13	<u>Hotellbrann i Sogn og Fjordane</u>
14	<u>Black Friday-hysteri</u>
15	Karl Ove Knausgård skilles
16	Nytt norsk musikk talent
17	Namsos kommune med uvanlig stunt på Facebook (kuriosa)

I dette eksempelet (Tabell 5.4) er fellessakene plassert ulikt utover i sendingene. En undersøkelse av innslagenes plassering viser at 12% av fellessakene til NRK er toppsaker, mot 10% i TV2.²⁸ NRK har ellers flere fellessaker tidlig i sendingen, sammenlignet med TV2. En grunn til dette kan være at TV2 sjeldnere presenterer disse sakene som hovedoppslag. Dette kan komme av at Dagsrevyens sendes tidligere på kvelden (Emanuelson 1995).

Et interessant moment ved eksemplet over er at TV2 har hele fire innslag som tar utgangspunkt i den nasjonale handelsdagen «Black Friday». NRK har kun én sak om dette temaet, og den sendes mot slutten av programmet. NRKs førstesak og hovedoppslag «Tre menn siktet for overkjørsel av mann i 2012» er en sak som ble gjenopptatt etter avsløringer i TV2s program «Åsted Norge», og burde således være en prioritert sak i TV2.

TV2s topp tre prioritering med saker om handelsdagen er overraskende ettersom nyhetssaken om overkjørselen fra 2012 er en type kriminalsak som vanligvis prioriteres langt frem i TV2s nyhetssendinger.

²⁸ Toppsak: Det første innslaget som presenteres i sendingen.

Kommersielle hensyn legitimerer at TV2 sender reklameblokker tett opp mot nyhetssendingen. Annonserer som markedsfører «Black Friday» fyller stort sett disse reklameblokkene denne dagen. Fire nyhetsinnslag som omhandler «Black Friday» blidgjør trolig de kommersielle aktørene uavhengig av intensjonene til nyhetsledelsen i TV2. To av sakene presenterer mildt kritiske forhold ved handelsmanien og to av sakene er sensasjonspregede gladsaker med gode visualiseringer. Disse sendingene er et godt eksempel på ulik prioritering av fellessaker og ulik vektlegging av nyhetskriterier.

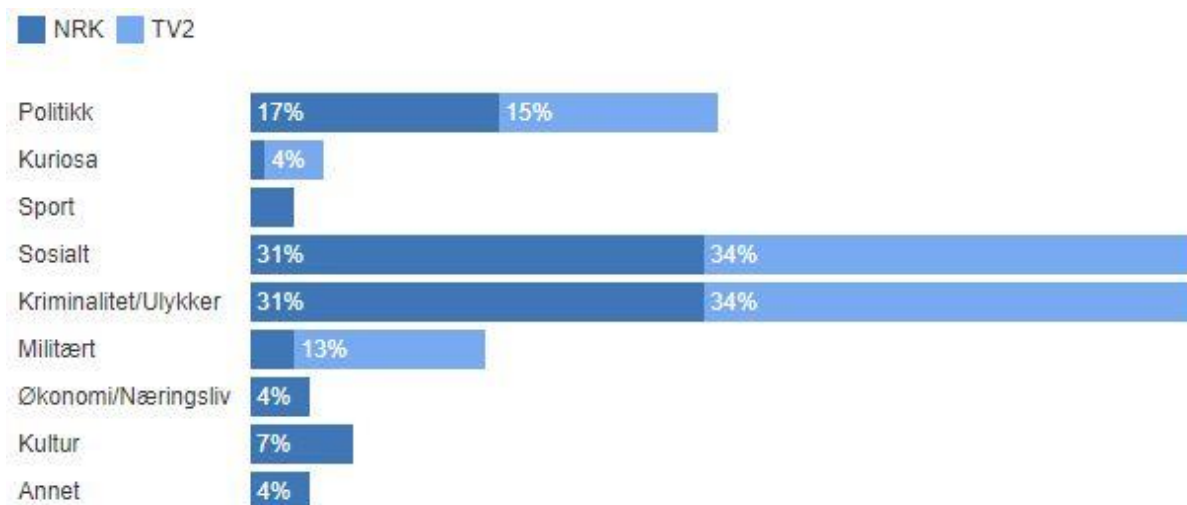
Av alle de 298 innslagene er 39 % av innslagene å finne på den andre kanal. Dette viser at det er mange av sakene som er felles, og at dette opptar mye av tiden i nyhetssendingene. Selv om sakene er identifisert som fellessaker må det understrekes at de som regel ikke er identiske i form og innhold.

5.6 Headinger i 21-nyhetene og Dagsrevyen

Overskriftene i nyhetssendingene *Dagsrevyen* og *21-nyhetene* avslører hvordan kanalene profilerer sendingene. Overskriftene, eller headingene, skal selge sendingen og samtidig gi et inntrykk av hva som er dagens viktigste nyheter (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010). Det kan naturlig nok oppstå konflikt mellom hva som «selger» og det som er viktigst. Derfor er det interessant å se hvordan de to kanalene prioriterer overskriftene. Dette sier noe om hvordan de ønsker å fremstå. Det er i begge kanalene rundt halvparten av sakene som trekkes frem i overskriftene. Det vi nå skal se er at 21-nyhetene har en *spissere* profilering av sendingene enn Dagsrevyen.

Det vi ser i figur 5.4 er at Dagsrevyen har overskrifter fra alle saksfelt. TV2 holder seg til færre temaer i overskriftene. De tre største kategoriene i begge kanaler er «sosialt», «krim/ulykker» og «politikk». TV2 har flere overskrifter som omhandler kriminalitet eller ulykker. NRK har flere overskrifter med politisk tema. TV2 har prosentvis flere overskrifter som henviser til saker med kuriøs karakter. Fire prosent av TV2s overskrifter er av denne typen, mot en prosent i NRK. Den største forskjellen er andelen overskrifter med militærrelatert innhold. Dette er saker som TV2 ønsker å profilere seg på. Hele 13% av overskriftene har denne typen innhold.

Figur 5.4: Overskrifter prosentvis fordelt på nyhetstype (Ved begynnelsen av sending). NRK; N= 75, TV2; N= 53



Det fremgår av innslagene at TV2 oftere presenterer graverende bilder fra krigssituasjoner i Syria. Disse sakene er også fremtredende i overskriftene. Innholdsmessig bærer sakene preg av å være skjebnehistorier med bilder fra utenlandske nyhetsbyråer. Sakene har som regel få kilder. Det kan tenkes at sakene likevel får høy prioritet på grunn av de sterke visuelle virkemidlene som benyttes. Disse bildene kombinert med historier om småbarnsfamilier i nød, skaper sterk identifikasjon og nærhet til seeren.

21-nyhetene og *Dagsrevyen* har et mindretall overskrifter som ikke presenteres før midt i sendingene (midt-heading). Blant disse overskriftene har TV2 ingen politiske saker og NRK ingen saker om ulykker eller kriminalitet. Dette forsterker inntrykket av hvordan de to kanalene vektlegger ulike nyhetstyper (Se kap. 5.4). Begge kanalene vektlegger kuriøse overskrifter i midt-headingene. Dette er overskrifter som refererer til «gladsaker» som sendes mot slutten av nyhetssendingene. Dette gjøres for å holde på seeren helt til slutt. 37% av NRKs midt-headinger er av en slik karakter mot og 40% i TV2.

5.7 Avslutning som fenger eller underholder

Det siste innslaget i nyhetssendingene bærer preg av å skille seg ut fra resten av sendingen i begge kanaler. I dette avsnittet vil jeg se på hvordan *21-nyhetene* og *Dagsrevyen* velger å avrunde av sendingen. Også i dette avsnittet er det naturlig å trekke inn begrepet *profilering*. Analysen viser at det ikke er tilfeldig hva slags innhold som presenteres avslutningsvis, og dermed hva slags inntrykk seeren skal sitte igjen med.

Tabell 5.5: Kjennetegn ved siste innslag. NRK; N=10, TV2; N=10

Sending avsluttes med	NRK	TV2
Gladnyhet i siste innslag	90% (9)	70% (7)
Kuriosa i siste innslag	20% (2)	90% (9)
Siste innslag representert i headingene	30% (3)	0 % (0)
Siste innslag representert blant midt-headingene	10 % (1)	20% (2)

I denne oversikten (tabell 5.5) ser vi at de fleste sendingene i begge kanaler avsluttes med en såkalt gladnyhet. Svært mange av disse *gladnyhetene*²⁹ er av kuriøs karakter i TV2. Det typiske sisteinnslaget til TV2 bærer ofte preg av å trigge nysgjerrigheten til seeren med uvanlig innhold. Et eksempel på dette kan være saken «Lottospiller gikk glipp av millioner fordi han snek i køen.» NRKs typiske gladsaker handler i større grad om ordinære temaer, ofte innenfor kunst og kultur. Et eksempel på dette kan være «Toralf Maurstad fyller 90, vi blir med hjem til den kjente skuespilleren». Svært mange av TV2s sisteinnslag avslører bare deler av innholdet, og for å forstå helheten i saken blir seeren nødt til å oppsøke nettsiden til kanalen. Dette skjer i hele 8/10 sisteinnslag. Det er åpenbart at det gjøres for å holde på seeren, men TV2 har blitt kritisert for hvordan de utnytter denne formidlingsformen. I flere kommentarer har fagbladet *Journalisten.no* skrevet at TV2 i for stor grad fyller disse sisteinnslagene med egenreklame eller innhold som fraviker fra «... journalistiske grunnelementer...».³⁰

5.8 Konfliktinnslag i 21-nyhetene og Dagsrevyen

Konflikt er et nyhetskriterium som ofte vektlegges i nyheter generelt. I dette avsnittet ser jeg på hvor mange av innslagene til *21-nyhetene* og *Dagsrevyen* som tar opp åpenbare konflikter. TV2 har en større prosentandel konfliktsaker enn NRK og tar i større grad stilling i disse konfliktene. 29% av NRKs saker bærer preg av åpenbar konflikt mellom flere parter. TV2 har 39% av disse innslagene.

²⁹ *Gladnyhet* og *kuriosa* henger ofte sammen. «Kuriosa» er ofte av en karakter som får seeren til å dra på smilebåndet, eller er av den anormale typen som gjør seeren forundret eller sjokkert. Gladnyhet dekker også de mer «normale» sakene som generelt sett fokuserer på positive hendelser eller tendenser.

³⁰ *Journalisten.no* ved Martin Huseby Jensen: <https://journalisten.no/2015/08/tv-2s-mars-pupper>. Artikkel publisert 14.08.15

I 41% av konfliktinnslagene til TV2 er det primært et fokus på den ene parten som presenteres i konflikten. Denne skjevfordelingen ser vi i 27% av konfliktinnslagene til NRK. Så selv om innslagene har en skjevfordeling i forhold til hvem som slipper til, betyr dette ikke at det blir tatt stilling i saken. Blant konfliktsakene finner jeg ingen eksempler på at NRK tydelig tar stilling i saken. TV2 tar stilling i 29% av konfliktinnslagene, og er dermed mer frempå i forhold til å tydeliggjøre hva de mener om en sak.

Den første presidentdebatten fikk fyldig dekning i både NRK og TV2, men denne illustrerer hvordan TV2 i større grad velger å ta stilling i en sak. I vinklingen til TV2 utpekes Hillary Clinton som vinner, og dette forsterkes av eksperter som utelukkende har denne holdningen. TV2s reporter er i større grad *tydelig* på at Hillary er den solide vinneren blant folk flest og eksperter. NRKs reporter bruker mer tid på å nyansere og forklare at det ikke nødvendigvis er slik at "eliten" har rett i at hun er vinneren.

Et annet eksempel på dette er saken om at Mulla Krekar nå skal sendes ut av landet. Konflikten er mellom myndighetene og Mulla Krekars advokat. Her kan ikke graden av stillingstagnung konkretiseres like mye. Det vi likevel ser er at NRK veier argumentene for utvisning frem og tilbake, og bygger dette opp med nøytrale uttalelser fra Krekars advokat og justisministeren. TV2 velger et langt mer ladet språk. I innledningen til Justisminister Anders Anundsen ser vi bilder som viser at han trykker hendene sammen, og i kommentaren sier reporter noe i retning av; «Justisministeren gnir seg godt i hendene nå som Mulla Krekar endelig kan utvises ...» Dette er en svært ladet tolkning av det vi faktisk ser. Selv om begge parter kommer til orde i saken gjøres det lettere å sympatisere med Krekars advokat, fordi Anundsens intervju svar tolkes i lys av en farget innledning.

5.9 Geografisk dekning i 21-nyhetene og Dagsrevyen

I dette avsnittet ser jeg på hvor i landet innslagene har sin opprinnelse. Det er store likhetstrekk i den geografiske inndelingen. TV2 er likevel prosentvis størst i fylkene lengst vest. NRK på sin side er større i fylkene på Sør- og Østlandet. I de to største byene, Bergen og Oslo er det prosentvis helt lik fordeling mellom de to.

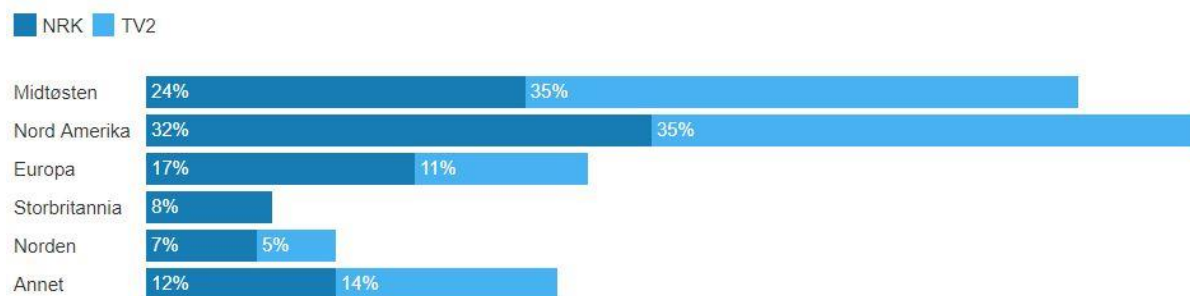
NRK har prosentvis langt flere saker fra Trøndelag og Møre og Romsdal. Dette er de fylkene TV2 ikke har saker fra i perioden. I fylkene lengst nord er det TV2 som er størst.³¹

³¹ Se vedlegg 1, tabell 6, for oversikt over geografisk inndeling.

En del av sakene er av *nasjonal art*. Det vil si at saken tar opp et tema av nasjonal interesse, uten at saken inneholder bilder fra stedet saken har sitt opphav. Dette kan for eksempel være at saken istedenfor har bilder fra Oslo eller Bergen. Når jeg ser på bildeleggingen av sakene forsterkes inntrykket av at TV2 er størst i vest og NRK størst i øst. Ellers viser tallene at de to kanalene er nokså jevne i distriktene. NRK har 43 innslag med bilder fra Oslo hvor kun 23 av disse har sitt opphav der. TV2 har også omtrent dobbelt så mange innslag med bilder fra Oslo, selv om saken ikke har opphav derfra. Dette viser at kanalene har nokså likt «Oslofokus». NRK har 11 innslag med opprinnelse i Bergen, men kun 6 av disse har bilder fra Bergen. TV2 har som oftest bilder fra Bergen dersom saken har sin opprinnelse derfra. TV2 har 14 innslag med bilder fra Hordaland, Rogaland og Sogn og Fjordane, men kun 8 av disse har sin opprinnelse herfra. Dette peker mot et større «vestlandsfokus» i TV2. Ser vi på østlandsfylkene Vestfold, Akershus og Østfold er tendensene motsatt.

Sett bort fra Oslo og Bergen er de to kanalene omtrent like mye ute i distriktene. Den største forskjellen er altså at TV2 er større i regionene nærmest Bergen og NRK i regionene nærmest Oslo.

Figur 5.5: Prosentandel innslag fra ulike land. Norge er ikke inkludert. NRK; N=59, TV2; N=37



Det er noen vesentlige forskjeller mellom de to kanalene i fordelingen av innenriks- og utenriksaker. TV2 har en større prosentandel saker fra nord Amerika og Midtøsten. Som jeg har vært inne på i tidligere kapitler har midtøstensakene vært et satsingsområde i TV2s utenriksstoff, og da særlig Syria. Dette er saker som ofte trekkes frem i overskriftene. Det amerikanske presidentvalget er noe av grunnen til at nord Amerika er såpass høyt representert i begge kanaler. Likevel har TV2 en langt større andel her. Svært mange av de kuriøse sisteinnslagene til TV2 har sitt opphav i USA. NRK har langt flere saker som tar for seg politiske forhold i Storbritannia, noe som TV2 har utelatt helt i denne perioden. NRK har en

jevn spredning blant de største byene i Europa. Kun fire av TV2s utenriksreportasjer har opphav i Europa. Innslag fra Norden er nokså jevnt representert i begge kanaler.

6: Likheter og forskjeller: Form og presentasjon

I dette kapittelet ser jeg på form- og presentasjonssiden i *21-nyhetene* og *Dagsrevyen*. I analyseskjemaet er det en rekke av variabler som gjør det mulig å peke på form- og presentasjonsforskjeller i de to nyhetsendingene. Dette må sees i sammenheng med de øvrige analysekapitlene ettersom form og innhold er vanskelig å skille. På grunn av tid og omfang måles ikke klipperytme i innslagene. Jeg har utelatt enkelte variabler som fanger opp spesifikke forskjeller ved den tekniske produksjonen av sendingene- og innslagene, som for eksempel musikkbruk eller bruken av grafiske elementer. Jeg har derfor vært oppmerksom på å suksessivt notere åpenbare forskjeller mellom NRK og TV2, som den kvantitative undersøkelsen ikke fanger opp.

6.1 Visualisering i *21-nyhetene* og *Dagsrevyen*

Det er avgjørende at saker i TV-nyhetene har gode visualiseringsmuligheter. Dersom en vesentlig og aktuell nyhets sak kan visualiseres med gode levende bilder er det stor sannsynlighet for at den vil bli prioritert. Det er ikke alltid at visualiseringsmulighetene er gode, og dette påvirker kanalens vekting av saker. (Se for eksempel Burås 2012, Enli, Syvertsen, Moe Sundet 2010, med flere)

Som jeg var inne på i kapittel fem prioriterer TV2 saker fra nyhetstypekategoriene som ofte har gode visualiseringsmuligheter. Størst er de i kategorien med saker som omhandler ulykker og kriminalitet. Selv om NRK gjør det samme, presenterer de oftere saker i kategorier som ikke har like åpenbare visualiseringsmuligheter, men som likevel er vesentlige. Politiske saker med tyngde på ekspertkilder er et eksempel på dette. Hva slags kilder som vektlegges i innslaget er også bestemmende for hvordan saken løses visuelt. TV2 vektlegger oftere enkeltmenneskets skjebne, og NRK trekker oftere inn såkalte beslutningstakere. Dette kommer vi nærmere inn på i kapittel syv.

I *Dagsrevyen* og *21-nyhetene* er alle sakene visualisert med mer enn bare nyhetsoppleseren som presenterer saken. Ingen av innslagene i undersøkelsesperioden er uten noen form for visuell presentasjon. Registrering av nyhetenes omfang viser at rundt 1/3 av innslagene er nyhetsnotiser i begge kanaler. Det som preger disse sakene er at de er kortere i tid, at de ofte leses opp av nyhetsankeret og inneholder få eller ingen intervjuobjekter. Disse sakene er også visualisert annerledes enn vanlige TV-reportasjer. Den største forskjellen

mellom nyhetsnotisene i NRK og TV2 er at NRK har en egen reporter som i et redigert «innslag» leser opp flere notiser etter hverandre, med levende bilder som visualiserer. I TV2 er det nyhetsankeret som står for opplesingen av disse, samtidig som levende bilder blir avvikles fra studio.

6.2 Direkteinnslag i sendingene

En av teknikkene som nå benyttes hyppigere enn tidligere, er bruken av direkteoverføringer i sendingene. Jeg har tidligere trukket frem hvordan teknologisk utvikling har effektivisert nyhetsproduksjonen i alle medier (Se kap. 2.2.1 og 2.4). Den kontinuerlige nyhetsstrømmen som er tilgjengelig et tastetrykk unna, påvirker også TV-nyhetene. Viktigheten av å være direkte inne fra der hendelsene skjer, også i TV-sendingene, er stor. Hyppigheten av dette i *Dagsrevyen* og *21-nyhetene* har blitt undersøkt.

Det vi ser er at direkteinnslag blir benyttet omtrent like ofte i de to nyhetssendingene. Det er direktebilder i 19% av TV2s innslag. NRK har litt flere med 21 %.³² En nærmere undersøkelse av tallene viser at TV2 har en større prosentandel direkteinnsalg som er fullverdige.³³ NRK på sin side har langt flere direkteinnslag som baserer seg på det foregående innslaget i sendingen. Det kan for eksempel være saker hvor en kommentator eller ekspert utdyper og forklarer mer om situasjonen som er presentert i det foregående innslaget. TV2 har en større prosentandel der *deler* av et innsalg har et direktesegment. Dette ser vi i nyhetssaker som ikke er delt opp i separate innsalg med ulike vinklinger, men der direktesegmentet fremstår som en sammensmeltet del av helheten. NRK har få slike innslag. TV2s direkteinnslag er oftest knyttet til kategorien krim/ulykker. I NRK blir direkteformen spredd over flere nyhetstyper. Også kunst- og kultursaker blir dekket direkte. Begge kanalene er store i direktedekningen av det amerikanske presidentvalget, som fremstår som høyt prioritert i begge kanaler. Varigheten på direkteinnslagene er gjennomsnittlig lengre enn varigheten på forhåndsredigerte innslag, og opptar dermed en vesentlig andel av sendetiden. Direkteformen tilfører et spenningsmoment for seeren, og Emanuelsen hevder også at slike innslag kan oppfattes som mer troverdige på grunn av at de i mindre grad fremstår som redigerte. (Emanuelsen 1995)

³² Se vedlegg 1, tabell 7.

³³ Innslag som forteller en historie- eller presenterer et saksfelt fra begynnelse til slutt.

6.3 Feil og tabber

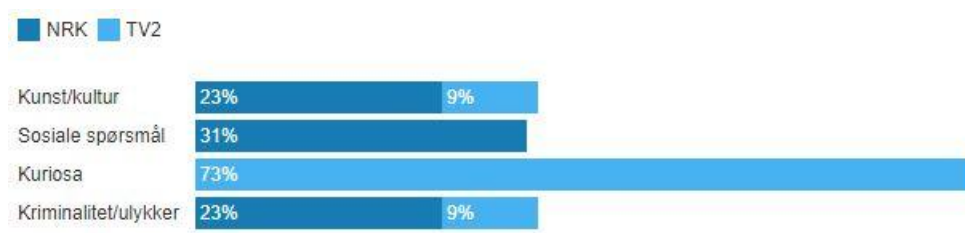
Det er registrert 298 innslag i løpet av de to undersøkelsesukene. Blant disse er det bare registrert én åpenbar feil knyttet til presentasjonssiden av sendingene og innslagene. Feilen som ble registrert var i et NRK-innslag der superteksten (Navn og tittel på intervjuobjekt) var uriktig. Dette er en typisk avviklingsfeil som fort blir rettet opp i. Reliabiliteten i dette avsnittet risikerer å være noe svekket da slike feil fort kan overses. Likevel kan vi trygt konkludere med feilmarginen i *21-nyhetene* og *Dagsrevyen* er lav. Faktafeil i innslagene har ikke blitt kontrollert i denne analysen.

6.4 Henvisning til egen nettside

En formendring som har blitt vanligere i begge kanaler, er at det i enkelte innslag kun avsløres *deler* av et nyhetsinnhold. Dette etterfølges av en oppfordring fra nyhetsanker til seeren om å oppsøke kanalens nettside for å se, eller lese, *hele* nyheten. Dette praktiseres ulikt i de to kanalene. Det er åpenbart at TV2 har kommersielle grunner for å gjøre dette. På nettsidene er annonsørene svært synlige. TV2 plasserer som hovedregel disse innslagene som sistesak, slik at seerne ikke bytter plattform før sendingen er helt ferdig.

TV2 presenterer i hovedsak kuriøse nyheter i denne formen. Som nevnt i kapittel 5.7, har TV2 blitt kritisert for å fravike fra de journalistiske grunnprinsippene, i for stor grad, i disse sakene. NRK varierer nyhetstyper, men ingen av sakene er registrert som kuriososa. Det kan tenkes at NRK bruker denne formen for å ivareta saksfelt som er viktige for allmennkringkastingsoppdraget, men som ikke er egnet for, eller prioriteres til, å presenteres i fullskala TV-format. Konkurrans hensyn tilsier også at NRK er interessert i å drive trafikk mot nettsidene. (Se kap 2.4)

10% av TV2s saker presenteres i denne formen. For NRK er tallet 7%. Det vil si at begge kanaler har minimum en slik sak per sending. Figur 6.1 viser at sosiale spørsmål og kultursaker er de dominerende nyhetstypene som presenteres i denne formen i NRK. I TV2 er over 70% disse sakene registrert som kuriøse nyheter.



Figur 6.1: Nyhetstype fordelt etter saker som presenteres for avspilling på andre plattformer. NRK; N=13, TV2; N=11

6.5 Andre formelementer

Jeg har suksessivt notert åpenbare forskjeller og likhetstrekk mellom NRK og TV2, som ikke den kvantitative undersøkelsen fanger opp. Dette er et metodisk avvik fra resten av analysen og vil derfor være kortfattet. Det anses likevel som hensiktsmessig å presentere disse funnene for å kunne belyse likheter og forskjeller mellom *21-nyhetene* og *Dagsrevyen* i størst mulig grad.

Vignett og grafikk: Begge nyhetssendingene innledes av vignetter. Disse har ulik profil. TV2 har en helgrafisk vignett, med en sterk rød fargeprofil underbygget av dramatisk, kraftfull musikk. NRKs vignett har et mykere blåfargetema, med bilder som visualiserer ulike saksfelt kanalen dekker. Musikken er elektronikapreget og oppfattes som mindre dramatisk enn i TV2. I begge kanaler etterfølges vignetten av overskriftene som presenteres av nyhetsoppleser før første innsalg introduseres. Den grafiske profilen til TV2 har blitt oppdatert etter undersøkelsesperioden, og den mest iøynefallende endringen er at nyhetsoppleseren befinner seg midt i redaksjonslokalet. Dette gir et inntrykk av et pulserende redaksjonelt miljø.

Begge nyhetssendingene benytter seg av grafiske elementer, som for eksempel digitale kartverktøy. Det mest vanlige er tituleringen, eller såkalte supertekster. Reportere og intervjuobjekters navn fremkommer på nedre del av skjermen samtidig som de uttaler seg i innslaget. Grafikk benyttes også i forbindelse med introduksjon av innslag. TV2 har en virtuell skjerm som nyhetsankeret benytter til introduksjon av enkelte saker. Skjermen viser grafikk som eksempelvis illustrerer nøkkeltall i en sak, og som har et moderne «fremtidspreg». Disse introduksjonene er ofte lange, og introduksjonsdelen fremstår som en viktig del av helheten. Denne introduksjonsformen forekommer oftere i TV2 enn i NRK i undersøkelsesperioden.

Nyhetsopplesere: 21-nyhetene ledes av én nyhetsoppleser. I Dagsrevyen er det to nyhetsopplesere, som oftest en mann og en kvinne. Nyhetssendingen til TV2 avrundes med en uformell «prat» mellom nyhetsoppleser og programleder for sporten, som er neste program ut etter reklame og værmelding. Denne uformelle tonen spiller gjerne videre på det siste nyhetsinnslaget som ofte er av humoristisk karakter. (Se kap. 6.4 og 5.7)

I Dagsrevyen er det en mer nøktern overgang til sporten og været, som utgjør siste del av selve sendingen. Etter værmeldingen settes det tilbake til nyhetsoppleserne som oppsummerer og avslutter.

Nyhetssendingene i NRK og TV2 avsluttes enten med en hilsen til seeren, og i noen tilfeller reklameres det for programmet som kommer i etterkant. Dette skjer i begge kanaler. NRK reklamerer fast for utenriksprogrammet Urix på tirsdager. På disse dagene er det svært få utenrikssaker i Dagsrevyen. Begge kanalene reklamerer for lørdagssendingene på fredagene.

TV2 har flere korte nyhetssaker som i etterkant utannonseres av nyhetsoppleser med en oppfordring om å se et annet program på kanalen som går i dybden på disse sakene. Et eksempel på dette er TV2s program «Åsted Norge». Dette er et direktesendt program som tar for seg uløste politisaker og som ber om tips fra publikum. NRK viser også eksempler på egenpromotering i Dagsrevyen. I sendingen fra 26. september 2016, er det hele tre innslag som tar utgangspunkt i NRKs seriesatsting «Nobel».

7: Likheter og forskjeller: Menneskene i nyhetene

I kapittel syv vil jeg ta for meg menneskene i nyhetene. Her vil jeg se på hvem som er kilder og intervjuobjekter i sendingene og på kjønnsfordelingen blant disse i de to kanalene. Her ser jeg også etter hva slags type kilder som er de mest fremtredende i *21-nyhetene* og *Dagsrevyen*. En gjennomgående tendens er at kvinner er underrepresentert som kilder i begge kanaler. TV2 har prosentvis flere kvinnelige kilder i innslagene sammenlignet med NRK. Jeg begynner med å presentere *kjønnsfordelingen* blant kildene, før jeg ser etter hva slags kilder som fremstår som *dominerende* i innslagene. Til slutt undersøker jeg om de *dominerende aktørene*, og øvrige kilder, har høy eller lav *status*.³⁴

7.1 Kjønnsfordelingen i nyhetene

Ved gjennomgang av dataene viser funnene at TV2 har en større andel kvinnelige kilder som uttaler seg i innslagene, sammenlignet med NRK. I tillegg fremstår kvinner oftere som *hovedaktører* i TV2s innslag. Likevel er det menn som dominerer i begge kanaler.

Av samtlige kilder som uttaler seg til TV2 er 42% kvinner og 58% menn.³⁵ I NRK er 38% av kildene kvinner og 62% menn. Dette betyr at kvinner representerer en større prosentandel av kildene i TV2 sammenlignet med NRK.

Kvinner uttaler seg i 41% av innslagene til TV2 og i 38% av innslagene til NRK. I TV2 er det 43 innslag der kvinner deltar, og til sammen utgjør dette 83 kvinner som uttaler seg til kanalen i undersøkelsesperioden. I NRK deltar kvinner i 72 innslag, og til sammen utgjør dette 114 kvinner.

Menn uttaler seg i 59% av innslagene til TV2 og i 60% av innslagene til NRK. I TV2 er det 62 innslag der menn deltar, og til sammen utgjør dette 113 menn som uttaler seg til kanalen i undersøkelsesperioden. I NRK er det 115 innslag der menn deltar og til sammen utgjør dette 186 menn.

I innslagene med én *hovedaktør* er 42% kvinner i TV2, mot 37% i NRK. De fleste kvinner som uttaler seg som *hovedaktører* i NRK er representanter for politi eller rettsvesen, eller politikere på høyt nivå (til sammen en tredjedel). Den største enkeltstående gruppen med kvinnelige hovedaktører i NRK er «menigmann/kvinne» (en femtedel)

³⁴ Se vedlegg 2, kodebok, for utfyllende definisjon av statusbegrepet. Eksempelvis vil en stortingsrepresentant være en kilde med høy status på nasjonalt nivå.

³⁵ Se vedlegg 1, tabell 8 og 9.

I TV2 finner vi tilsvarende tendens, men den største forskjellen er at gruppen «menigmann/kvinne» er større. En tredjedel av innslagene med kvinnelig hovedaktør hører hjemme her.

I saker med politiske hovedaktører, er TV2 representert med like mange kvinner som menn. Her er menn overrepresentert i NRK. Det er stort sett bare uttalelsene fra statsminister Erna Solberg som gjør at prosentandelen, kvinnelige politiske hovedaktører, er stor i NRK. Blant øvrige stortingspolitikere som uttaler seg til NRK, er det menn som dominerer.

I saker der representanter for politi eller rettsvesen er hovedaktører, benytter TV2 seg av langt flere kvinnelige kilder. Hele 75% av disse er kvinner i TV2, mot 41% i NRK.

Menn er i hovedvekt på begge kanaler, men TV2 har likevel en større prosentandel kvinnelige hovedaktører sammenlignet med NRK. TV2 har en jevnere fordeling mellom kvinner og menn i flere kategorier. I NRK er menn stort sett alltid overrepresentert, bortsett fra i saker der «menigmann/kvinne» opptrer som hovedaktør i innslaget.

7.2 Hovedaktørene i 21-nyhetene og Dagsrevyen

NRK og TV2 fokuserer på én hovedaktør i omlag 80% av sakene.³⁶ Saker som har to eller flere hovedkarakterer blir ikke behandlet i dette avsnittet. I tabell 7.1, ser vi at blant innslagene som har én hovedaktør er andelen størst i kategorien «menigmann/kvinne» i begge kanaler.

TV2	
Menigmann/kvinne	35 %
Politi, tollere, rettsvesen	13 %
Statsoverhoder	10 %
Organisasjonsrepresentanter	10 %
Stortings og regjeringsmedlemmer	8 %
NRK	
Menigmann/kvinne	19 %
Politi, tollere, rettsvesen	16 %
Kirke-, kultur-, undervisning og media-representanter	12 %
Statsoverhoder	12 %
Stortings og regjeringsmedlemmer	10 %

Tabell 7.1: Type hovedaktører som forekommer hyppigst. NRK; N=155, TV2; N=84

³⁶ Kilden det vies mest oppmerksomhet til i innslaget. Det betyr ikke nødvendigvis at få andre kilder slipper til.

Andelen representanter fra politi og rettsvesen er stor i begge kanaler. Det er noe overraskende at NRK ikke har organisasjonsrepresentanter i topplisten, men det må understrekes at listen kun refererer til saker hvor det legges vekt på én hovedaktør. Ser vi nærmere på disse tallene fremkommer det blant annet at NRK har en større prosentandel kjendiser og idrettsutøvere som hovedaktør. TV2s sportssaker sendes imidlertid i et helt eget program og derfor spares som regel alle disse sakene til denne sendingen. En annen grunn til dette er at NRK har en større andel kultursaker.

Emanuelsen trekker frem at NRK, historisk sett, har vært paternalistisk i sitt programtilbud. (Emanuelsen 1995) I dag er det vanskeligere å peke på en slik styrende, eller faderlig, programprofil i Dagsrevyen, men vi ser likevel at NRK har en større mengde hovedaktører i enkelte kategorier som vi ikke finner i TV2. NRK har eksempelvis en større prosentandel med hovedaktører fra statlig og kommunal administrasjon. Også i kategorien «Kirke-, kultur-, undervisning og media-representanter» har NRK flest hovedaktører. Prosentandelen forskere er også noe høyere i NRK enn TV2. Ni forskere uttaler seg i NRK mot fire i TV2.

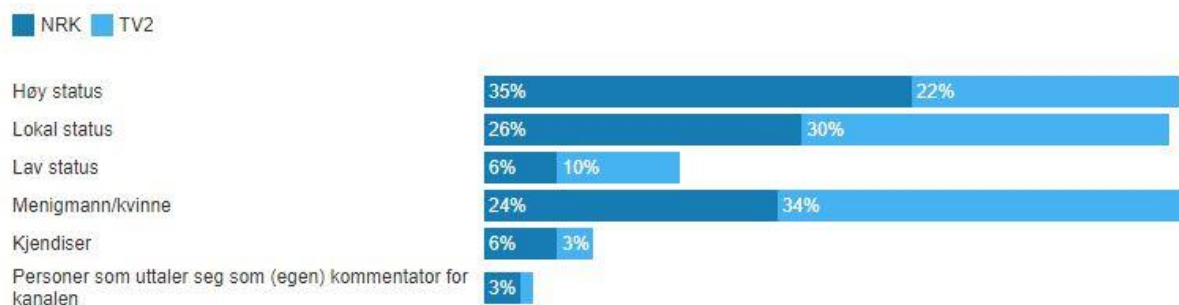
De fleste innslagene er preget av flere viktige kilder, og disse blir det satt fokus på i neste avsnitt. Det vi har sett på nå er på hvem som får opptre som hovedkarakteren i innslagene - der hvor det er mulig å peke på dette.

7.3 Kildenes status

I den videre diskusjonen av kilder inkluderes alle som det henvises til i nyhetene. Det vi skal se i dette avsnittet er at en større del av NRKs kilder har *høy status* sammenlignet med kildene i TV2. 348 personer uttaler seg- eller refereres til i NRK i perioden. Tilsvarende tall for TV2 er 223. Figur 7.1 viser at det er stor forskjell på disse kildenes status.³⁷ TV2s kildevalg stemmer overens med kanalens ønske om å fokusere på det *nære*. NRKs kildevalg bygger opp under kanalens rykte om å være den mest formelle nyhetsutsenderen.

³⁷ Eksempel på statusdefinisjon: «Personer med høy status er mennesker med lederansvar for nasjonale foretak eller organisasjoner, regjerings- eller stortingsmedlemmer, eller andre som har ansvarsområder i forbindelse med stilling eller verv på nasjonalt nivå.» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s.7) Se vedlegg 2, for utfyllende statusdefinisjon.

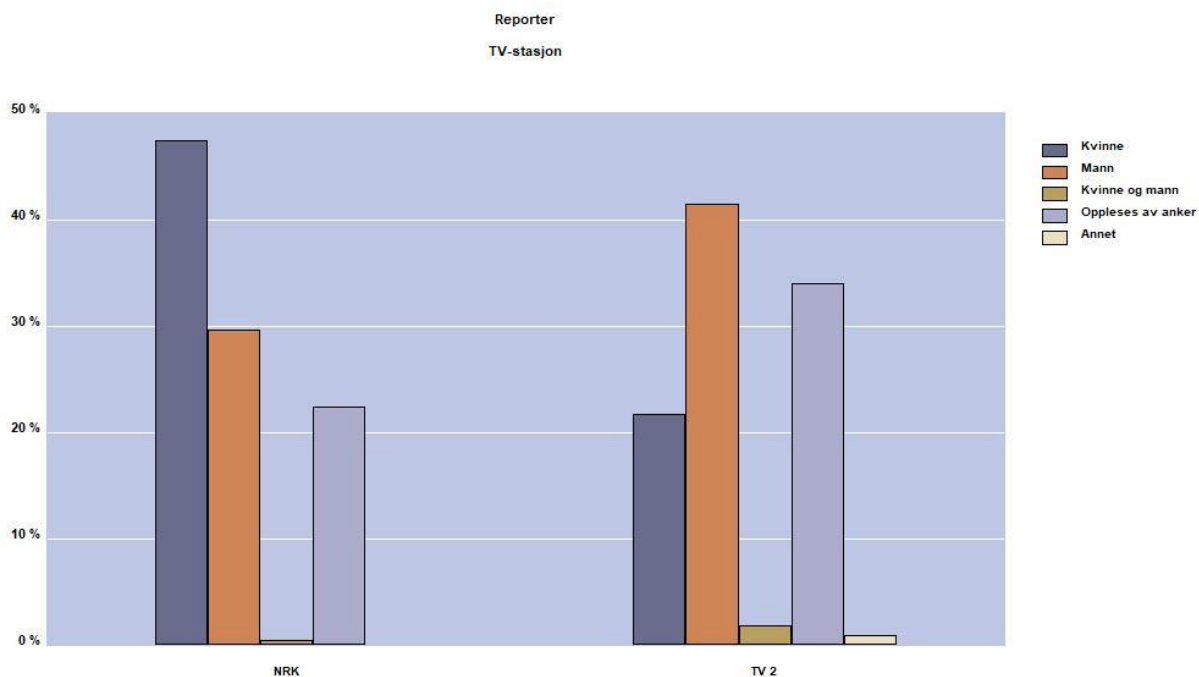
Figur 7.1: Kilder fordelt etter status. NRK; N=348, TV2 = 223



Det vi ser er at TV2 har en langt større prosentandel kilder i kategorien menigmann/kvinne og i kategoriene lokal- og lav status. NRK trekker oftere inn kilder med høy status, og typisk for dette er mennesker med beslutningsmyndighet på nasjonalt nivå.

7.5 Reporterne

I kapittel fire så vi at kjønnsfordelingen blant *reporterne* er nokså jevn dersom NRK og TV2 sees under ett. Dersom vi ser på kanalene hver for seg er andelen innslag som rapporteres av kvinner størst i NRK.



Figur 7.2: Andel innslag som rapporteres av kvinner, menn og ankerperson. NRK; N=192, TV2; N=106

Figur 7.2 viser kjønnsfordelingen i andelen innslag, ikke varighet. I NRK er det flest kvinner som rapporterer de korteste innslagene (varighet under 50 sekunder). Det er en jevn kjønnsfordeling blant reporterne i gruppen med flest innslag (varighet 50-129 sekunder.) Det er likevel ti prosent flere menn som rapporterer i innslagene med lengst varighet (130 sek +).

I TV2 er det som oftest nyhetsoppleseren som rapporterer de korteste innslagene (varighet under 50 sekunder). Blant TV2s innslag over 50 sekunder er det omtrent dobbelt så stor sjans for at reporteren er en mann.

Samlet sett viser denne oversikten at NRK har en jevnere kjønnsbalanse blant reporterne enn TV2, til tross for at kvinner oftere blir benyttet som kilder i TV2. Det er størst sjans for at en mann rapporterer de lengste reportasjene i begge kanaler. En gjennomgang viser at det er en jevn fordeling av hva slags nyhetstyper som kvinner og menn rapporterer i NRK og TV2.

7.5.1 Kommentatoren

Både 21-nyhetene og Dagsrevyen har «egne» ekspertkommentatorer som er gjengangere i nyhetssendingene. Denne gruppen består av journalister som har fordypet seg i et saksfelt og som uttaler seg om dette, eller eksterne samfunnsvitere som opptrer gjentatte ganger som eksperter. I de tilfellene forskere eller andre opptrer som eksperter uten at de fremstår som en del av kanalens faste inventar, regnes ikke disse med i denne sammenhengen. NRK har kommentatorer i 5% av innslagene. TV2 gjør bruk av kommentarer i 3% av innslagene. Denne prosentandelen hadde vært større i begge kanaler dersom vi hadde medregnet *direktereporteres* introduksjon til egne innslag fra ulike steder. Disse faller i en gråson mellom å uttale seg som reportere eller eksperter, og er ikke medregnet. Kommentatorene blir i denne perioden hyppig brukt i forbindelse med det amerikanske presidentvalget. Ellers er andelen forskere som, oftest, opptrer som eksperter 2% høyere i NRK sammenlignet med TV2.³⁸

³⁸ Denne prosentandelen representerer innslag der forskere opptrer som hovedaktør i innslagene – ikke det totale antallet forskere som uttaler seg.

8: Hva har endret seg, og hva forblir likt i TV-nyhetene?

I dette kapittelet blir det satt fokus på hva som har endret seg og hva som har forblitt uendret i nyhetssendingene til NRK og TV2 mellom 1995 og 2016. Som nevnt innledningsvis ble det gjort en lignende studie av de to kanalenes hovednyhetssendinger få år etter opprettelsen av TV2 (Emanuelson 1995). Et av delmålene i min oppgave er å identifisere endringer i nyhetssendingene *over tid*. Dette er formulert i forskningsspørsmålene i kapittel en.

Studien fra 1995 tok for seg de samme nyhetssendingene med den samme metodiske tilnærmingen, og egner seg derfor godt til sammenligning. På grunn av oppgavens omfang vil hovedfokuset i denne sammenligningen være *nyhetenes innhold*.

For å få et inntrykk av hvordan de to nyhetssendingene profilerte seg på innholdssiden i 1995, og hvordan de profilerer seg nå, vil jeg se på andelen *nyhetstyper* i de to kanalene og hva slags saker som trekkes frem i *overskriftene*.

For å være sikker på at denne delen av analysen blir troverdig, har jeg brukt de samme variablene og definisjonene – der hvor det skal sammenlignes. Oppgavens omfang i 1995 var dobbelt så stor. Derfor var utvalget også større, med fire uker datainnsamling istedenfor to som utgjør datagrunnlaget i denne oppgaven. I oppgaven fra 1995 var de fire undersøkelsesukene sammenhengende. I denne oppgaven er de to ukene adskilt. Dette er forhold som følgelig kan påvirke resultatene. Begrunnelsen for dette utvalget er videre utdypet i kapittel 3.2.

8.1: Nyhetstypene i Dagsrevyen og 21-nyhetene

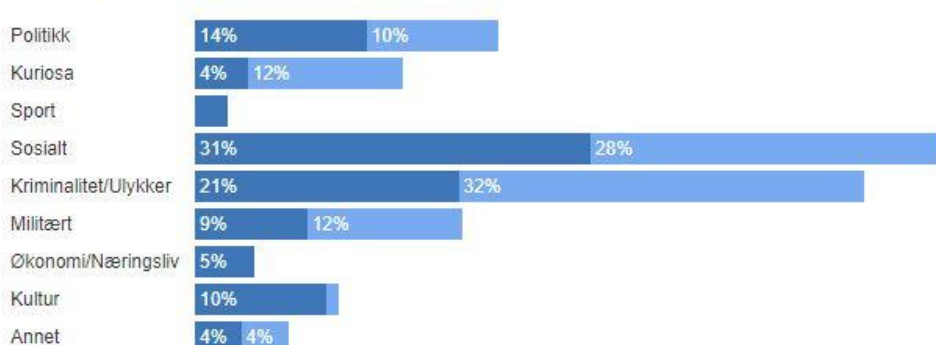
Figur 8.1 viser at prioriteringen av nyhetstyper i 1995 og 2016 har likhetstrekk. De største nyhetskategoriene er fortsatt størst, og dermed kan vi si at *hovedtrekkene* er like.

Kategorien som favner om sosiale saker er størst, fulgt av saker som omhandler kriminalitet og ulykker. Den tredje største kategorien i begge kanaler er politikk i 2016. I 1995 ble denne kategorien utkonkurrert av saker som omhandlet krig og konflikt. Andelen av disse sakene har falt betraktelig i NRK. Dette har ført til økt prosentandel i andre kategorier. Et påfallende utviklingstrekk er at andelen saker som omhandler kriminalitet eller ulykker har økt i *begge* kanaler. Andelen kultursaker i NRK har økt betraktelig.

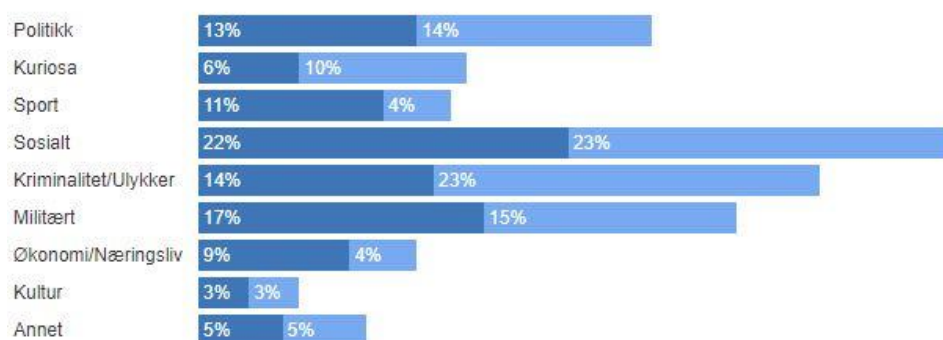
Forøvrig er de minste kategoriene fortsatt minst, og totalt sett er det mye som er likt i nyhetsutvelgelsen til 21-nyhetene og Dagsrevyen. Utvalget i 1995 var som nevnt større, og en konsekvens av dette er trolig at kategoriene med minst andel i 2016 blir svært små.

Figur 8.1: Prosentandel nyhetstyper som er representert i NRK og TV2. 1995: NRK; N= 496, TV 2; N=431. 2016: NRK; N= 192, TV2; N= 106.³⁹

2016: ■ NRK ■ TV2



1995: ■ NRK ■ TV2



Dagsrevyen og 21-nyhetene sett under ett viser et *samlet nyhetsbilde* (Tabell 8.1) som bekrefter likhetstrekk i nyhetsutvelgelsen. Også her ser vi økningen av saker som omhandler kriminalitet eller ulykker, og saker som faller inn under kategorien sosialt. Andelen saker som omhandler krig og konflikt er betraktelig mindre, og dette kommer av en markant nedgang i Dagsrevyen⁴⁰:

³⁹ Tallene fra 1995 er hentet fra «Nyhetene på skjermen» (Emanuelsen 1995)

⁴⁰ Se vedlegg 2 for en utfyllende beskrivelse av hvordan de ulike nyhetstypene er definert.

2017: Politikk: 12%	2017: Sosialt: 30%
1995: Politikk: 14%	1995: Sosialt: 23%
2017: Krim/ulykker: 25%	2017: Militært: 10%
1995: Krim/ulykker: 18%	1995: Militært: 16%

Tabell 8.1: Prosentandel nyhetstyper i 1995 og 2016. 1995; N= 927, 2016; N=298

8.2 Headinger i 21-nyhetene og Dagsrevyen

Overskriftene, eller headingene, i nyhetssendingene sier mye om hvordan kanalene prioriterer saker og *profilerer* sendingene. Jeg skal nå se på hva slags nyhetstyper som ble trukket frem i overskriftene i 1995 sammenlignet med 2016. Overskriftene skal, som tidligere nevnt, selge sendingen og samtidig gi et inntrykk av hva som er dagens viktigste nyheter. Følgende oversikt viser endringer ved overskriftene som blir presentert i starten av sendingene:⁴¹

TV2: 15% av overskriftene i 2016 dreide seg om politiske saker. Det er en økning i prosentandelen på 5%. 34% av overskriftene i 2016 dreide seg om sosiale saker. Det er en økning i prosentandelen på 7%. 34% av overskriftene i 2016 dreide seg om kriminalitet og ulykker. Det er en økning i prosentandelen på 8%. 13% av overskriftene i 2016 dreide seg om krig og konflikt i 2016. Dette er en økning i prosentandelen på 4%. 4% av overskriftene i 2016 dreide seg om saker med et kuriøst tilsnitt i 2016. Dette er en nedgang i prosentandelen på 13%.

NRK: 17% av overskriftene i 2016 dreide seg om politiske saker. Det er en økning i prosentandelen på 1%. 31% av overskriftene i 2016 dreide seg om sosiale saker. Det er en økning i prosentandelen på 9%. 31% av overskriftene i 2016 dreide seg om kriminalitet og ulykker. Det er en økning i prosentandelen på 20%. 3% av overskriftene i 2016 dreide seg om krig og konflikt. Dette er en nedgang i prosentandelen på 18%. 1% av overskriftene i 2016 dreide seg om saker med et kuriøst tilsnitt. Dette er en nedgang i prosentandelen på 8%.

⁴¹ Overskrifter prosentvis fordelt på nyhetstype. Tallene fra 1995 er fra «Nyhetne på skjermen» (Emanuelson 1995) NRK; N=124, TV2; N=113. Tall fra 2017: NRK; N= 75, TV2; N= 53

Sakene som trekkes frem i overskriftene må sees i sammenheng med andelen nyhetstyper i sendingene for at vi skal kunne danne oss et godt inntrykk av innholdssiden og profileringen av denne i Dagsrevyen og 21-nyhetene. Tallene over vil derfor bli oppsummert og analysert i noen hovedtrekk i avsnitt 8.5. Vi kan likevel si at nyhetstypen «sosialt» er den som får mest plass i overskriftene i begge kanaler både i 1995 og 2016.

NRK har i 2016 langt færre overskrifter som omhandler krig og konflikt, og langt flere som omhandler kriminalitet og ulykker sammenlignet med 1995. TV2 har en jevn økning i prosentandelen overskrifter i de største kategoriene, noe som betyr at mindre kategorier som for eksempel kultur-, økonomi- og næringslivssaker ikke fremkommer i overskriftene i perioden. I tillegg ser vi at både NRK og TV2 har færre saker av kuriøs karakter i overskriftene i 2016. Her må det presiseres at overskriftene som presenteres ved midten av sendingene ikke er medregnet.

8.3 Andre utviklingstrekk i Dagsrevyen og 21-nyhetene

Hovedmålet med dette kapittelet er se på om det har vært endring i hvilke nyhetstyper som vektlegges i *21-nyhetene og Dagsrevyen* mellom 1995 og 2016, og på hvilke nyhetstyper som oftest blir trukket frem i overskriftene. De følgende avsnittene er en supplering hvor jeg presenterer andre likheter og forskjeller mellom funnene i denne analysen, og funn som ble presentert i «Nyhetene på skjermen» (Emanuelsen 1995). Dette vil være forhold som berører både innhold og presentasjonsform, og som forhåpentligvis kan bidra til å øke bevisstheten rundt TV-nyhetenes endringsmønster over to tiår.

8.3.1 Avslutning som fenger eller underholder

I forrige avsnitt så jeg på hva slags innhold som ble presentert i starten av sendingene. I dette avsnittet ser jeg på hva slags innhold som blir presentert avslutningsvis.

Emanuelsen peker på at et av nyhetsutsenderenes mål er å holde på seerne helt til slutten av sendingen, for å så avslutte med et innslag av den hyggeligere sorten. Helland trekker frem at Dagsrevyen i 1990 ikke hadde noe strategi om å bevisst plassere slike innslag mot slutten av sendingen. Emanuelsens undersøkelse viste likevel at dette hadde blitt en trend

også i NRK⁴² (Helland 1993, s.209 i Emanuelsen 1995, s. 78). Funnene til Emanuelsen viste at ca. halvparten av NRKs sisteinnslag var en typisk gladnyhet, mot 80% i TV2.

I mine funn er hele 90% av NRKs sisteinnslag såkalte *gladsaker*. TV2 har nå litt færre av disse sakene, hvor 70% av sisteinnslagene formidler en gledelig nyhet. Den store forskjellen er at NRK i dag har flere gladsaker som er av seriøs karakter, og ikke typisk *kuriosa*. Et eksempel på dette er kultursaker med en positiv vri eller lykkelig slutt. TV2 har gått motsatt vei, hvor 9/10 sisteinnslag er av *kurios* karakter, og ofte saker som spiller på nysgjerrigheten. De fleste av disse blir presentert delvis, med oppfordring til seeren om å oppsøke TV2s nettsider hvor hele saken er tilgjengelig. På denne måten dirigeres trafikken fra TV-nyhetene til nettsidene ved slutten av sendingen. I kapittel 6.4 kommer jeg nærmere inn på hvordan denne innslagsformen benyttes i *begge* kanaler.

8.3.2 Inndeling i hovedoppdrag og nyhetsnotis

Hvordan sendingene ser ut i sin helhet avhenger av hvordan innslagene er inndelt. Jeg har tidligere trukket frem at TV-formatet er bundet av faste rammer og at endringer ikke skjer over natten (Njaastad 2010 med flere). I dette avsnittet ser jeg på om fordelingen mellom inndelingen av *hovedoppdrag* og *nyhetsnotiser* har endret seg.⁴³

Fordelingen mellom prosentvis andel hovedoppdrag og nyhetsnotiser er påfallende likt nå og for over tjue år siden. Dette fremkommer av tabell 8.2:

TV2:	NRK:
Andel notiser i TV2 1995: 35%	Andel notiser i NRK 1995: 35%
Andel notiser i TV2 2017: 35%	Andel notiser i NRK 2017: 36%
Andel hovedoppdrag i TV2 1995: 65%	Andel hovedoppdrag NRK i 1995: 65%
Andel hovedoppdrag i TV2 2017: 65%	Andel hovedoppdrag i NRK 2017: 64%

Tabell 8.2: Andelen av nyhetsnotiser og hovedoppdrag 1995 og 2016. 1995: NRK; N= 496, TV 2; N=431. 2016: NRK; N= 192, TV2; N= 106.⁴⁴

⁴² Kjennetegn ved det siste innslaget. 1995; NRK: N=28, TV2; N= 28. 2016: NRK; N=10, TV2; N=10

⁴³ Beskrivelser av hva som kjennetegner *hovedoppdrag* og *nyhetsnotiser* fremkommer i kapittel fire og fem.

⁴⁴ Tallene fra 1995 er hentet fra «Nyhetene på skjermen» (Emanuelsen 1995)

Fordelingen mellom hovedoppslag og nyhetsnotiser viser at sendingene har en tilnærmet uendret inndeling. Dette støtter opp om nevnte teori om at fjernsynsnyhetenes format er nokså satt. Denne inndelingen viser at en typisk nyhetssending i fjernsynsnyhetene består av 1/3 kortere nyhetsnotiser og 2/3 hovedoppslag.

8.3.3 Innenriks og utenriks

Prioriteringen mellom innenriksaker og utenriksaker er svært lik i de to kanalene. Dette var også tilfellet i 1995. Omtrent 2/3 deler av innslagene er innenriks og 1/3 er utenriks.

2016: Norge trekkes inn i 22% av utenriks sakene i form av at norske kommentarer innhentes eller at Norge som land er involvert i TV2. Tilsvarende tall for NRK er 18%. Det er redaksjonenes vurdering av utenriks sakens vesentlighet som ser ut til å avgjøre hvilken plassering den får i sendingen. I Dagsrevyen er utenriks sakene som oftest satt sammen i bolker. Dette er ikke like symptomatisk i TV2.

1995⁴⁵: Norge trekkes inn i nesten halvparten av utenriks sakene i form av at norske kommentarer innhentes eller at Norge som land er involvert. Utenriks sakene blir ikke markert av egen vignett, men er satt sammen i egne bolker.

Andelen utenriksaker ser dermed ut til å være den samme. Det kan virke som om at det i 1995 var et større fokus på å finne en norsk vinkling, eller trekke inn norske kommentarer i utenriks sakene. I 2016 ser vi mest av dette i TV2. En slik fornorsking skaper identifikasjon og opplevelsen av nærhet til saken.

8.3.4 Konfliktinnslag i 21-nyhetene og Dagsrevyen

Konflikt er et nyhetskriterium som ofte vektlegges i nyheter generelt. I dette avsnittet ser jeg på hvor mange av innslagene til *21-nyhetene* og *Dagsrevyen* som tar opp åpenbare konflikter og sammenligner dette med funnene i 1995.

2016: TV2 har en større prosentandel konfliktsaker enn NRK og tar i større grad stilling i disse konfliktene. 29% av NRKs saker bærer preg av åpenbar konflikt mellom flere parter. TV2 har 39% av disse innslagene. I 41% av konfliktinnslagene til TV2 er det primært et

⁴⁵ Andelen innenriks og utenriksaker 1995 og 2017. 1995: NRK; N= 496, TV 2; N=431. 2016: NRK; N= 192, TV2; N= 106.⁴⁵

fokus på den ene parten som presenteres i konflikten. Denne «skjevfordelingen» ser vi i 27% av konfliktinnslagene til NRK.

1995: NRK har like stor prosentandel konfliktsaker som TV2, men i likhet med 2016 er TV2 den kanalen som tar mest stilling i disse konfliktene. I 35% av konfliktinnslagene til TV2 er det primært et fokus på den ene parten som presenteres i konflikten. Denne «skjevfordelingen» ble funnet i 11% av konfliktinnslagene til NRK.

Denne «skjevheten» mellom partene som uttaler seg i saken, betyr ikke nødvendigvis at det blir tatt stilling i saken. Det som likevel er tilfellet i både i 1995 og i 2016, er at det ikke ble funnet eksempler på at NRK tydelig tar stilling i en sak. TV2 viser flere eksempler både i undersøkelsen fra 1995 og i denne undersøkelsen på at de tydeligere tar stilling, eller *farger* disse konfliktene. Hvordan dette synliggjøres i reportasjene eksemplifiseres i avsnitt 5.8.

8.3.5 Direkteinnslag i 21-nyhetene og Dagsrevyen

På 90-tallet var denne reportasjeformen langt mer kostbar og ressurskrevende (Emanuelson 1990) Det er nok her de største endringene har skjedd når vi ser på forskjeller og likheter i presentasjonsform mellom 1995 og 2016.

2016: Andelen direkteinnslag med direktebilder er omtrent like stor i NRK og TV2. Ca. 20%⁴⁶ av innslagene presenteres i denne formen i begge kanaler.

1995⁴⁷: Tre ganger forekommer direktebilder i NRK, og fire ganger i TV2. Til sammen utgjør dette under 1% av innslagene i NRK og TV2.

Varigheten på direkteinnslagene er gjennomsnittlig lengre enn varigheten på forhåndsredigerte innslag, og opptar dermed en vesentlig andel av sendetiden i 2016. Direkteformen tilfører et spenningsmoment for seeren, og Emanuelson hevder også at slike innslag oppfattes som mer troverdige på grunn av at de i mindre grad fremstår som redigerte. (Emanuelson 1995)

⁴⁶ I 2016 har NRK 19% direkteinnslag og TV2 21%.

⁴⁷ Andelen direkteinnslag i 21-nyhetene og Dagsrevyen 1995 og 2017. 1995: NRK; N= 496, TV 2; N=431. 2016: NRK; N= 192, TV2; N= 106.⁴⁷ I 2016 har NRK 19% direkteinnslag og TV2 21%.

8.3.6 Kjønnbalanse i Dagsrevyen og 21-nyhetene

Kvinner representerer en større prosentandel av kildene i TV2 sammenlignet med NRK, både i 2016 og i 1995. Det er 4% flere kvinner i TV2 enn i NRK begge disse årstallene. Det vi likevel ser, er at begge kanalene har økt prosentandelen kvinnelige kilder betraktelig på disse årene. TV2 har en økning på 16% og NRK det samme. Fordelingen fortoner seg slik:

- **2016:** Av samtlige kilder som uttaler seg til TV2 er 42% kvinner og 58% menn. I NRK er 38% av kildene kvinner og 62% menn.
- **1995:** Av samtlige kilder som uttaler seg til TV2 er 26% kvinner og 74% menn. I NRK er 22% av kildene kvinner og 78% menn.

Kvinner fremstår oftere som *hovedaktør* i nyhetene i 2016. I innslagene med én *hovedaktør* er 42% kvinner i TV2, mot 37% i NRK. Av innslagene med én *hovedaktør* i 1995 var kun 17% kvinner i TV2 og 16% i NRK.⁴⁸

Blant reporterne var kvinner underrepresentert i 1995. Sjansen for at det var en mann som rapporterte nyhetene var omtrent dobbelt så stor. TV2 hadde en noe jevnere kjønnsfordeling med 6% større andel av innslag som ble rapportert av kvinner. I 2016 ser vi at NRK har en jevnere kjønnsfordeling blant reporterne sammenlignet med TV2 som fortsatt har en langt større andel innslag som rapporteres av menn. NRKs «overtak» på TV2 kan delvis forklares med at NRK har mange korte nyhetsnotiser som i alle sendingene rapporteres av en kvinne. Det vi ser i begge kanaler er at innslagene med lengst varighet oftest rapporteres av menn.

8.3.7 Kildenes status

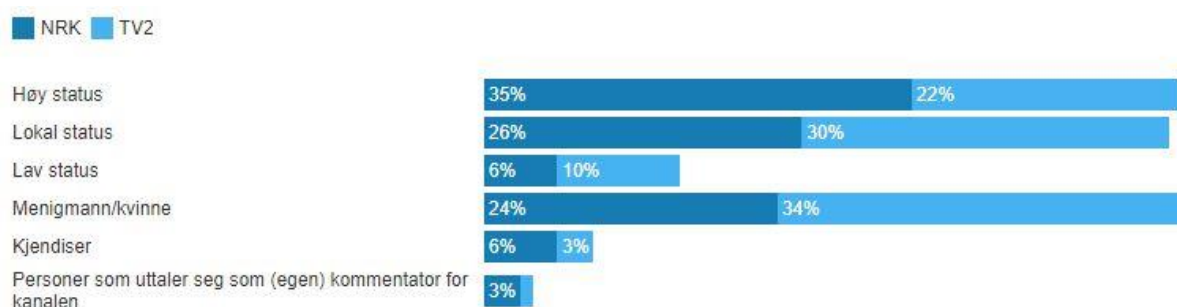
NRKs kilder har *høy status* sammenlignet med kildene i TV2. 348 personer uttaler seg eller presenteres i NRK, og tilsvarende tall for TV2 er 223. Figur 8.2 viser at det er stor forskjell på disse kildenes *status*.⁴⁹ TV2s kildevalg stemmer overens med kanalens ønske om å fokusere på det *nære*. NRKs kildevalg bygger opp under kanalens rykte om å være den mest formelle nyhetsutsenderen. I 2016 har TV2 en langt større prosentandel kilder i kategorien *menigmann/kvinne* og i kategoriene *lokal-* og *lav status*. NRK trekker oftere inn kilder med

⁴⁸ Tallene på andelen menn og kvinner fra 1995 er hentet fra «Nyheteene på skjermen» (Emanuelson 1995)

⁴⁹ Eksempel på statusdefinisjon: «Personer med høy status er mennesker med lederansvar for nasjonale foretak eller organisasjoner, regjerings- eller stortingsmedlemmer, eller andre som har ansvarsområder i forbindelse med stilling eller verv på nasjonalt nivå.» (Definisjon: Emanuelson 1995, vedlegg 5, s.7) Se vedlegg 2, for utfyllende definisjon av status.

høy status, typisk for dette er mennesker med beslutningsmyndighet. I 1995 ble tilsvarende mønster presentert. «Disse funnen kan igjen være med på å illustrere NRK som den formelle kanalen som går til topps i systemet, mens TV2 fremstår som noe mer uformell i det den ønsker å fokusere på den «vanlige» seer» (Emanuelson 1995, s. 106)

Figur 8.2: 2016: Kilder fordelt etter status. NRK; N=348, TV2 = 223



8.4. Konklusjon: Hovedtrekk ved nyhetsinnhold og profilering i 1995 og 2016

NRK har en markant økning i andelen saker, men spesielt overskrifter som handler om kriminalitet og ulykker, og har dermed blitt likere TV2 på dette området. Samtidig har NRK i 2016 mindre fokus på saker som omhandler krig og konflikt, både i andelen saker og overskrifter.

NRK har en større *bredde* i nyhetsutvelgelsen, også blant overskriftene både i 1995 og 2016. Det er et større tilfang av nyhetstypene økonomi/næringsliv, kultur og sport i NRK. Tilsvarende tendens fremkommer også av tallene fra 1995. Selv om TV2 hadde tilnærmet lik andel politiske saker som NRK i 1995 ble langt færre av disse trukket frem i overskriftene i TV2. I dag har NRK tilsvarende prosentandel saker som omhandler politikk, mens TV2 har en lavere andel av denne typen.

TV2 har hatt en liten økning i andel saker med kuriøs karakter siden 1995. I NRK har det vært tilsvarende nedgang av denne typen saker. TV2 profilerer seg mindre på kuriøse saker ved begynnelsen av sendingene, men dette kan komme av at disse sakene ofte er ufullstendige reportasjer med *henvisning til egen nettside*.

I dag kan det virke som at TV2 prioriterer kuriosa og krig/konflikt fremfor kultur, næringsliv og økonomi. I 1995 så vi en tilsvarende tendens. NRK har en tydeligere profilering på politikk, kultur og økonomi, og noe mindre på krig/konflikt og kuriosa. I 1995 så vi

tilsvarende tendens, bortsett fra at krig og konflikt dominerte i større grad. Noe av grunnen til dette kan være TV2s hyppige bruk av innkjøpte bilder (med sterke visuelle inntrykk) fra nyhetsbyråer.

Denne oppsummeringen av nyhetssendingene i 1995 og 2016 favner ikke om alle aspekter ved innholdssiden, men avslører at det er mye som har forblitt likt i nyhetsutvelgelsen og profileringen av de ulike nyhetstyper i de to nyhetssendingene.

Av andre momenter som fremkommer i avsnitt 8.3 ser vi at mye forblir likt. Et hovedtrekk er at NRK, både i 1995 og i 2016, fremstår som den mest formelle av de to aktørene. Dette ser vi blant annet på kildenes status i de to nyhetssendingene. NRK velger oftere enn TV2 å intervju eller sitere kilder som har høy status på nasjonalt nivå. TV2 har et «folk flest»-fokus i større grad enn NRK, selv om hovedaktørene i Dagsrevyens reportasjer oftere er menigmann/kvinne i 2016 sammenlignet med 1995.

Kjønnsbalansen blant kildene som uttaler seg har blitt jevnere i begge kanaler, men kvinner er fortsatt underrepresentert. TV2 farger reportasjene ved å ta tydeligere stilling gjennom kildevalg og språk. Andelen innenriks og utenrikssaker er helt lik nå og i 1995 i begge kanaler. Det samme gjelder fordelingen mellom hovedoppslag og nyhetsnotiser. Den største formendringen ser vi i den økte bruken av direkteinnslag. Jeg hadde ventet å se endringer her, og mine undersøkelser bekrefter altså denne utviklingen. NRK og TV2 har tilnærmet lik andel av innslag som rapporteres i direkteform. Både i 1995 og i 2016 velger NRK oftere enn TV2 å presentere fellessakene som hovedoppslag. I TV2 er det egensakene som får den beste plasseringen og mest *tid* i sendingene.

Dette kan oppsummeres med at *forholdet* mellom TV2-nyhetene og Dagsrevyen i 1995 og 2016, i stor grad, forblir likt.

9: Konklusjoner

I dette kapittelet vil jeg trekke frem hovedfunnene i analysen. Disse vil nå sees i sammenheng med den teoretiske gjennomgangen av de to ulike kringkastingsmodellene som ble presentert i de to første kapitlene. Denne oppgaven gir ikke svar på om den ene nyhetssendingen er *bedre* enn den andre, men den belyser ulike kvaliteter i Dagsrevyen og 21-nyhetene, og viser *likheter og forskjeller* som eksisterer mellom de to nyhetssendingene. I tillegg gir den et inntrykk av hva som har forblitt likt og hva som har endret seg over tid. Konklusjonen er delt inn i tre hoveddeler. Den første delen tar for seg det som gjør TV-nyhetene likere, den andre delen peker på hvorfor 21-nyhetene i TV2 fremstår som mer *kommersielle* enn Dagsrevyen. I den siste delen ser jeg på hva som gjør at Dagsrevyen fremstår som mindre kommersiell og mer i retning av klassisk «*public service*».

Denne oppgavens analyse viser at mange av likhetstrekkene mellom de to hovednyhetssendingene kan knyttes til TV-nyhetenes format. Selv om de to kanalene fremstår med ulike estetiske uttrykk, følger TV-nyhetene i NRK og TV2 den samme oppskriften i stor grad. En oppskrift som har vært relativt lik for sjangeren siden 1960-tallet. (Enli, Moe, Sundet, Syvertsen 2010, med flere) Der hvor vi likevel ser tegn til formendringer, har de to kanalene beveget seg i samme retning (Se 9.1).

Videre viser analysen at TV2 i nyhetsutvelgelsen vektlegger det visuelle, i sterkere grad enn NRK. I tillegg får menigmann/kvinne spille en større rolle i TV2s reportasjer. TV2 bruker mer tid på sakene som er eksklusive for kanalen, enn fellessakene som gjenfinnes i NRK. Dette er hovedfunn som viser at TV2 fremstår med den mest kommersielle nyhetsprofilen i analysen (Se 9.2). Det er større bredde i nyhetsutvelgelsen til Dagsrevyen og større variasjon blant kildene som innehar «hovedrollen» i reportasjene. NRK bruker mye tid på fellessakene, og har dermed ikke det samme fokuset på eksklusivitet. Konfliktsakene i NRK er jevnt belyst, og er mindre *farget* i fremstillingen, sammenlignet med TV2. Dette er funn som viser at NRK har den tydeligste allmennkringkastingsprofilen. En sammenligning med funn fra 1995 viser likevel at Dagsrevyen har blitt *likere* TV2-nyhetene på flere av de overnevnte punktene (Se 9.3).

9.1 TV-nyhetenes format gjør TV-nyhetene likere

Som jeg var inne på i teorigjennomgangen, så foreligger det en rekke forventinger knyttet til hvordan TV-nyhetene skal se ut. TV-nyhetenes format, slik det er definert i denne oppgaven, taler for likheter mellom 21-nyhetene og Dagsrevyen. Njaastad trekker frem at en nyhetssending er forutsigbar i form. Det er fint med variasjon i innhold og presentasjon, men innenfor noen faste rammer. (Njaastad 2010, s. 13)

Gjennomgangen min viser mange likhetstrekk mellom Dagsrevyen og 21-nyhetene. Disse er ofte knyttet til TV-nyhetenes format - hvordan sendingene og innslagene er delt opp og satt sammen. Dagsrevyen og 21-nyhetene hadde eksempelvis lik fordeling mellom nyhetsnotiser og hovedoppslag, lik fordeling mellom innenriks- og utenrikssaker og tilnærmet lik bruk av direkterapportering i sendingene. De fleste innslagene har en varighet på mellom ett til to minutter i begge kanaler. Vi ser en nokså jevn fordeling mellom andelen enkeltstående saker og føljetonger. Vi ser at begge kanalene har minimum ett innslag per sending som er ment for å drive trafikk mot nettsidene. TV2 har likevel størst andel av slike saker. Det er noen forskjeller også. I NRK presenteres en stor andel av nyhetsnotisene av reporter istedenfor anker. Dermed har TV2 en større andel notiser som blir opplest av anker. I Dagsrevyens sendinger er det som hovedregel gjest(er) i studio i ett av innslagene, det ser vi ikke eksempler på i TV2, og kan delvis forklares med at TV2 har kortere sendetid.

Jeg finner altså mindre variasjoner mellom NRK og TV2 når jeg ser på TV-nyhetenes format, men hovedkonklusjonen er at likhetene er størst. Analysen bekrefter i stor grad det som flere medieteoritikere tidligere har pekt på, at større formatendringer i TV-nyhetene sjeldent forekommer (Se for eksempel Njaastad (2010), Emanuelsen (1995) og Allern, Roppen 2010 med flere). Vi ser likevel tegn til formatendringer i et historisk perspektiv. TV-saker som blir laget for å «selge inn» nettsaker og andelen direkteinnslag har økt betraktelig siden 1995, i begge kanaler. Vi ser også at reportere oftere introduserer sine egne innslag i direkteform. Bruk av kommentatorer har også økt i begge kanaler. Disse momentene sier likevel lite om formatforskjeller i NRK og TV2, men mer om teknologiske fremskritt og utvikling i *begge* kanaler.

Det at begge kanalene viser tegn til å utvikle seg likt forklarer Søndergaard ved å peke på konkurransehensyn. Her trekkes frem at de klassiske public service-mediene er underlagt den samme logikken som kommersielle medier i estetisk og kommunikativ forstand, og at det

er de kommersielle mediene som i størst grad former betingelsene public service-mediene arbeider under. (Søndergaard 1991, s. 46 i Emanuelsen 1995, s. 120)

9.2 Nærhet, sensasjon og visualisering – tabloidiserende trekk

TV2-nyhetene har trekk som er typiske for nyheter i kommersielt fjernsyn i *sterkere grad* enn NRK. Ledelsen i den kommersielle allmennkringkasteren har måttet balansere forholdet mellom allmennkringkasting og kommersiell drift (Enli, Syvertsen, 2017).

Kommersielle trekk blir særlig synliggjort ved tre anledninger i analysen. Det første er nyhetsutvelgelsen. Funnene viser at TV2 lar det visuelle bestemme utvelgelsen i sterkere grad enn NRK. Sensasjon- og identifikasjonskriteriene får mye plass og saker som har god bildedekning prioriteres. Eksempler på dette er TV2s prioritering av saker som omhandler kriminalitet og ulykker og kuriosa/underholdene nyheter. Det andre er at TV2 i større grad velger den «vanlige» menigmann eller kvinne som hovedaktør i reportasjene. Generelt i hele perioden benytter TV2 seg av en større andel kilder som har status som «menigmann/kvinne». TV2 tar oftere parti i konfliktsaker enn NRK, og i disse tilfellene er det «menigmann/kvinne» eller den svake part som det blir sympatisert med. Det tredje er TV2s bruk av tid. Vi ser at TV2 gir fellessakene, sakene som også blir presentert i NRK, mindre tid. Hovedoppslagene fremstår oftere som «eksklusive» i TV2. Fellessakene er ofte viktige i et samfunnsperspektiv, men de bærer ikke alltid preg av å ha gode visuelle kvaliteter.

Vi kan si at TV2 tabloidiserer nyhetene i større grad enn NRK. Denne tabloidiseringen er typisk for kommersielle aktører. Tumbler trekker frem at det er mange faktorer som påvirker nyhetsutvelgelsen i forklaringen av den markedsdrevne journalistikken, og at disse kan spores helt tilbake til føringer fra investorer. (Tumbler, 1999) Emanuelsen hevder at de kommersielle aktørene fristes til å satse på tabloidiserte nyheter på linje med løssalgsavisene. Men at dette er ikke nødvendigvis er en *ensidig* negativ utvikling. Kommersielle nyheter kan også bære preg av å være mer oppfinnsomme og håndgripelige (Emanuelsen, 1995)

Så ser vi også at TV2 plasserer seg et sted *imellom* den kommersielle- og den klassiske allmennkringkaster-rollen. Som et alternativ til NRK er TV2 bevisste i satsningen på nærhet, identifikasjon og publikumsappell. Dette underbygges av Brurås som spør om denne satsningen kan gå på bekostning av viktige saker som ta opp vesentlige spørsmål – uten at det gis et fasitsvar på dette. (Brurås, 2012, s.170).

9.3 Vesentlighet og bredde i nyhetsutvelgelsen – i retning av public service

NRK Dagsrevyen har trekk som er typiske for nyheter i klassisk allmennkringkasting i *sterkere grad* enn TV2. Likevel har jeg funnet at NRK i mye større grad enn tidligere vektlegger nyhetstyper som er dominerende i den kommersielle medie verden, da spesielt saker som omhandler kriminalitet og ulykker. Selv om TV2 har en langt større andel av saker som faller inn under kategorien «kuriosa» reflekterer Dagsrevyens økende andel av kultursaker at underholdning også er viktig i NRK. Denne utviklingen underbygges av påstandene som tidligere er trukket frem om at konkurransehensyn gjør nyhetene likere. En sammenligning med andelen kultursaker i sendingene i 1995, viser at NRK har flere av denne type saker i dag. Likevel viser altså NRK en større bredde nyhetsutvelgelsen enn TV2, med flere kategorier representert i sendingene.

I både NRK og TV2 er det «menigmann/kvinne» som oftest fremstår som hovedaktør i innslagene. Også her ser vi tegn på at NRK har blitt likere TV2. I NRK er det likevel større variasjon mellom kildene som fremstår som hovedaktør. En langt større andel av kildene i NRK ble registrert som kilder med høy status.

I Dagsrevyen er saker som er felles med TV2, og da også gjerne andre medier, hovedsaker som vies mye tid. Fellessakene er ofte vesentlige saker som er viktige i et samfunnsperspektiv. Disse må være med i sendingene for at kanalene skal fremstå som oppdaterte og aktuelle. TV2 bruker som tidligere nevnt mindre tid på disse sakene.

Som jeg har vært inne på er det få eksempler på at NRK tar stilling i innslagene. Innslagene har ofte en jevn fordeling mellom motparter i konfliktsaker, og bruker et mer nøytralt språk enn i TV2 gjør i sine innslag. Dette var også tilfellet i 1995, og noe som taler for at NRK streber mot det klassiske allmenkringkastingsidealet.

9.4 Oppsummering

Målet med analysen har vært å avdekke likheter og forskjeller mellom 21-nyhetene og Dagsrevyen. Funnene viser at Dagsrevyen har en tydeligere allmennkringkastingsprofil sammenlignet med 21-nyhetene, som er preget av å tilhøre en *kommersiell* allmennkringkaster.

Sett i lys av undersøkelsen fra 1995, virker de to nyhetssendingene å ha blitt likere over tid. I Emanuelsens oppsummering spørres det om nyhetssendingene egentlig utgjør et alternativ for hverandre, i all den tid nyhetsbildet er forholdsvis likt og med journalistiske prinsipper som i stor grad forblir de samme (Emanuel, 1995, s. 128).

Denne analysen har pekt på en del forskjeller. De to kanalene har en ulik profil på innholdet i nyhetssendingene. Mitt inntrykk er at TV2 ønsker å fremstå som et *alternativ* til NRK og at de til dels gjør det ved å fokusere seg mot «vanlige folk» og alt det som appellerer til følelser *i større grad* enn NRK. Vi ser likevel at NRK har beveget seg i samme retning på flere områder. I tillegg er TV-nyhetenes format bestemmende i en slik grad at likhetene, til slutt, oppfattes som større enn forskjellene.

Det har gått et år siden innslagene denne oppgaven er basert på, ble sendt. Mye har skjedd på denne tiden. TV2 har søkt om å fornye konsesjonen som kommersiell allmennkringkaster. Den nye avtalen innebærer at TV2 for første gang blir statsstøttet finansielt. Det blir nå spennende å se i hvilken grad dette påvirker nyhetssendingene til NRK og TV2 i tiden fremover.

Refleksjon

Nyhetssendingene skal ivareta en viktig del av allmennkringkastingsoppdraget til den enkelte kanal, og fortsatt investeres det i kostbare nyhetsstudioer i både NRK og TV2. TV2s siste søknad om å fortsette som kommersiell allmennkringkaster viser at kanalen ønsker å profilere seg på nyheter også i fremtiden. Tidligere nyhetsredaktør i TV2, Jan Ove Årsæther, uttalte i 2016 at målsetningen for 21-nyhetene er å være Norges største nyhetssending for dem under 50 år. I forlengelsen av dette poengterer han at streaming av nyhetssendingene gradvis vil bli den nye måten vi ser TV på.⁵⁰ Mye tyder dermed på at hovednyhetssendingene ikke vil forsvinne med det første, men at de vil gjøres tilgjengelige på nye måter.

Min oppgave viser at *formen* på 21-nyhetene og Dagsrevyen holder seg relativt stabilt. Det samme gjør *forholdet* mellom de to kanalene. Noe av grunnen til dette kan være at nyhetssendingene er bygget på en oppskrift som ikke tar hensyn til den digitale ekspansjonen som TV-nyhetene nå befinner seg i. Det som skal være de viktigste nyhetssendingene i Norge, også fremover, virker å være i forsiktig bevegelse. Det finnes mange teorier om hvordan digital transformasjon utfordrer allmennkringkastingsbegrepet, og hvordan innhold i økende grad blir løsrevet fra medieplattform. Utviklingen innebærer en fragmentering og

⁵⁰ Dagbladet (2016): *80-prosent av dem som ser TV2 nyhetene er over 40 år: - forgubbingen av nyhetssendingene fortsetter.*

<http://bit.ly/2mkBGgV>

individualisering som utfordrer TV-nyhetenes posisjon som samlingsarena. (Se for eksempel Puijk 2008, Roppen, Allern 2010, Lowe, Bardoel 2007, Lund, Nord, Roppen 2009, med flere)

Min analyse viser ikke hvordan hovednyhetssendingene profileres på- og tilpasses andre medieplattformer, og hvilke valgmuligheter dette gir seerne. Det ville derfor vært behov for å gjøre ytterligere undersøkelser. I en ny studie av TV-nyhetene ville det vært interessant å sammenligne hvordan hovednyhetssendingene fremstår på nettsidene, i streamingtjenestene og på de sosiale mediene til NRK og TV2.

Hovednyhetssendingenes funksjon er å samle dagens viktigste nyheter - i en sending. Velbegrunnede redaksjonelle valg skal hjelpe seeren å orientere seg i nyhetsmylderet. Spørsmålet videre er ikke nødvendigvis om disse behovene forsvinner, men snarere om kanalene klarer å tilpasse form og innhold i møte med yngre seere og nye medievaner. Dette avgjør om TV-nyhetene vil kunne fungere som medienes flaggskip også i fremtiden.

Litteraturliste

- Allern, Roppen (2010): *Journalistikkens samfunnsoppdrag*. Kristiansand: IJ-forlaget
- Bastiansen, Dahl (2003): *Norsk mediehistorie*. Oslo: Universitetsforlaget
- Burås, Svein (2012) *Nyhetsvurderinger*. Kristiansand: IJ-forlaget
- Carlsson, Ulla (2013) *Public Service Media from a Nordic Horizon*. Gøteborg: Nordicom
- Emanuelsen, Roy (1995) *Nyhetene på skjermen*. Universitetet i Oslo: Hovedoppgave i Medievitenskap
- Enli, Moe, Sundet, Syvertsen (2010): *tv – en innføring*. Oslo: Universitetsforlaget
- Handgaard, Simonsen, Steensen (2013) *Journalistikk*. Oslo: Gyldendal
- Hellevik, Ottar (1991). *Forskningsmetode i Sosiologi og Statsvitenskap* (5 utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Lowe, Bardoel (2007): *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*. Gøteborg: Nordicom
- Lowe, Martin (2013): *The value of Public Service Media*. Gøteborg: Nordicom
- Lund, Nord, Roppen (2009): *Nye utfordringer for gamle medier*. Gøteborg: Nordicom
- Njaastad, Olav (1999) *TV-journalistikk – Bildenes fortellerkraft*. Oslo: Gyldendal
- Njaastad, Olav (2010) *TV-reportasjen*. Oslo: Gyldendal
- Puijk, Roel (2008): *Fjernsyn i digitale omgivelser: Kringkastingens møte med nye medier*. Kristiansand: IJ-forlaget

Syvertsen, Enli (2017). *25 år med kommersiell allmennkringkasting - TV 2s historie gjennom redaktørblikket. Norsk medietidsskrift (Volum 24)*: Universitetsforlaget

Tumber, Howard (1999) *News – A Reader*. Oxford New York: Oxford University Press

Østbye, Helland, Knapskog, Larsen og Moe (2013): *Metodebok for mediefag*, 4. utgave. Bergen: Fagbokforlaget

Offentlige utredninger og dokumenter:

Hva nå NRK? (2014) – Innstilling fra et utvalg nedsatt av MBLs hovedstyre

Bjørnerak (2014) *Allmennkringkastingsoppdrag uten lisens – hva er kostnaden og hvorfor vil den stige?* Bergen: Norges Handelshøyskole

Avtale mellom staten ved kulturdepartementet og TV2 AS om status som formidlingspliktig allmennkringkaster (2010 – 2015, med forlengelse til 2016)

Nettsider:

TV2 (2017). *TV2 søker om å få være kommersiell allmennkringkaster*. Pressemelding <http://www.tv2.no/a/9382489/>

Journalisten.no (2015). *TV2s Mars-pupper* <http://bit.ly/2z1jTgt>

Journalisten.no (2017) *Når ekte medier bidrar til falske nyheter*. <http://bit.ly/2jIcz6N>

Dagbladet (2016): *80-prosent av dem som ser TV2 nyhetene er over 40 år: - forgubbingen av nyhetssendingene fortsetter*. <http://bit.ly/2mkBGgV>

Dagbladet (2016): *Brukte 26. mill. på «nye Dagsrevyen», men unge seere rømmer flaggskipet – tallene har stupt 70% siden 2001* <http://bit.ly/2zETzK7>

Kantar TNS (2016): *Årsrapport for TV-seing 2016* <http://www.tns-gallup.no/kantar-tns-innsikt/arsrapport-for-tv-seing-2016/>

Vedlegg 1: Figurer og tabeller

```

v1 TV-stasjon
v7 Nyhetens omfang

Loddrett prosentuering
      NRK  TV 2  Sum
-----
Nyhetsnotis  35.9  34.9  35.6
Hovedoppslag 64.1  65.1  64.4
-----
Sum          100.0 100.0 100.0
N=           192   106   298

```

Inkludert 298 enheter av i alt 298

Tabell 1: Fordeling mellom andel nyhetsnotiser og hovedoppslag (%). NRK; N = 192, TV2; N=106

	Nyhetsnotis		Hovedoppslag	
	NRK	TV 2	NRK	TV 2
0-29 sekunder	59.4	83.8	1.6	
30-49 sekunder	33.3	8.1	2.4	
50-129 sekunder	7.2	8.1	61.8	63.8
130 sekunder +			34.1	36.2
Sum:	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabell 2: Andelen nyhetsnotiser og hovedoppslag fordelt etter varighet (%) NRK; N=192, TV2; N=106

```

v1 TV-stasjon
v15 Nyhets "type". Bakgrunn for innslaget

Loddrett prosentuering
      NRK  TV 2  Sum
-----
Det amerikanske presidentvalget  7.3  6.6  7.0
Politikk (annet)                  6.3  3.8  5.4
Religion, Kirke                   1.0  0.0  0.7
skole utdanning/samt vitenskap og teknikk  1.0  0.0  0.7
Medier                            1.6  0.9  1.3
Rase-spørsmål, etniske minoriteter, innvandrere  2.1  3.8  2.7
Trafikksikkerhetsspørsmål         2.6  0.0  1.7
Arbeidsmarkedsspørsmål (Lønninger, streiker osv.)  3.1  5.7  4.0
Prisutvikling/forbrukersaker     3.1  5.7  4.0
Trafikk og kommunikasjon         3.6  0.0  2.3
Uhjelp                            1.0  0.9  1.0
Forurensning og miljøspørsmål    5.2  2.8  4.4
Helse og sosial                  2.6  6.6  4.0
Sosiale spørsmål/Samfunnsspørsmål (annet)  4.2  1.9  3.4
Kunst (teater, film, litteratur, maleri osv.)  7.8  0.9  5.4
Kultur (annet)                   2.6  0.0  1.7
Sport, idrett samt pengespill    2.6  0.0  1.7
Nye produkter                     1.6  0.0  1.0
Økonomi, næringsliv (annet)      3.1  0.0  2.0
Militerrelatert                  8.9 12.3 10.1
Voldsforbrytelser, Mord, drap osv.  3.6  9.4  5.7
Rettsaker om slike forhold osv.   6.3  6.6  6.4
Trafikkulykker                    1.0  3.8  2.0
Branner                           2.1  1.9  2.0
Naturkatastrofer                 2.1  1.9  2.0
Ulykker, kriminalitet (annet)    5.7  8.5  6.7
Oppdagelsesreiser/eventyr        0.0  0.9  0.3
Prestasjoner (annet)             1.0  0.9  1.0
Kuriosa (Human interest)         3.1 10.4  5.7
Personalia/sosietetsstoff        3.6  3.8  3.7
-----
Sum                               100.0 100.0 100.0
N=                                192   106   298

```

Inkludert 298 enheter av i alt 298

Tabell 3: Prosentvis fordeling av nyhetstyper i begge kanaler (%) NRK; N=192, TV2; N=106

Tabell 4: Andel fellessaker og egensaker i begge kanaler fordelt etter hovedoppslag og nyhetsnotis. Fellessaker: NRK; N=67, TV2; N=48

v7 Nyhetens omfang
 Fordelt etter
 v1 TV-stasjon
 v8 Finnes "samme" sak i den andre fjernsynskanal?

	NRK			TV 2		
	Nei	Ja, sa..	Ja, da..	Nei	Ja, sa..	Ja, da..
Nyhetsnotis	49.2	11.9		31.0	39.6	
Hovedoppslag	50.8	88.1	100.0	69.0	60.4	
Sum:	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

Inkludert 298 enheter av i alt 298

Tabell 5: Andel fellessaker og egensaker fordelt etter kategori for varighet på innslag. Fellessaker: NRK; N=67, TV2; N=48

v6 Innslagets lengde i sekunder
 Fordelt etter
 v8 Finnes "samme" sak i den andre fjernsynskanal?
 v1 TV-stasjon

	Nei		Ja, samme dag		Ja, dagen før el..	
	NRK	TV 2	NRK	TV 2	NRK	TV 2
0-29 sekunder	30.6	27.6	7.5	31.3		
30-49 sekunder	16.1	3.4	9.0	2.1		
50-129 sekunder	37.1	37.9	52.2	52.1		
130 sekunder +	16.1	31.0	31.3	14.6	100.0	
Sum:	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

Inkludert 298 enheter av i alt 298

Tabell 6: Geografisk inndeling av andel innslag. TV2; N=106, NRK; N=192

v1 TV-stasjon

v13 Innenlandsnyhetenes geografiske opphav:

Loddrett prosentuering	NRK	TV 2	Sum
Ikke innenlands nyheter	30.2	31.1	30.5
Nasjonale nyheter	29.2	28.3	28.9
Nordland, Troms og Finnmark	2.6	3.8	3.0
Nor/Sør-Trøndelag og Møre og Romsdal	2.6	0.0	1.7
Bergen	5.7	5.7	5.7
Hordaland, Rogaland og Sogn og Fjordane (eks. Bergen)	5.7	7.5	6.4
Aust og Vest Agder og Telemark	3.1	2.8	3.0
Vestfold, Akershus og Østfold	5.7	3.8	5.0
Buskerud, Hedmark og Oppland	1.0	2.8	1.7
Oslo	12.0	12.3	12.1
Uidentifiserbart	1.0	1.9	1.3
Annet	1.0	0.0	0.7
Sum	100.0	100.0	100.0
N=	192	106	298

Inkludert 298 enheter av i alt 298

Tabell 7: Andel direkteinnslag (%) NRK; N=192, TV2; N=106

v1 TV-stasjon

v35 Er innslaget et direkteinnslag på location utenfor nyhetsstudio?

Loddrett prosentuering	NRK	TV 2	Sum
Ikke et direkteinnslag	78.6	81.1	79.5
Ja	4.7	6.6	5.4
Innslaget introduseres fra reporter på location	2.1	2.8	2.3
Ja, men direkteinnslaget baserer seg på den foregående saken i sendingen	14.1	3.8	10.4
Deler av innslaget har et direktesegment	0.5	5.7	2.3
Sum	100.0	100.0	100.0
N=	192	106	298

Inkludert 298 enheter av i alt 298

TV-nyhetene i dag – En komparativ innholdsanalyse av Dagsrevyen og TV2-nyhetene

	v1	v2	v3	v4	v5	v6	v7	v8	v9	v10	v11	v12	v13	v14
1	TV 2	26. september	1	Nei	Kvinne	50-129 sekunder	Hovedopplag	Ja, samme dag	Ja, i begynnelsen	Følgelig	Nord Amerika	Utenriks uten nocc	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
2	TV 2	26. september	2	Nei	Kvinne	50-129 sekunder	Hovedopplag	Ja, samme dag	Ja, i begynnelsen	Følgelig	Nord Amerika	Utenriks, men der	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
3	TV 2	26. september	3	Nei	Mann	50-129 sekunder	Hovedopplag	Ja, samme dag	Ja, i begynnelsen	Følgelig	Nord Amerika	Utenriks uten nocc	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
4	TV 2	26. september	4	Nei	Kvinne	130 sekunder +	Hovedopplag	Nei	Ja, i begynnelsen	Følgelig	Norge	Innenriks	Buskenud, Hedwa	Bilder fra flere st
5	TV 2	26. september	5	Nei	Mann	130 sekunder +	Hovedopplag	Nei	Ja, i begynnelsen	Følgelig	Midtøsten (Egypst)	Utenriks uten nocc	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
6	TV 2	26. september	6	Nei	Oppleses av anke	0-29 sekunder	Nyhetsnotis	Ja, samme dag	Nei	Enkeltstående sal	Norge	Innenriks	Nasjonale ryheter	Nasjonale ryheter
7	TV 2	26. september	7	Nei	Oppleses av anke	0-29 sekunder	Nyhetsnotis	Nei	Nei	Følgelig	Norge	Innenriks	Dato	Dato
8	TV 2	26. september	8	Nei	Oppleses av anke	0-29 sekunder	Nyhetsnotis	Ja, samme dag	Nei	Følgelig	Norge	Innenriks	Aust og Vest Agde	Aust og Vest Ag
9	TV 2	26. september	9	Nei	Mann	30-49 sekunder	Nyhetsnotis	Nei	Nei	Følgelig	Norge	Innenriks	Nordland, Troms c	Bilder fra flere st
10	TV 2	26. september	10	Nei	Mann	130 sekunder +	Hovedopplag	Nei	Ja, i midt-heading	Enkeltstående sal	Norge	Innenriks	Dato	Dato
11	TV 2	26. september	11	Ja	Oppleses av anke	0-29 sekunder	Nyhetsnotis	Nei	Nei	Ikke mulig å la still	Uidentifiserbart	Innenriks	Nasjonale ryheter	Nasjonale ryheter
12	NRK	26. september	1	Nei	Kvinne	50-129 sekunder	Hovedopplag	Ja, samme dag	Ja, i begynnelsen	Følgelig	Nord Amerika	Utenriks uten nocc	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
13	NRK	26. september	2	Nei	Kvinne	50-129 sekunder	Hovedopplag	Ja, samme dag	Ja, i begynnelsen	Følgelig	Nord Amerika	Utenriks uten nocc	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
14	NRK	26. september	3	Nei	Mann	50-129 sekunder	Hovedopplag	Ja, samme dag	Ja, i begynnelsen	Følgelig	Nord Amerika	Utenriks uten nocc	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
15	NRK	26. september	4	Nei	Oppleses av anke	130 sekunder +	Hovedopplag	Ja, samme dag	Ja, i begynnelsen	Følgelig	Nord Amerika	Utenriks, men der	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
16	NRK	26. september	5	Nei	Kvinne	50-129 sekunder	Hovedopplag	Ja, samme dag	Ja, i begynnelsen	Enkeltstående sal	Norge	Innenriks	Nasjonale ryheter	Nasjonale ryheter
17	NRK	26. september	6	Nei	Oppleses av anke	0-29 sekunder	Nyhetsnotis	Nei	Nei	Enkeltstående sal	Norge	Innenriks	Nasjonale ryheter	Nasjonale ryheter
18	NRK	26. september	7	Nei	Kvinne	50-129 sekunder	Hovedopplag	Ja, samme dag	Nei	Følgelig	Norge	Innenriks	Aust og Vest Agde	Aust og Vest Ag
19	NRK	26. september	8	Nei	Kvinne	0-29 sekunder	Nyhetsnotis	Nei	Nei	Enkeltstående sal	Norge	Innenriks	Nor/Sør-Trøndela	Nor/Sør-Trønde
20	NRK	26. september	9	Nei	Kvinne	30-49 sekunder	Nyhetsnotis	Ja, samme dag	Nei	Følgelig	Norge	Innenriks	Dato	Dato
21	NRK	26. september	10	Nei	Kvinne	0-29 sekunder	Nyhetsnotis	Nei	Nei	Enkeltstående sal	Norge	Innenriks	Nasjonale ryheter	Aust og Vest Ag
22	NRK	26. september	11	Nei	Kvinne	130 sekunder +	Hovedopplag	Nei	Ja, i begynnelsen	Enkeltstående sal	Norge	Innenriks	Nasjonale ryheter	Bilder fra flere st
23	NRK	26. september	12	Ja	Oppleses av anke	50-129 sekunder	Hovedopplag	Nei	Ja, i begynnelsen	Følgelig	Norge	Innenriks	Nasjonale ryheter	Nasjonale ryheter
24	NRK	26. september	13	Nei	Kvinne	50-129 sekunder	Nyhetsnotis	Nei	Nei	Følgelig	Frankrike	Utenriks uten nocc	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
25	NRK	26. september	14	Nei	Kvinne	0-29 sekunder	Nyhetsnotis	Nei	Nei	Følgelig	Midtøsten (Egypst)	Utenriks uten nocc	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
26	NRK	26. september	15	Nei	Kvinne	0-29 sekunder	Nyhetsnotis	Nei	Nei	Enkeltstående sal	Storbritannia	Utenriks uten nocc	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands
27	NRK	26. september	16	Nei	Kvinne	50-129 sekunder	Hovedopplag	Nei	Nei	Enkeltstående sal	Sør Amerika og se	Utenriks uten nocc	Ikke innenlands rj	Ikke innenlands

Figur 1: Illustrasjon av matrise/datainnfylling i NSD Stat. Av dette bildet fremgår 27 innsalg av totalt 298, og 14 variabler av totalt 37.

v23 Antall kvinner som uttaler seg i innsalget (bortsett fra rep)
 Fordelt etter
 v1 TV-stasjon

	NRK	TV 2
0	120	63
1	45	23
2	17	13
3	7	3
4	1	
5	2	2
6		1
9		1
Sum:	192	106

Inkludert 298 enheter av i alt 298

Tabell 8: Antall kvinner som uttaler seg i innslaget. Til forklaring: NRK har 45 innslag hvor 1 kvinne uttaler seg, 17 innslag hvor 2 kvinner uttaler seg, osv. Totalt utgjør dette 114 kvinner som uttaler seg til NRK. (38% av alle som uttaler seg til NRK)

v1 TV-stasjon
 v24 Antall menn som uttaler seg i innslaget (bortsett fra rep)

Råttall	NRK	TV 2	Sum
0	77	44	121
1	67	27	94
2	30	21	51
3	13	12	25
4	5	2	7
Sum	192	106	298

Inkludert 298 enheter av i alt 298

Tabell 9: Antall menn som uttaler seg i innslaget. Til forklaring: NRK har 67 innslag hvor 1 mann uttaler seg, 30 innslag hvor 2 menn uttaler seg, osv. Totalt utgjør dette 186 menn som uttaler seg til NRK. (62% av alle som uttaler seg til NRK)

Vedlegg 2: Kodebok/variabler⁵¹

1: TV-stasjon

1. NRK
2. TV2

2: Dato

26. – 30. september, 21. – 25. november (Spesifikk dag kodes)

3: Innslagets plassering i sendingen?

1 – 25 (Hvor verdi 1 tilsvarer innslag nr.1 osv.)

4: Er innslaget siste innslag?

1. Ja
2. Nei

5: Reporter og kjønn

1. Kvinne
2. Mann
3. Kvinne og mann
4. Oppleses av anker
5. Annet

6: Innslagets lengde i sekunder

1. 0 – 29 sekunder
2. 30 – 49 sekunder
3. 50 – 129 sekunder
4. 130 sekunder +

7: Nyhetens omfang

1. Nyhetsnotis⁵²
2. Hovedoppslag

8: Finnes «samme» sak i den andre fjernsynskanal?

1. Nei
2. Ja, samme dag
3. Ja, dagen før eller tidligere på den andre kanal
4. Ja dagen etter eller senere på den andre kanal

⁵¹ Kodeboken med de definisjoner som fremkommer av fotnotene er bygget på kodeboken som ble utarbeidet til studien «Nyhetene på skjermen» (Emanuelson 1995) Enkelte variabler er lagt til for å kunne måle forhold ved nyhetssendingene som ikke var aktuelle å måle i 1995.

⁵² **Nyhetens omfang:** «En nyhetsnotis er kortere av varighet enn et hovedoppslag. Hvor grensen mellom disse to karakteristikkene går er vanskelig å angi på sekundet. Et hovedoppslag kjennetegnes -i de aller fleste tilfeller- av at en egen reporter fremstiller saken» (Definisjon: Emanuelson 1995, vedlegg 5, s. 1) Det som er tilfellet i Dagsrevyen (2016) er at også en del av nyhetsnotisene oppleses av egen reporter i egne bolker.

9: Blir innslaget nevnt i headingene?

1. Nei
2. Ja, i begynnelsen av sendingen
3. Ja, i midt-heading

10: Av konteksten går det frem at saken er en:⁵³

1. Føljetong
2. Enkeltstående sak/hendelse
3. Ikke mulig å ta stilling til

11: Nyhetens geografiske opphav:

1. Ikke land
2. Norge
3. Sverige
4. Danmark
5. Finland
6. Island

(Norden)

7. Storbritannia
8. Tyskland
9. Frankrike
10. Belgia
11. Østerrike
12. Vest Europa (andre)
13. Tidligere Jugoslavia
14. Russland
15. Øst-Europa (andre)

(Europa)

16. Nord Amerika
17. Sør Amerika og sentral Amerika
18. Midtøsten (Egypt, Libya, Algerie er inkludert)
19. Afrika (eksklusive 18)
20. Asia
21. Uidentifiserbart
22. Oseania

12: Utenriks/Innenriks

1. Innenriks
2. Utenriks uten nordmenn/Norge involvert

⁵³ **Føljetong eller enkeltstående sak/hendelse.** «Dersom et innslag er en videreutvikling eller oppfølging av en sak som fra før av er kjent klassifiseres dette som føljetong» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s. 2) Hendelsesnyheter er ofte eksempler på det motsatte. En bilulykke vil eksempelvis klassifiseres som en enkeltstående sak.

3. Utenriks med nordmenn/Norge involvert
4. Utenriks, men der norske kommentarer innhentes

13: Innenlandsnyhetenes geografiske opphav:⁵⁴

1. Ikke innenlands nyheter
2. Nasjonale nyheter
3. Nordland, Troms og Finnmark
4. Nor/Sør-Trøndelag og Møre og Romsdal
5. Bergen
6. Hordaland, Rogaland og Sogn og Fjordane (eks. Bergen)
7. Aust og Vest Agder og Telemark
8. Vestfold, Akershus og Østfold
9. Buskerud, Hedmark og Oppland
10. Oslo
11. Uidentifiserbart
12. Annet

14. Innenlandsnyheter, egne bilder fra:

1. Ikke innenlands nyheter
2. Nasjonale nyheter
3. Nordland, Troms og Finnmark
4. Nor/Sør-Trøndelag og Møre og Romsdal
5. Bergen
6. Hordaland, Rogaland og Sogn og Fjordane (eks. Bergen)
7. Aust og Vest Agder og Telemark
8. Vestfold, Akershus og Østfold
9. Buskerud, Hedmark og Oppland
10. Oslo
11. Uidentifiserbart
12. Bilder fra flere steder (legg i kommentar)
13. Annet

15. Nyhets «type». Bakgrunn for innslaget⁵⁵

1. Det amerikanske presidentvalget
2. *Politikk (annet)*⁵⁶
3. Religion, Kirke

⁵⁴ **Innenlandsnyhetens geografiske opphav.** «Her plasseres distriktet (byen) som er opphavet til innslaget. Innslag som har sitt opphav i Oslo trenger ikke nødvendigvis å ha bildedekning fra denne byen. For å få frem disse forskjellene klassifiseres det stedet som bildene representerer på en annen variabel (Innenlandsnyhetenes bilder.)» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s. 3)

⁵⁵ **Nyhets «type». Bakgrunn for innslaget.** «En del av kategoriene er enkle å forholde seg til av den grunn at det hersker en generell allmenn enighet om hva slags nyhetstype en sak skal defineres som. Ofte nevnes dette også i sendingene ...» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s. 4) I de tilfellene det hersker tvil, plasseres nyheten i den kategori som utgjør den største del av innslaget.

⁵⁶ **Politikk.** «Saker som bygger på politiske beslutninger, men som kan plasseres i de andre kategoriene er unntatt ...» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s. 4) Derfor vil mange av disse sakene havne i kategorien «sosiale spørsmål». Saker som omhandler budsjettforhandlinger vil eksempelvis havne i kategorien politikk.

4. Skole/utdanning samt vitenskap og teknikk
5. Medier
6. Rase-spørsmål, etniske minoriteter, innvandrere
7. Trafikksikkerhetsspørsmål
8. Arbeidsmarkedsspørsmål (Lønninger, streiker osv.)
9. Prisutvikling/forbrukersaker
10. Trafikk og kommunikasjon
11. U-hjelp
12. Boligforhold
13. Forurensning og miljøspørsmål
14. Helse og sosial
15. *Sosiale spørsmål/Samfunnsspørsmål (annet)*
16. Kunst (teater, film, litteratur, maleri osv.)
17. *Kultur (annet)*
18. *Sport, idrett samt pengespill*
19. Nye produkter
20. Primærnæringene (jordbruk/fiske/skogbruk/fangst)
21. *Økonomi, næringsliv (annet)*
22. *Militærkonflikter* (Øvelser, våpenhandel, militærkupp, borgerkrig, grensekonflikter, krig, våpenhvile, freds-forhandlinger)
23. Voldsforbrytelser. Mord, drap osv.
24. Rettsaker om slike forhold osv.
25. Trafikkulykker
26. Branner
27. Naturkatastrofer
28. Smugling
29. *Ulykker, kriminalitet (annet)*⁵⁷
30. Oppdagelsesreiser/eventyr
31. Prestasjoner (annet)
32. *Kuriosa/trivialitet (Human interest)*⁵⁸
33. Personalia/sosietetsstoff
34. *Annet*

16: Hva slags kuriosa (myk-sak/trivialitet)

1. Ikke human kuriosa
2. Dyr og/ eller natur
3. Barn sentralt
4. Annet

⁵⁷ «Sammenslåingen av ulykker og kriminalitet og ulykker er gjort fordi slike saker ofte er et kjennetegn ved tabloidiserte nyheter. Både ulykker og kriminalitet inneholder ofte elementer av dramatikk, og åpner derfor for muligheter til dramatisering av nyhetene» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s. 5)

⁵⁸ **Kuriosa.** «Innslagene bærer preg av kuriøs karakter.» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s. 5) Lottomillionæren som ikke har dukket opp for å hente pengene sine, er eksempel på en slik sak. Sensasjonskriteriet er ofte det viktigste i disse sakene.

17: Gladnyhet?⁵⁹

1. Nei
2. Ja

18: Det henvises til at saken skal følges opp senere i sending (promo)

1. Nei
2. Ja

19: Nyheten bygger på/tar utgangspunkt i:

1. Formelle uttalelser, pressekonferanser osv.
2. Møter og rapporter
3. Forslag og beslutninger og personforandringer (avskjed, død, ansettelse)
4. Lovovertrедelser, rettsaker
5. Konflikter, opptøyer, demonstrasjoner osv.
6. Ulykker
7. Arrangementer (for eksempel sport og valg)
8. Statistikk og tallmateriale
9. Annet

20: Dominerende aktør:

1. Ingen dominerende aktør
2. Statsminister/presidenter/konger eller andre statsoverhoder
3. Stortings og regjeringsmedlemmer i Norge eller tilsvarende i andre land
4. Andre politikere
5. Politi, tollere, militærtjenestemenn og representanter for rettsvesen
6. Statlig og kommunal administrasjon
7. Næringslivsrepresentanter, samt NHO
8. Tillitsvalgte og andre ansatte samt LO
9. Kirke, kultur, undervisning, media og religion-representanter
10. Organisasjonsrepresentanter og pressgrupperepresentanter
11. Kriminelle og innsatte, mistenkte
12. Kjendiser og idrettsmennesker
13. Menigmann/kvinne
14. Forskere (Professorer, meteorologer osv.)
15. Andre og kombinasjoner av personer

21: Personen som fokuseres (dominerende aktør) i innslaget

1. Ingen spesielle fokuseres
2. Kvinne
3. **Mann**

⁵⁹ **Gladnyhet.** Kuriosa-innslagene er ofte gladnyheter. Gladnyheter kan også være saker som skildrer en ensidig positiv trend eller utvikling i for eksempel næringslivet. «... Dersom et innslag er en positiv utvikling i en tragisk sak er det imidlertid ikke oppført som gladnyhet» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s. 5).

22: Personene som uttaler seg/ refereres til representerer følgende (norsk) politisk parti:

1. Ikke noe politisk parti
2. Arbeiderpartiet
3. Høyre
4. Senterpartiet
5. Kristelig folkeparti
6. Fremskrittspartiet
7. Sosialistisk venstreparti
8. Venstre
9. Rødt
10. Annet
11. Flere politiske partier (legg i kommentar hvilke partier det dreier seg om)

Variabel 23-29 (+37) kodes 1-9 (Hvor 1 tilsvarer 1 person osv.)

23: Antall kvinner som uttaler seg i innsalget (bortsett fra rep)

24: Antall menn som uttaler seg i innslaget (bortsett fra rep)

25: Antall personer som intervjues/presenteres/siteres i forbindelse med stilling eller verv på nasjonalt høyt nivå (f.eks. regjerings/stortingsmedlemmer, sjefer for konserner etc.)⁶⁰

26: Antall personer som intervjues/presenteres/siteres i forbindelse med stillinger på lokalt høyt nivå (f.eks. lokalpolitikere, leder for lokale bedrifter, ansvarshavende i statlige og kommunale verv osv.)⁶¹

27: Antall personer som intervjues/presenteres/siteres i forbindelse med stilling eller verv på ⁶²lokalt lavt nivå (f.eks. arbeidere eller organisasjonsmedlemmer uten ansvarsområde)

28: Antall personer som IKKE intervjues/presenteres/siteres i forbindelse med stilling eller verv, såkalte kjendiser (sportsutøvere inkludert)

29: Antall personer som IKKE intervjues/presenteres/siteres i forbindelse med stilling eller verv; den såkalte mannen i gata (for eksempel enquirer)

⁶⁰ **Personer med høy status.** «... Innebarer personer med lederansvar for nasjonale foretak eller organisasjoner, regjerings- eller stortingsmedlemmer – eller andre som har ansvarsområder i forbindelser med stilling eller verv utover det lokale.» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s. 7)

⁶¹ **Personer med lokal status.** «... Personer som har ansvar i forbindelse med stilling og verv på et lokalt plan. Distriktsjefer, lokalpolitikere, bedriftsledere, fagforeningsledere, osv. plasseres i denne gruppen» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s. 7).

⁶² **Personer med lav status.** «Her kategoriseres personer som intervjues, presenteres eller siteres i forbindelse med stilling eller verv uten å ha et «ansvarsområde». Arbeidere, organisasjonsmedlemmer osv. kategoriseres i denne gruppen» (Definisjon: Emanuelsen 1995, vedlegg 5, s. 7).

37: Antall personer som intervjues/presenteres/siteres som ekspertkommentator for TV-kanalen.⁶³

30: Nyhetens aktualitet. Når hendte dette?

1. I dag
2. I går
3. Lenger tilbake i tid
4. I morgen
5. Lenger frem i tid
6. Ikke mulig å identifisere
7. Tidløst (Kunne vært sendt både før og etter)
8. Annet

31: Forekommer feil/tabber i innslaget?

1. Forekommer ikke
2. Forekommer

32: Konflikt: Blir begge parter belyst like mye?

1. Ikke konflikt-innslag
2. Den ene parten komme ikke til i det hele tatt/ eller svært lite til
3. Partene blir «jevnt» belyst

33: Blir det tydelig tatt stilling til saken redaksjonelt. Tas det parti med den ene parten?

1. Ikke konflikt-innslag
2. Ja
3. Nei

34: Type av nevnt kilde:

1. Kilde ikke nevnt
2. Nyhetsbyrå
3. VG/Dagbladet annen tabloid
4. Nisje, region og lokalpresse
5. Utenlandske aviser
6. Hverandre (TV2/NRK)
7. Egen sak understrekes
8. Pressemeldinger/notater
9. Politiet
10. Annen nevnt kilde

⁶³ Journalister eller andre samfunnsvitere som opptrer som kanalenes «egne» ekspertkommentatorer innenfor et saksfelt. Dette identifiseres ved introduksjonen fra nyhetsoppleser, eller ved tituleringen av disse. En slik introduksjon kan for eksempel fremstå slik: «TV2s USA-ekspert er med oss ...»

35: Er innslaget et direkteinnslag på location utenfor nyhetsstudio?

1. Ikke et direkteinnslag
2. Ja
3. Innslaget introduseres fra reporter på location
4. Ja, men direkteinnslaget baserer seg på det foregående innslaget i sendingen

36: Sendes innslaget i sin helhet, eller introduseres det for lesning/avspilling på andre plattformer i egen kanal?⁶⁴

1. Sendes i sin helhet
2. Introduseres for lesning/avspilling på andre plattformer

⁶⁴ Innslag som blir presentert *delvis* av nyhetsoppleser med påfølgende oppfordring om å besøke kanalens nettside for å se/lese *hele* saken.

