

Sitatstrek-journalistikken

Nyhetsjournalistikk fra fakta til meninger. En studie av trender i bruk av sitatstrek-titler i norsk presse fra 1995 til 2015.



Om rapporten

Rapporten er laget med støtte fra Medietilsynet for anvendt medieforskning (RAM).

Data er hentet fra avisene selv, dels Retriever, dels avisenes arkiver og fra Statsarkivet.

Takk til Anne Smith Lorentz ved Interkommunalt arkiv i Vest-Agder for hjelp til å finne aviser, førsteamanuensis Terje Skjerdal ved NLA Mediehøgskolen Gimlekollen for innspill, og ikke minst Trine Holst for bistand i utarbeiding av pivottabeller.

Kristiansand, 4. juli 2017

Ole Dag Kvamme

Journalist og researcher Kristiansand

ole.dag.kvamme@gmail.com

95 20 18 55

Forsidebilde: 4xJEG. Forsider lørdag 27. september 2014. FOTO: Ole Dag Kvamme

Innholdsfortegnelse

Sitatstrek-journalistikken.....	1
Om rapporten.....	2
Innledning.....	4
Utgangspunkt for studien.....	4
Forstudie.....	6
Hypotese.....	11
Definisjoner og operasjonalisering.....	12
Sitatstrek-journalistikk.....	12
Utvalg.....	13
Tidsperiode.....	13
Hovedfunn.....	14
Forsider.....	14
Hovedsaker.....	18
Hovedsaker kontra mindre saker.....	20
Agderposten.....	23
Fædrelandsvennen.....	24
Verdens Gang.....	25
Antall kilder.....	26
Oppsummering.....	28
Fortolkende journalistikk.....	29
Meninger og fakta.....	30
En god nyhet.....	30
Avsender og sannhet.....	31
Kilder og mikrofoner.....	32
Årsaker til økningen.....	33
Oppsummering.....	34
Fun fact – stadig likere forsider.....	36

Innledning

Bakgrunnen for rapporten er ønsket om å undersøke om norske avisers nyhetsdekning er mer preget av meningsjournalistikk enn faktajournalistikk.

En hypotese ble utarbeidet fra følgende argument:

Etablerte, redaktørstyrte medier har færre ressurser nå enn for 20 år siden. De opplever en hardere konkurranse om oppmerksomhet i det offentlige rom. Meningsjournalistikk kan være enklere å frembringe enn faktajournalistikk. Meninger kan ha større gjennomslagskraft i opinionen preget av kamp om oppmerksomhet.

Til sammen førte dette til følgende hypotese: Mediene vil i en mer ressurs svak periode være mer preget av meningsjournalistikk enn tidligere.

For å kvantifisere dataene, definerte vi meningsjournalistikk som nyhetssaker og forsider med sitatstrekk i tittelen på saker produsert av mediets egne reportere.

Vi valgte aviser fra Agderposten, Fædrelandsvennen og Verdens Gang fra 1995, 2005, 2010 og 2015.

Gjennomgangen av aviser viser at avisene doblet bruken av sitattitler på 20 år.

Sitattitler i egne nyhetssaker har økt fra 17 til 24 prosent, med store lokale forskjeller.

Fædrelandsvennen og Agderposten har tredoblet bruken av sitattitler på nyhetssaker. VG økte kraftig, men ser ut til å ha redusert bruken i den siste perioden vi målte.

Skiller vi mellom saker hvor sitatstrekkene brukes i saker som er sterkere synlig visuelt i avisene, altså i hovedoppslag, ser vi trenden tydeligere: Mens avisene tidligere fortrinnsvis brukte sitattitler i undersaker, brukes de nå først og fremst på store saker, og dermed blir bruken mye mer tydelig enn tidligere.

Utgangspunkt for studien.

Harde nyheter. Egne saker. Dagsorden. Gravende journalistikk. Disse begrepene har vært formende i utviklingen av ledende norsk journalistikk i de store avishusene, og etter hvert det som ble hetende mediehus.

Egne dagsordensettende nyheter innebærer at redaksjonen selv definerer hva som er «viktig», «interessant», «nytt» og «relevant» for sitt publikum. Journalister har hatt krav om å produsere egne saker, som skal sette dagsorden.

Den økonomiske gullalderen i form av opplag og omsetning var rundt årtusenskiftet. Likevel er det først de siste fem til ti årene at mediehusene virkelig har skåret ned på antall utgaver, antall ansatte, sidetall med videre.

Etter at bransjenedgangen har tatt til, kan det stilles spørsmål ved om kravene til egne saker har blitt mindre, til fordel for særlig hendelsesstoff og menings/debatt- og utspillsjournalistikk. Dette er i større grad refererende journalistikk, som beskriver hva som åpent foregår i mediets geografiske nedslagsfelt. Hva vanlige folk mener havner stort sett i de tilsynelatende stadig lengre debattspaltene gjennom leserbrev. I avisens egne nyhetsspalter kan sitatstrekk-journalistikken havne, hvor mer kjente mennesker uttrykker sine meninger etter direkte kontakt med journalister.

Forstudie

Vi ser altså etter meningsjournalistikk i form av nyhetssaker med byline, utstyrt med sitatstrek i tittelen.

For å se etter en tendens valgte vi i en forstudie én enkelt dag i den regionale avisen Fædrelandsvennen.

Avisen fra torsdag 11. september 2014 sammenlignet vi med avisen for samme dato fem år tidligere, og ti år tidligere. Avisen for denne datoen i 1994 var vanskeligere tilgjengelig fra arkivet.

Avisen for lørdag 11. september 2004 var en fullformatavis, med rundt ti siders nyhetsstoff. Én side preges av sitater. Førstesideoppslaget er om en fabrikk som sier opp 80 ansatte. Deretter følger en side med bred omtale fra en voldsrapport. Sitater bærer inngangene til dette journalistiske prosjektet, hvor omfattende materiale er hentet inn til en større reportasje om vold i lokalsamfunnet. Ingen andre sider har sitatinnganger.

Så ser vi på avisen for fredag 11. september 2009, fem år senere. Nå har Fædrelandsvennen gått over til tabloidformatet. Førstesideoppslaget er en Walt Disney-direktør, som har vært på besøk i Dyreparken, Kristiansands største turistattraksjon.

Nyhetsdelen har rundt 20 sider, hvor meningsinnhold ikke preger noen av nyhetssakene. Titlene lyder «Mistet mannen og alle barna», «Quart-søppel irriterer kommunen», «Disneysjefen ble bergtatt», «31 selvmord i Agder». Et nytt stortingsvalg står for døren, og en sak er tittlet «De er klare for å bli statsråd». En næringssak «Ferje-Olsen får konkurranse» og en NTB-sak følges av overskriften «Bodhild Baasland innrømmer ingen skyld».

Avisen for torsdag 11. september enda fem år senere, inneholdt 20 sider nyheter. Som avisen fem år tidligere rommet den også to sider næringsliv, men ikke type lokalstoff utenfor nyheter. To sider er syndikalisert stoff, altså produsert av samarbeidsaviser innen Schibsted eller Norsk telegrambyrå. Nyhetsbyrået er eid av store norske mediekonsern, og leverer innhold ut fra abonnement.

I motsetning til 2004 og 2009, finner vi i 2013 en rekke eksempler, som kan omtales som sitatstrek-journalistikk.

Hovedoppslaget på forsiden er hentet fra kultur, og er et utspill fra en bransjeaktør.

TORS DAG 11. SEPTEMBER 2014

Nr. 210 • Årgang 140 • Løssalg kr. 25,- • www.fvn.no

Fædrelandsvennen

NYHETER SIDE 3

Jan Tore Sanner åpner for ett Agder

– Ett Agder vil tjene Sørlandet, mener kommunalminister Jan Tore Sanner.



NYHETER SIDE 4

– Kristiansand har for lite mot

– Kristiansand må ta steget ut av sørlandsnyten og våge å vise sin moderne identitet, mener PR-ekspert Hans Geelmuyden.



LAGER-SALG
TORS DAG 11. SEPTEMBER
KL. 14.00 - 20.00!
50-80%
VS samodt vvs
TW 30 05 15 06 - Linnegaten 16 - Søgne

SØRF-LEDER VIL HA SLUTT PÅ GRATISKONSERTER

– Folk kan betale 100 kr



Sørf-leder Kjetil Nordhus vil ha slutt på at folk slipper gratis inn på konsert.

KULTUR SIDE 28

💙💙 Å skulle tvinge slike suksesser som disse sommerfestene til å legge seg på en annen profil, av hensyn til andre, er en vanskelig tanke. Karen Blågestad, kulturredaktør i kommentar



Videre har vi på side 3 en nyhetssak, som resultat av et intervju med kommunal- og moderniseringsminister Jan Tore Sanner fra Høyre.

Saken ser ut til å være et eksklusivt intervju, hvor statsråd Jan Tore Sanner argumenterer for det samme synet han har fremført en rekke ganger året før: hvordan landsdelen vil tjene på sammenslåing av fylkene. Altså er ikke utsagnet overraskende i seg selv.

I denne reportasjen med Sanner fremgår ikke sitatet som annet enn Sanners eget argument, fremfor et bearbeidet journalistisk poeng under. Altså fremstår Sanner som avsender av tittelen, og påstanden om at Sørlandet vil tjene på ett fylke, er således en påstand avisen ikke må dokumentere. Tittelen innebærer at statsråden selv må bære ansvaret for at innholdet i påstanden er sann.

I diskusjonen om sitatsaker vil man kunne hevde at et sitat kan være overraskende, og kvalifisere til en nyhetssak ut fra andre almene nyhetskriterier enn utgangspunktet i vår hypotese. Dette vil vi diskutere siden. Men for å benytte konteksten: Hadde Fædrelandsvennen avslørt at Sanner hadde uttrykt at Sørlandet ville tape på ett fylke, ville dette vært overraskende, og gitt grunnlag for en helt annen tolkning av sitatet.

Torsdag 11. september 2014 • 3



NYHETER

FYLKESGRENSA. Jan Tore Sanner åpner for å slå sammen fylkene



Ett Agder vil tjene Sørlandet.

Resultatet av den kommende kommunereformen kan bli at de to Agderfylkene blir slått sammen. Det mener kommunalminister Jan Tore Sanner.

KRISTIANSAND

I tillegg til at regjeringen nå jobber med en kommunereform, ser de også på muligheten for å gjøre noe med dagens fylker og få til større regioner.

Det betyr at Agderfylkene kan bli slått sammen.

Regjeringen har blitt bedt om å se på inndelingen av fylker i Norge. Så da vil diskusjonen om et samlet Agder komme opp igjen, sier kommunal og moderniseringsminister Jan Tore Sanner (H).

– Ønsker du at de to fylkene slår seg sammen?

– Den diskusjonen må man først ta lokalt. Men jeg har store problemer med å se motargumenter. Ett Agder vil tjene Sør-



Kommunal og moderniseringsminister Jan Tore Sanner (H) mener det er få argumenter for å opprettholde dagens grense mellom Aust-Agder og Vest-Agder. Han mener debatten om et felles Agder vil komme opp igjen i forbindelse med kommunereformen der resultatet kan bli at kommuner i Aust-Agder vil over til Vest-Agder. Bildet er fra Sanners besøk i Kristiansand i februar i år. FOTO: ERLING S. HÆGELAND

Et annet eksempel er intervjuet med kommunikasjonsrådgiver Hans Geelmuyden på side 4, om profileringen av Kristiansand. Saken er en oppfølging av foregående dags dekning av at Geelmuyden ønsker å selge et omdømmeprojekt til Kristiansand.

4

NTNØ

ædrelandsvennen
Torsdag 11. september 2014

OMDØMME. Formannskapet vil skjerpe byens profil og stolthet

– Kristiansand har for lite mot

Kristiansand må ta steget ut av sørlandsmyten, kvitte seg med beskjedenheten, og våge å vise sin selvstendige, moderne identitet.

KRISTIANSSAND

Det var hovedkonklusjonen etter at formannskapet onsdag i fem intense timer diskuterte byprofilering i regi av PR-rådgiver Hans Geelmuyden fra kommunikasjonsbyrået Geelmuyden.Kiese.

– De gamle grekerne sa at byluft gjør fri. Kan det hende at Kristiansand rett og slett har vokst litt ut av den gamle sørlandsdrakten? spurte Geelmuyden etter å ha lyttet til politikere som nå ønsker å sette næringsliv, forskning og kulturliv på bykartet.

PR-eksperten var invitert av ordfører Arvid Grundekjøn for å se på byen med kritiske briller:

– Selvfølgelig er det kjempefint å være kjent for sommer, sol, strand og Sabeltann. Det er mange som ikke er kjent for noe i det hele tatt! Poenget er om dere ikke også kan være kjent for noe mer, innledet Geelmuyden, og utfordret politikere til å skape nye historier om Kristiansand.

BYEN I 2024

– Det er ikke sikkert at Visit Sør-



– Dere må våge å legge hodet på blokken. Dere må våge å ta en debatt, sa PR-rådgiver Hans Geelmuyden, og oppfordret politikere i Kristiansand til å skape nye historier om byen. FOTO: TORE ANDRÉ BAARDSSEN

Kristiansand.

– Vi oppleves som trege, introverte og ikke-likestilte, og får ikke fortalt historiene om teknologibedriftene og de spennende arbeidsplassene, sa Solveig Nilssen (V). Hun – og de fleste andre – etterlyste en sterkere identitet rundt Kristiansand:

drifter i verdensklasse. Dette har vi en stor oppgave i å formidle, sa Terje Næss (Ap).

Etter å ha lyttet til politikere, konkluderte Geelmuyden med at beskjedenhet er noe av det som forhindrer historiene om byens ekspansive næringsliv, spennende forskningsmiljøer og gode kul-

den som oppfordret politikere til selv å ta debatten om byens profil:

– Jeg tror ikke Kristiansand kan annonsere seg til et riktigere omdømme. Man må kvitte seg med beskjedenheten som hindrer den gode historien. For å fortelle den må man dyrke motet.

Jeg tror ikke Kristiansand kan annonsere seg til et riktigere omdømme.

STAMP: PER KLEVEN

Vi finner altså umiddelbart en rekke flere eksempler på sitattitler i den nyeste avisen. Sitattitlene vi finner er heller ikke på noen måter avslørende, men uttrykker meningen til et intervjuobjekt. Avisen fremstår mer som mikrofon for objektets oppfatning, mer enn at sitatene inngår i avisenes egen innramming av et gjengitt sakskompleks.

Samlet virker hypotesen umiddelbart tiltrekkende. Men et så tilfeldig utvalg sier lite om den generelle tendensen og utviklingen.

Skal man generalisere utover den enkelte utgave og den enkelte avis, må utvalgene gjøres nennsomt, og kategoriseringen operasjonalisert og forståelig.

Hypotese

Utgangspunktet for denne rapporten er altså en undring over et inntrykk av at nyheter i norske aviser stadig mer pregets av sitatstrekk-journalistikk, saker hvor nyheten er at «noen mener noe».

Forståelsen bygger på en opplevelse av flere sitatstreker i titlene. Sitatstreken uttrykker noens mening, til forskjell fra et faktum.

Sitatstreken betyr at meningen, eller utsagnet, eller påstanden, har en klar reservasjon. Vi blir ikke presentert for et faktum, men for en oppfatning om noe virkelig, eller påstand om noe faktisk, en mening om noe.

Sitatstrekk-journalistikk blir nyhetsjournalistikk hvor intervjuobjektets mening er nyheten, ikke det faktuelle.

Sitatstrekk-journalistikk kan være utspill-saker, hvor noen går ut med en hard mening for å trenge gjennom nyhetsbildet og få oppmerksomhet om et budskap.

På den annen side kan man anta at en redaksjon kan velge et sitat som blikkfang i en ordinær nyhetssak, hvor man altså velger å «title» på et meningsinnhold. Årsaken kan være at redaksjonen selv finner at meningsutsagnet er det mest interessante ved saken, eller fordi man antar den har større tiltrekningskraft en reportasjens egentlige, faktiske innhold.

En fakta-preget nyhetssak peker på avisen som avsender. En fakta-tittel viser at avisen ønsker å fortelle noe. Ansvar for styrken i utsagnet ligger på redaksjonen, som gir virkelighetsbeskrivelsen. Annerledes er det med en sitattittel.

En sitattittel vrir ansvaret for tittelen bort fra mediet selv, til vedkommende som har uttalt seg. Selv om avisen er den som publiserer, fremstår den som har uttrykt sitatet som avsenderen.

I sin natur er tittelen en spissing av budskapet fra nyhetsreportasjen. Men den skal ikke romme et sterkere utsagn enn reportasjen kan dekke. En avis må kunne belegge sine påstander om faktum som inngår i tittelen, for å beholde sin troverdighet.

Men om noen har uttalt seg og uttrykt ens meninger, oppfatning eller endog en oppfatning om et spesifikt årsaksforhold, står vedkommende stort sett ansvarlig for sine egne meninger, innenfor Vær varsom-plakatens begrensninger.

Men sitatstreken innebærer at budskapet som fremmes ikke er fremmet av redaksjonen selv. Man tar altså ikke ansvar for utsagnet innhold – redaksjonen reserverer seg.

Reservasjonen kan sies å innebære en kostnadsreduksjon. Sitatstrekk-saker er enklere å lage, fordi det er mindre tidkrevende å se bak noens mening, enn å lete etter faktiske opplysninger.

Vår tanke er i utgangspunktet at mediene i en mer ressurs svak periode vil være mer preget av meningsjournalistikk enn tidligere. Hypotesen vår er at når vi operasjonaliserer meningsjournalistikk som sitatstrekk-journalistikk, vil vi finne flere sitattitler i en tid med mindre ressurser.

Av avsendere blir frikoblet fra avisen, og klistret på den som avgir sitatet, kan også sies å være kostnadsbesparende på andre vis. En klassiske god, hard nyhetssak innebærer gjerne konfliktpotensial. Den eller dem som omtales, har kan hende gjort noe avisen nå ønsker å omtale, mot deres vilje. Man utsetter noen for negativ eksponering, som avisen må kunne forsvare, og kunne

bruke tid og krefter på. Det medfører også omdømme-eksponering av avisen, med større risiko for negativt omdømme, fordi avisen blir ansvarlig for den «dårlige nyheten».

Men en sitatstrek frikobler avisen fra avsender-stempelet, og kobles til vedkommende som uttaler seg. Avisen blir kun et medium, og det er som kjent lite vits å skyte pianisten.

Definisjoner og operasjonalisering

Kjerneoppdraget til norske, statsstøttede medier, innebærer et selvdefinert samfunnsoppdrag om å rapportere om samfunnsforhold borgere trenger kunnskap om.

Om aviser bruker mer plass på debatt og kommentarer kan kjerneoppdraget hevdes å være utvannet. Oppdraget løses først og fremst i nyhetsdelen til mediene. Dette blir også vårt brennpunkt.

Vi har derfor valgt ut egenprodusert journalistikk, presentert på nyhetsplass fremme i avisene.

Av avklarende definisjoner omtaler vi hendelsesstoff som faktiske, offentlige hendelser, som skjer innenfor mediets geografiske nedslagsfelt, alt fra politiaksjoner, branner, ulykker, til konserter, basarer og sportsarrangementer.

Det vi kaller harde nyheter defineres gjerne som omtalte forhold, som noen ønsker ikke skal tilflyte offentligheten.

Sitatstrek-journalistikk

Meningsjournalistikk rommer ofte også avisenes debattsider, som inneholder leserinnlegg så vel som personlige innlegg fra mediehusenes egne ansatte. Men i denne rapporten forholder vi oss til meningsjournalistikk på nyhetsplass, altså nyhetssaker som er preget av mening fremfor fakta.

I fortolket utgave for å kvantifisere begrepet, definerer vi meningsjournalistikken som sitatstrek-journalistikk – som nyhetssaker, hvor det vinkles på intervjuobjektets mening i tittel, med en faktisk sitatstrek, «–».

Vi velger å se på førstesider og sideoppslag på nyhetsplass, med saker skrevet fra mediehuset selv, og velger altså nyhetssaker med byline fra egen journalist.

For å identifisere meningsjournalistikk, har vi valgt å definere dette som artikler med sitatstrek-tittel. Sitatstreken – foran tittelen à la «– Kritikerne mine tar feil», viser til en mening, direkte fra en kilde i saken. Skulle man derimot ha tittlet artikkelen på faktiske opplysninger, fordrer det i større grad at man tar fremstiller saken i en konkret retning utfra de innsamlede data.

Sitattittel innebærer at det følgende utsagn er direkte uttalt fra kilden inni artikkelen. Dette er da ikke ensbetydende med at sitatet er ordrett. Ifølge det flere omtaler som en særlig norsk skikk, innebærer sitatstreken at utsagnet gjengir meningsinnholdet til kilden. Dette har vært gjenstand for debatt i Norge, og er en egen diskusjon. Vi kan bidra til diskusjonen ved at vi måler om titlene i vårt utvalg har dekning i reportasjen de er hentet fra.

For øvrig har gjennomgangen vist at sitattitler i 1995 gjerne var presentert med gåseøyne — «». Derfor er sitattitler i vårt utvalg også dem med gåseøyne.

Utvalg

For å måle utbredelse av sitatstrekjournalistikk over tid, trenger vi flere aviser og en lengre tidsperiode. Samtidig må vi ta høyde for en tekstvurdering på hver enkelt artikkel, som vil kunne ta tid. Derfor må ikke omfanget av aviser være for voldsomt.

Stadig mer journalistikk publiseres på internett, men vi velger her å bruke den redigerte versjonen på papir. Det avgrenser prosjektet, samtidig som verdien av å se tilbake øker, når vi ser på samme medium.

Studien tar for seg tre aviser, en lokalavis, en regionavis, og en nasjonal avis. De kommer alle ut minst seks ganger i uken, og har sterke tradisjoner, om enn ulik tilhørighet, størrelse og geografisk nedslagsfelt.

Agderposten har vært en lokalt forankret, familiedrevet avis. Den har tradisjonelt hatt lite redaksjonelt samarbeid med andre konsern. Kulturen og egenarten har stort sett vært drevet fram av avisen selv. De siste årene har avisen blitt tettere vevd sammen med andre gjennom oppkjøp av Varden og Demokraten. Konsernet eier også flere mindre aviser i opplandet.

Fædrelandsvennen var lokalt eid lenge, men ble med utviklingen av Schibsted Norge sterkere innlemmet i Schibsted-konsernet. Som en forsiktig regionavis er avisen tatt med for å speile en annen tradisjon. De siste årene har avisen blitt mer av en ordinær lokalavis for Kristiansand med oppland.

Verdens Gang er med som nasjonal, hardtslående tabloidavis, med særegen kultur siden starten etter andre verdenskrig.

Tidsperiode

For utvalg i tid velger vi for hver enkelt avis å se på en imaginær uke over ulike år. For eksempel mandag uke 40, tirsdag uke 41, onsdag uke 42 med videre, for å unngå lokale skjevheter knyttet til korte perioder. Vi bruker dette utvalget for alle avisene.

Deretter går vi tilbake i tid, for å finne sammenligningsgrunnlag for avisene opp mot hverandre, og innbyrdes utvikling.

Vi har valgt ut aviser fra seks ukedager i 1995, 2005, 2010 og 2015. Ukene er konstruert fra vår side, slik at vi har valgt mandag fra én uke, tirsdag fra en annen osv. Det innebærer til sammen seks avisutgivelser ganger tre ulike aviser, ganger fire år. Det blir til sammen 72 aviser, med til sammen drøyt 1.100 avissider med nyhetsstoff.

For å velge egenprodusert artikler, har vi valgt artikler med byline fra avisenes egne journalister. Byråstoff er også vurdert, og skilt ut i presentasjonen.

Mindre artikler, som notiser og stolper uten byline er altså ikke med i utvalget. Der reportasjer består av store og mindre saker under samme byline, er alle med.

Vi har talt 1.444 titler i utvalget, pluss 411 titler på forsidene, som innebærer 1.856 talte titler. Vi fant 27 sitattitler på forsidene og 274 sitattitler på nyhetssider med byline, altså til sammen 301 sitattitler.

Etter hovedfunnene, har vi også delt alle sitattitler inn etter egne kategorier, for å kunne ha mulighet til å studere funnene nærmere.

Hovedfunn

Tallene er hentet inn i excel, og summert på relevante områder.

Hovedfunnene viser at bruken av sitatstrektitler har økt kraftig i omfang de siste årene.

Mens sitatene tidligere var mest brukt for kommentarer til hovedsakene, og til småsaker i avisene, preger de nå avisene ved å være forbehold de større reportasjene i avisene.

Trenden fremgår utfra måling av forsider og nyhetsartikler, og presenteres også gjennom grafer.

Forsider

Vi har gjennomgått forsiden fra tre aviser, over en fire års periode med seks ukedager hvert år.

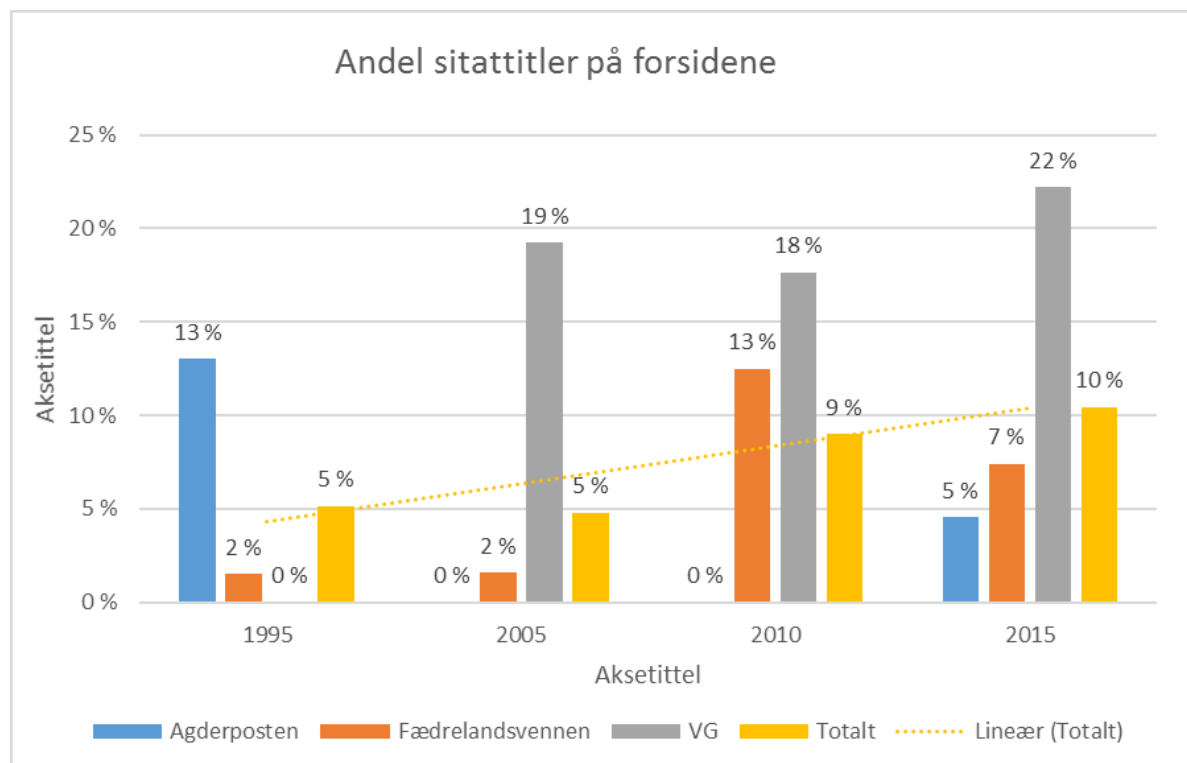
Det blir til sammen 72 aviser, med altså like mange hovedoppslag, og totalt 411 titler på disse forsiden.

Bruken av sitattitler i perioden er doblet fra 5 til 10 prosent av sakene.

Agderposten hadde i 1995 en stor andel av titlene på forsiden sin som sitattitler. På samme tid sto Fædrelandsvennen i nabofylket for en annen trend, med svært få sitattitler på forsiden.

VG har blant våre målte aviser de seks ukedagene det året ingen sitattitler på forsiden.

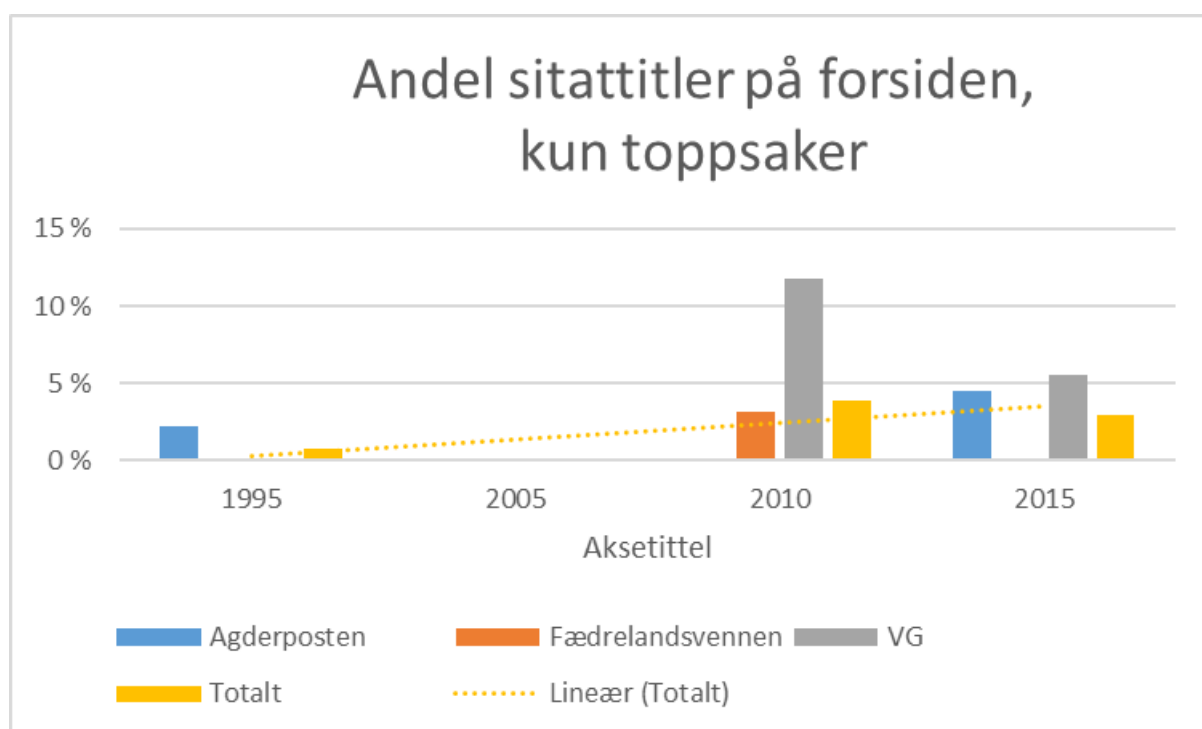
Bildet forandrer seg tydelig for avisene ettersom årene går. Trenden er entydig for VG og Fædrelandsvennen. De har begge en klar økning i bruk av sitattitler på forsiden.



Om vi bryter tallene ned på hovedsaken på forsiden, og undersaker, ser vi fra tabellen under, at avisene jevnt over bruker sitattitler lite i toppsaken.

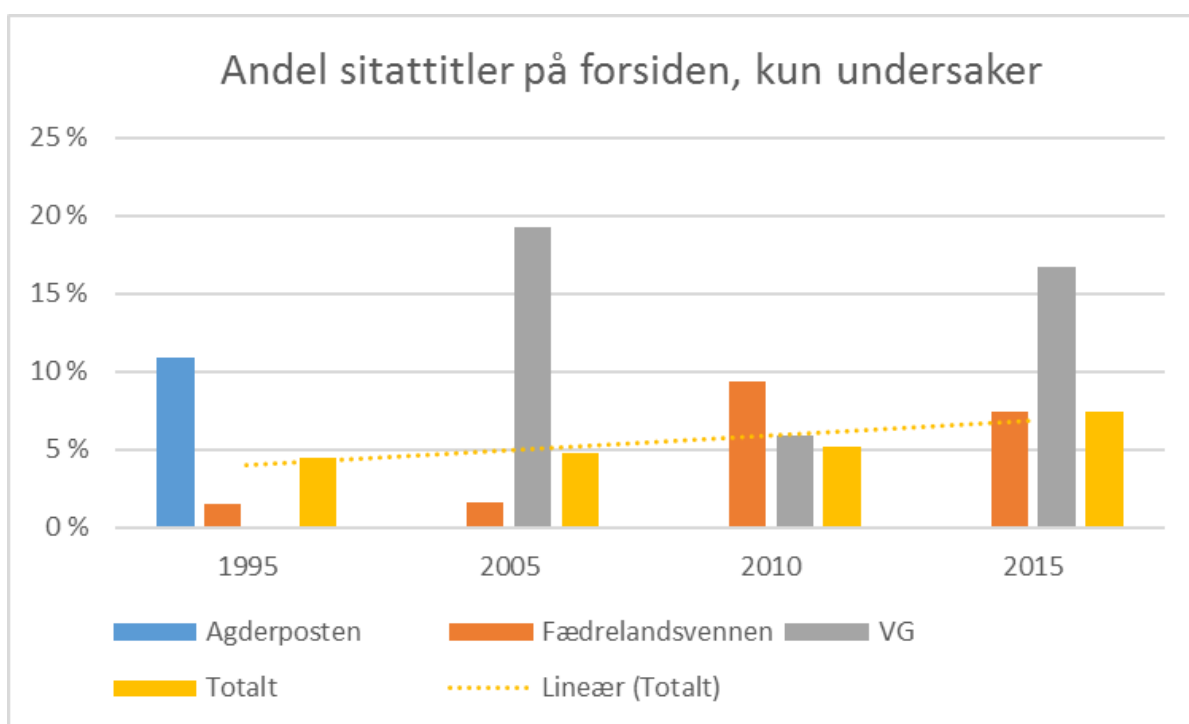
Men om det fortsatt brukes relativt lite, så skjuler ikke det en klar tendens. For mens VG og Fædrelandsvennen ikke brukte sitattitler i hovedsaken på forsiden i det hele tatt i de målte avisene for 1995 og 2005, viser grafen en markert utvikling frem mot 2010 og 2015.

Målingen for de enkelte avisene preges trolig her av et lite utvalg, i og med at vi vurderer forsidenes fra seks ukedager i hver avis i de enkelte årene. Trenden støttes like fullt av de øvrige funnene i denne undersøkelsen.



Ser vi på bruken av sitattitler på undersøker, er trenden ulik for avisene. Undersøker på forsiden er det som kalles støttesaker, mindre redaksjonelle saker, som skal være en del av salgsplakaten forsiden er, og skal selge inn stoffet avisene har inne i avisen til leseren. Det trenger altså ikke være nyhetsstoff, men skal gjerne speile det mest interessante fra hele avisen.

Agderposten ser ut fra utvalget vårt ut til å ha sluttet å bruke sitattitler i undersøkene, Fædrelandsvennen viser en stigende tendens, mens VG har gått fra ikke å bruke sitattitler på front, til stadig mer, både i toppsaker og mindre saker på forsiden av avisen.



Ønsket man se nærmere på utviklingen i titler på hovedoppslaget, kan man vurdere et større utvalg av forsider, også i flere aviser, som vil kunne være enkelt tilgjengelig og raskt komplettere eller nyansere funnet fra denne undersøkelsen.

Hovedsaker

Inni avisen har vi som kjent talt nyhetssaker med byline fra avisens egne journalister. Vi har valgt nyhetssaker i den klassiske, fremste nyhetsdelen av avisen, hvor ikke sports- og kulturstoffet er med i utvalget.

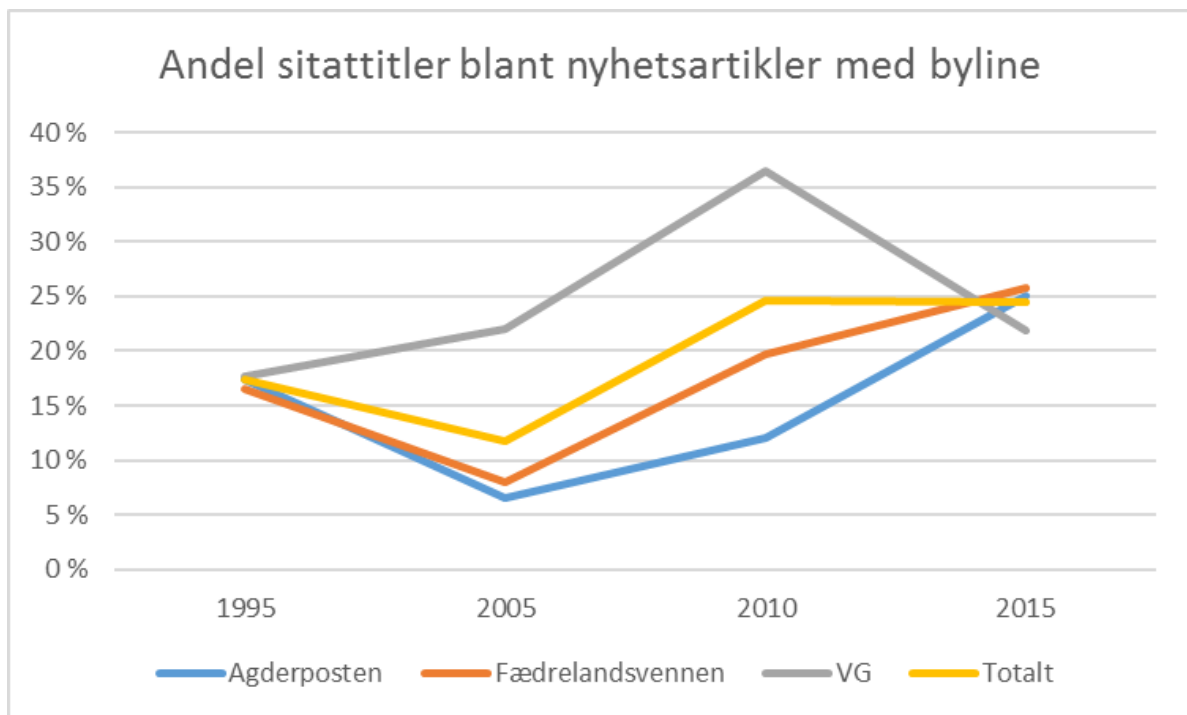
Til sammen har vi da talt 274 saker med sitattitler, fordelt på avisene slik: VG 127, Agderposten 58 og Fædrelandsvennen 89 sitattitler.

Det store bildet viser at avisene startet ut svært jevnt. Med rundt 17 prosent saker med sitatstrek i 1995.

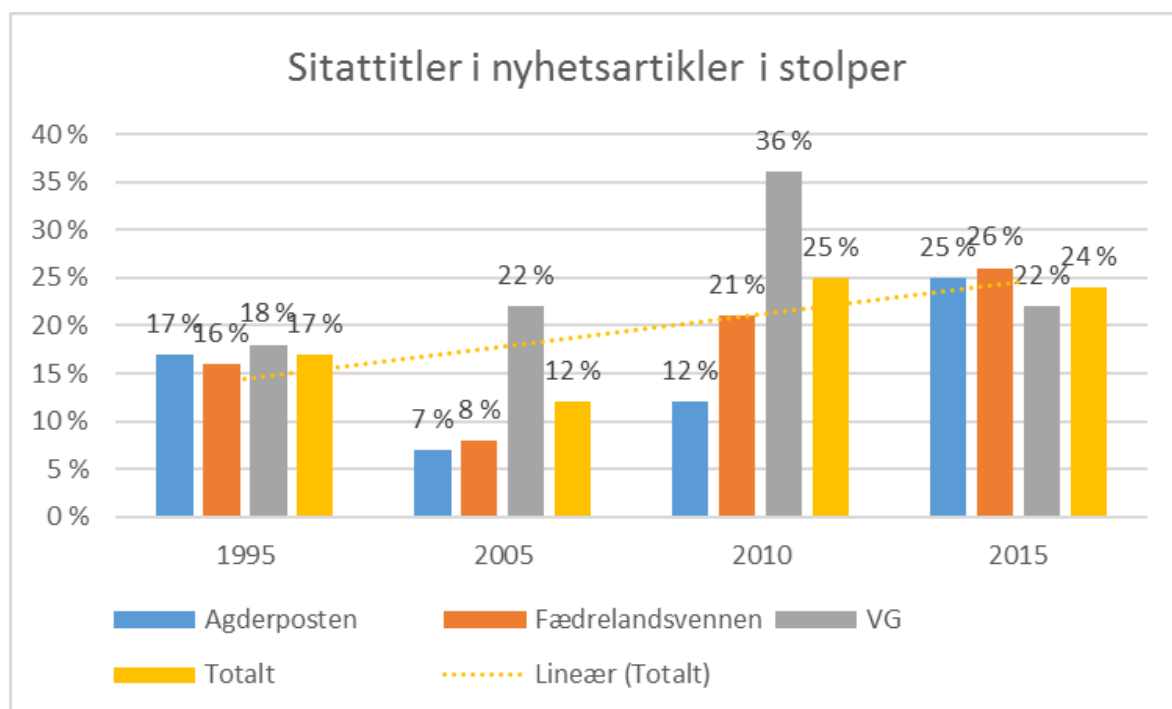
Deretter skiller avisene seg med å gå i ulike retninger. VG benyttet sitattitler i stadig større grad i løpet av årene, dog med en kraftig nedgang de siste fem årene.

Samlet har de andre hatt en jevn stigning fra 2005 i bruken av sitattitler på nyhetsplass, til totalt 26 prosent.

Grafen skiller ikke mellom små og store saker, men de skal alle være egenproduserte saker med byline.



De samme tallene i stolpediagram ser slik ut, med utviklingstrenden i stiptet linje.



Utviklingen er altså tydelig fra årtusenskiftet.

Det var flere klare endringer i utseende til både Agderposten og Fædrelandsvennen. Agderposten gikk over til tabloidformat 24. desember 2004, men Fædrelandsvennen gjorde dette to år senere, 18. september 2006.

Altså har Agderposten med tallene fra 2005 blitt vurdert utfra sitt tabloide format, mens Fædrelandsvennen fortsatt var fullformat. Likevel ser vi at deres utvikling følges ad.

Hovedsaker kontra mindre saker

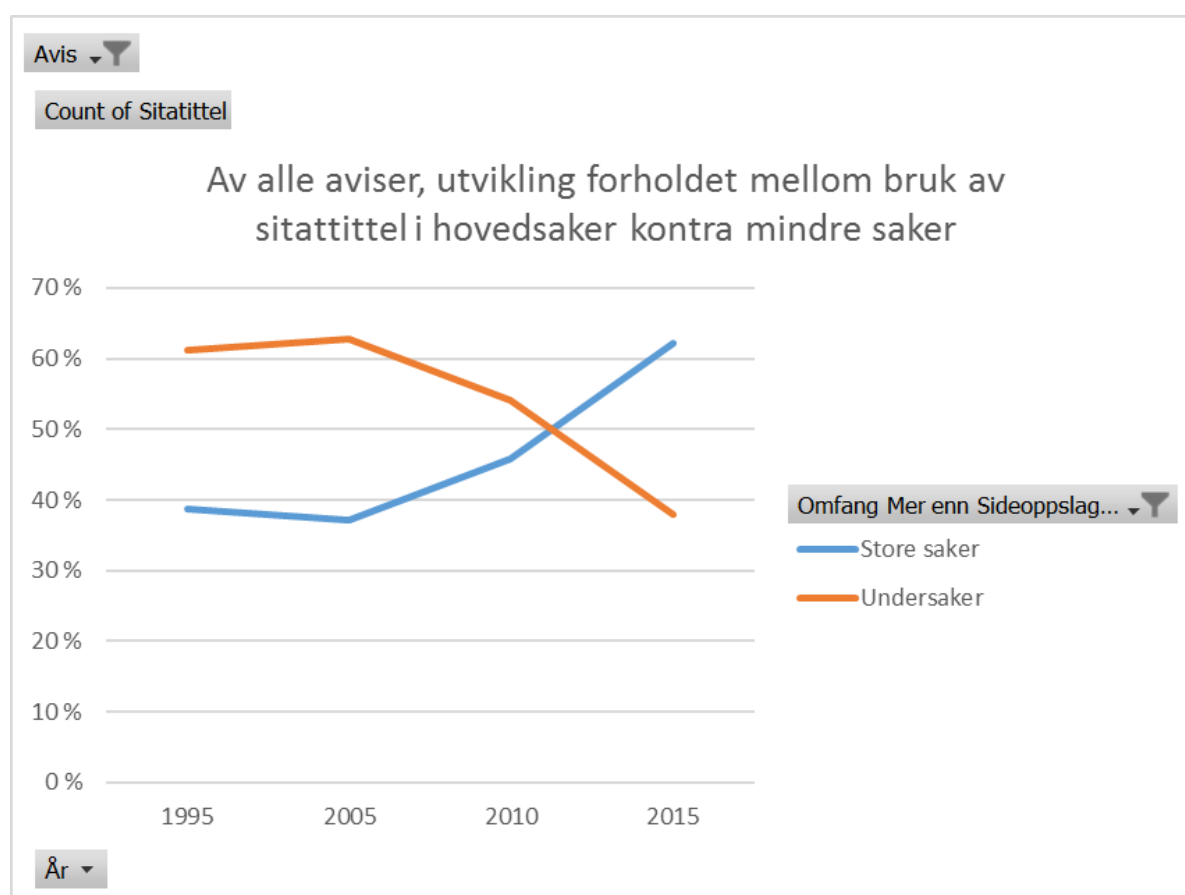
Ønsker man å gå lenger ned i materialet, kan man tenke seg at avisene skiller på bruk av sitattitler utfra størrelse, om det er små eller store saker.

Vi opprettet derfor undergrupper av saker som er sideoppslag, altså dominerende på én side, og saker som strekker seg over en side. Disse to gruppene slo vi sammen til en gruppe. Ulike grupper av mindre saker og støttesaker til hovedsaker la vi inn i en annen gruppe. Gjennom en slik dikotomi kunne vi lese av utviklingen for saker som blir en større del av profilen til avisen, hovedsakene, og de mindre sakene, som ofte dreier seg om kommentarer fra aktører til hovedsaken.

Av 274 talte sitattitler tilhører 58 Agderposten, Fædrelandsvennen har 89 og VG har 127. Brutt ned per avis kan forklaringskraften per avis anses svekket, fordi tallene ikke er store nok. Forklaringskraften er størst når vi ser avisenes utvikling samlet. Vi finner tydelige og troverdige trender.

Mens bruken av sitattitler fra 1995 ble dominert av de mindre sakene, snudde dette etter hvert, og fra 2010 er sitatbruken klart dominerende i de større oppslagene.

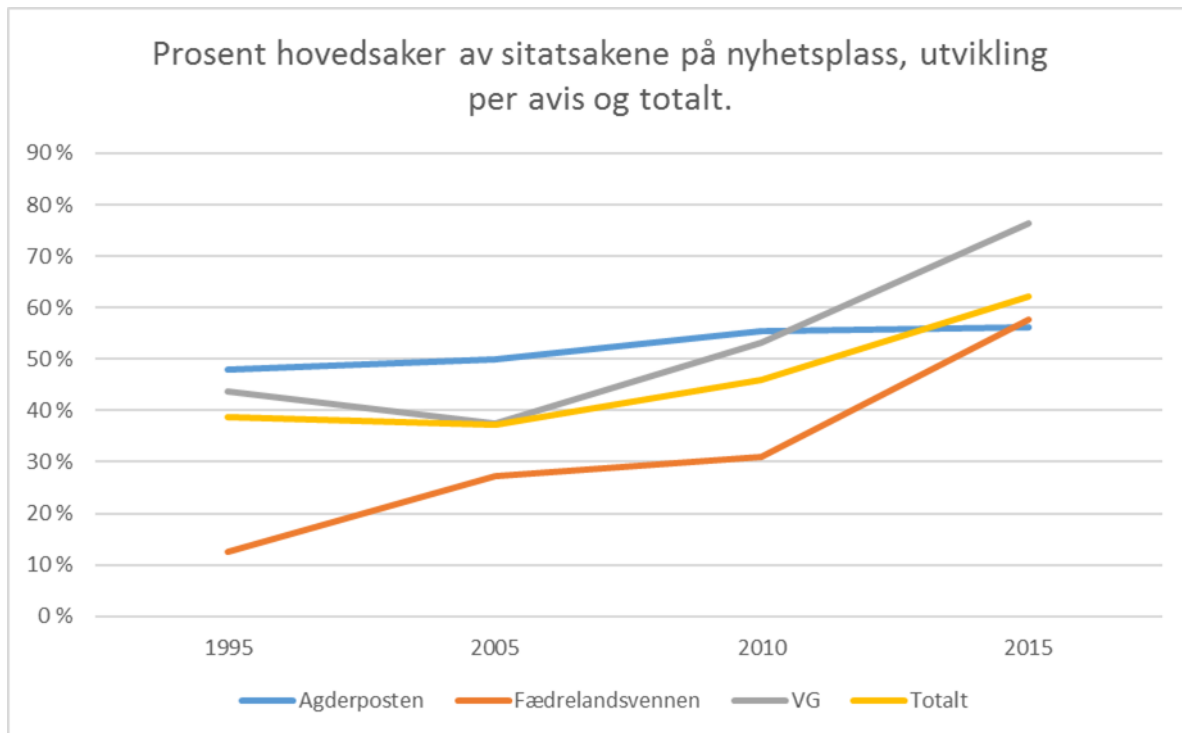
Dette gjelder alle avisene, men utviklingen er merkbart forskjellig for hver enkelt av dem.



Grafen gjelder alle de tre avisene, og vi ser at endringen starter fra 2005. Da var rundt 37 prosent av sitatsakene større saker. Dette har etter alt å dømme påvirket også oppfattelsen av sitatbruken, som

frem til da var forbeholdt mindre saker og kommentarer, som dominerte med 63 prosent av sitatsaken. Dette endrer seg tydelig, og bildet er altså motsatt i 2015.

Skal vi se utviklingen per avis for denne perioden, kan vi se nærmere på hovedtrekkene. I den følgende grafen vurderer vi bruken av sitattitler i hovedsaker, og da ser trenden slik ut:



Agderposten har den minste endringen, og har en svært jevn fordeling av sitattitler på små og store saker.

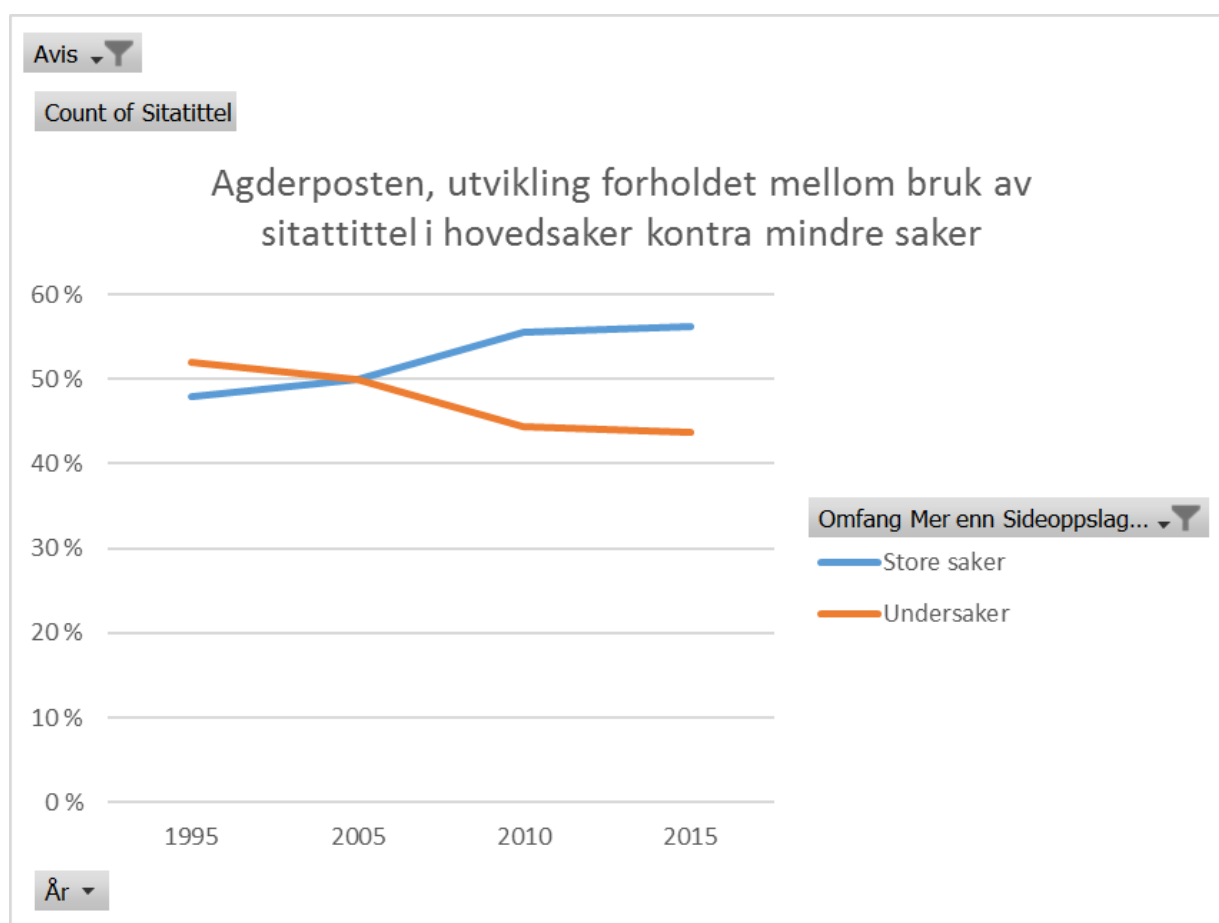
Fædrelandsvennen er i den andre enden av skalaen. Der har man gått fra knapt å ville benytte sitattitler i hovedsaker, til å foretrekke nettopp dette.

En nesten like klar utvikling ser vi i VG.

Agderposten

For Agderposten skjedde endringen med overgang fra flertallet sitatsaker fra undersaker til hovedsaker allerede i 2005, dette er ti år tidligere enn Fædrelandsvennen i nabofylket. Likevel er trenden mye jevnere her enn i Kristiansand.

Sitatstrekkene var tålig jevnt fordelt mellom hovedsaker og mindre saker, helt frem til 2005. Deretter har trenden, om enn mye mindre tydelig enn i de andre avisen, ført til at brorparten av sitattitlene forbeholdes hovedsaker.



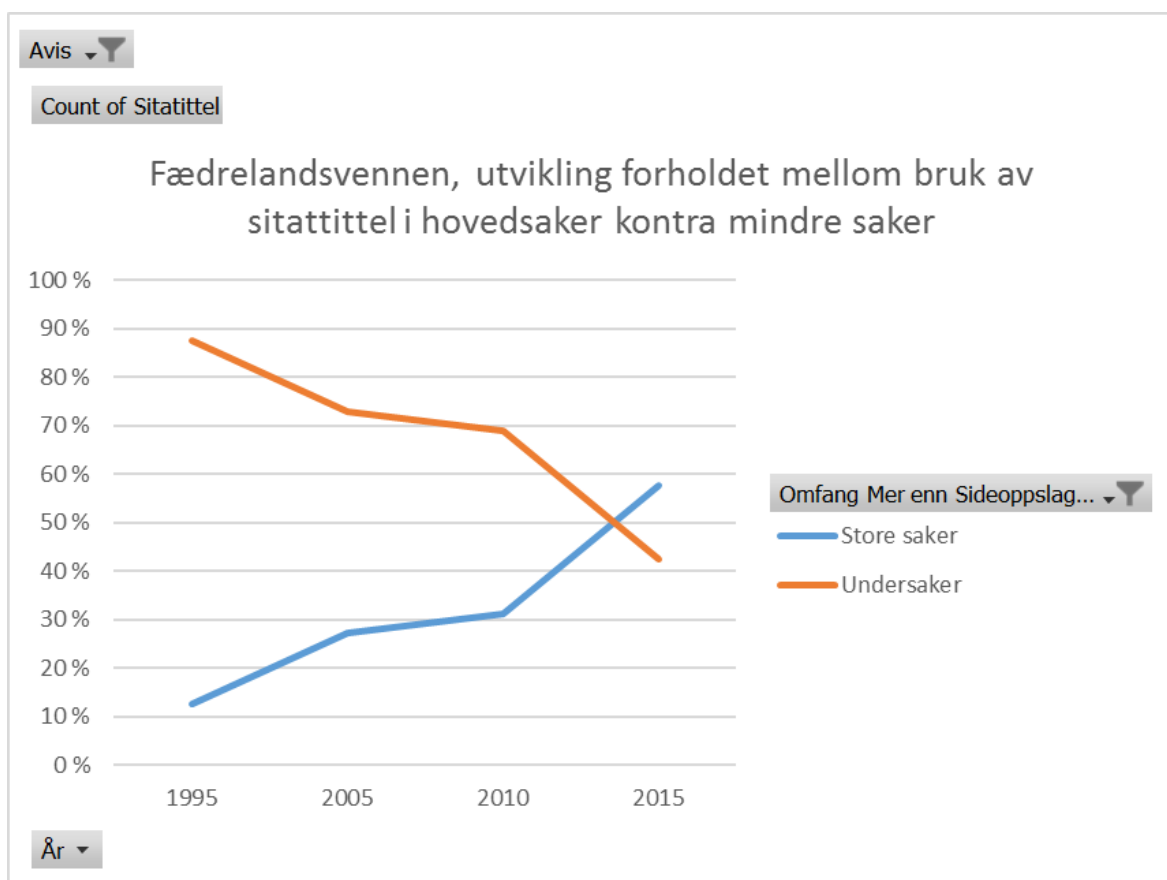
Fædrelandsvennen

Fædrelandsvennen har hatt markant utvikling. Avisen ser ut til å ha hatt stor aversjon mot sitattitler i hovedsaker i 1995, hvor nesten ni av ti sitattitler er forbeholdt undersaker. Tjue år senere har bildet endret seg helt.

Sitattitler i hovedsaker er femdoblet, og har i 2015 klart forrang foran de mindre sakene.

I rene prosent betyr det at mens 13 prosent av sitattitler i 1995 var hovedsaker, var tallet 58 prosent tjue år senere.

Altså brukte man sitattitler i drøye én av ti hovedsaker i 1995. Tjue år senere er det nær seks av ti, og det innebærer at Fædrelandsvennen i 2015 først og fremst bruker sitattitler i hovedsakene.

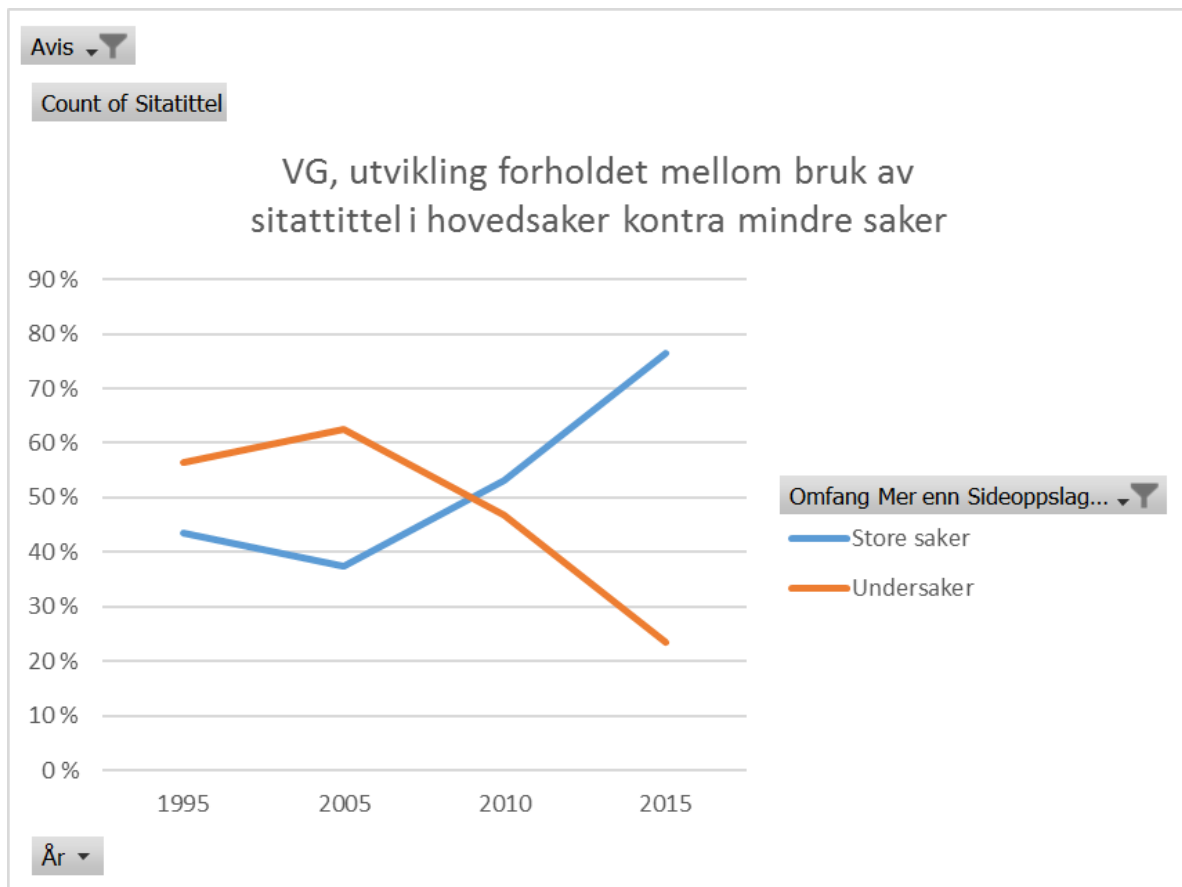


Verdens Gang

I VG ser vi at skiftet er tydelig fra 2005 og fremover, og at bruken av sitattitler først og fremst brukes i titler på sideoppslag og enda større saker.

Også i VG har bruken av mer iøynefallende sitattitler økt. Mens Norges fremste tabloidavis brukte rundt fire av ti sitattitler på hovedsaker de første ti årene, nær doblet andelen til 76 prosents andel frem til målingene i 2015.

For VGs del er det verdt å merke seg at denne utviklingen med å foretrekke klare sitatvalg i tittel på hovedsaker skjer samtidig som vi tidligere har sett at avisen i perioden har redusert den totale bruken av sitattitler. Sagt enda klarere: Selv om VG etter våre tall reduserer bruken av sitattitler i avisen fra 2010 til 2015, så brukes de desto mer i hovedsaker.



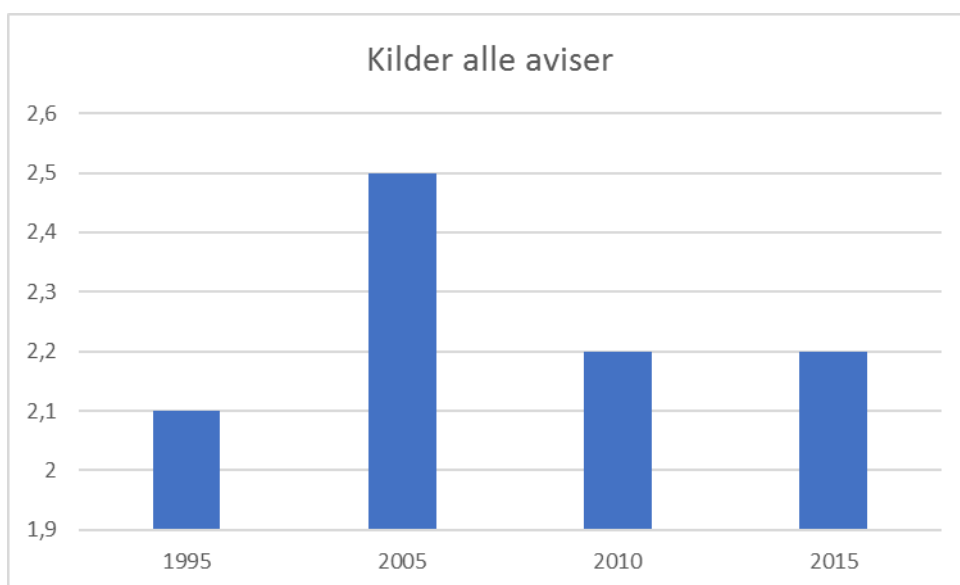
Antall kilder

I vår gjennomgang av 274 sitatstrek-saker har vi også talt antall muntlige og skriftlige kilder som er oppgitt i artikkelen.

Gjennomgangen til nå har vist at sitatstreker i 1995 ble forbeholdt mindre saker, og at dette bildet har snudd i 2015. Nå er seks av ti sitatstrek-saker forbeholdt hovedsaker.

Fordelt over år har vi talt 80 sitattitler i 1995, 43 i 2005, 85 i 2010 og 66 i 2015, til sammen 274 artikler.

Så har vi talt antall kilder for hver artikkel, og fordelt dem over år. Resultatet viser at gjennomsnittet for antall kilder per sak var 2,1 i 1995, 2,5 i 2005, 2,2 i 2010 og 2,2 i 2015.



Ut fra utvalget på 274 saker, er det rimelig god grunn til å kunne diskutere ut fra disse funnene.

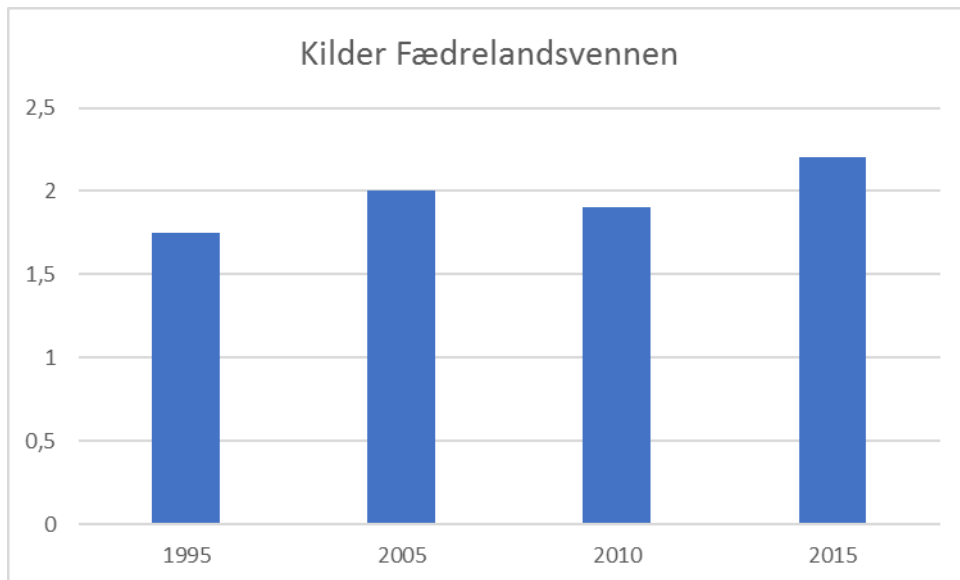
Når vi allerede kan gå ut fra at sitatsakene har økt i volum i avisene, fordi meningstitler i stadig større grad har blitt prioritert blant de omfattende nyhetssakene, skulle man tro at antall kilder ville øke i takt med dette.

Så er altså ikke tilfellet. Med 2,5 kilder i snitt er det minste utvalget av 43 saker i 2005 noe som skiller seg ut. Men jevnt over ser vi ingen tegn til at kildetilfanget har økt i takt med størrelsen på sakene i 2010 og 2015.

Vi har ikke sammenligningsgrunnlag for antall kilder i ordinære nyhetssaker uten sitatstrek-tittel, så man kan ikke konkludere for sterkt.

Men med relativt like kildetilgang, er det interessant å merke seg at sitatstrek-saker altså vokser i omfang og synlighet i avisen, uten at disse sakene er underbygget med flere kilder enn tidligere, da de i større grad var småsaker, spredd ut over avisen.

Fædrelandsvennen skilte seg ut, med en svært økende bruk av sitattitler. Som eksempel kan vi se på deres tall for seg, og se etter trender. Vi minner om at tallene totalt sett blir mindre når vi skiller ut enkeltaviser, og tar dem for seg hver og én.



I 1995 teller vi 1,75 kilder per sitatstrek-sak i Fædrelandsvennen, og dette gjaldt i ni av ti tilfeller små saker. I 2005 er det tilsvarende tallet 2 og i 2010 synker tallet til 1,9 kilder per sak.

Dermed skiller Fædrelandsvennen seg ut som en avis med færre kilder i sitatstrek-saker enn Agderposten og Verdens Gang. Men dette bildet endrer seg i 2015, hvor antallet sitatsaker også har gått kraftig opp. Dette året viser resultatet 2,2 oppgitte kilder per sak. Antallet er det samme som gjennomsnittet for alle de tre avisene det året.

For Fædrelandsvennen ser vi altså en trend særlig de siste årene, hvor sitatstrek-saker er forbeholdt store saker i ni av ti tilfeller, at sakene har økt fra 1,9 til 2,2 kilder på fem år.

Oppsummering

Norske aviser gjennom de tre avisene vi har brukt i utvalget, bruker stadig mer sitattitler i sine nyhetssaker de siste 20 årene.

Fra 1995 er bruken av sitattitler på forsiden fordoblet frem til 2015.

Et markant skille inntreffer rundt 2005. Før dette hadde avisene overraskende lik bruk av sitattitler på nyhetsplass i avisene.

Ved å måle nyhetsstoff skrevet av avisenes egne journalister, ser vi at sitattitler forekom i 17 prosent av alle titlene i 1995. 20 år senere er prosentandelen økt til 24 prosent. Altså har nesten hver fjerde nyhetssak i 2015 tittel med sitatstrek.

Fædrelandsvennen har tredoblet bruken av sitattitler på nyhetsplass fra 2005 til 2015.

Agderposten har hatt en enda sterkere trend mot det samme, fra 7 til 25 prosent. Det er nær en firedobling i bruken av sitattitler i avisen på ti år.

Verdens Gang ser i vårt materiale ut til å ha økt antallet kraftig frem mot en topp på 36 prosent av alle saker i 2010, og ned til det laveste gjennomsnittet blant de tre avisene i 2015 på 22 prosent av sakene.

Skiller vi mellom hovedsaker, altså det vi kaller sideoppslag og større, og mindre nyhetssaker, er trenden klarere.

Det er i egne saker, hvor reportasjen dominerer sidene, at leseren sterkest møter inntrykket av at sitattitler.

Seks av ti sitatsaker forekom i 1995 i mindre saker på nyhetsplassen. 20 år senere er det motsatt. 63 prosent av alle sitatsakene var i 2015 en hovedsak, det vil si et sideoppslag eller større. Sitattitler er altså i hovedsak forbeholdt de store sakene i avisen, og trenden er økende.

Tallmaterialet viser en stor endring rundt 2010. Frem til da var brorparten av sitatsakene forbeholdt de mindre sakene. Men trenden er ulik hvis vi ser hver avis for seg.

Fædrelandsvennen skiller seg mest ut, ved at hver tiende sitatstrek-sak var en hovedsak i 1995, til nesten hver sjettede i 2015.

I VG er sitattitler i vår studie i nær åtte av ti tilfeller forbeholdt hovedsakene, som innebærer en dobling på ti år.

Agderposten er jevnere, men fra 2005 dominerer sitattitlene inngangen til større saker også her.

Samlet sett øker ikke antall kilder i sitatstrek-saker i takt med den voksende plassen slike saker får i avisene.

Mens vi målte 2,1 kilder per sak i 1995, var tilsvarende tall 2,5 i 2005, 2,2 i 2010 og det samme – 2,2 kilder per sak i 2015.

Fortolkende journalistikk

Det foreligger lite teori i kjent faglitteratur, som kan forklare hvordan sitatstrekk-journalistikk hører hjemme i en større sammenheng.

En måte å vurdere et mulig skifte fra fakta-konsentrert journalistikk til menings- eller sitatsstrekkjournalistikk, er å se det i lys av en større endring i journalistikken, fra deskriptiv til fortolkende, «interpretive» journalistikk.

Internasjonalt er faglitteraturen sams om skifte fra «predominantly descriptive to becoming increasingly interpretive,» (Salgado, Strömbäck 2012).

I stor grad legger denne litteraturen mest vekt på journalistens rolle som fortolker, altså hvordan journalisten selv spiller en mer aktiv rolle i hva og hvordan nyheter formidles.

Mer enn å fortelle hva som skjer, ønsker journalisten å fortelle hva nyheten betyr, og pakker den inn i egen kontekst.

I kommentar- og politisk journalistikk er det sagt slik: «Interpretation provides the theme, and the facts illustrate it. The theme is primary; the facts are secondary.» (Patterson 1993). På norsk: Tolkningen er temaet for artikkelen, og fakta illustrerer saken. Temaet er det primære, fakta er det sekundære.

I denne studien er vi opptatt av å måle hvorvidt meninger og synspunkter kan se ut til å ha fått en mer fremtredende rolle, og hvordan fakta, det klassiske nyhetspoenget, blir skjøvet bort.

Oversatt til vår studie, vil den teoretiske grunnlagsdiskusjonen utgå fra utgangshypotesen: I saker som handler om at «noen mener noe», vinner meningen over fakta, i alle fall i presentasjonen. Altså har den fortolkede delen av budskapet forrang i forhold til eventuell ny viten.

Den teoretiske diskusjonen om sitatstrekkjournalistikk kan i så måte ha relevans for «interpretative journalism».

Men Salgado og Strömbäck har reporterens perspektiv, hvor sitatene anses å plasseres i teksten ut fra en bakenforliggende hensikt. Dette teoretiske utgangspunktet holder dermed fortsatt journalisten som aktør, og avsender.

Journalisten, redaksjonen – og mediet, anses ut fra dette synspunktet å redigere presentasjonen av fakta, til å være tilpasset et gitt budskap. Slik fremstår journalisten som regissør, som ved å velge fakta fortolker virkeligheten inn i sin ramme.

Dette er vesensforskjellig fra vårt deskriptive utgangspunkt. Vi antar at journalisten i større grad frasier seg ansvar som avsender, ved å overlate regien, og defineringen av selve nyhetssaken, til aktøren ved å speile vedkommendes mening, i stedet for en bredere kontekstualisering.

Meninger og fakta

Forskjellen mellom meninger og fakta er i utgangspunktet åpenbar. Presenterer man en mening, så hefter dette på vedkommende som har ytret den, til forskjell fra fakta, som hefter for den som fremsetter det som dette – nemlig mediet.

For ordens skyld, vi forholder oss til redaktørstyrte meninger som opererer under det etiske regelverket til Norsk presseforbund.

Presenterer man fakta, har avisen, slik drøftet tidligere, bevisbyrden. Mediet som bærer en virkelighetsforståelse til torgs, må stå til ansvar for den. Tar man feil, risikerer man troverdighetstap, omdømmefall, og behandling i Pressens faglige utvalg.

I lys av globale diskusjoner om mediers agenda, er det viktig å være klar over at nyhetsjournalistikken selvsagt har en agenda. Kraften som fjerde statsmakt avhenger av medienes evne til å fremstå som aktører, som oppfyller samfunnskontrakten sin. Man mottar troverdighet og betalingsvilje fra folket i den grad man bringer vettugt som fortjener allmenn opplysning stoff til torgs, for å si det enkelt.

Ved utvelgelsen av hvilken informasjon man vil presentere tas det en rekke valg om hva journalisten og redaksjonen finner relevant, og interessant, og mulig å bringe videre på en lettfattelig og troverdig måte. Det er derfor vi har aviser. Altså er pressen selvsagt en aktør. Og på den fremste plassen i presentasjonen ved siden av fotografiet er altså tittelen, det som skal gjøre nyheten interessant for flest mulig mennesker.

Dess mer kontroversielle faktiske forhold som presenteres, jo større mulighet for at nyheten kan «eksplodere i ansiktet» på avsenderen.

I så måte er det forståelig hvis man, i en tid hvor alle kan ytre seg på sosiale medier, vegrer seg for å komme i situasjoner hvor det kan stilles spørsmål til de fakta som presenteres.

Slagsiden er åpenbar. Mens mediene «eide» den offentlige diskusjonen tidligere, er man nå mer av en tilrettelegger i den offentlige samtalen. Den store samtalen i samfunnet har på mange måter forlatt redaksjonen, og slått teltpluggene foreløpig ned hos Facebook og andre sosiale medier.

Mens sosiale medier foreløpig mangler god kontroll, forsøker avisene å beholde sin posisjon, som et relevant sted for den redigerte, offentlige diskusjonen.

Men man er ikke lenger portvokter, alle kan påpeke feil hos andre – og gjør det. Om en avis skriver noe som viser seg å være feil, vil det raskt bli påpekt. Tidligere kunne mediene nøye seg med en liten rettelse i et hjørne av avisen.

Når samfunnsaktører i dag har flere følgere på sosiale medier enn lokalavisen har abonnenter, kan kostnadene ved å bli konfrontert med feil fakta bli store.

En god nyhet.

Når vi skriver at forskjellen mellom meninger og fakta i «utgangspunktet» er åpenbar, er det fordi dette ikke alltid er like åpenbart i vurderinger av nyhetssaker. Man kan tenke seg at meninger kan være vel så gode nyheter som faktabaserte nyheter. De kan oppfylle kravene til en interessant og opplysende nyhetsreportasje.

Velkjente nyhetskriterier som konflikt, vesentlighet, identifikasjon, sensasjon er kjent for å angi nyhetsverdien i reportasjer. Dess klarere treff på flere av dem, dess bedre er nyhetssaken.

Skal man vurdere betydningen av sitattittelsaken som mening eller fakta, trenger man flere momenter enn tittelen alene. Man kan trekke inn flere nyhetskriterier for å forstå betydningen av skillet mellom fakta og mening.

For å lage et hypotetisk tilfelle: Siterer man Kong Harald på at han hadde en fin jul på Kongsseteren, å la «– Vi hadde en flott jul», fra et intervju med Kongen, så er dette en klassisk meningsinngang i denne undersøkelsens forstand.

Skulle derimot noen avsløre at Kongen hadde en fryktelig jul, full av konflikter, og rapporter «– Jeg hadde en fryktelig jul på setra», blir det raskt klart at spenningen stiger.

En flott jul krever ingen grunngiving. For å forstå dette, er det kan hende nødvendig med en grunnleggende forståelse for nyheter som vesen. Et intervju med Kongen som forteller om en hyggelig jul med tittelen «– Vi hadde en hyggelig jul» indikerer kun at avisen har snakket med Kongen om julen. Den dekker ikke kravene til en god nyhetssak. Den forteller hva vi forventer.

En negativ opplevelse av jula fra Kongen vil være det motsatte av hva vi forventer, og siden det gjelder vår alles konge, ville den absolutt oppfylle kravene til en nyhet. Saken vil ha stor offentlig interesse, fordi det bryter med bildet vi har, og oppfyller allmenne krav om aktualitet (jul), sensasjon (Kongen har hatt det fælt), konflikt (bryter med bildet av hvordan han skal ha det, indikerer konflikt med andre), og er selvsagt sterkt identifisert gjennom en personifisert institusjon alle skattebetalere i riket betaler for å holde i gang.

Kongen ville neppe ønsket en slik uttalelse på trykk, og mediet selv risikerer å bli utsatt for hardt trykk for å belegge sitatet, forsvare offentliggjøringen og belastningen ved å imøtegå Slottets ønsker.

Men her fremtrer altså Kongens uttalelse som noe nær en sensasjon, som krever videre forklaring.

Avsender og sannhet

Når man vurderer sitattitler, kan det dermed være interessant å vurdere hvem som er avsender: Er det frivillig avsender fra objektet som dominerer inntrykket, eller er det en avsløring mediet kommer med om meningen fra en gitt kilde.

En sitatstrek-tittel kan altså vurderes som en god nyhetssak, hvis den også oppfyller andre kriterier. Hvis Kongen har hatt en fæl jul fordi han har hatt ei vond tå som har fratatt ham søvn, appetitt og sosial deltakelse vil saken bli forstått som en personlig, avgrenset mindre sak. Involverer den andre mennesker, og har betydning utenfor «skoen» så å si, vil saken selvsagt kunne vurderes helt annerledes.

Kun med sitatstreken som utgangspunkt vet vi altså ikke om den er uttrykk for en nyhetssak som også har støtte av flere nyhetskriterier.

Vær varsom-plakatens paragraf 3.2. gir mediene et eget ansvar i å kontrollere «at opplysninger som gis er korrekte».

Punktet understreker at påstander som gis i sitatsform, også er blant opplysningene man plikter å sjekke sannhetsgehalten i. Dette punktet i plakaten ser ut til å bli sjelden utfordret i sitatsaker i dag.

Med mindre det handler om åpenbare forhold, som konkrete påstander om tredjepersoner, som utløser tilsvarende rett, gir vår diskusjon grunnlag for å tenke seg at sitatstreker gjør det enklere å være omtrentlig med fakta. Vi vil imidlertid ikke påstå at virkeligheten er slik, men det kunne vært spennende å vurdere sitattitlene ut fra sin karakter: Påstår de en virkelighetsforståelse av faktisk, etterprøvbare karakter, eller er sitatene knyttet kun til personlige erfaringer.

I denne studien antar vi at sitatstrektitler først og fremst vil være sammentrekninger av meningsinnhold og direkte sitater ytret i offentlighet eller gitt frivillig fra intervjuobjektet til mediet, med offentlig publisering som formål.

Kilder og mikrofoner

Dette innebærer i så fall altså også en dreining av avsender, hvor mediet selv får mindre ansvar for budskapet enn den som ytrer dette.

Tidligere kalte man dette også «mikrofonstativjournalistikk». Dette var, og er fortsatt, en nedsettende betegnelse av journalistikk, hvor intervjuobjektet tilnærmet motstandsløst får dominere fremstillingen.

En slik journalistisk, etisk diskusjon om journalistens rolle som aktør eller mikrofon er ikke gjenstand for diskusjon i vår undersøkelse her.

Man kan gå ut fra at mediets eget ansvar for å rettferdiggjøre publisering av problemorienterte uttalelser, øker når man går fra et mikrofon- til et aktørperspektiv. For når du fjerner sitatstreken, er det journalisten og redaksjonen som må forsvare innholdet.

Her glir også diskusjonen inn i mer allmenn teori om journalisten som fortolker.

En sitatstrek-tittel er altså ikke nødvendigvis et uttrykk for et klassisk mikrofon-perspektiv.

Man kan tenke seg at sitatstreken brukes på ulikt vis:

- Man dekker et politisk møte, griper fatt i en interessant uttalelse, skriver et referat og vinkler på den mest lesverdige tittelen. Her fremstår taleren med avsenderansvaret, med mindre avisen tar uttalelsen ut av forståelig sammenheng, eller innholdet er av en slik karakter at det ikke kan settes på trykk (for eksempel rasistiske uttalelser, udokumenterte, alvorlige påstander om tredjepersoner med mer).
- Man kan intervju en bank om årsresultatet, presentere dette, og samtidig sitere bankdirektøren i tittelen på «– Vårt aller beste år». Her er faktaene sakens kjerne, og intervjuet går kan hende inn i årsaken til et suksessfylt regnskapsår. En slik tittel innebærer dermed en antakelse om at bankdirektørens mening bringer flere lesere enn fakta om banken hennes.
- Man kan ha en egen hard sak, som man «pakker inn» i en sitatstrek-tittel. Ved å benytte sitatstrek fra en annen, flytter man som omtalt tidligere avsender-ansvaret ut av avisredaksjonen. Dette kan dempe inntrykket av konflikt rettet mot den angrepne.
- Man kan tenke seg at man er usikker på faktagrunnlaget, og velger en mykere inngang med sitatstrek. Vi minner om at dette vrir den ansvarlige avsenderproblematikken bort fra avisen, mot objektet som har uttalt seg.
- Mediet kan velge meningen som den beste måten å kommunisere en god, faktabasert artikkel på. Et utsagn i tittel peker mot en person, og er derfor personifiserende. Dermed øker identifiseringen, og muligheten for at en reportasje blir lest.

En måte å kunne måle dette på, er ved å se på kildegrunnlaget i sitatsakene. En omfattende nyhetssak kan antas å ha flere kilder enn en meningssak. Og undersøkelsen har hentet inn slikt tallgrunnlag. Vi har talt antall kilder i hver sitatstrek-sak.

Dette innebærer mulighet for å vurdere antall kilder i sitatsaker før og nå, og ut fra type sitatsak, stor eller liten.

Våre funn blant 274 sitatstrek-saker, viser at antall kilder ligger relativt stabilt, det har på 20 år økt fra 2,1 til 2,2 kilder per sitatstrek-sak.

Siden undersøkelsen viser at man vier sitatstrek-saker stadig større plass i redaksjonen, kunne man anta at kildetilfanget i slike saker ville øke. Men når det ikke gjør det i vesentlig grad, vil dette kunne støtte argumentet om at sitatstrek-saker er gjort mer lettvtint.

Imidlertid har vi ikke tall fra ordinære nyhetssaker, som kan gi sammenligningsgrunnlag for kildetilfanget.

Årsaker til økningen

Bakgrunnen for denne undersøkelsen var et ønske om å undersøke en hypotese om at norske avisers nyhetsdekning i dag er mer preget av meningsjournalistikk enn faktajournalistikk enn tidligere.

Vi operasjonaliserte meningsjournalistikk til nyhetssaker fra tre aviser, og forholdt oss til saker med en sitatstrek bak, altså et utsagn i tittel.

Så etablerte vi enda en hypotese, om at den antatte utviklingen henger sammen med ressursituasjonen i norsk presse. Siden økonomien er mer anstrengt enn før, og meningsjournalistikk antas å være billigere å utføre, ville dette føre til at mediene i en ressurs svak periode vil være mer preget av meningsjournalistikk enn tidligere.

Vi har funnet støtte for den første, deskriptive antakelsen. Vår gjennomgang viser at tre norske aviser med stort spenn i størrelse og bakgrunn, har økt bruken av meningstitler svært mye de siste 20 årene.

Enda klarere tendens er det når vi ser at de store reportasjene i økende grad blir utstyrt med sitattitler, mens det for 20 år siden i stor grad var omvendt.

Undersøkelsen forteller ikke hvorfor man bruker mer meningsstoff. Bildet er trolig sammensatt.

Digitaliseringen av publiseringer og sosiale medier har fremfor noe vist at man kan måle trafikken på alle saker. Man kan måle deling og engasjement, og man ser hvilke saker som får flest lesere. Man kan også analysere alder, kjønn og bosted koblet til hvilke saker som leses mest.

Meningssaker skaper engasjement, og en måling av saker koblet til digital publisering kan gi en pekepinn om meningssaker deles mer, og dermed favoriseres, og slik definerer utviklingen.

Vi kan ikke umiddelbart slå fast at sitatstrek-saker har færre kilder, og er mindre veldokumentert per se, ut fra det faktum at de har en meningsbærende tittel.

Vi har heller ikke tatt med alle meningstitler som ikke har sitatstrek. «Vil øke prisen på plastposer» er en meningstittel uten sitatstrek. Hvis den er koblet til én person, burde den kan hende hørt med i utvalget. Dette kunne utfyllt bildet.

Å måle hvorvidt en meningssak er mer kostnadseffektiv å produsere avhenger altså av flere faktorer, ut fra ulike forutsetninger.

På den ene siden kan man tenke seg at diskusjonen om sitattitler kun er en diskusjon om presentasjon, «salg» av saken inn mot leseren, uavhengig av dybde og innhold. I motsatt ende vil være påstanden om at sitatstreken vitner om manglende dybde.

Sitatstreker er også en del av personifisering av journalistikken, fordi den peker på utsagn fra én, enkelt person. Dermed kan det være grunn til at den økende personifiseringen i samfunnet, kan være en sterk driver i utviklingen.

Uformelle samtaler med redaksjonelle ledere tyder også på at behovet for å dekke seg, og ikke gå for hardt ut, kan være medvirkende årsak til at redaksjoner velger å utstyre harde fakta-saker med sitattitler. Ved å flytte avsender-posisjonen til menings-giveren bak tittelen, demper man slik avisens eget uttrykk.

Samlet kan man anta en rekke årsaker til utviklingen av mer meningsjournalistikk i form av sitatsaker. Skal man lete dypere etter årsaksforholdet, er det behov for bredere analyse.

I perioden vi har undersøkt, har både Fædrelandsvennen og Agderposten gått fra fullformat til tabloid-format. Dette kan også spille inn.

Oppsummering

Undersøkelsen tok for seg tre norske trykte nyhetsaviser, for å se om meningsjournalistikk brer om seg i avisenes egen journalistikk. Vi målte dette ved å telle titler med sitatstrek i Agderposten, Verdens Gang og Fædrelandsvennen over en tjueårs-periode fra 1995 til 2015.

Fra 1995 til 2015 ser vi en markant økning i bruk av sitattitler i VG, Agderposten og Fædrelandsvennen, i nyhetssaker skrevet av avisenes egne journalister.

På forsiden er bruken av sitattitler på forsiden fordoblet fra 1995 til 2015, opp fra 5 til 10 prosent av sakene.

Av egenproduserte nyhetssaker med sitatstrek-tittel økte med 50 prosent i samme periode. Andelen nyhetssaker med sitatstrek-tittel økte fra 17 til 24 prosent. Altså har nær hver fjerde egenproduserte nyhetssak med byline i 2015 tittel med sitatstrek.

Tar vi med i beregningen at seks av ti sitattitler i 1995 og 2005 gjaldt småsaker, blir bildet enda tydeligere: Nær 15 prosent av oppslagssaker i avisene i 2015 var sitattitler. Dette er en tredobling fra ti år tidligere. 4,8 prosent av sitattitlene var hovedsaker i 2005, mot 6,8 prosent i 1995.

Fædrelandsvennen har tredoblet bruken av sitattitler på nyhetsplass fra 2005 til 2015.

Agderposten har nær firedoblet bruken av sitattitler i avisen fra 2005 til 2015.

Verdens Gang ser ut til å ha økt antallet sitattitler kraftig frem mot en topp på 36 prosent av alle saker i 2010. Fem år senere falt andelen i 2015 til 22 prosent, som faktisk er det laveste gjennomsnittet blant de tre avisene i 2015.

Skiller vi mellom små og store saker, er trenden klarere. Seks av ti sitatsaker forekom i 1995 i mindre saker på nyhetsplassen. 63 prosent av alle sitatsakene var i 2015 en hovedsak, det vil si et

sideoppslag eller større. Sitattitler er altså i hovedsak forbeholdt de store sakene i avisen. Trenden viser en klart økende tendens.

Selv om sitatstrek-titler i stadig økende grad brukes på hovedsaker i avisene, har ikke dette ført til stor endring i økt antall kilder i de samme sakene.

Mens vi målte 2,1 muntlige og skriftlige oppgitte kilder per sak i 1995, var antallet 2,2 kilder i 2015.

Når ikke kildegrunnlaget øker nevneverdig, gir det grunn til å anta at meningsjournalistikken som sitatstrek-journalistikk ikke har blitt mer avansert, og slik sett er enklere og billigere.

Derimot har vi ikke tallgrunnlaget for komparative studier av antall kilder i ordinær nyhetsjournalistikk, og kan ikke slå dette fast.

Det er like fullt interessant å merke seg at et gjennomsnitt av større nyhetssaker, hvor én kildes utsagn er plassert øverst i saken, kun ledsages av én annen kilde i gjennomsnitt.

Årsaken til utviklingen er ikke gitt å slå fast ut fra denne studien. Avisene er i kamp om oppmerksomheten med Facebook og sosiale medier. Det er grunn til å anta personifiseringen av samfunnsdebatten, og voksende meningsutvekslings-arenaer både i sosiale medier og i avisenes egne spalter, kan gi utslag i endret nyhetsjournalistikk, med meninger som mer interessante enn før.

Dermed kan økende personifiseringen i samfunnsdebatten være en driver i utviklingen.

Sitatstrek-titler har også en mindre omtalt side, ved at de vender avsender-signaturen i slike saker fra avisen selv, over til intervjuobjektet. Mens redaksjonen har ansvaret for å dokumentere forhold i nyhetssaker, svekkes dette betydelig, når sitatstreken peker på at budskapet kommer utenfra.

Titler med sitater kan også sies å handle om markedsføring. Redaksjonen kan oppleve at slike titler leses av flere saker, og at dette dermed handler mer om presentasjon og «salg» av saken inn mot leseren, uavhengig av dybde og innhold.

Andre og fremtidige studier kan hende gi sammenligningsgrunnlag for en vurdering av ressursene til grunn for sitatstrek-saker i forhold til andre saker. Der vil antall oppgitte kilder kunne gi et slikt grunnlag.

Fun fact – stadig likere forsider

Denne rapporten er resultat av omfattende tellinger, som inkluderer mer enn hva som kommer frem i analysen.

For eksempel har vi talt antall nyhetssider, antall saker, titler totalt og så videre. Én av trendene vi har målt, er antall titler på forsiden, som kan vise standardiseringen av det tabloide uttrykket avisene har vært gjenstand for.

Mens Fædrelandsvennen hadde elleve titler på forsiden sin i gjennomsnitt, av målte aviser i 1995, var antallet 4,5 tjue år senere.

