

Å grave eller ikke å grave

Rapport fra et forprosjekt for SKUP
– Stiftelsen for en Kritisk og Undersøkende Presse

Arne Eriksen/Bård Michalsen, 29.02.04

Sammendrag

Journalister mener at undersøkende journalistikk i dag trues av et produktivitetspress, i form av krav til den enkelte journalist om dekning av større flate per dag. Oppfatningen om at redaksjonene er under press synes å bli bekreftet av en betydelig nedgang i bruken av Elektronisk postjournal (EPJ) etter 2001.

Journalister mener undersøkende journalistikk kan gi et bedre produkt som publikum etterspør. De understreker at oppegående redaktører som ønsker, gir rom for, veileder og verdsetter undersøkende journalistikk, er nødvendig. Journalistene påpeker dernest at avgjørende for utviklingen av undersøkende journalistikk, er journalister som vil, tør og kan.

Regionavisene har en varierende bruk av Elektronisk postjournal. Variasjonsmønsteret indikerer at konkurranseutsatte aviser satser sterkere på undersøkende journalistikk enn aviser uten konkurrent på utgiverstedet.

Journalister mener nedbemanning de senere årene har resultert i mindre undersøkende aktivitet. Vår undersøkelse viser at i 2001 ba 104 store og små redaksjoner om 55.230 dokumenter fra EPJ. I 2003 var antall bestillinger fra samme utvalg redaksjoner sunket til 42.508, en reduksjon på 23 prosent. Blant de 30 avisene som har brukt Elektronisk postjournal aller mest, er reduksjonen av antall bestillinger redusert med mer enn 32 prosent fra 2001 til 2003.

Denne rapporten er utført på oppdrag av styret for SKUP. Den er basert på intervjuer med 25 journalister og en gjennomgåelse av etterspørselen etter dokumenter fra statens elektroniske postjournal fra 1997 til og med 2003.

Innhold

1.0 Innledning.....	s 4
2.0 Tema, problemstilling.....	s 5
2.1 Hva er undersøkende journalistikk?.....	s 5
2.2 Fersk forskning om undersøkende journalistikk.....	s 7
2.3 Hva ønsker vi å finne noe ut av?.....	s 8
3.0 Metode: Hva har vi gjort?.....	s 8
3.1 Intervjuer med journalister.....	s 8
3.2 Kartlegging av bruken av Elektronisk postjournal.....	s 9
4.0 Resultater: Hva sier journalistene?.....	s 11
4.1 Undersøkende journalistikk: Ikke helt entydig.....	s 11
4.2 Undersøkende journalistikk har høy status.....	s 12
4.3 Betingelsene: God ledelse, dyktige journalister, tid.....	s 13
4.4 Gravegruppene er begravd.....	s 14
4.5 Den undersøkende journalistikken er presset.....	s 15
4.6 SKUP inspirerer (men Pulitzergutta skremmer).....	s 16
5.0 Resultater: Hvordan blir Elektronisk postjournal brukt?.....	s 17
5.1 Hvem prioriterer Elektronisk postjournal?.....	s 17
5.2 Samsvar med fravær av SKUP-rapporter.....	s 17
5.3 Fiskaren satser hardest.....	s 18
5.4 Kraftig knekk etter 2001.....	s 19
5.5 Hva skjer i regionene?.....	s 21
5.6 Meningsbærende riksaviser.....	s 23
5.7 Sammenligning av eierkonsernene.....	s 23
5.8 Jevn stigning for NRK.....	s 26
6.0 Diskusjon og konklusjon.....	s 27
Vedlegg	
I. Litteratur.....	s 29
II. Intervjuguide.....	s 30
III. Total oversikt over bestilling av dokumenter via EPJ av mediebedrifter, redaksjoner og avdelinger 1997-2003.....	s 31
IV. Formelen for utregning av indikatoren til Topp 30-listen.....	s 33

1.0 Innledning

– Hvordan står det til med den undersøkende journalistikken i Norge i dag?

Slik formulerte SKUP-styret problemstillingen for et journaliststipend som ble utlyst ultimo november 2003. Vi søkte på stipendet i fellesskap, og ble tildelt oppdraget basert på en prosjektskisse av 07.01.04 – med 1. mars som frist for levering av rapport. I møte med SKUP-leder Kjetil Stormark og forsker Guri Hjeltnes 14.01.04 ble problemstilling, mål, arbeidsplan og fremdrift drøftet.

Vårt arbeid kan betraktes som et forprosjekt for et planlagt pilotprosjekt om gravetradisjonen i norske medier. Hensikten med forprosjektet har primært vært å få frem relevante journalisters synspunkter til status for den undersøkende journalistikken i dag. Dette har vi forsøkt å oppnå gjennom intervjuer med journalister fra ulike fagmiljøer. Hva journalistene sier, vil i utgangspunktet være *oppfatninger* av hvordan verden er. Vi har dernest søke å supplere disse oppfatninger med *dokumentasjon* som kan indikere den undersøkende journalistikkens situasjon. Dette har vi gjort ved å se på utviklingen av medienes bruk av statens elektroniske postjournal (EPJ).

Vi takker for oppdraget, som har vært lærerikt og inspirerende. Vi forsøker med denne rapporten å presentere de resultater vi har funnet – sammen med forutsetningene for våre undersøkelser og konklusjoner.

Dersom noen skulle ønske å bruke øksen, ber vi om at den er skarp.

Tromsø/Bjørnskinn, 29. februar 2004

Arne Eriksen, arneriks@sensewave.com

Bård Michalsen, baardm@online.no

2.0 Tema, problemstilling

2.1 Hva er undersøkende journalistikk?

...var i sin fulle rett til å sette søkelyset på...

Slik innleder Pressens Faglige Utvalg svært mange uttalelser, enten konklusjonen er brudd eller ikke brudd på god presseskikk. Denne retten til å sette søkelyset på saker, forhold og temaer finner redaksjonene i Vær varsom-plakatens kapittel 1. Her proklamerer pressen hvordan den oppfatter sitt samfunnsoppdrag etter en uskrevet kontrakt med samfunnet.

Kapittel 1 viser altså til de positive du-skal-oppgavene pressen skal utføre; her finner redaksjonen den ammunisjon som skal gi journalistikken entusiasme, fokus, følelse og lidenskap. Derfor kan kapitlet betegnes som pressens *pasjonserklæring*. Men *pasjon* betyr også lidelse. *Pasjonserklæring* passer uansett som beskrivelse på kapittel 1: Kritisk granskning av maktutøvelse er sjelden en dans på roser, og vil ofte innebære et ubehag også for den som gjennomfører oppdraget.

Den konkrete oppfordring til undersøkende journalistikk finnes i de følgende av Vær varsom-plakatens punkter:

1.4: Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.

1.5.■■■ Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

– Vi tar saken!

Når pressen kritisk gransker offentlig og privat maktutøvelse, følger den marsjordren som er gitt i punkt 1.4, som legitimerer det som kalles det nødvendige ubehag hos dem som utsettes for denne granskning.

Dersom man leser Vær varsom-plakaten, skulle man tro at all journalistikk var undersøkende, og i utgangspunktet kan det være grunn til å påpeke at noen grunnelementer fra den undersøkende journalistikk finnes i all journalistikk. Det er ikke tilfeldig at Per Olav Reinton (1992) kaller sin bok om journalistikk «Undersøkende journalistikk». Likevel vil begrepet undersøkende journalistikk være meningsløst dersom det skal omfatte all journalistisk virksomhet. Østlyngen og Øvrebø (1998) skriver om dette:

«Undersøkende journalistikk er ikke et sett eksklusive metoder som bare kan praktiseres av noen få utvalgte. Undersøkende journalistikk er journalistiske metoder satt i system; grundigere, mer systematisk, mer utfordrende – mer av alt.» (1998:321)

Eriksen (2001) har definert undersøkende journalistikk slik for å avgrense den fra andre redaksjonelle arbeidsformer:

«Undersøkende journalistikk er journalistens selvstendige sammenholding av informasjon fra flere kilder over relativt lang tid, samt publisering av undersøkelsens resultat som en sak med stor nyhetsverdi, pluss oppfølging eventuelt fra nye vinkler.»

Eriksen beskriver undersøkende journalistikk som en arbeidsform, et verktøy, ikke en ideologi. Målet for undersøkende journalistikk er ikke primært å produsere eller bedrive kritikk, men å få fram opplysninger av stor nyhetsverdi, som ellers ikke ville blitt gjort tilgjengelig for allmennheten. Han trekker frem følgende avgrensning fra andre arbeidsformer:

- Selvstendig bruk av kilder

Overgangen fra daglig rutinemessig produksjon av saker til undersøkende journalistikk er flytende. Et viktig kriterium på undersøkende journalistikk er stor grad av *selvstendighet*, det vil si i hvilken grad en nyhetssak er vinklet på *initiativ fra journalisten*, eller på grunnlag av tips eller initiativ fra berørte parter. Om en journalist påtar seg en omfattende arbeidsoppgave under innflytelse av utenforstående, regnes produktet neppe for å være resultat av undersøkende journalistikk.

I den ene enden av selvstendighetsdimensjonen finner vi saker der journalisten reagerer etter henvendelse til redaksjonen, i form av pressemelding eller tips. Da hender det at journalisten fungerer nærmest som stenograf, ikke stiller uventede eller ukomfortable spørsmål, og presenterer saken på den omtalte personens eller instansens premisser. I radio og fjernsyn betegnes en slik praksis som at reporteren fungerer som «mikrofonstativ». Den andre ytterligheten er undersøkende journalistikk, der journalisten selv, eller i samråd med andre i redaksjonen, har tatt initiativ til å lage saken, journalisten formulerer spørsmålene ut fra saklige hensyn, og saken publiseres med fokus på nyhetsverdi.

- Lang tid og mange kilder

Ikke alt av tidkrevende journalistisk arbeid er undersøkende journalistikk. Popularisering av forskningsrapporter og presentasjon av større offentlige dokumenter kan ofte kreve konsentrert forberedelse over lang tid. Dette er vanligvis ikke det man regner som undersøkende journalistikk, siden popularisering og presentasjon av dokumenter ikke innebærer at journalisten nødvendigvis iverksetter noen større undersøkelse. Mange ganger kan det holde å bruke bare en kilde, nemlig rapporten eller dokumentet som skal gjøres tilgjengelig for publikum.

Skjematisk kan vi avgrense undersøkende journalistikk fra andre arbeidsformer ved hjelp av en firefeltstabell, der vi har *antall kilder*, fra relativt få til relativt mange, langs den horisontale aksene, og *forbruk av tid*, relativt lite til relativt mye tid, langs den loddrette aksene.

Tabell 1. Kategorier av journalistikk, bruk av kilder og tid (Eriksen, 2001)

	Bruk av få kilder	Bruk av mange kilder
Lite tidsforbruk	Daglige rutiner (politisjekk, etc.) (fort gjort, én kilde)	Enqueter, kommentarer til hendelser
Stort tidsforbruk	Populariseringer, Presentasjon av dokumenter	Undersøkende journalistikk (mye tid, mange kilder)

I et notat om undersøkende journalistikk uttrykker Breivik (2002) det syn at undersøkende journalistikk snarere må defineres ut fra journalistens holdninger til pressens rolle og funksjon i samfunnet enn ved hjelp av journalistiske metoder. Men også Breivik trekker frem selvstendighet, vesentlighet og omfang som sentrale kriterier.

Kvam (1995) deler den undersøkende journalistikken inn i to grupper:

«En etterforskende og en utredende. (...) Den etterforskende varianten fører linjene videre fra den klassiske avsløringsjournalistikken, og opererer på detaljnivå for å klarlegge et bestemt forhold. Tilgang til kildene kan være vanskelig. Sjangeren er ofte personorientert.

Den utredende varianten tar for seg helheten, det generelle, for å avdekke svakheter og skjevheter i samfunnet. Her er kildene normalt åpne; registre osv.» (1995:18)

Hva undersøkende journalistikk er og ikke er, er det ikke noen krystallklar felles oppfatning av, selv om det trolig finnes endel fellestrekk ved hver enkelts definisjon av begrepet. Dersom man i tillegg bringer inn begreper som *gravende journalistikk* eller *etterforskende journalistikk*, vil nyansene kunne bli flere. von Krogh kommenterer definisjonsøvelser slik i Pressens Årbog 1991:

«Det avgjørende for oss er ikke hvilken av flere mulige definisjoner av begrepet undersøkende journalistikk som etter hvert får vitenskapelig gjennomslag. Det viktigere er at vi graver dypere enn tidligere. At viktige historier står på så sikker grunn som mulig.» (von Krogh, her etter Kvam, 1995:19)

Vi tiltrer dette syn, men har uansett tatt med et spørsmål om begrepet undersøkende journalistikk i de gjennomførte intervjuer.

2.2 Fersk forskning om undersøkende journalistikk

Det foreligger lite norsk forskning om undersøkende journalistikk spesielt. Fritz Breivik arbeider med et prosjekt hvor han ser nærmere på journalistens rolle i forhold til den undersøkende prosessen. Han har blant annet gått gjennom alle metoderapporter som er sendt inn til vurdering av SKUPs prisjury siden 1992 og frem til i dag. I et delprosjekt har han dybdeintervjuet seks undersøkende journalister for å få innsikt i de holdninger som ligger bak deres arbeid (2001). Hans intervjuobjekter representerer økonomisk ressurssterke redaksjoner, men Breivik understreker at heller ikke i disse redaksjoner stiller redaktørene med vidåpne lommebøker sånn uten videre:

«Poenget er at det er en kultur og en holdning i redaksjonsledelsen for å begå gravende journalistikk i denne størrelsesorden. Og – ikke minst – det eksisterer en kultur blant de ansatte journalistene for at noen til enhver tid skal få tilstrekkelig armslag til å løpe linen helt ut i bestemte saker. (...) Koblet mot egne erfaringer fra små redaksjonsmiljø vil jeg si at små ressurser i form av penger ikke er noen unnskyldning i og for seg for ikke å gjøre undersøkende journalistikk. Men har redaksjonen små ressurser også i form av kunnskapsløse journalister og ditto holdningsløse redaktører, ja da blir det et problem.» (2001:21)

Det er primært større redaksjoner som er representert i SKUPs lister over innsendte bidrag, og det er grunn til å anta at det bedrives mindre undersøkende journalistikk i de helt lokale medier. Hege Lamark og Lisbeth Morlandstø (2002) har pekt på de utfordringer nærheten gir for journalister i lokalmediene. Gjennom samtaler har de funnet at lokaljournalistenes profesjonalitet settes på prøve blant annet når journalisten graver og avslører.

Johann Roppen berører også undersøkende journalistikk i sin ferske doktoravhandling om Orkla Media (2003). Han har funnet at A-pressens aviser sender inn langt flere kandidater for SKUP-prisen enn Orkla Media. Da Drammens Tidende i 2000 fikk SKUP-diplom, var dette den første og så langt eneste SKUP-premien til en Orkla-avis. A-pressens lokalaviser har til sammen vunnet seks SKUP-premier. Men Roppen har også konstatert at Orkla Media-aviser i 2001 sendte inn sju nominasjoner til SKUP: «Det kan altså verke som om det i Orklas aviser er eit auka medvit omkring SKUP.» (2002:296)

Vi er ellers kjent med to pågående forskningsprosjekter som berører temaet undersøkende journalistikk. Lisbeth Morlandstø er iferd med å avslutte et doktorgradsarbeid i medievitenskap om stoffområdet helse/psykiatri, og vurderer i denne sammenheng blant annet hvor kritisk og undersøkende journalistikken er på dette området. Hun har gjennomført casestudier i Bergens Tidende og Dagbladet. Sigurd Allern gjennomfører for tiden et prosjekt om journalistrollens utvikling, basert blant annet på en større spørreskjemaundersøkelse. Blant de forhold han tar opp, er ulike typer press journalister blir utsatt for.

2.3. Hva ønsker vi å finne noe ut av?

Oppdraget ble i stipendutlysingen (Journalisten, 28.11.03) beskrevet slik: «Oppdraget er å se nærmere på hvordan det står til med den undersøkende journalistikken i Norge i dag.»

Det ble her også skrevet at arbeidet vil inngå som et forprosjekt i et planlagt pilotprosjekt for å se nærmere på gravetradisjonen i norske medier.

SKUP søkte 30.09.03 Rådet for anvendt medieforskning (RAM) om midler til det nevnte pilotprosjekt om gravetradisjonen i norsk presse, som nærværende prosjekt kan sees på som et forprosjekt til. I denne søknaden heter det at intervjuene med gravende journalister også skal «avdekke om deres rammevilkår er blitt svekket».

Oppgaven er klart formulert fra oppdragsgivers side, men vi ønsker å presisere at det er forskjell på å finne ut hvordan verden er og hvordan verden oppfattes. Vårt prosjekt har som primære ambisjon å finne ut noe om det sistnevnte: Hvordan mener endel journalister at det står til?

For å søke å finne harddata som kan si noe om status, har vi i tillegg til intervjuene også gjennomført undersøkelser av norske redaksjonens bruk av elektronisk postjournal (EPJ), som er et viktig verktøy i gravende journalistikk.

3.0 Metode: Hva har vi gjort?

Metodisk har kvalitative intervjuer vært utgangspunktet for prosjektet: Personlige intervjuer med aktuelle journalister. Dette er en tidkrevende metode som antas å være mest formålstjenlig når hensikten primært er å få frem interessante synspunkter som kan gi en forståelse av en situasjon. Denne intervjuformen er mindre relevant dersom hensikten primært er å generalisere. I slike tilfeller kan det være mer aktuelt å gjennomføre surveyundersøkelser basert på en vitenskapelig akseptert utvalgsmetode.

I tillegg til intervjuene med journalistene har vi også søkt å få frem harddata som kan si noe vesentlig om status for den undersøkende journalistikk. Dette mener vi å ha oppnådd gjennom bearbeidelse av statistikk om bruken av statens elektroniske postjournal (EPJ), som er et viktig verktøy for undersøkende journalistikk.

3.1 Intervjuer med journalister

Journalistene er ikke plukket ut gjennom enkel, tilfeldig utvelging. Tvertimot har vi bevisst søkt å finne journalister som vi tror har noe interessant å fortelle. Utgangspunktet har vært oversikter over journalister som har deltatt i SKUP-konkurransene de seneste årene. Denne listen har vi supplert med andre personer som vi mener kan ha noe å tilføre, typisk journalister som driver undersøkende journalistikk uten å delta i SKUP-konkurransene.

En kvalitativ spørreundersøkelse bør ha et visst antall intervjuobjekter – for å få frem en tilstrekkelig bredde i synspunkter og få en klarere oppfatning av hovedlinjene. På den annen side er det ikke nødvendigvis slik at «jo flere, jo bedre». Fritz Breivik (2001) har i et prosjekt om undersøkende journalister intervjuet seks journalister. Han mener at det trengte ikke være så mange:

«I ettertid ser jeg at jeg kunne klart meg med tre-fire intervju fordi det viste seg at selv om de presenterer forskjellige historier, så hadde jeg hovedlinjene klare ganske raskt» (2001:15)

Vi har i vårt prosjekt intervjuet til sammen 25 journalister:

- 10 kvinner, 15 menn
- 11 fra osloredaksjoner, 14 fra redaksjoner utenfor Oslo
- 21 fra aviser, 4 fra kringkasting
- 11 fra riksmidier, 14 fra lokale medier/distriktsmedier
- 20 journalister, 5 med lederfunksjon

Oversikten viser hvordan intervjuobjektene fordeler seg ut fra den stilling de har i dag. Journalistene representerer primært store eller mellomstore redaksjoner. Den minste avisen som er representert, har et opplag på cirka 10.000. Dette er en svakhet ved undersøkelsen, men reflekterer også at de små avisene er lite til stede i SKUP-sammenhenger, muligens også i undersøkende journalistikk overhodet.

Intervjuene er gjennomført gjennom ansikt-til-ansikt-møter eller per telefon. I noen få tilfeller har intervjuobjektene valgt å svare helt eller delvis per epost.

Intervjuene har skjedd gjennom et halvstrukturert opplegg. I de fleste tilfeller har intervjuobjektene fått tilsendt et intervjueskjema/en spørsmålmal på forhånd. Intervjueskjemaet følger som vedlegg II, i sin opprinnelige versjon. Vi oppdaget etter hvert svakheter ved skjemaet. I løpet av intervjuperioden ble noen spørsmål etter hvert kuttet, og vi la til tilleggsspørsmål, for eksempel om bruken av elektronisk postjournal. Vi har søkt et åpent og nøytralt utgangspunkt for intervjuene: «Hvordan er det?» (i stedet for for eksempel: «Kan du bekrefte at...»).

Journalistikk skal som utgangspunkt skje med åpne, identifiserte kilder. I forskningen er hovedregelen den motsatte. Etter anbefaling fra oppdragsgiver er forskningsmodellen valgt. Intervjuene har foregått anonymt. Det er utarbeidet korte referater fra hvert intervju, og disse følger som uttrykt vedlegg til denne rapporten. Referatene oppbevares hos forfatterne av rapporten til vårt prosjekt eventuelt blir fulgt opp av et forskningsprosjekt. Referatene vil da bli overbrakt den aktuelle forsker, men med samme klausulering som vi har lovet intervjuobjektene: De skal forbli anonyme med mindre noe annet eksplisitt blir avtalt med dem.

3.2 Kartlegging av bruken av Elektronisk postjournal

Er det mulig å finne tallmessige, sammenlignbare uttrykk for forskjellige redaksjoners utøvelse av undersøkende journalistikk? Kan man gjøre en uavhengig sammenligning og rangering av redaksjonenes innsats når det gjelder undersøkende journalistikk? I så fall måtte vi spesifisere en representativ målestokk, eller et parameter, og undersøke hvordan den enkelte redaksjon skårer på dette parameteret.

Den aktuelle målestokken måtte kunne knyttes til en definisjon av undersøkende journalistikk. Undersøkende journalistikk er blant annet definert ved *stort forbruk av tid* og kontakt med et

stort antall kilder. Vi kunne ikke regne med å finne noe sammenlignbart uttrykk for tidsforbruket til undersøkende journalistikk i de forskjellige redaksjonene. Kunne vi finne et kvantitativt uttrykk for, i det minste en indikator på, redaksjonenes bruk av kilder? Jan Gunnar Furuly, IT-ansvarlig i SKUP, tipset oss medio januar 2004 om at opplysninger om bruken av statlig elektronisk postjournal (EPJ) var offentlig tilgjengelige. Vi tok da kontakt med Dag Raaum i ErgoEphorma. Han sendte over en fullstendig oversikt over antallet bestillinger fra samtlige 416 registrerte brukere i årene fra og med 1997 til og med 2003. Denne oversikten anbefaler vi blir lagt ut som Excel-fil på SKUPs nettsider.

Kanskje bestillinger av dokumenter via EPJ kan fungere som indikator på bruk av kilder i forbindelse med undersøkende journalistikk? Det statlige prosjektet Elektronisk postjournal (EPJ) inkluderer postjournaler for Norges sentrale forvaltningsinstitusjoner, som omfatter samtlige departementer og direktorater, og flere andre ytre etater, i og utenfor Oslo. Brukere, for eksempel en redaksjon, tildeles adgang med passord, og bruken registreres som antall bestillinger per bruker, og antall bestillinger til hver enkelt institusjon.

Etter vår oppfatning vil svært mange prosjekter innen undersøkende journalistikk innebære at journalister må innhente informasjon fra en eller flere av institusjonene som har lagt ut sine postjournaler i EPJ-prosjektet. Noen redaksjonelle prosjekter vil være initiert etter funn basert på regelmessige søk i journaler innen EPJ.

Undersøkende journalistikk kan tenkes gjennomført på lokalt plan uten at noen av disse kildene må benyttes. Kommunale og fylkeskommunale arkiv og journaler kan umiddelbart synes å være mer interessante. Man kan også få informasjon fra de aktuelle institusjonene uten å gå via deres elektroniske postjournal. Men over et perspektiv på sju år anser vi at antallet bestillinger av dokumenter fra EPJ fra en redaksjon kan fungere som indikator på denne redaksjonens aktivitet og vilje til å bruke undersøkende journalistikk som arbeidsmåte. Vi vil videre anta at en redaksjon som ikke har koblet seg opp som bruker av EPJ, neppe er særlig motivert til å drive undersøkende journalistikk i sin alminnelighet.

Til vår undersøkelse har vi plukket ut 104 redaksjoner og redaksjonsavdelinger som har bestilt mer enn 200 dokumenter i sjuårs-perioden 1997-2003, inklusive noen få redaksjoner av en viss størrelse med færre enn 200 bestillinger. Vårt utvalg er rangert og presentert som vedlegg III til denne rapporten.

Større bedrifter som Aftenposten, VG og NRK har i perioden hatt flere avdelinger som brukere av EPJ. For enkelhets skyld har vi summert mindre avdelingers bruk av EPJ under bedriftens hovedadresse. Større underordnede selvstendige redaksjoner, som NRKs mange lokalavdelinger, er beholdt som egne brukere av EPJ.

4.0 Resultater: Hva sier journalistene?

4.1 Undersøkende journalistikk: Ikke helt entydig

Intervjuobjektene ble spurt om begrepet undersøkende journalistikk og hvordan denne formen for journalistikk kan avgrenses fra øvrig journalistikk.

Noen mener begrepet er kunstig, tøvete eller provoserende og gir annen journalistikk et B-preg, alternativt gjør at man godtar en lettvent og overfladisk holdning til det som ikke defineres inn som undersøkende journalistikk. En journalist sa det slik:

– All god journalistikk har elementer av undersøkende journalistikk, og det drives mye journalistikk som ikke kan kalles for journalistikk.

De fleste identifiserer likevel bestemte særtrekk ved undersøkende journalistikk.

- Noen legger vekt på *kvaliteten* ved sluttresultatet (som skal være høy).
- Andre knyttet begrepet til *sjangeren* nyhetsjournalistikk. En av journalistene mener på den annen side at undersøkende journalistikk inviterer til sjangerblanding. Han nevner spesielt Dagens Næringsliv, som bringer «hardere» elementer inn i sine featurereportasjer.
- Noen mener særpreget ved den undersøkende journalistikken er journalistens *holdning*; det handler om en mental innstilling – for eksempel med en spesielt høy grad av selvstendighet.
- Noen trekker frem *tids- og ressursbruken* som et særpreg ved undersøkende journalistikk.
- Også omfanget (i form av spalteplass eller sendeflate) blir nevnt som et karakteristikum, begrunnet i at arbeidet er krevende.

Motsatt har noen av intervjuobjektene sagt at undersøkende journalistikk verken trenger ta lang tid eller kreve stor plass:

– Undersøkende journalistikk kan godt være en 60 meter. Det må ikke være en femmil.

• Noen trekker frem selve *målet* som særegent: Hensikten kan være å finne informasjon som noen ønsker å skjule og som er samfunnsmessig viktig:

– Undersøkende journalistikk begynner der den åpne informasjonen slutter.

– Det handler om å gjøre mer enn å skrape i overflaten.

En beslektet hensikt er å finne «den hele og fulle sannhet», ikke bare referere det som kildene sier uten å få opplysningene verifisert.

Hovedtendensen i svarene er likevel at det er selve *metoden* som trekkes frem som den undersøkende journalistikkens egenart. Aktuelle elementer ved denne metoden:

1. Undersøkende journalistikk er klarere journaliststyrt enn annen journalistikk. Dette gjelder både i idé-, innsamlings- og analysefasen.

2. Undersøkende journalistikk krever høyere grad av systematikk enn annen journalistikk.

3. Undersøkende journalistikk krever flere kilder og et større mangfold av kilder – både skriftlige og muntlige.

4. Undersøkende journalistikk legger større vekt på analysefasen. Hva er sammenhengen her?

En hovedtendens i svarene er også at man vanskelig kan todele journalistikken: På den ene siden undersøkende journalistikk, på den annen annen journalistikk. Det er gradvise overganger fra tradisjonell journalistikk til det som kan kalles undersøkende journalistikk.

Mange bruker for øvrig ikke begrepet i det hele tatt. Enten opererer de heller med begreper som «etterforskende journalistikk» eller «graving», eller de snakker heller om prosjekter.

– Her har vi en sak hvor vi satser.

4.2 Undersøkende journalistikk har høy status

Oppfatningen er nærmest unison: Intervjuobjektene mener den undersøkende journalistikken har en høy status blant journalister. Noen utsagn:

- Den undersøkende journalistikken er grunnen til at jeg ble journalist.
- Undersøkende journalistikk, er den egentlige journalistikken.
- Det å få svar på hvorfor-spørsmål er det viktigste i yrket.
- Når man driver undersøkende journalistikk, blir man skjermet og får ressurser.
- Undersøkende journalistikk gir en frihetsfølelse.
- Undersøkende journalistikk gir anerkjennelse og respekt.
- De som arbeider i gravegruppe, får høyere lønn.
- Undersøkende journalistikk er kvalitet, ordentlig håndverk.
- Jeg får klapp på skulderen, ros på julebordet og får reise på SKUP.
- Vi er ikke her fordi vi liker å gjemme oss bort. Vi er ekshibisjonister alle mann.

Journalistene mener altså at den undersøkende journalistikken har høy status i miljøet. Noen få unntak finnes likevel. En journalist sier at det som gir status i dag, er å mene noe. En annen understreker at elementer fra den undersøkende journalistikk i dag er så integrert i vanlig journalistikk at den spesielle nimbusen er borte. I dag er det vanlig å få regnskaper fra Brønnøysund. For 10 år siden var det noe ganske spesielt. En tredje journalist sier:

- Undersøkende journalistikk har en viss aura, men kanskje særlig for oss voksne som studerte på Blindern i 70-årene og vokste opp med ml-erne. I dag synes jeg det ser ut til at journalistrollen dreier seg om å se og bli sett, at journalistene er mindre interessert i å avdekke ting.

Den klare tendensen er likevel at undersøkende journalistikk oppfattes å ha høy status i miljøet. Men det betyr ikke at de undersøkende journalister føler seg båret på gullstol. Mange understreker at denne formen for journalistikk kan resultere i misunnelse og misstemning hos dem som må ta jobben å fylle avisen fra dag til dag. Noen føler seg sett på som viktig-Perer og utsatt for en kollegial jantelov. Et av intervjuobjektene nevner at hun under et prosjekt sluttet å gå på morgenmøtene fordi kollegene var så lei av den saken hun arbeidet med, og viser til at undersøkende journalister skal ha gått ut av yrket etter et stort prosjekt fordi de ble utsatt for misunnelse.

- I slike tilfeller er det flott med ledere som virkelig slår ned på Janteloven, sier hun.

Andre har mindre til overs for lederne, som de mener primært stiller «numeriske krav» til journalistikken: Man må fylle så og så mange sider med stoff fra den og den kommunen. Flere har påpekt at lederne i festsammenhenger gjerne bruker store ord om undersøkende journalistikk, men at de er lite villige til å bruke ressurser på slikt når det kommer til stykket.

- Jo, det er et visst press etter gladsaker, sier en journalist.

Hva så med publikum? Journalistene er usikre på hvilken status den undersøkende journalistikken har blant folk flest. Flere påpeker hvor mange positive reaksjoner de har fått fra publikum og at mediene nå bør satse stadig mer på stoff som går dypere. De hevder at ikke minst papiravisene i en tid med sterk mediekonkurranses bør satse på en høyest mulig redaksjonell kvalitet – og at dette vil gi positive resultater i kampen om publikum.

Andre har registrert reaksjoner som at «nå trenger dere ikke forfølge folk mer». Uoppfordret nevner mange både TV2s dopingsak og Tønne-saken som eksempler på store graveprosjekter som har skapt negativ oppmerksomhet om denne typen journalistikk i opinionen – men mange mener at i alle fall for Tønne-sakens del er folkedomstolens dom urettferdig. Og bare ytterst få tror disse sakene har varige negative konsekvenser for utøvelsen av undersøkende journalistikk – selv om det i intervjuene er gitt et eksempel på at redaksjonen i en

næringslivsavsløring bevisst var uvanlig varsom i kritikken av en leder, av frykt for at vedkommende skulle begå selvmord.

Mange journalister har merket seg Aftenpostens sjefredaktør Hans Erik Matres tiltredelesuttalelser i egen avis i januar 2004, der han uttrykker at avisen i løpet av året skal presentere fem-seks saker av særdeles stor samfunnsmessig interesse. Uttalelsen tolkes som en viljeserklæring om mer undersøkende journalistikk.

4.3 Betingelsene: God ledelse, dyktige journalister, tid

« Jeg synes norsk presse er blitt merkbart dårligere. Det skyldes ikke så mye mitt fravær. Årsaken er at unge journalister av i dag ikke brenner for noen ting. Vi var opptatt av å reformere samfunnet. I dag er journalistikk det mest ettertraktede yrke av alle. Man ser på det som et springbrett. Det største i dag er liksom å starte talkshow på TV med eget firma. Jeg synes det er noe egosentrisk over det. Noen ganger ble jeg spurt om jeg ville bli redaksjonssekretær. Det ville jeg aldri. Nei, det er mye forbrukermøl og Mette-Marit i avisene. Men de er da også vaktbikkjer iblant. Jeg skulle ønske at min gamle avis var litt flinkere på det området. Problemet er at de skal ha noe å leve av. Da blir det mye pludder.»
Ragnar Kvam jr. (eks Dagbladet) til Kapital 16/01

Journalistene mener tre forutsetninger må være på plass i noen grad dersom redaksjonen skal drive undersøkende journalistikk: Journalistene må ha lyst og evne, ledelsen må være positiv både i ord og gjerning, og det må stilles tid til rådighet.

Nesten alle intervjuobjektene trekker frem alle disse tre forutsetninger – med med nyanser i hvilket forhold som tillegges størst vekt og hva hver enkelt forutsetning innebærer.

Det forhold som av flest holdes frem som en avgjørende enkeltfaktor, er at det finnes journalister med forutsetninger for å drive undersøkende journalistikk: Brennende journalister med drivkraft, lyst, ambisjoner, evner, ferdigheter og kanskje også en vilje til å bruke noe av egen fritid. Noen uttalelser:

- Det personlige initiativet hos journalistene er kanskje viktigst.
- Drivkraften er viljen til å endre verden.
- Prosjekter forutsetter at journalister har vilje til å stå på.
- En viktig forutsetning er god kunnskap i bruk av de journalistiske verktøy som finnes til bruk i gravende journalistikk.
- Undersøkende journalistikk er ikke forenlig med 9-4-jobb, man må leve med yrket på en annen måte enn som industriarbeider.
- For mitt vedkommende har det med politisk legning å gjøre: Nå skal jeg faen meg ta dem!
- Det som det handler om, er å kunne ha to ting i hodet samtidig; både jobbe kortsiktig til i morgen og langsiktig.
- En selv er den viktigste betingelsen: Viljen.

Så er de fleste også enige om at undersøkende journalistikk er tidkrevende. Poenget blir understreket i ulik grad. Noen mener det er greit å bruke fritid, noen at journalistene må klare å jobbe mer strukturert og finne tid. Og det er ikke slik at de gode ideer nødvendigvis kommer bare man har tid og setter seg ned. En journalist formulerer dette slik:

- Disse sakene kommer gjerne på sinnssyke tidspunkter.

Det er allmenn enighet blant journalistene om at det er vanskelig å drive undersøkende journalistikk i noe omfang uten en velvillig redaksjonell ledelse. Svarene tyder på at ledelsens støtte varierer. Endel journalister trekker frem at ledelsen gjerne sier at den er positiv, men følger opp lite i praksis, både når det gjelder tid og faglig og moralsk støtte.

- Den viktigste forutsetningen for undersøkende journalistikk er at lederne legger forholdene til rette og inspirerer.
- Det kan være et problem at lederne selv ikke har kompetanse innen denne arbeidsformen. Det er en stor utfordring for SKUP å utvikle og skolere ledere i undersøkende journalistikk. Ledere burde prøve å gjennomføre et prosjekt selv for å forstå hva det dreier seg om.
- Når det er enighet om at vi kan ha en god sak, blir journalisten bakket opp.
- Det forutsettes god ledelse som kan være en sterk buffer og front mot advokater etter publisering.
- Når jeg har ekle saker som gir smerter, er ledelsen der for å støtte meg.
- Det hender det kommer motforestillinger, for eksempel hvis det er saker eller personer involvert hvor ledelsen ikke at det skal graves, av politiske grunner, annonsehensyn eller annet.
- Jeg lever i en skjermet lykkeverden. Jeg jobber i en stor redaksjon. Aldri har en sjef her sagt nei til at jeg kan bruke tre dager eller en uke til et prosjekt.
- Jeg savner en redaksjonell klo som er journalistfaglig og ikke markedsmessig fundert.
- Det må være et redaksjonelt apparat med en djevelens advokat som både gir backing og ser på prosjektet med kalde øyne. Man må kunne stoppe i tide.
- Jeg synes det var lettere å drive frem ideer under tidligere ledelse. Det må gis styringssignaler om at de som driver slik journalistikk må skjermes i noen grad. I dag synes jeg engasjementet hos ledelsen mangler, og nødvendigheten av undersøkende journalistikk blir ikke sett. Det virker demotiverende.
- Når ideen kommer ovenfra, er det enklere å få utløst ressurser, og ledelsen selv blir involvert og føler et eierskap til saken.
- Hos oss er det et ønske ovenfra om slike prosjekter – og vi får rom til det.

Andre betingelser for undersøkende journalistikk som blir nevnt, er en viss kollegialitet og en interesse for å utvikle metoden, for eksempel med mer bruk av avanserte, databaserte verktøy. Det er også gitt endel enkelt svar, blant annet dette:

- Tålmodighet er den viktigste forutsetningen. Evnen til ikke å gi opp etter å ha blitt dypt skuffet. Ikke være forutinntatt, men samtidig ha en klar hypotese. Forståelsesfull ektefelle og familie. Være uavhengig. Tåle et liv uten altfor mange nære venner. Viljen til ikke å tenke på avspasering og overtid. Godta dårlig timesbetaling. I dag er det så mange bedagelig anlagte folk som er blitt innprentet om overtid og ubekvem arbeidstid av fagforeningene.

Journalistene ble også spurt om hvem som tar initiativet til prosjektene. Svaret er entydig: I de aller fleste tilfeller er det journalistene som tar initiativet og kommer med ideene.

4.4 Gravegruppene er begravd

På 80-tallet var det i større redaksjoner populært å etablere gravegrupper. Tiden for slike grupper er ute. Journalistene vi har snakket med, mener ganske entydig at dette i de fleste redaksjoner er en uegnet og lite fruktbar måte å arbeide på.

En leder med lang erfaring som vanlig journalist sa følgende:

- Det kan nok være behagelig for en del redaktører å skille ut virksomheten i egne gravegrupper, for dermed å kunne vise til at joda, her drives undersøkende journalistikk. Gravegrupper bør legges ned. Hos oss lar vi de som har ideene, arbeide med prosjektet.

Fra Aftenposten blir det fremhevet som en positiv erfaring at denne bedriften har skilt ut en gruppe eksperter på databaser som står til disposisjon for journalister. Journalistene definerer prosjektene og problemstillinger, og kan få praktisk hjelp til research fra database-eksperterne.

En vekselvirkning mellom en hektisk dag-til-dag-journalistikk og undersøkende prosjekter kan være slitsom og stressende. Den positive konsekvensen av denne variasjonen er de mange ideer som dukker opp i den daglige nyhetsovervåking.

I de fleste redaksjoner ser undersøkende journalistikk ut til å være en individuell oppgave, alternativt at to journalister går sammen. Noen sier at det er OK å arbeide sammen med en ukjent kollega fra en annen avdeling, andre er tilhenger av fotballens radarpar-modell.

I noen tilfeller trekkes også øvrig intern kompetanse inn i arbeidet, som spesialister på et eller annet eller som coacher og samtalepartnere.

Mange peker på at det kunne vært fint å arbeide mer i team, men de finnes også som bevisst ønsker å pusle med sine prosjekter i det stille frem til det punkt hvor vedkommende ser at det blir en sak. Først da kommer saken på redaksjonens offisielle dagsorden.

I de fleste redaksjoner blir undersøkende journalistikk organisert fleksibelt. Med noen få unntak bedrives denne typen journalistikk av allroundere som i det daglige bedriver – og må bedrive – alminnelig journalistikk. Når ideer dukker opp i dette arbeidet, kan hverdagens samlebåndproduksjon avløses av et graveprosjekt.

4.5 Den undersøkende journalistikken er presset

*«Det virker som om man er mer opptatt av å analysere leserne enn å analysere samfunnet»
Journalist i en større distriktsavis*

Den undersøkende journalistikken presses, mener to av tre journalister vi har snakket med. På åpne spørsmål om variasjoner i utøvelsen av undersøkende journalistikk er det dominerende svaret knyttet til forhold som økonomisk press, produktivitetspress og nedbemanning.

– Stemningen i avisen er slik at vi må jobbe ræva av oss for å berge neste dag. Det betyr at mer enn før legges krevende saker til side, svarer en journalist.

– Vi får sjelden nei til prosjekter, det blir snarere et «du kan gjøre det i morgen»-svar, sier en annen.

Faktisk har det de senere årene skjedd en nedbemanning i svært mange redaksjoner. Journalistene mener dette har resultert i verre kår for den undersøkende journalistikken. De peker på at dette er ressurskrevende journalistikk med et uvisst utfall – kanskje blir resultatet en «henlagt sak». Produksjonspresset innebærer at dag-til-dag-journalistikk blir prioritert.

Den massive påpekningen av produksjonspressets negative innvirkning innebærer ikke en tilsvarende oppfatning at situasjonen er håpløs eller at det drives lite eller dårlig undersøkende journalistikk.

For det første er den en stor minoritet som ikke nevner produksjonspress eller beslektede forhold som noen viktig faktor. Mange respondenter er tilfreds med situasjonen og mener

forholdene ligger godt til rette for undersøkende journalistikk. Disse journalistene representerer større redaksjoner eller velstående mediebedrifter. Det ser ut til å være større rom for undersøkende journalistikk i slike miljøer.

For det andre tegnes ikke bildet svart heller av dem som påpeker økonomiske rammevilkår som presser journalistikken. Flere mener det likevel er muligheter, men utfordringen er kanskje vanskeligere enn i tider med romsligere bemanning. Den journalistiske tidsklemma gjør det mer krevende å være undersøkende journalist.

4.6 SKUP inspirerer (men Pulitzergutta skremmer)

Når journalister skal beskrive sitt forhold til SKUP-konferansene, griper mange til bilder av religiøs karakter (vekkelse, evangelisk forhold), alternativt fra de kunstige stimulus vokabular (kick, påfyll, beruselse). Flere nevner den betydning konferansene har som faglig inspirasjonskilde, og en av journalistene henter penger fra eget kredittkort for å komme på SKUP.

Og det er gitt eksempler på at journalister har reist hjem fra SKUP og øyeblikkelig påbegynt et graveprosjekt. Andre mener rusen er kortvarig

De kritiske stemmer mot SKUP-konferansene mener opplegget er for lite inkluderende med et tettpakket program hvor middelaldrende menn dominerer panelet.

– Vi føler oss ganske små og foretrekker heller å reise til våre regionale opplegg, sier en journalist.

En annen formulerer seg slik:

– Det er et navlebeskuende miljø som tiltrekker seg og fremelsker individer som fremelsker seg selv, det finnes det mange eksempler på. SKUP-konferansene kan ha en positiv effekt på noen redaksjoner, men ikke på individene. Miljøet med fokus på det kunstige begrepet undersøkende journalistikk stimulerer en selveksponerende journalistikk som har tatt overhånd, der journalisten blir satt i sentrum og blir en sak i seg selv.

Flere ytrer ønske om mer opplæring i undersøkende journalistikk.

5.0 Resultater: Hvordan blir elektronisk postjournal brukt?

Våre tall viser omfanget av bruk av elektronisk postjournal (EPJ), som er et sentralt verktøy i undersøkende journalistikk. Vi har bearbeidet data fra 104 redaksjoner og redaksjonsavdelinger som har bestilt flere enn 200 dokumenter i sjuårsperioden 1997-2003, inklusive noen få redaksjoner av en viss størrelse med færre enn 200 bestillinger. De 104 redaksjonene er presentert og rangert som vedlegg III til denne rapporten.

I 2001 ba de 104 store og små redaksjonene om 55.230 dokumenter. I 2003 var antall bestillinger fra samme utvalg redaksjoner sunket til 42.508.

5.1 Hvem prioriterer elektronisk postjournal?

Noen mindre bedrifter er registrert med flere bestillinger enn man skulle forvente ut fra redaksjonenes størrelse og antatt tilgjengelige ressurser. Kan vi finne et tallmessig uttrykk for denne ulike prioriteringen, som da kan være en indikator på *hvor sterkt redaksjonen satser på undersøkende journalistikk, i forhold til andre redaksjoners satsing?*

For kringkastingsmediene (NRK, TV2, TV Norge, og P4) ble denne problemstillingen for komplisert å løse med vår knappe tid til rådighet. Vi presenterer derfor tallene for NRK i en egen tabell på side 26, med en kort kommentar. TV2 og TV2 Nyhetene har til sammen et antall bestillinger som er cirka 20 prosent av NRKs samlede antall bestillinger over sju år. I forhold til redaksjonens størrelse vil vi anta at bruken av EPJ kanskje er større i TV2 enn i NRK.

For avisredaksjonene stilte det seg litt annerledes. Vi forutsetter i denne sammenheng at opplagstallene for 2002 er brukbare indikatorer på redaksjonenes størrelse og tilgjengelige ressurser i perioden 1997-2003. Vi antar kort sagt at *relativt høyt opplag i 2002 korrelerer med relativt stort antall journalister og relativ god tilgang til ressurser i perioden 1997-2003*. Av det totale utvalget redaksjoner gjennomførte vi en egen rangering av avisredaksjoner som over sju år bestilte flere enn 500 dokumenter via EPJ.

5.2 Samsvar med fravær av SKUP-rapporter

Vi satt igjen med 30 avisredaksjoner av varierende størrelse, spredt over hele landet (se tabell 2 på side 20). Fylkene Sogn og Fjordane, Møre og Romsdal og Østfold er ikke representert i dette eksklusive utvalget. Er det riktig at disse fylkene er ligger dårligst an når det gjelder undersøkende journalistikk?

Vi sammenlignet med listene over innsendte arbeider til SKUP-juryen for fem år, fra 1999 til og med 2003. I alt ble det sendt inn 276 rapporter for disse årene. Av disse var én sendt inn fra Østfold, to fra Møre og Romsdal, og ingen fra Sogn og Fjordane.

Det kan være mange grunner til at det ikke sendes inn rapporter til SKUP-juryen selv om det utøves undersøkende journalistikk. Men når det over fem år praktisk talt ikke sendes inn rapporter fra de samme fylkene som ikke blir representert i vårt utvalg av over 30 redaksjoner som satser på EPJ, da styrkes tilliten til at vår beregnede indikator for undersøkende journalistikk har en viss gyldighet.

Finnmark er representert med én avis i vår Topp-30-liste. Vi fant ingen rapporter fra Finnmark blant de innsendte bidragene til SKUP-juryen for årene 1999-2003. I Finnmark skårer Finnmark Dagblad høyt på vår Topp-30-liste, og NRK Finnmark og NRK Sami Radio er blant de avdelingene i NRK som bestiller flest dokumenter via EPJ. Våre data indikerer at

det drives undersøkende journalistikk i fylket, men journalistene viser liten interesse for å delta i konkurransen om SKUP-trofeene.

Enkelt sagt har vi rangert avisene i vår Topp 30-liste ved å dele antall bestillinger over sju år på avisens opplag i 2002, som en sammenlignbar representasjon for redaksjonens størrelse. Imidlertid vet vi at når aviser vokser over 50.000 i opplag, vokser ikke behovet for nye medarbeidere i redaksjonen i samme takt. Dersom Finnmark Dagblad eller Ringsaker Blad (under 10.000 i opplag) skulle vokse med 10.000 i årlig opplag, ville det gi grunnlag for jubel og 3-4 nye stillinger i redaksjonen. Hvis Dagbladet (opplag ca. 190.000) skulle øke med 10.000, ville det nok bli jubel, men neppe mer enn bløtkake og kosetime i kantina til redaksjonen.

For aviser med mindre enn 50.000 i opplag deler vi antall bestillinger fra EPJ over sju år med avisens opplag i 2002. For å lage en tilsvarende indikator for aviser med opplag på mer enn 50.000 i 2002, har vi definert en formel der tallet under brøkstreken vokser langsommere enn opplaget. Formelen beskrives og begrunnes i vedlegg IV bak i rapporten.

5.3 Fiskaren satser hardest

Bladet Fiskaren, med færre enn 10.000 i opplag, kommer suverent best ut i vår beregning av relativ satsing på undersøkende journalistikk. Avstanden ned til nummer to og tre, Klassekampen og Aftenposten, er så markant at det neppe er tale om tilfældigheter.

Nyhetsredaktør Geir B. Nilsen i Fiskaren mener EPJ er uvurderlig for redaksjonen. Postjournalen gjør redaksjonen kjent med det som rører seg, aktørenes agenda og bakgrunnsinformasjon.

– EPJ gir oss ikke egentlig nyheter; til det tar det for lang tid før dokumenter legges ut, og lysten til å undersøke dokumenter er grenseløs i statsforvaltningen. Det EPJ først og fremst gir oss er basal informasjon som er nødvendig for å komme igang. Uten den faktiske informasjon vi får gjennom EPJ, ville det vært mye vanskeligere å komme gang med prosjekter.

Den relativt intense bruken av EPJ fra Fiskarens side kan ikke forklares alene med at Fiskaren er et fagblad, rettet mot fiskerinæringen. Den større konkurrenten Fiskeribladet, med ca. 16.000 i opplag, begynte å bruke EPJ først i år 2001, og er etter to år registrert med færre enn 200 bestillinger.

Av de store avisene som markerer seg sterkt i SKUP-miljøet, utenom Aftenposten, kommer Dagens Næringsliv som nummer 8. Verdens Gang nede på 9. plass. I forhold til bedriftenes disponible ressurser, slik vi har valgt vår indikator, har disse store avisene satset sånn midt på treet over sju år på undersøkende journalistikk. På den annen side vil disse avisene, i kraft av sin størrelse og posisjon, få inn flere tips enn mindre aviser, og derfor være mindre avhengig enn andre av å grave i dokumenter for å initiere prosjekter.

Når enkelte aviser med mindre enn 10.000 i opplag skårer overraskende høyt i denne rangeringen, kan det hende at prestasjonene i høy grad er knyttet til én eller to ildsjeler i hver redaksjon, uten at innsatsen trenger være resultat av ei redaksjonell linje. (Denne betraktningen gjelder ikke Fiskaren, som har et for høyt antall bestillinger pr. år til at bare én eller to journalister kan være ansvarlig.) Da kan man også forstå de store årvisse variasjonene av antall bestillinger fra disse relativt små redaksjonene. En journalist som har dokumentert resultater i «gravesaker» i en redaksjon, får ofte lov til «å holde på med sitt». Men i så fall forringer dette ikke at i forhold til avisas størrelse, har redaksjonen i sum gjort en respektabel innsats når det gjelder undersøkende journalistikk.

5.4 Kraftig knekk etter 2001

De årlige antall bestillinger via EPJ for vårt eksklusive utvalg viser jevn stigning fram til 2001, og deretter en bratt nedgang til og med 2003. Den jevne stigningen fram til 2001 kan delvis forklares med økende kunnskap om EPJ blant redaksjonsmedlemmer som arbeidet med undersøkende journalistikk. Nedgangen fra 2001 til 2003 på mer enn 11.000 bestillinger pr. år, eller en reduksjon på 33 prosent, indikerer en klar tendens. Redaksjonene synes å være satt under press. Andre arbeidsoppgaver må prioriteres.

Denne nedgangen i antall bestillinger samsvarer med utsagn fra våre intervjuobjekter om at det blir stilt krav om høyere produktivitet i form av at et større antall spaltecentimeter skal dekkes per dag per journalist. Det er sannsynlig at undersøkende journalistikk er blitt nedprioritert de seneste to årene i mange redaksjoner.

De to ledende på vår rankingliste, Fiskaren og Klassekampen, ser nesten ut til å ha resignert etter 2001 når det gjelder bruk av EPJ. Fiskaren har en nedgang i bestilte dokumenter fra EPJ på hele 79 prosent fra toppåret 2001 til 2003. Klassekampen har en nedgang i aktiviteten overfor EPJ på 77 prosent i samme tidsrom. Begge aviser sliter for å få et positivt økonomisk resultat.

De store og mer ressurssterke redaksjonene i Oslo har hatt en kraftig reduksjon i antall bestillinger de siste årene. Dagbladet har en reduksjon på 73 prosent fra en topp i 1999 på 3.150 bestillinger til bare 850 bestillinger i 2003. Dagbladets reduksjon fra 2001 til 2003 er 54 prosent. Dagens Næringsliv reduserte med hele 55 prosent fra 2001 til 2003. Den mindre ressurssterke riksavisa Vårt Land har en reduksjon i antall bestillinger fra 2001 til 2003 på 52 prosent. VG bestilte 39 prosent færre dokumenter via EPJ fra 2001 til 2003. Aftenposten reduserte sitt antall bestillinger på to år i litt mindre grad enn gjennomsnittet, nedgangen var 32 prosent. Dagsavisens reduksjon i antall bestillinger fra 2001 til 2003 var 21 prosent.

Blant regionavisene er det flere som har en markant reduksjon i antall bestillinger de siste årene. Fædrelandsvennen reduserte med 92 prosent, Telemarksavisa reduserte med 65 prosent, Nordlys reduserte med 52 prosent, Stavanger Aftenblad bestilte 47 prosent færre dokumenter fra EPJ i 2003 i forhold til i 2001.

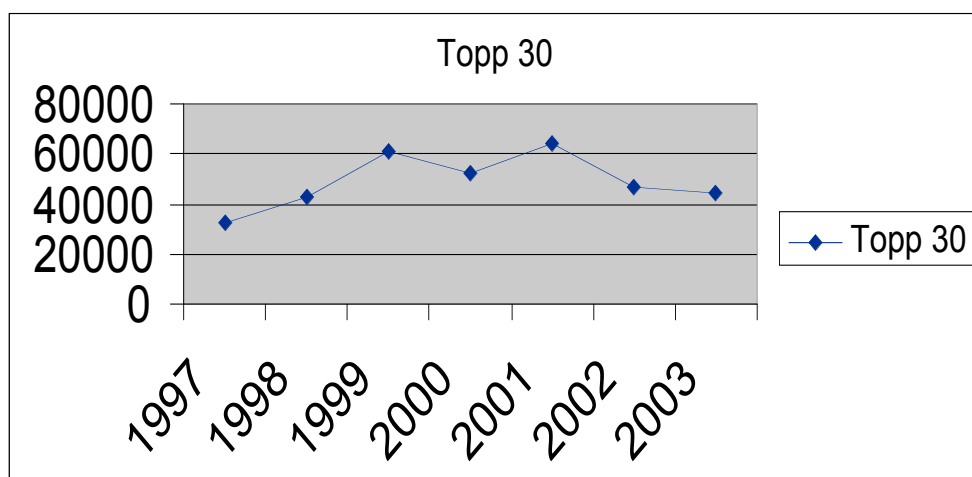
Tabell 2.

Avisredaksjoner, +500 bestillinger 1997-2003, rangert etter indikator for satsing på uj.

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt	oppl.02	Ind.
1. Fiskaren	0	0	1022	1098	2447	1419	519	6505	9927	65,5
2. Klassekampen	568	150	390	585	817	286	185	2981	6929	43,0
3. Aftenposten	7218	9435	9999	7031	10506	7074	7182	58445	263026	41,4
4. Dagsavisen	1517	1165	2662	2903	1673	1148	2282	13350	33816	39,5
5. Nationen	11	432	1573	821	763	1240	1496	6336	17554	36,1
6. Finnmark Dagblad	43	215	341	489	993	354	281	2716	9994	27,2
7. Dagens Næringsliv	471	1759	2237	2899	3240	1784	1460	13850	70092	20,3
8. Verdens Gang	2464	2438	2692	3349	4712	2572	2887	21114	390510	13,4
9. Nordlys	579	689	913	466	525	267	235	3674	29667	12,4
10. Vårt Land	292	560	303	457	778	634	374	3398	27770	12,2
11. Finansavisen	0	0	751	770	357	301	223	2402	23045	10,4
12. Bladet Tromsø	268	227	162	185	92	67	3	1004	11060	9,1
13. Telemarksavisa	83	219	207	79	716	484	252	2040	22597	9,0
14. Dagbladet	374	706	3150	2185	1858	1834	850	10957	191164	8,7
15. Bergens Tidende	484	995	709	675	1329	1057	1242	6491	91099	7,8
16. Rogalands Avis	17	107	248	223	58	240	259	1152	15036	7,7
17. Fremover	0	21	302	84	138	112	89	746	9942	7,5
18. Bergensavisen	490	330	287	48	99	542	194	1990	28772	6,9
19. Vesterålen	0	0	0	0	51	411	240	702	10558	6,6
20. Stavanger Aftenblad	217	548	830	825	850	479	455	4204	71364	6,1
21. Fædrelandsvennen	101	256	524	168	505	360	39	1953	45609	4,3
22. Trønder Avis	0	9	85	198	134	94	449	960	23220	4,1
23. Asker & Bærum Budst.	12	0	0	67	131	431	284	925	31186	3,0
24. Hamar Arbeiderblad	39	94	83	152	104	88	160	720	28396	2,5
25. Agderposten	0	0	82	443	100	0	0	625	25356	2,5
26. Oppland Arbeiderblad	0	0	0	29	85	310	195	619	29192	2,1
27. Adresseavisen	160	174	400	208	54	192	538	1726	86511	2,1
28. Haugesunds Avis	0	0	62	148	210	16	97	533	33231	1,6
29. Tønsberg Blad	0	11	92	201	71	78	54	507	33314	1,5
30. Drammens Tidende	1	3	12	96	210	165	71	558	47090	1,2
Totalt, Topp 30	15409	20534	30118	26882	33606	24039	22595	173183	1717027	
									Gj.snitt:	13,9

Diagram 1

Topp 30-listens samlede bestillinger av dokumenter via EPJ pr. år.



5.5 Hva skjer i regionene?

I de større byene utenom Oslo er det konkurranse om de lokale nyhetene mellom en NRK-redaksjon og en eller to aviser. Vi har sortert våre data for Grenland, Kristiansand, Stavanger, Bergen, Trondheim, Bodø og Tromsø. Vi fant store ulikheter i hvordan holdningen til undersøkende journalistikk synes å ha utviklet seg i regionene, hvis vi kan ta vår valgte indikator på alvor.

For *Grenlands* vedkommende fant vi at Telemarksavisa ser ut til å ha en betydelig større aktivitet når det gjelder undersøkende journalistikk enn både nummer én-avisa *Varden* og NRK Telemark. Til og med 2003 bestilte journalistene i Telemarksavisa nesten tre ganger så mange dokumenter via EPJ som journalistene i *Varden* og NRK Telemark til sammen. Telemarksavisa, med et opplag på 22.600 i 2002 kom på 13. plass i vår eksklusive Topp 30-liste, mens *Varden*, med et opplag på 30.600 i 2002, ikke kom på lista i det hele tatt (færre enn 500 bestillinger totalt 1997-2003).

Tabell 3. Grenland

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
Telemarksavisa	83	219	207	79	716	484	252	2040
Varden			8	23	68	106	94	299
NRK Telemark		53	32	52	83	28	151	399
Totalt, Grenland	83	272	247	154	867	618	497	2738

I *Kristiansand* fant vi en annen utvikling. De to redaksjonene, *Fædrelandsvennen* og NRK Sørlandet, lå til sammen ca. 25 prosent høyere i antall bestillinger over sju år, enn de tre redaksjonene i Grenland-regionen. Det skyldes i høy grad en skjerping av innsatsen fra NRK Sørlandets side. NRK Sørlandet har utvidet sin bruk av EPJ, mens *Fædrelandsvennen* ser ut til å ha droppet undersøkende former for journalistikk.

(En lignende tendens ser ut til å gjelde for naboen *Agderposten* i Arendal, som har notert seg for 625 bestillinger via EPJ fra 1999 til og med 2001, men så står *Agderposten* med null bestillinger både for 2002 og 2003.)

Tabell 4. Kristiansand

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
<i>Fædrelandsvennen</i>	101	256	524	168	505	360	39	1953
NRK Sørlandet			64	234	204	499	503	1504
Totalt, Kr.sand	101	256	588	402	709	859	542	3457

I *Stavanger* finner vi igjen to konkurrerende aviser og et avdelingskontor under NRK. De tre redaksjonene har til sammen hatt et forbruk av dokumenter fra EPJ over sju år som er nær 60 prosent høyere enn hva kollegene presterte i Kristiansand. Her er det *Stavanger Aftenblad* som trekker lasset, mens NRK-avdelingen knapt nok vet at EPJ eksisterer. Etter 2001 har *Stavanger Aftenblad* sluppet betydelig av, etter vår indikator å dømme. *Rogalands Avis* ser ut til å ha økt sin innsats når det gjelder undersøkende journalistikk. *Rogalands Avis* gjør en respektabel innsats med sin 16. plass på Topp 30-lista, mot *Stavanger Aftenblads* 20. plass.

Tabell 5. Stavanger

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
<i>Stavanger Aftenblad</i>	217	548	830	825	850	479	455	4204
<i>Rogalands Avis</i>	17	107	248	223	58	240	259	1152
NRK Rogaland				1	35	39	61	136
Totalt, Stavanger	234	655	1078	1049	943	758	775	5492

I *Bergen* finner vi en lignende situasjon med ei dominerende nummer én avis, en ilter nummer to, og en NRK-redaksjon som nummer tre når det gjelder bruk av EPJ. *Bergens Tidende* alene har hatt et høyere antall bestillinger via EPJ enn alle tre redaksjoner i *Stavanger* til sammen. *Bergens Tidende* ser ikke ut til å slappe av, slik tallene syntes å indikere for *Fædrelandsvennen* og *Stavanger Aftenblad*. Den store årvisse variasjonen i tallene for *Bergensavisen* og for NRK *Hordaland* synes å indikere at innsatsen kanskje er avhengig av én eller to ildsjeler i redaksjonene.

Tabell 6. Bergen

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
<i>Bergens Tidende</i>	484	995	709	675	1329	1057	1242	6491
<i>Bergensavisen</i>	490	330	287	48	99	542	194	1990
NRK <i>Hordaland</i>			100	300	214	297	159	1070
Totalt, Bergen	974	1325	1096	1023	1642	1896	1595	9551

Trondheim utgjør et antiklimaks etter *Bergen*. I *Trondheim* har *Adresseavisen* vært dominerende når det gjelder bestillinger av dokumenter via EPJ, dog på et relativt forsiktig nivå. *Avisen* er ikke presset av noen lokale trykte konkurrenter, og NRK *Sør-Trøndelag* hadde til 2002 bestilt færre enn 150 dokumenter via EPJ over seks år.

Tabell 7. Trondheim

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
<i>Adresseavisen</i>	160	174	400	208	54	192	538	1726

I *Bodø* hadde vi i 2001 en sammenslåing av avisene *Nordlandsposten* og *Nordlands Framtid* til *Avisa Nordland*. De to avisene hadde til sammen bestilt færre enn 150 dokumenter via EPJ inntil 2001, mens *avisa Nordland* på to år har kommet opp i 136 bestillinger, med miserable 13 bestillinger i 2003. NRK *Nordland* synes imidlertid å ha gjort et forsøk - men så ble det stille.

Tabell 8. Bodø

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
NRK <i>Nordland</i>		337	427	417	201	104	8	1494

I *Tromsø* finner vi igjen en situasjon med en stor avis og en litt mindre og aggressiv konkurrent, pluss et avdelingskontor under NRK. Her har *Nordlys* vært ledende, men nå ser det ut til at NRK *Troms* har overtatt når det gjelder undersøkende journalistikk. *Nordlys* har hatt et illevarslende fall i bruk av EPJ fra en topp i 1999 på 913 bestillinger, til bare 235 i 2003.

Tabell 9. Tromsø

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
NRK <i>Troms</i>		459	492	1130	721	1123	652	4577
<i>Nordlys</i>	579	689	913	466	525	267	235	3674
<i>Bladet Tromsø</i>	268	227	162	185	92	67	3	1004
Tromsø, Totalt	847	1375	1567	1781	1338	1457	890	9255

Som en oppsummering etter turen langs kysten, kan vi si at i de byene der det er to aviser, er nummer to-avisa på et høyt nivå når det gjelder bestilling av dokumenter via EPJ.

Bergensavisen ligger etter sju år høyere i antall bestillinger via EPJ enn de langt større og mer ressurssterke avisene Fædrelandsvennen og Adresseavisen, som begge er uten papirkonkurrenter på sine utgivelsessteder. Vi vil anta at undersøkende journalistikk brukes som et redskap for å frambringe egne saker i kampen om leserne. Konkurransen om leserne ser ut til å generere et økt antall bestillinger av dokumenter via EPJ, som indikasjon på mer satsing på undersøkende journalistikk.

Vi finner imidlertid en drastisk nedgang i antall bestillinger hos de to nummer 1-avisene Stavanger Aftenblad og Nordlys.

5.6 Meningsbærende riksaviser

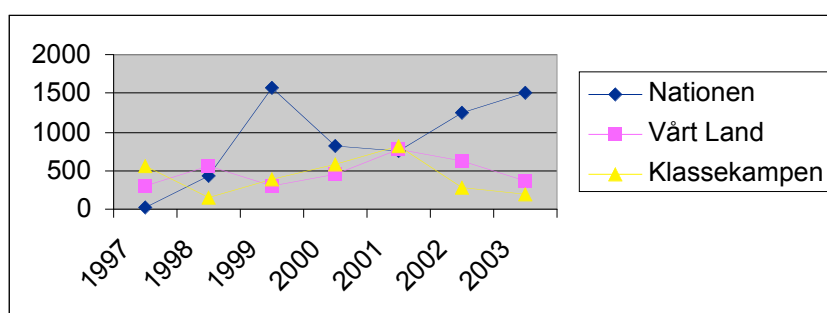
Vi har sammenlignet de tre meningsbærende riksavisene i Oslo, Nationen, Vårt Land og Klassekampen. Vi vet at disse avisene er i en vanskelig konkurransesituasjon, og de må grave frem egne saker for å overleve. I hvilken grad satser disse avisene på undersøkende journalistikk, og har innsatsen variert over tid?

Når det gjelder bruk av EPJ, ligger Nationen langt over de to andre i antall bestillinger de siste sju år. Vårt Land og Klassekampen var på vei opp og tok igjen Nationen i 2001, men de to siste årene peker pila bratt nedover for Vårt Land og Klassekampen, mens Nationen ser ut til å intensivere sin innsats innen undersøkende journalistikk (se diagram).

Tabell 10. Meningsbærende riksaviser

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
Nationen	11	432	1573	821	763	1240	1496	6336
Vårt Land	292	560	303	457	778	634	374	3398
Klassekampen	568	150	390	585	817	286	185	2981

Diagram 3. Meningsbærende riksaviser.



5.7 Sammenligning av eierkonsernene

I intervjuene fikk vi klare utsagn fra ledere og journalister om at eierne de siste årene har lagt press på mediebedriftene. Dette har resultert i nedbemanning og mindre ressurser til redaksjonene, og krav om høyere produktivitet målt i leverte spaltmillimetre per journalist per dag.

Vi har forsøkt å se om vi kan finne noen forskjell mellom konsernene Norges Handels- og Sjøfarts Tidende, Orkla Media, A-pressen og Schibsted når det gjelder vår indikator på

undersøkende journalistikk. Vi har samlet de største avisene i hvert konsern. For Schibsted og NHST har vi regnet et veid gjennomsnitt av de indikatorene som ble notert i Topp 30-listen. A-pressens utvalg og Orkla Media-avisene er samtlige under 50.000 i opplag. For disse konsernene har vi regnet en «konsern-indikator» for konsernernes samlede satsing på undersøkende journalistikk i perioden 1997-2003, etter samme formel som vi til Topp 30-listen brukte pr. avis under 50.000 i opplag i 2002.

Det må tilføyes at Schibsteds- og NHST-avisene er riksdekkende, mens Orkla Medias og A-pressens aviser for det meste er lokalaviser, i noen få tilfelle regionaviser. Til en viss grad må man derfor anta at avisene innen Schibsted og NHST vil ha større nytte av EPJ enn de mindre lokalavisene i de to andre konsernene.

Schibsted skårer høyest med nesten fem ganger så stor indikator som A-pressen. Schibsted-avisene har uten tvil satset på undersøkende journalistikk i sju-års perioden. Men de redaksjonene har en samlet nedgang i bestillinger av dokumenter på hele 34 prosent fra 2001 til 2003.

Tabell 11. Schibsted-konsernet

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt	Oppl.-02
Aftenposten	6986	9435	9999	7031	10506	7074	7182	58213	263026
Verdens Gang	2464	2438	2692	3349	4712	2572	2887	21114	390510
Totalt, Schibsted	9450	11873	12691	10380	15218	9646	10069	79327	653536
UJ-indikator, Schibsted, veid gj.snitt									24,7

De to *NHST*-avisene skårer til sammen nest høyest av de fire konsernene. Det samlede opplaget er ikke spesielt høyt, og begge er nisjeaviser på sine områder. Indikatoren for satsing på undersøkende journalistikk er nesten like høy som Schibsteds indikator. Avisenes samlede reduksjon av bestillinger fra EPJ fra 2001 til 2003 er 65 prosent.

Tabell 12. NHST-konsernet

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt	Oppl.-02
Dagens Næringsliv	471	1759	2237	2899	3240	1784	1460	13850	70092
Fiskaren			1022	1098	2447	1419	519	6505	9927
Total, NHST	471	1759	3259	3997	5687	3203	1979	20355	80019
Indikator, NHST, veid gjennomsnitt									20,9

Utvalget fra *A-pressen* består av 13 aviser med et samlet opplag i 2002 mindre enn halvparten av de to Schibsteds avisenes samlede opplag i 2002. A-pressen synes å satse bare en fjerdedel så intenst på undersøkende journalistikk, korrigert for avisenes størrelse, som de to store Schibsted-avisene.

Reduksjonen i bestillinger fra EPJ fra 2001 til 2003 var hele 36 prosent for A-presseavisene, som er en litt større prosentvis reduksjon enn hva tilfellet var for Schibsted-avisene.

Tabell 13. A-pressen

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt	Oppl.-02
Nordlys	579	689	913	466	525	267	235	3674	29667
Finnmark Dagblad	43	215	341	489	993	354	281	2716	9994
Telemarksavisa	83	219	207	79	716	484	252	2040	22597
Bergensavisen	490	330	287	48	99	542	194	1990	28772
Rogalands Avis	17	107	248	223	58	240	259	1152	15036
Fremover		21	302	84	138	112	89	746	9942
Hamar Arbeiderblad	39	94	83	152	104	88	160	720	28396
Oppland Arb.blad				29	85	310	195	619	29192
Helgeland Arb.blad		23		60	27	225	118	453	10187
Demokraten		11	99	163	39	0	0	312	11457
Østlandsposten	43	28	50	44	55	65	23	308	14542
Romerikes Blad			5	33	39	14	123	214	37673
Rana Blad				18	120	65	3	206	37673
Totalt, A-pressen	1294	1737	2535	1888	2998	2766	1932	15150	285128
UJ-indikator, A-pressen									5,3

I *Orkla Media* synes situasjonen å være enda verre. De elleve Orkla Media-avisene hadde et gjennomsnittlig opplag i 2002 på 24.250, mot 21.930 for de tretten A-presseavisene i tabellen ovenfor. Avisenes gjennomsnittlige størrelse skulle derfor tale til Orkla Media-utvalgets fordel i denne sammenheng. Men tallenes tale sier noe annet.

Indikatoren for satsing på undersøkende journalistikk, etter vår formel, blir bare 1,3 for Orkla Media, mindre enn en fjerdedel av A-pressens indikator.

Orkla Media-avisene hadde en topp i antall bestillinger i 2002, mens de fleste andre hadde sin topp i 2001. Denne «forsinkelsen» kan komme av at Orkla Media-redaksjonene kom seint i gang med bruken av EPJ. Nedgangen i antall bestillinger fra 2002 til 2003 er for Orkla Media-avisene 25 prosent.

Mens bare tre av Orkla Media-avisene bestilte mer enn 500 dokumenter i sjuårs-perioden, og dermed var blant våre Topp 30-redaksjoner, var A-pressen representert med åtte aviser på vår eksklusive liste.

Tabell 14. Orkla-avisene

Mediebedrifter	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt	Oppl.-02
Drammens Tidende	1	3	12	96	210	165	71	558	47090
Haugesunds Avis			62	148	210	16	97	533	33231
Tønsbergs Blad		11	92	201	71	78	54	507	33314
Sandefjords Blad		18	93	38	0	196	116	461	15087
Østlandets Blad				138	43	55	98	334	17737
Sunnmørsposten			2	0	106	140	56	304	36608
Varden			8	23	68	106	94	299	30670
Fredrikstad Blad			66	59	73	28	53	279	25603
Ringsaker Blad				90	46	14	0	150	7811
Østlendingen		1				62	5	68	19617
Totalt, Orkla	1	33	335	793	827	860	644	3493	266768
UJ-indikator, Orkla									1,3

5.8 Jevn stigning for NRK

NRK er nest størst blant samtlige mediebedrifter når det gjelder antall bestillinger av dokumenter fra EPJ over sju år. Bare Aftenposten har bestilt flere dokumenter i perioden 1997 – 2003.

Av lokalkontorene topper Østlandssendingen, kanskje ikke uventet. Men så følger de tre nordligste avdelingene på de neste plassene, NRK Troms, NRK Finnmark og NRK Sami Radio. NRK Nord-Trøndelag ligger av en eller annen grunn himmelhøyt over NRK Sør-Trøndelag før sammenslåingen til NRK Trøndelag. Enkelte lokalkontor har et påfallende lavt uttak av dokumenter via EPJ.

Når det gjelder NRK Brennpunkts relativt lave antall bestillinger, bør det nevnes at mange av avdelingens programmer forberedes og produseres ute ved NRKs lokalredaksjoner. NRK viser ingen nevneverdig variasjon i antall bestillinger fra år 2000 til 2003. Det ser ikke ut til at denne institusjonen var under like stort press fra 2001 som de fleste avisredaksjoner synes å ha vært.

Tabell 15. Bestillinger av dokumenter via EPJ, NRK 1997-2003

Redaksjoner	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
NRK Dagsnytt	250	1343	1190	1881	842	788	1524	7818
NRK Østlandssendingen	107	1730	1213	973	871	995	812	6701
NRK	816	773	734	549	701	809	749	5131
NRK Troms		459	492	1130	721	1123	652	4577
NRK Finnmark		90	296	339	837	1370	685	3617
NRK Dagsrevyen	29	289	981	443	72	838	780	3432
NRK Sami Rradio			397	395	701	589	441	2523
NRK P2 kulturnytt		349	510	309	323	53	195	1739
NRK Puls			151	373	337	401	305	1567
NRK Sørlandet			64	234	204	499	503	1504
NRK Nordland		337	427	417	201	104	8	1494
NRK Brennpunkt			104	207	250	478	373	1412
NRK Nord-Trøndelag		131	182	52	578	201	1	1145
NRK Hordaland			100	300	214	297	159	1070
NRK FBI				360	355	25	17	757
NRK P2	59	39	17	77	271	101	76	640
NRK Østfold			144	187	203	63	23	620
NRK petre		11	10	19	0	15	370	425
NRK Telemark		53	32	52	83	28	151	399
NRK Radio Nyhetsavd.		47	261	83	0	0	0	391
NRK Hedmark og Oppland						117	265	382
NRK Fakta				142	217	2	0	361
NRK Hedmark			71	1	0	224	0	296
NRK Her og nå red.		99		157	2	25	0	283
NRK Trøndelag							276	276
NRK Oppland				106	86	24	0	216
NRK Vestfold			97	12	41	0	57	207
NRK Radiosporten	15	33	45	25	48	0	0	166
NRK Rogaland				1	35	39	61	136
NRK Sør-Trøndelag			2	0	0	66		68
Total, NRK	1276	5783	7520	8824	8193	9274	8483	49353

6.0 Diskusjon og konklusjon

Fra 2001 har norske aviser i betydelig grad begrenset bruken av Elektronisk postjournal (EPJ). En kraftig reduksjon i bruk EPJ fra 2001 til 2003, ca 33 prosent, samsvarer med utsagn i intervjuer av journalister om at redaksjonene de senere årene er tilført mindre ressurser.

Avisers bestilling av dokumenter via EPJ som indikator på bruk av undersøkende journalistikk, synes å vise en jevn stigning i undersøkende journalistikk til 2001, deretter peker pila bratt nedover. Kurvene for NRKs og TV2s bestillinger av dokumenter fra EPJ har ikke samme knekk etter 2001. De to kringkastingsbedriftene synes å ha opprettholdt sin aktivitet.

Aftenposten har over sju år, fra 1997 til og med 2003, hatt ansvaret for mer enn 20 prosent av bestillingene av dokumenter fra EPJ. Blant de 30 avisene som har bestilt flere enn 500 dokumenter fra EPJ, finner vi at avisa Fiskaren ligger suverent høyest når vi deler antall bestillinger på et forholdstall for avisens størrelse. Klassekampen er nummer to, mens Aftenposten kommer på tredjeplass. Bestillinger i forhold til avisens størrelse tror vi kan være en indikator på hvor intenst avisen satser på undersøkende journalistikk. De to på topp, Fiskaren og Klassekampen, har imidlertid begge redusert antall bestillinger av dokumenter via EPJ med mer enn 77 prosent fra toppåret 2001 til 2003.

En sammenligning av fire eierkonserners bruk av EPJ viser at Schibsted og Norges Handels- og Sjøfartstidende (NHST) ligger høyest, A-pressen langt lavere, og Orkla Media-avisene på en klar sisteplass når det gjelder undersøkende journalistikk, målt ved benyttelse av EPJ. Den store forskjellen mellom Schibsted og NHST på ene side, A-pressen og Orkla Media på den annen, kan også ha sammenheng med at EPJ er mer relevant for riks- eller nisjeaviser enn det er for de lokale medier.

Utenfor Oslo ser det ut til at regionavisene som ikke har en papirkonkurrent på utgiverstedet, som Adresseavisen og Fædrelandsvennen, satser langt mindre på undersøkende journalistikk enn Stavanger Aftenblad og Bergens Tidende, som begge har konkurrerende aviser på utgiverstedet.

De senere årene er det gitt oppmerksomhet til den økende kommersialisering av mediene: Pengene betyr mer. Denne utvikling har skjedd i sammenheng med en konsernifisering; børsnoterte selskaper eier en stadig større del av norske medier. Dette kan innebære at journalistikkens varekarakter blir styrket. I verste fall kan dette rokke ved pressens samfunnsoppdrag, heri opptatt den undersøkende journalistikk.

Vårt prosjekts intervjuer med 25 aktive undersøkende journalister demonstrerer at de seneste årenes effektivisering, rasjonalisering og nedbemanning blir oppfattet som en trussel mot mulighetene til å bedrive undersøkende journalistikk. Når neste dags avis får all oppmerksomhet, kan det være problematisk å iverksette prosjekter med et perspektiver utover morgendagen.

Så kan det være grunn til å peke på at de samme journalister vi har intervjuet, er raske med å legge til: Men håpløst er det ikke.

Børs-og-katedral-spenningen er reell, men noe norsk journalistikk har evnet å leve med i lang tid. Her er det også gode grunn til å påpeke at spenningen verken er total eller diametral. Tvertimot kan det argumenteres for at god journalistikk er en forutsetning for god medieøkonomi (og gjerne også motsatt; at god økonomi kan gjøre det lettere å gi rom for

tidkrevende prosjekter). Amerikanske redaktører satte betydningen av god journalistikk for bunnlinjen på dagsordenen under et møte i april 2003. Philip Meyer og Koang-Hyub Kim var blant dem som la frem fersk forskning for redaktørene. De skriver blant annet:

«The bottom-line benefits of reducing newspaper quality are immediate and visible. The long-term costs in reduced reader loyalty are slower to materialize.» (Kim og Meyer 2003:2)

Flere journalister vi intervjuet, uttrykte en tro på fremtiden for undersøkende journalistikk nettopp fordi dette er en type journalistikk som gir troverdighet og eksklusivitet og tilbyr leserne dybde og sammenheng. Alt dette kan gi konkurransemessige fortrinn og innfortolkes i den merkevare som mediene ønsker å bygge.

Journalistene understreker ellers at den redaksjonelle ledelsen har et ansvar for å tilrettelegge for undersøkende journalistikk. Dette innebærer dels å sørge for å gi journalister tidslommer som kan anvendes til undersøkende journalistikk. Like mye – minst – ser det ut til å dreie seg om ledelsens ansvar for å skape en kultur og et klima for undersøkende journalistikk. Dette handler om å etterspørre slik journalistikk, å oppmuntre til slike prosjekter, å veilede under prosjektet, å forsvare prosjektet internt og å belønne og gi status etterpå. Svært viktig i denne sammenheng tror vi det er å iverksette opplæring og etablere systemer som sikrer at undersøkende journalistikk ikke blir stunt fra enkeltjournalister. En ytterligere privatisering av den undersøkende journalistikk er neppe gunstig. Flere journalister vi snakket understreket dette punktet i forbindelse med bruken av elektronisk postjournal: Dessverre mangler både opplæring og systematikk.

Både Orkla Media og A-pressen (som til sammen kontrollerer cirka 80 aviser) har nylig gjennomført prosjekter som har vurdert ulike sider ved konsernenes aviskonsepter. Ingen av rapportene fra disse prosjektene nevner undersøkende journalistikk eksplisitt. Dette kan forsvares med at en satsing på slik journalistikk tilligger det avisenes redaktør å prioritere – eller ikke prioritere. Det er derfor naturlig å konkludere at skal undersøkende journalistikk få akseptable rammevilkår, kreves redaktører med mot i brystet, vett i pannen, stål i ben og arme.

Du har tid. Du har en sjef som ønsker at du skal gjøre et ordentlig stykke håndverk om et tema dere er enige om. Da er det én faktor som gjenstår; deg selv. Journalistene vi har intervjuet, legger i overraskende høy grad vekt på hvor viktig det er at det finnes journalister som vil, tør, kan og gidder. Våre intervjuer kan faktisk leses dithen at et dyktig korps av journalister fremfor noe er den enkelte kritiske faktor som kan avgjøre fremtiden for norsk undersøkende journalistikk.

Vedlegg I: Litteratur

- A-pressen: *Konsept lokalavis*. A-pressen, 2003
- Breivik, Fritz: *Om det var for å øke markedsverdien på deg som journalist, ville du snart komme ille ut*. Universitetet i Oslo/Høgskolen i Oslo, 2001
- Breivik, Fritz: *Undersøkende journalistikk. Et spørsmål om metode eller holdning*. HBO-notat 14/2002
- Eide, Martin: *Den redigerende makt*, IJ-forlaget, 2000
- Eriksen, Arne: *Hva er undersøkende journalistikk?* Upublisert notat, 2001
- Kvam, Bjarne: *Etterforskende journalistikk*. Institutt for Journalistikk, 1995
- Lamark, Hege, og Morlandstø, Lisbeth: *Hederlig menneske, god journalist*, IJ-forlaget, 2002
- Meyer, Philip, og Kim, Koang-Hyub: *Quantifying Newspaper Quality. "I know it when I see it"*, University of North Carolina, 2003
- Orkla Media: *Forankring og struktur i en ny medietid*. Orkla Media, 2003
- Reinton, Per Olav: *Undersøkende formidling. Den journalistiske formel*. Universitetsforlaget, 1992
- Roppen, Johann: *Orklas lange revolusjon*, Institutt for medievitenskap/Universitetet i Bergen, 2003
- Østlyngen, Trine, og Øvrebø, Turid: *Journalistikk. Metode og fag*. Ad Notam Gyldendal, 1998

Vedlegg II: Intervjuguide

Noen spørsmål/temaer:

1. Begrepsavklaring. Hvilket uttrykk foretrekker - bruker – du: undersøkende journalistikk (UJ), gravende journalistikk? Hvordan avgrensner du denne formen fra øvrig journalistikk?
2. Hvilken status har UJ blant journalister – og hva tror du er grunnen til denne status?
3. Kan du nevne et eget prosjekt du er godt fornøyd med, kanskje stolt av?
4. Hva er den viktigste effekt av slike prosjekter etter din personlige mening, og for deg personlig? Noen opplevelse av belønning? (Ga det mersmak?)
5. Hva er betingelsene for at UJ skal kunne finne sted?
6. Når kan det være aktuelt med et slikt prosjekt i redaksjonen?
Hender det at initiativet kommer ovenfra, eller er det journalistene som fremmer og markedsfører en ide og ber om ressurser?
Hender det at ledelsen etterlyser slike initiativ?
7. Hvis initiativ kommer fra journalister, er ledelsen positiv, eller blir journalisten(e) møtt med motforestillinger, i så fall hvilke?
8. Blir journalistene bakket opp under prosjektet?
9. Tidligere arbeidssteder/redaksjoner eller tidligere tider i samme redaksjon. Var det større interesse for undersøkende journalistikk UJ disse steder/før?
10. Hvordan har UJ-prosjekt blitt organisert – som enmannsprosjekt, i en adhocgruppe eller som en permanent grave-avdeling?
11. Har noen konkrete hendelser i mediene, i politikken, i næringslivet utløst interesse for UJ, og er det noen hendelser som har dempet interessen og gløden for UJ?
12. Vi antar tre parter: Har interessen vært stabil for UJ hos redaksjonsledelse/kollegaer/publikum, eller har interessen variert synkront/asynkront? Hvem var i så fall mest entusiastisk og minst entusiastisk i forskjellige tidsperioder?
13. Hvis utøvelsen av UJ generelt har variert, hva kan årsaken være?
14. Hvilke erfaringer har du hatt med SKUP og SKUP-konferansene?

Vedlegg III: Bestillinger av dokumenter via EPJ av mediebedrifter, redaksjoner og avdelinger 1997-2003.

Redaksjoner	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
Aftenposten	7218	9435	9999	7031	10506	7074	7182	58445
Verdens Gang	2464	2438	2692	3349	4712	2572	2887	21114
Dagens Næringsliv	471	1759	2237	2899	3240	1784	1460	13850
Dagsavisen	1517	1165	2662	2903	1673	1148	2282	13350
Dagbladet	374	706	3150	2185	1858	1834	850	10957
NTB	394	1254	1769	1606	1521	1819	1544	9907
NRK Dagsnytt	250	1343	1190	1881	842	788	1524	7818
TV2	1253	130	151	798	1687	2044	1328	7391
Energi/kraftnytt		247	834	2057	1242	1100	1617	7097
NRK Østlandssendingen	107	1730	1213	973	871	995	812	6701
Fiskaren			1022	1098	2447	1419	519	6505
Bergens Tidende	484	995	709	675	1329	1057	1242	6491
Nationen	11	432	1573	821	763	1240	1496	6336
NRK	831	952	1040	956	968	836	749	6332
NRK Troms		459	492	1130	721	1123	652	4577
Stavanger Aftenblad	217	548	830	825	850	479	455	4204
Nordlys	579	689	913	466	525	267	235	3674
NRK Finnmark		90	296	339	837	1370	685	3617
NRK Dagsrevyen	29	289	981	443	72	838	780	3432
Vårt Land	292	560	303	457	778	634	374	3398
Avis1			360	1030	1556	371	10	3327
Klassekampen	568	150	390	585	817	286	185	2981
Finnmark Dagblad	43	215	341	489	993	354	281	2716
NRK Same-radio			397	395	701	589	441	2523
Finansavisen			751	770	357	301	223	2402
Forsvarets Forum		36	36	128	871	446	786	2303
TV2 Nyhetene	272	642	125	299	75	35	714	2162
Osloposten		12	113	364	1123	436	0	2048
Telemarksavisa	83	219	207	79	716	484	252	2040
Bergensavisen	490	330	287	48	99	542	194	1990
Fædrelandsvennen	101	256	524	168	505	360	39	1953
A-pressens Oslo-redaksjon		765	395	376	207	3	79	1825
NRK P2 kulturnytt		349	510	309	323	53	195	1739
Adresseavisen	160	174	400	208	54	192	538	1726
Upstream			5	124	567	576	411	1683
Utdanning (Norsk Skoleblad)	32	199	138	432	715	83	83	1682
Dagens Medisin			193	340	631	366	139	1669
NRK Puls			151	373	337	401	305	1567
Computerworld	137	381	32	453	229	182	123	1537
NRK Sørlandet			64	234	204	499	503	1504
NRK Nordland		337	427	417	201	104	8	1494
NRK Trøndelag		131	184	52	578	267	277	1489
NRK Brennpunkt			104	207	250	478	373	1412
P4 Radio hele Norge	505			287	478	36	102	1408
Nettavisen	132	652	289	95	93	120	1	1382
Europower					146	467	601	1214
Rogalands Avis	17	107	248	223	58	240	259	1152
NRK Hordaland			100	300	214	297	159	1070
Avisenes nyhetsbyrå					174	499	381	1054
Bladet Tromsø	268	227	162	185	92	67	3	1004
Trønder-avisa			85	198	134	94	449	960
Asker og Bærums Budstikke	12			67	131	431	284	925

Redaksjoner	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Totalt
NRK Hedmark og Oppland			71	107	86	365	265	894
Verdens Gang Kristiansand	13	59	96	11	269	211	213	872
NRK FBI				360	355	25	17	757
Fremover		21	302	84	138	112	89	746
Økonomisk Rapport		275	274	178	10	0	8	745
Hamar Arbeiderblad	39	94	83	152	104	88	160	720
Nye Troms			53	94	211	194	151	703
Bladet Vesterålen					51	411	240	702
NRK P2	59	39	17	77	271	101	76	640
Agderposten			82	443	100	0	0	625
NRK Østfold			144	187	203	63	23	620
Oppland Arbeiderblad				29	85	310	195	619
Powernews						295	314	609
Kommunal Rapport		178	192	92	115	21	5	603
Drammens Tidende	1	3	12	96	210	165	71	558
Haugesunds Avis			62	148	210	16	97	533
P4 Kristiansand	76		232	31	76	80	33	528
Tønsberg Blad		11	92	201	71	78	54	507
Forbrukerrapporten		329	17	0	127	0	0	473
Sandefjords Blad		18	93	38	0	196	116	461
Development today				70	145	50	194	459
Helgelands Blad		23		60	27	225	118	453
Sågat			3	175	273	0	0	451
Fiskeribladet						196	234	430
NRK petre		11	10	19	0	15	370	425
NRK Telemark		53	32	52	83	28	151	399
Teknisk Ukeblad	70	82	192	6	22	2	16	390
Aftenposten aften		37	85	0	9	52	192	375
Min Aigi - Samisk avis					26	152	163	341
Østlandets blad				138	43	55	98	334
Propaganda				89	111	122	4	326
Universitas							313	313
Demokraten		11	99	163	39	0	0	312
Østlands-posten	43	28	50	44	55	65	23	308
Norsk redaktørforening	66	83	15	85	8	22	26	305
Sunnmørsposten			2	0	106	140	56	304
Varden			8	23	68	106	94	299
Fredrikstad Blad			66	59	73	28	53	279
Avisa Strilen			34	74	0	15	145	268
TV Norge							256	256
NTB Klar Tale		8	49	50	27	72	50	256
Farsunds Avis				17	0	0	232	249
Romerikes Blad			5	33	39	14	123	214
NRK Vestfold			97	12	41	0	57	207
Rana Blad				18	120	65	3	206
Gudbrandsdølen Dagningen				7	0	61	114	182
Svalbardposten				26	23	0	103	152
Ringsaker Blad				90	46	14	0	150
NRK Rogaland				1	35	39	61	136
Avisa Nordland						123	13	136
Troms Folkeblad			9	40	17	7	41	114
Østlendingen		<u>1</u>				62	5	68
Helgeland Arbeiderblad		4			31	8	2	45
Totalt	19678	31771	43652	45806	55230	44549	42508	283194

Vedlegg IV: Formelen for utregning av indikatoren til Topp 30-listen.

Vi laget to formler for indikator for den enkelte avisbedrifts satsing på undersøkende journalistikk, men de er ganske like. Vi forutsetter først at antall bestillinger av dokumenter via EPJ over sju år er en indikasjon på hvor mye undersøkende journalistikk det utøves i redaksjonen. Vi antar videre at bedriftens behov for redaksjonelle medarbeidere vokser tilnærmet proporsjonalt med vekst i opplaget inntil et opplag på 50.000 pr. år. Opplagstall i dette intervallet behandler vi som direkte sammenlignbare uttrykk for redaksjonens størrelse, og kan representere redaksjonens størrelse i en formel.

For å finne et sammenlignbart uttrykk, en indikator, for avisenes satsing på undersøkende journalistikk, har vi da gjort følgende: For en avis med opplag *mindre enn 50.000 i 2002* har vi delt det samlede antallet bestillinger av dokumenter fra EPJ i perioden 1997-2003, på avisens opplag for 2002. (Vi ganger med 100 for å få en håndterlig tallverdi.) Formelen vi har brukt, blir som følger:

$$\text{Indikator} = \frac{\square \text{bestillinger}_{97 \square 03}}{\text{opplag}_{02}} \square 100$$

Når aviser vokser *over 50.000 i opplag*, vokser ikke behovet for nye redaksjonsmedarbeidere i samme forhold. Dersom Finnmark Dagblad eller Ringsaker Blad (under 10.000 i opplag) skulle vokse med 10.000 i årlig opplag, ville det gi grunnlag for jubel og 3-4 nye stillinger i redaksjonen. Hvis Dagbladet (opplag ca. 190.000) skulle øke med 10.000, ville det nok bli jubel, men neppe mer enn bløtkake og kosetime i kantina til redaksjonen.

For å kunne sammenligne satsingen på undersøkende journalistikk i aviser med mer enn 50.000 i opplag, må vi for hver avis dele summen av bestillinger på et tall som vokser langsommere enn opplagstallet. For aviser med opplag større enn 50.000 i 2002, bruker vi samme formel som ovenfor, men ganger «opplag 02» under brøkstreken med en faktor som er lik 1 når opplagstallet er 50.000, og deretter avtar og går mot 0 i et fornuftig tempo når opplagstallet vokser mot uendelig.

$$\text{Indikator} = \frac{\square \text{Bestillinger}_{97 \square 03}}{\text{Opplag}_{02} \square \frac{\square \text{opplag}_{02} \square 50.000}{\square \text{opplag}_{02} + 50.000}} \square 100$$

Uttrykket under brøkstreken blir en matematisk funksjon, en slags idealmodell, for redaksjonens realitve størrelse ved opplag av forskjellig størrelse over 50.000. Vi mener uttrykket under brøkstreken gir et realistisk bilde av hvordan kravet til redaksjonens vekst endres fra forskjellig nivå. Uttrykket under brøkstreken representerer redaksjonens størrelse, på samme måte som bare opplagstallet gjorde det for aviser under 50.000 i opplag.

Vårt sammenlignbare uttrykk for redaksjonens ideelle størrelse i forhold til opplaget, det vil si alt under brøkstreken, vil vokse langsommere enn opplagstallet, i ei takt som for oss virker rimelig.

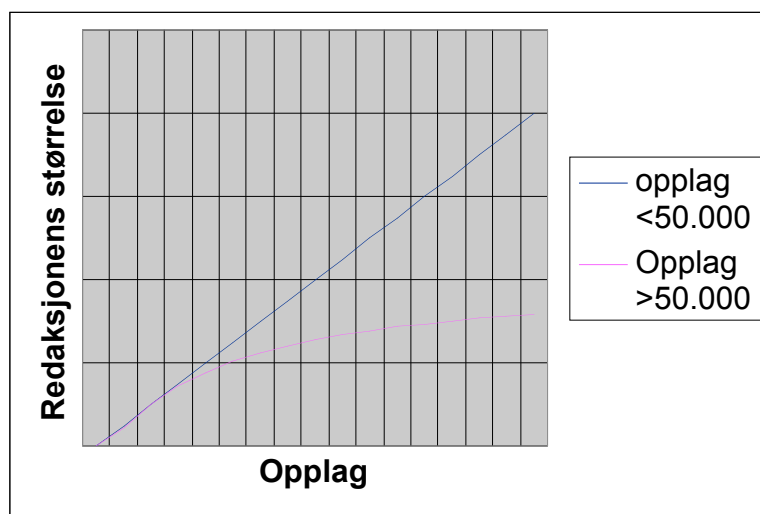
Burde vi brukt *redaksjonenes faktiske størrelse* i stedet for en funksjon av opplaget, som uttrykk for bedriftens størrelse? Vi mener nei. La oss si at to avisbedrifter med om lag samme opplag har bestilt forskjellig antall dokumenter fra EPJ. Bedriften med lavest antall bestillinger har færrest redaksjonelle medarbeidere, kanskje som resultat av nedbemanning. Vi ville bidra til å kamuflere eiernes forskjellige fordeling av ressurser til redaksjonene, hvis vi skulle beregne indikatorene for bedriftens satsing på undersøkende journalistikk ved å dele antall bestillinger på *redaksjonens faktiske størrelse* som uttrykk for *bedriftens størrelse* og ressurser. Og det er jo blant annet eiernes varierende fordeling av ressurser til redaksjonene vi er ute etter å avdekke, som varierende vilkår for undersøkende journalistikk, når vi forsøker å kvantifisere en indikator for bedriftens satsing på undersøkende journalistikk.

Som eksempel kan nevnes at en økning på 50.000 i opplag fra 100.000, gir en økning under brøkstreken i denne formelen på 24.000. Det betyr at en avis som øker sitt opplag med 50.000 fra 100.000, i vår formel forutsettes å få behov for å styrke redaksjonen med mindre enn halvparten av staben i ei avis som har 50.000 i opplag.

En økning i opplag fra enda høyere nivå, fra 250.000 til 300.000, gir en økning under brøkstreken på bare 8.000, som i vår formel innebærer en økning av ressurser til redaksjonen tilsvarende en liten lokalavis, til tross for at opplaget faktisk økte med hele 50.000.

*

For avisene under 50.000 i opplag i 2002 bruker vi en lineær funksjon, mens vi for aviser med opplag over 50.000 i 2002 bruker en del av en hyperbel-liknende funksjon. Hvis vi i et diagram forlenger linjen for aviser mindre enn 50.000 for å illustrere forskjellen, blir funksjonene seende slik ut for vårt norske bruksområde (opplag fra 0 til 400.000):



Vi ser hvordan grafen basert på formelen for aviser med opplag over 50.000 krummer, og dermed gir mindre vekst til redaksjonen (y-aksen) ved vekst i opplaget (x-aksen). Vår formel er et uttrykk for vårt skjønn for hvordan krav til redaksjonens størrelse vil variere for å betjene opplag av varierende størrelse.

*

Styrken ved denne modellen er at den tar hensyn til varierende behov for nye redaksjonelle ressurser ved like stor opplags-vekst fra forskjellige nivåer. Modellen forutsetter at aviser med samme størrelse opplag i 2002, burde ha like redaksjonelle ressurser. Vi har ikke maktet å legge inn i modellen differensiering for tilfeller der aviser med om lag samme opplag eventuelt disponerer over svært ulik mengde ressurser.