

Ti år med master i journalistikk

Forskningsbidrag og opplevelse av arbeidslivsrelevans

Marius Rønnekleiv



Masteroppgave i journalistikk
Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

01.06.2014

Veileder: Sigurd Allern

Ti år med master i journalistikk

En studie av forskningsbidrag og et utvalg av uteksaminerte master- og hovedfagsstudenters vurdering av utdanningens relevans for deres nåværende yrker.

© Marius Rønnekleiv

2014

Ti år med master i journalistikk

Marius Rønnekleiv

<http://www.duo.uio.no/>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

I 2013 fylte masterprogrammet i journalistikk i Oslo ti år. Siden det ble etablert et hovedfag i journalistikk i 2001 er det uteksaminert 104 master- og hovedfagsstudenter. Dette legger grunnlag for å undersøke forskningsbidrag og opplevelse av arbeidslivsrelevans. På bakgrunn av dette har jeg formulert følgende forskningsspørsmål: Hvordan vurderer et utvalg av uteksaminerte studenter fra hovedfag- og master i journalistikk betydning og relevansen av denne utdanningen for deres nåværende yrker? Hvilke temaer har hovedfags- og masterstudentene i journalistikk valgt å forske på, hvilke medietyper har de undersøkt og hvilke metoder har de brukt i studiene?

Teorigrunnlaget i oppgaven tar utgangspunkt i noen normative definisjoner av journalistikk og journalistiske idealer, samt teori knyttet til journalistikk som profesjon. I tillegg tar jeg for meg relevant forskningslitteratur for oppgaven. Gjennom kvalitative intervjuer sees det nærmere på hvordan utvalget av uteksaminerte studenter vurderer betydning og relevansen av denne utdanningen for deres nåværende yrker. Studien viser at utvalget opplever at utdanningen er relevant og betydningsfull, til tross for informantenes varierte karrierevalg.

Gjennom kvantitativ innholdsanalyse av 104 master- og hovedfagsoppgaver i journalistikk, er det undersøkt hvilke metoder studentene har brukt i forskningen, hvilke medietyper de har undersøkt, samt hvilke temaer de har valgt å forske på. Kvalitative metoder dominerer i forskningen, og kvantitative tilnærminger er også mye anvendt. Analysen av medietyper viser at studentene oftest undersøker aviser. Et av studiens viktigste funn er at nettmedieforskningen har i perioden 2011-2013 økt sammenlignet med tidligere (2002-2010), mens avis- og fjernsynsundersøkelser har hatt en nedgang. Studien viser at temaer knyttet til journalistiske fagområder og journalistisk innhold dominerer i forskningen. Temaene i oppgavene omhandler ofte journalistikkens samfunnsrolle. Det er en variert og allsidig tematikk i master- og hovedfagsoppgavene, og det er korrelasjon mellom hvilke temaer som er belyst og hvilke emner som tilbys i masterprogrammet. Underholdningsjournalistikk og sportsjournalistikk er områder som har fått mindre oppmerksomhet. Det blir også konkludert med at forskningen er grunnleggende nasjonalt orientert.

Nøkkelord: master i journalistikk, arbeidslivsrelevans, journalistikkforskning, forskningsbidrag

Abstract

In 2013, the Master's in Journalism in Oslo celebrated its tenth year as a master's program, and has since its establishment as a major in 2001, graduated 104 masters and major students. This lays the foundation for examining the research contributions and experience of working relevance. In light of this, I have formulated the following research questions: How does a selection of graduates from graduate and master's level journalism programs value the importance and relevance of this education for their present occupations? Which topics have the graduate and Master's students in journalism chosen to research? Which media types have they studied and what methods have they used in the research?

The theoretical foundation of the thesis is based on normative definitions of journalism and journalistic ideals, theories related to journalism as a profession and relevant research literature. Through qualitative interviews, the study explores which relevance a selection of graduated students experience in relation to their current occupations. The study shows that the selection experience a clear working relevance, despite the informant's varied career choices.

Through quantitative content analysis of 104 master's- and major theses, it explores which media the students have examined, methods they have used, and which topics the students have researched. Qualitative methods dominate in research and quantitative approaches are also widely used. The analysis of media types shows that students often examine newspapers. One of the study's main finding is that online media research in the period 2011-2013 have increased compared to previous years(2002-2010), while research of newspapers and television have decreased. The study shows that topics related to journalistic disciplines and journalistic content dominates in the research. Topics are often related to the role of journalism. Based on the analysis of topics, we can say that the research contribution is varied and versatile, and there is correlation between the topics discussed and the courses offered in the master's program. We can also see that entertainment journalism and sports journalism has received less attention in the student's research. This thesis also concluded that research is very nationally oriented, with less focus on international media coverage and national journalism beyond Norway's borders.

Keywords: Master's in Journalism, working relevance, journalism studies, research contribution

Forord

En masteroppgave er mer enn de ordene som utgjør produktets sluttresultat. Det er en prosess, med mange tanker, diskusjoner og dedikasjon, som krever å holde tungen rett i munnen. Å skrive en masteroppgave gir ikke bare faglig utbytte, men bidrar også til selvutvikling. Man lærer å kjenne seg selv og sine begrensninger; å gå utenfor komfortsonen og inn i en verden man tidligere kanskje aldri har utforsket. For meg har dette vært en svært lærerik prosess, og de erfaringene jeg har fått er uvurderlige.

Jeg ønsker å takke min veileder, Sigurd Allern, for tålmodighet, gode råd og utfyllende tilbakemeldinger, som jeg har lært utrolig mye av. Takk til alle informantene som stilte opp. Det har vært en fornøyelse å høre om deres opplevelser og erfaringer med utdanningen. Jeg vil også takke mine medstudenter. Sammen har vi motivert og hjulpet hverandre til å lande våre prosjekter.

Oslo, mai 2014

Marius Rønnekleiv

Innholdsfortegnelse

1	Innledning.....	1
1.1	Journaliststudent i dag - journalist i morgen?.....	5
1.2	Problemstillinger	7
2	Journalistikk og forskning.....	9
2.1	Hva er journalistikk?	9
2.1.1	Journalistrollen	12
2.1.2	Journalistikk – en semi-profesjon?.....	13
2.2	Journalistikkforskning	15
2.2.1	Journalistikkforskning i dag.....	16
2.2.2	Kandidatundersøkelse fra 2008.....	18
3	Data og metodevalg.....	20
3.1	Kvalitative intervjuer	20
3.1.1	Utvalg	22
3.1.2	Intervjuguide, operasjonalisering	23
3.1.3	Pilotstudie.....	24
3.1.4	Gjennomføring	25
3.1.5	Etiske perspektiver	26
3.2	Kvantitativ innholdsanalyse	27
3.2.1	Analysematerialet.....	27
3.2.2	Enheter, variabler og variabelverdier	28
3.3	Metodisk kvalitet	32
3.3.1	Validitet og reliabilitet	32
3.3.2	Generalisering	33
4	Vurdering av master i journalistikk.....	35
4.1	Studentenes bakgrunn.....	35
4.2	Hvorfor master i journalistikk?.....	36
4.3	PhD i journalistikk?.....	37
4.4	Læringsutbytte av mastergraden.....	38
4.4.1	Savner praktiske emner	40
4.5	Karrieremuligheter.....	41
4.6	Forhåpninger om fast relevant jobb.....	42

4.7	Arbeidslivsrelevans	43
4.8	Oppsummering	46
5	Forskningsbidrag	47
5.1	Informantenes forskningsbidrag	47
5.2	Vurdering av metodene	50
5.3	Hvilke medietyper er det forsket på?	52
5.4	Vurdering av tema	58
5.4.1	Geografisk lokalisering	66
5.4.2	Foto, sport og underholdning	68
5.4.3	Hva har studentene forsket på?	72
5.5	Oppsummering	74
6	Konklusjon	75
6.1	Arbeidslivsrelevans	75
6.2	Forskningsbidrag	77
6.2.1	Styrker og svakheter ved studien	80
6.2.2	Videre forskning	80
	Litteraturliste	82
	Vedlegg	85
	Vedlegg 1: Intervju, Rune Ottosen	85
	Vedlegg 2: Intervjuguide	87
	Vedlegg 3: Oversikt over master- og hovedfagsoppgaver	88

1 Innledning

Muligheten til å ta et hovedfag i journalistikk ble annonsert i 2000 (Bjørnsen, Hovden og Ottosen, 2009: 182) med start vinteren 2001¹, og da som et samarbeid mellom Universitetet i Oslo (UiO) og Høgskolen i Oslo. Fra høsten 2003 ble hovedfagsprogrammet omdannet til et toårig masterprogram. Ved utgangen av 2013 var det uteksaminert 104 hovedfags- og masterstudenter. Masterprogrammet var knyttet til et professorat i journalistikk på hvert sted, hvor Sigurd Allern (fra 2003) hadde det faglige hovedansvaret ved UiO, og Rune Ottosen det faglige hovedansvaret ved HiO (fra 2011 HiOA). Det var UiO som formelt administrerte og hadde eksamensretten (til hovedfaget, senere mastergraden), mens undervisning og veiledning ble delt likt mellom de to institusjonene. HiOA bestemte seg noen år senere for å søke NOKUT² om egen akkreditering for et masterprogram i journalistikk, men bygd på den samme modellen for masterstudiet, ettersom man mente at det passet best i HiOAs universitetssatsning, samt at modellen erfaringsmessig har fungert godt. Dersom HiOA hadde valgt en mer praksisorientert master, slik som flere steder i USA og Australia, ville dette blant annet ikke gitt en kompetanse til å begynne på et doktorgradsstudium. Fra og med høsten 2014 skiller UiO og HiOA lag, og vil ta opp hvert sitt kull masterstudenter. Det vil altså bli konkurranse om studentene. Samtidig vil de to utdanningsinstitusjonene i noen år fremover samarbeide om studentene som ble tatt opp ved det felles programmet til 2013³. Ettersom samarbeidet går mot slutten, er det interessant å undersøke hva hovedfagsstudiet og masterprogrammet i journalistikk har resultert i - både studentenes opplevelser og erfaringer, samt studentenes forskningsbidrag.

I 2012 var det i følge Kvalitetsrapport for IMK (2013) 85 primærsøkere til masterstudiet i journalistikk, 65 var kvalifiserte, og 20 fikk tilbud om studieplass. I 2013 var det også 85 primærsøkere til masterstudium i journalistikk, hvor av 78 var kvalifiserte søkere, mens 27 fikk tilbud om studieplass. Dette viser at masterstudiet i journalistikk har svært gode søkertall, med et rekordår i 2009, da det var hele 109 søkere (Kvalitetsrapport for IMK, 2013). Masterprogrammet i journalistikk er bundet til Bologna-modellen, som er et Europeisk samarbeid for høyere utdanningsnivå. Alle land i Bologna-prosessen er blitt enige om å standardisere ett semester til 30 ECTS Credits, altså studiepoeng. For utdanninger bundet til

¹ Journalisten.no: *Hovedfag i journalistikk åpnet*. Internett. Hentet 12. mai 2014. Tilgjengelig fra: <http://journalisten.no/story/23555>

² Nasjonalt organ for kvalitet i utdanningen

³ Se vedlegg 1: Intervju, Rune Ottosen

Bologna-modellen er lengden på studieløpet for bachelorgrader 3 år, masterutdanninger 2 år, og PhD 3 år (Bologna-prosessen, 2013). Master i journalistikk i Oslo er en forskningsorientert utdanning, og skiller seg fra ettårige mastere, som ofte er profesjons- og praksisorienterte. Bachelorprogram i journalistikk i Norge er hovedsakelig praksisorienterte, med hovedtyngde på journalistikk som håndverk (Bjørnsen, Hovden og Ottosen, 2009: 183). De fleste journalistutdanninger i Norge fokuserer mye på produksjonsaspektet med mål om å simulere redaksjonshverdagen til journalisten. Likevel har utdanningen over tid gått mer i retning av en forskningsbasert og akademisk tilnærming (Bjørnsen, Hovden og Ottosen, 2009: 184). Noen vil hevde at fokuset på både praksisorientert utdanning og akademisk tilnærming representerer en dualisme, og vil være utfordrende å balansere, ettersom dette er to motsetninger som kan komme i konflikt med hverandre. Utfordringen er å skape en balanse mellom drivkreftene fra arbeidslivet og den akademiske verden (Bjørnsen, Hovden og Ottosen, 2009: 184). Journalistutdanningen i Norge har i samarbeid med de tre andre nordiske landene utviklet en felles modell for utdanningen, gjennom møter og diskusjoner. Samarbeidet kan spores helt tilbake til 1920-tallet, før de nasjonale utdanningene startet (Hovden, m.fl, 2009: 150). Det var først på 1960-tallet at de fleste landene opprettet journalistutdanninger. Gradvis samarbeidet utdanningene med universitetene, og er i dag enten en del av eller samarbeider tett med universiteter eller andre høyere utdanningsinstitusjoner (Hovden, m.fl, 2009: 150). Master i journalistikk kan trolig regnes som et resultat av dette samarbeidet, hvor behovet for høyere utdanning innenfor feltet har vært en av motivasjonene for den relativt ferske utdanningen her i Norge. Masterprogrammet i journalistikk ved UiO og HiOA er som nevnt en forskningsbasert videreutdanning. På UiOs nettsider blir masterprogrammet beskrevet med følgende ord:

Som student ved masterstudiet i journalistikk ved UiO studerer du journalistikken "utenfra". Du tar på deg forskerhatten og de kritiske akademikerbrillene og undersøker journalistikkens mangefasettede rolle i dagens samfunn og dens betydning for demokratiet. Masterprogrammet er et tverrvitenskapelig studium som også gir innsikt i journalistiske arbeidsmåter, og i forholdet mellom kilder, journalister og publikum (UiO, 2014).

Man forsker med andre ord på journalistikk, og mulighetene er mange. Som masterstudent i journalistikk lærer man ikke bare om mediens innhold, men også informasjonstilgjengelighet og ytringsfrihet. Nyhetsmediene og journalistikkens samfunnsrolle, samt rammebetingelser for journalistikken er sentrale domener i faget. Hvordan sosiale, økonomiske, teknologiske og kulturelle endringer påvirker journalistikken, samt journalistrollen og arbeidsforhold, blir diskutert gjennom studiet. Journalistikkforskningen spiller en sentral rolle oppi alt dette -

hvilke utfordringer står journalistikken overfor i dag? Dette skildrer også det mangfoldet av temaer som trenger å bli utforsket. Master i journalistikk handler også om å analysere journalistiske tekster, eller gjøre historiske studier av journalistikkens fremvekst og utvikling (UiO, 2004). Studentene må også velge mellom to oppgavetyper før de skal gå løs på sine masteroppgaver i journalistikk: Den klassiske modellen, altså en teoretisk fundert analyse av ulike typer empiri knyttet til oppgavens tema, eller alternativt en praktisk-teoretisk masteroppgave som kombinerer en journalistisk produksjonsoppgave med teoretisk og metodisk analyse.

På UiOs nettsider⁴ er det beskrevet hva studentene lærer ved å ta en master i journalistikk:

- Redegjøre for sentrale teoretiske og metodologiske tilnærminger innen journalistikkforskningen.
- Sammenstille og vurdere forskning innenfor utvalgte områder innen journalistikk- og medieforskningen, inkludert vitenskapelige metoder.
- Analysere journalistiske tekster og å skrive akademisk.
- Gi og få kritikk av prosjektplaner og skriftlige arbeider.
- Planlegge, utforme og gjennomføre et selvstendig forskningsprosjekt, alternativt å planlegge, utforme og gjennomføre et større journalistisk prosjekt kombinert med en refleksjons- og metoderapport.

Kravene som stilles til søkerne er enten bachelor i journalistikk eller andre mediefag, eller en bachelor/cand.mag. i andre fag kombinert med omfattende journalistisk yrkeserfaring. Dette har lagt til rette for at man har fått en viss variasjon når det gjelder studentenes bakgrunn, fremfor et snevert utvalg studenter med samme bakgrunn. Studentenes mangfoldige bakgrunn kan gi et variert grunnlag for diskusjon og erfaringsutveksling, noe hver enkelt student kan dra nytte av med tanke på læringsutbytte. Masterprogrammet har fra starten av hatt innføringskurs om journalistikkforskning (både teori og metodologi), deretter har studentene kunnet velge andre typer kurs med nokså stor frihet – men med relevans for selve masteroppgaven. I masteroppgaven, som er beregnet til ett års arbeid (to semestre på fulltid)

⁴ UiO.no: *Hva lærer du?* Internett. Hentet 21. januar 2014, Tilgjengelig fra: <http://www.uio.no/studier/program/journalistikk-master/hva-lerer-du/>

kan studentene fordype seg i et tema de interesserer seg for innenfor journalistikkfeltet. På UiOs nettsider blir det også beskrevet noe av det studentene kan forske på:

Nettopp i det tverrvitenskapelige journalistikkfaget finnes det gode muligheter for å kunne kombinere ulike interesser med ulike vitenskapelige metoder og teorier. For eksempel kan du undersøke forholdet mellom PR-rådgivere og journalister, eller undersøke hvordan den tradisjonelle journalistikken endres med nye medier. Kanskje vil du se på utviklingen av betalingsmurer i norske avishus. Er du erfaren journalist, ønsker du kanskje å belyse en journalistisk sjanger gjennom en praktisk masteroppgave? (UiO, 2014).

Mulighetene er altså mange, og det er lagt til rette for at studenter med forskjellige bakgrunner skal kunne bruke sin kompetanse i sine masteroppgaver (enten teoretisk/empirisk eller praktisk-teoretisk). Det vil derfor være interessant å se nærmere på hvilke tema studentene interesserer seg for, med andre ord, hva har de forsket på? Dette er noe av det jeg ønsker å undersøke i denne oppgaven.

Hva blir du?

Etter finanskrisen i 2008 er det gjort store kutt i de fleste mediehus i Norge, og det har medført færre journalistjobber nå enn det var før 2008 (Mediehusrapporten, 2009). Konkurransen om jobbene er store. I og med at bachelorgraden i journalistikk hovedsakelig er praksisorientert, er det sannsynlig at mange studenter ønsker å ha flere ben å stå på ved endt utdanning. En måte å gjøre dette på er å videreutdanne seg gjennom en mastergrad. Masterprogrammet i journalistikk legger til rette for at studenter med bachelorutdanning i mediefag, eller personer med en bachelor/cand.mag.-grad i et annet fagområde og omfattende journalistisk praksis, kan skaffe seg kompetanse til å gå flere karriereveier. Rune Ottosen⁵ peker på tre tiltenkte karrieremuligheter for uteksaminerte masterstudenter i journalistikk. Den *første* er formell kompetanse for å undervise i journalistikk på journalistutdanningen og medielinjer på videregående skoler. Den *andre* er for de som ønsker å kvalifisere seg til en forskerkarriere, noe som formelt krever en masterkompetanse. Den *tredje* karrieremulighet er å bruke masterstudiet til å bygge på sin kompetanse som journalist, og gå tilbake til faget med større kunnskaper basert på forskning om faget. Jeg ønsker også å foreslå en *fjerde* karrieremulighet. Denne muligheten gjelder jobber der det trengs journalistisk analyse- og kommunikasjonskompetanse, inkludert ulike jobber i offentlig sektor, organisasjoner og bedrifter. Det finnes med andre ord mange yrkesveier for en som er uteksaminert fra master i journalistikk, og noen yrker kvalifiserer man seg direkte til å søke på, mens andre ikke krever

⁵ Se vedlegg 1, intervju, Rune Ottosen

en mastergrad. På UiOs nettsider⁶ er det listet opp noen av de bransjene hvor flest kandidater fra master i journalistikk har havnet. Yrkene UiO trekker frem som mest relevante er journalist, reporter, kommunikasjonsrådgiver, medieanalytiker, arbeid i forlag, lærer og lektor. Det blir opplyst at en kan søke årsstudium i pedagogikk etter endt utdanning, samt søke opptak til doktorgrad.

1.1 Journaliststudent i dag - journalist i morgen?

Lis Merethe Homdal (2009)⁷ tok i sin masteroppgave i journalistikk for seg førsteårsstudentene i journalistikk ved HiOAs syn på egen yrkesfremtid. Homdal peker på at journaliststudentene uttrykker en bekymring for egen yrkesfremtid. Krisen i norsk presse i 2010, en kombinasjon av økonomisk tilbakegang og publikumsflukt fra papir til nett, er en av årsakene som hun trekker frem i forbindelse med journaliststudentenes bekymringer (Homdal, 2009: 55). I intervjurundene med studentene kommer det blant annet frem at flere mener de trenger mer utdanning for å få jobb. Hele 36 prosent planlegger å ta mer utdanning etter journaliststudiet (Homdal, 2009: 56). Homdal peker på at det oppfattes som et tøft arbeidsmarked i journalistikken, og at det å ta andre utdanninger kan virke som en ekstra trygghet; både for å ha flere karrieremuligheter, men også fordi arbeidsgivere stiller stadig et økt krav til kompetanse i deres stillingsutlysninger (Homdal, 2009: 57). Det som menes med økt kompetanse er ikke nødvendigvis mer journalistisk utdanning, men heller en utdanning innen et annet felt, som for eksempel økonomi eller juss. Aftenpostens redaktør, Skjalg Engebø, sier at deres redaksjon ofte ser etter folk med spisskompetanse. Engebø viser blant annet til at Aftenpostens økonomiredaksjon opprettet flere nye stillinger i 2009 (Homdal, 2009: 58). Bare dette viser at det stilles større krav til søkerne, at man bør ha spisskompetanse eller omfattende journalistisk praksis. Et av Homdals største funn er at journaliststudentene har en romantisk forestilling til yrket, men at mange er villig til å vike fra egne ønsker og drømmer for å få en fot innenfor (Homdal, 2009: 89). Mye tyder på at studentene både er villige til å ta videre utdanning, og andre jobber i mediebransjen enn journalistjobber.

I en undersøkelse gjort av studentavisen Studvest i Bergen kommer det frem at én av tre journaliststudenter ved Universitetet i Bergen ser for seg en jobb som kommunikasjonsrådgiver. Studentene fikk velge inntil tre foretrukne yrkesretninger, og

⁶ UiO.no: *Jobb og videre studier*, Internett. Hentet 05. mai 2014, Tilgjengelig fra: <http://www.uio.no/studier/program/journalistikk-master/jobb-studier/>

⁷ Refererte master- og hovedfagsoppgaver er listet i Vedlegg 3: Oversikt over master- og hovedfagsoppgaver

flesteparten landet på skrivende journalist og TV, mens 14 markerte i tillegg av for kommunikasjonsbransjen som mulig yrkesvei (Hammerstad, 2013). Her er det viktig å påpeke at de øvrige valgene; radio, blogging og annet, trolig er mindre populære yrkesvalg for journaliststudentene enn skrivende journalist og fjernsynsjobber. Svakheten ved denne studien er at studentene har blitt bedt om å markere for tre aktuelle yrkesretninger, hvorav kommunikasjonsbransjen ikke scorer veldig høyt, tatt i betraktning at antall svaralternativer var syv. Det er likevel et viktig poeng at noen vurderer kommunikasjonsbransjen etter endt bachelorstudier i journalistikk, noe som igjen viser at man som journaliststudent ikke nødvendigvis kan vente seg en jobb som journalist. I oppgaven vil jeg undersøke hvilken motivasjon noen av masterstudentene hadde da de valgte å ta denne utdanningen.

Mastersyke?

I Dagens Næringsliv ble det i oktober 2013 publisert en artikkel om at høyere utdanning blir stadig mer populært, og flere opplever problemer med å finne relevante jobber etter endt masterutdanning. Professor i organisasjonspsykologi, Linda Lai, har forsket på hva som skjer når man ikke får brukt det man kan. Lai anslår at rundt 25-40 prosent av arbeidstakere ikke får brukt det de kan, og omtaler normen om å ta en mastergrad som «mastersyke». Hun trekker frem at en bachelorgrad ikke lenger er nok ettersom så mange i dag tar en mastergrad, og mener dette er et problem når man ikke får brukt det man har lært. Selv om statistikken viser at arbeidsmarkedet krever høyere utdanning, hevder Lai at man må fokusere på riktig kompetanse, ikke bare målet om å ta en master (Halvorsen, 2013). For de som ønsker en forskerkarriere er en mastergrad et utdanningskrav. Det er imidlertid ikke noe krav å ha en bachelor- eller mastergrad i journalistikk for å jobbe som journalist eller andre medierelaterte karriereveier.

Jeg vil gjennom intervjuer med et utvalg av uteksaminerte hovedfags- og masterstudenter i journalistikk undersøke og drøfte hvordan de vurderer utdanningens relevans for deres nåværende yrker. Dersom det skulle vise seg at utdanningen er mest relevant for de som jobber som journalistlærer eller vil inn i et doktorgradsløp, vil det være interessant å diskutere hvorvidt de som jobber i mediebransjen får brukt det de har lært fra mastergraden i sine yrker. Et alternativ til de kvalitative intervjuene ville vært en spørreundersøkelse for master- og hovedfagsstudentene. Dette var også min plan i startfasen av arbeidet med oppgaven. Det viste seg imidlertid å bli et for omfattende og tidkrevende

arbeid å samle inn ajourførte epost-adresser til alle som var uteksaminert. UiO og HiOA har ikke noe slikt adressearkiv for tidligere studenter.

1.2 Problemstillinger

I masteroppgaven skal jeg gjennom intervjuer med et utvalg tidligere studenter se nærmere på hvorfor de valgte denne utdanningen, erfaringer med utdanningen, og få deres vurdering av i hvilken grad utdanningen er relevant for deres nåværende yrker. I tillegg vil jeg analysere hvilke sider av journalistikkfeltet studentene valgte å forske på. Studien vil kunne gi fremtidige studenter en pekepinn på hvilke karrieremuligheter de har etter endt utdanning, hvilken arbeidslivsrelevans utdanningen kan ha for ulike yrkesgrupper, samt hva som har kommet ut av journalistikkforskningen på masterprogrammet. Sistnevnte vil gi en oversikt over hvilke temaer som er dekket, hvilke metoder som blir anvendt, samt hvilke medietyper studentene har undersøkt. Jeg har formulert følgende forskningsspørsmål:

1.2.1

Hvordan vurderer et utvalg av uteksaminerte studenter fra hovedfag- og master i journalistikk betydning og relevansen av denne utdanningen for deres nåværende yrker?

1.2.2

Hvilke temaer har hovedfags- og masterstudentene i journalistikk valgt å forske på, hvilke medietyper har de undersøkt og hvilke metoder har de brukt i studiene?

Struktur og utforming

I første del av oppgaven vil jeg drøfte noen sentrale teoretiske begreper og komme inn på forskningslitteratur som er relevant for oppgaven. Her vil jeg rette et fokus mot tidligere forskning, som er spesielt interessant med tanke på at ett av delmålene i denne oppgaven er å kartlegge studentenes bidrag til journalistikkforskningen. I kapittel 3 presenteres de metodene jeg har valgt å bruke til å belyse problemstillingene, og drøfte hvorfor jeg har valgt å gå frem på denne måten. Kapittel 4 er det første analysekapitlet, og bygger på kvalitative intervjuer med tidligere master- og hovedfagsstudenter i journalistikk. I kapittel 5 analyseres og drøftes studentenes bidrag til journalistikkforskningen, dvs. alle avlagte master- og

hovedfagsoppgaver i journalistikk ved UiO/HiOA. Avslutningsvis, i kapittel 6, skal det oppsummeres og konkluderes med hvilke funn jeg har gjort. Her blir det også foreslått noen områder for videre forskning.

2 Journalistikk og forskning

2.1 Hva er journalistikk?

Det er mange som har forsøkt å definere hva *journalistikk*⁸ er, ettersom «alle mener noe om journalistikk» (Fossum & Meyer, 2008: 23). Noe flesteparten av oss kan være enig i er at journalistikken må være sann, altså det som formidles må være holdbart. Det journalistiske produktet og arbeidsprosessen som skaper et ferdig produkt er sentrale faktorer når vi snakker om hva journalistikk er (Fossum & Meyer, 2008: 23). Fakta og aktualitet er også begreper som assosieres med journalistikk. Journalisten er en som enten alene eller i en redaksjon produserer et ferdig produkt, basert på aktualitet og sannhet (Fossum & Meyer, 2008: 24). Det finnes ingen felles definisjon av journalistikk, men som Sigurd Allern (1997) viser til: «Hvis vi tar utgangspunkt i pressen, ville en rent pragmatisk definisjon være at journalistikk i praksis er alt redaksjonelt stoff som ikke er betalt reklame» (Allern, 1997: 26). Mange vil kanskje assosiere journalistikk med *nyhetsjournalistikk*, men all journalistikk er ikke nyhetsjournalistikk. Nyhetsjournalistikk kan regnes som den viktigste og mest dominerende sjangeren innenfor journalistikken (Bjerke, 2011: 28). Som Martin Eide (1993) påpeker: «Journalistikk er mer enn nyheter, selv om det ofte ikke virker slik i verken forskningsmessige eller journalistfaglige sammenhenger» (Eide, 1993: 21). Nyhetsjournalistikk tar stor plass i både forskningen og i journalistfaglige sammenhenger, men det er viktig å være klar over at journalistikk er mer enn nyheter. Sigurd Allern foreslår en normativ definisjon av nyhetsjournalistikk:

Nyhetsjournalistikk er innsamling og formidling av rapporter om faktiske hendelser og aktuelle begivenheter, samt tolkninger av og meninger om dette, basert på adgang til ulike kilder og kildekritikk, formidlet i en form som er tilgjengelig for publikum på et gitt marked (Allern, 1997: 31).

Allern (2001) trekker frem at nyhetsjournalistikken er en sosial institusjon. Han forklarer dette med at: «For det første er nyheter en institusjonalisert måte å gjøre informasjon tilgjengelig for konsumenter», «For det andre er mediens nyhetsavdelinger en alliert til mektige og legitimerer institusjoner i samfunnet», og «For det tredje er nyheter samlet inn, vurdert publisert av profesjonelle som arbeider i organisasjoner og som forholder seg til institusjonelle normer og rutiner» (Allern, 2001: 21). Vi kan dessuten si at nyhetsmediene har en rolle som kritisk *motmakt* i samfunnet, som på mange måter kan kalles et demokratisk

⁸ Kommer av det franske ordet *journal*, som betyr avis, dagbok (Allern, 1997: 26).

samfunnsoppdrag (Allern, 2011: 23).

Både PR-aktører, underholdningsbransjen og annonsører bruker journalistiske metoder og formater. Dette reiser et sentralt spørsmål, hva er det som skiller journalistikk fra denne typen medieinnhold? Etter at nyhetsformatet har utviklet seg til å bli den mest dominerende sjangeren i journalistikken, men også blant andre yrkesgrupper, har det blitt hensiktsmessig å avgrense journalistikk fra informasjonsbransjen⁹ (Bjerke, 2013: 36). Allern (1997) trekker frem at det er forholdet til kilden som her er avgjørende. Dersom journalister og redaksjoner ikke bruker journalistiske kriterier på en selvstendig måte, men i stedet prioriterer ut fra tilbud fra PR-byråer og annonsører, blir skillet mellom nyhetsjournalistikk og markedskommunikasjon utvisket (Allern, 1997: 31). Journalistikk handler blant annet om å rapportere fra virkeligheten utenfor mediene, noe journalisten har mindre kontroll over dersom kildeforholdet er sterkt påvirket av informasjonsmedarbeidere som avsendere. Dersom vi tar utgangspunkt i Allerns definisjon av nyhetsjournalistikk, er det viktigste skillet mellom journalistikk og PR at journalister må ha fri adgang til ulike kilder og ta ansvaret for kildekritikk, uten å være bundet til å markedsføre eller være på oppdrag for kilden (Allern, 1997: 31). Kildeuavhengighet er altså det klareste normative skillet mellom nyhetsjournalistikk og andre typer kommunikasjonsbudskap. Kritisk forhold og uavhengighet til kildene er noe som også Fossum og Meyer (2008) trekker frem som et sentralt skille mellom journalistikk og informasjonsvirksomhet. Selv om kommunikasjonsbransjen bruker elementer i sin virksomhet som kan assosieres med journalistikk, er det klare grenseskillet mellom dem at «informasjonsarbeidere er betalt av sine egne kilder» (Fossum & Meyer, 2008: 25).

I boken *TV-journalistikk: Bildenes fortellerkraft* har Olav Njaastad (1999) blant annet diskutert hva som skiller journalistikk fra andre typer medieinnhold. Njaastad viser til at:

Det viktigste grunnlaget for all journalistikk er skildring av fakta – skildringen av en faktisk eller opplevd virkelighet for noen. Både samfunnsjournalistikken og underholdningsjournalistikken er basert på fakta. Det er altså hva som produseres, som skiller det viktige nyhetsstoffet fra underholdningsstoffet (Njaastad, 1999: 40).

Med *samfunnsjournalistikk* mener Njaastad her «det vesentlige stoffet.» Altså stoff som folk opplever som viktig for seg selv eller for en større gruppe personer (Njaastad, 1999: 40). Begrepet *underholdningsjournalistikk* omhandler stoff som fanger folks oppmerksomhet, uten å være vesentlig, altså viktig for deres hverdag og livsløp (Njaastad, 1999: 40). Han

⁹ I 1995, på NJs landskonferanse, ble det satt et nytt medlemskriterium. Medlemskap skulle ikke lenger innvilges til informasjonsmedarbeidere (Ottosen, 2004: 212-213).

understreker at «journalistikken har kraft til å endre» (Njaastad, 1999: 142). Det er altså opp til redaksjonene om det vil bli noen endring, ut fra hvor de vil sette inn sine ressurser. Dette kan enten være å legge vekt på underholdningsjournalistikk eller samfunnsjournalistikk, og kommer helt an på hva slags journalistikk redaksjonen ønsker å produsere (Njaastad, 1999: 142). Konsekvensene av journalistikk kan være store, og i noen tilfeller ødeleggende. Med dette stilles det blant annet strenge krav til kilder og dokumentasjon, med et fokus på relevans og vesentlighet før publisering (Njaastad, 1999: 152).

Journalistikk skiller seg fra andre typer medieinnhold, som for eksempel spillefilm, ettersom en i nyhetsjournalistikken ikke fritt kan fabulere eller dikte. En filmregissør som jobber med fiksjon, som ikke er bundet til virkelighetsrapporter, har full kontroll over innholdet. Journalisten har ikke denne kontrollen, og skal på sin side prøve å systematisere virkeligheten, uten at det kan kalles å ha full kontroll over det som skal formidles (Njaastad, 1999: 163-164). Fiksjon spiller også en sentral rolle i medier som fjernsyn og radio, men ser man bort fra fiksjonselementene, vil alle redaksjonelle innslag der det er brukt journalistiske sjangre eller teknikker kunne assosieres med journalistikk, også innslag som er ren underholdning (Allern, 1997: 27).

Til tross for at det ikke finnes noen felles definisjon av hva journalistikk er, vil de fleste journalister være enige om at for eksempel nyhetsjournalistikk er faktaorientert, at sannhetskrav er en viktig norm og at den ikke kan bygge på diktning. Vi kan si at journalistikk har noen klare avgrensinger i forhold til andre typer mediert produksjon, som virkelighetsaspektet, men også kildeforholdet, som er det klareste grenseskillet mellom journalistikk og kommunikasjonsbudskap.

Ottosen (2004) trekker frem at journalistikk må forstås i sammenheng med mer enn bare yrket:

Journalistikk er nemlig noe mer enn et yrke. Det er en rolle, en identitet, en livsform og det har noe udefinert over seg, som med et upresist begrep kalles «engasjement». Dette engasjementet kan være knyttet til en politisk eller faglig interesse, eller det kan ganske enkelt være ønske om å være en del av det pulserende journalistmiljøet (Ottosen, 2004: 53).

Selv om det å være journalist ofte blir assosiert med et yrke, kan journalistikk forstås som noe mer. Vi må med andre ord se journalistikk i sammenheng med journalistrollen, der identitet, engasjement, nysgjerrighet og ikke minst samfunnsrollen er sentrale faktorer som sammen kan definere journalistikken.

2.1.1 Journalistrollen

Journalistikk har eksistert helt siden mennesker anerkjente behovet for å dele informasjon om seg selv med andre. Journalistikken spiller en rolle i hvordan identitet skapes, ved å gjøre samtaler og overveielser mellom og blant mennesker selvstyrt (Wahl-Jørgensen & Hanitzsch, 2009: 3). Journalister må innta rollen som den uavhengige og interessefrie organisatoren av den medierte offentligheten. Dette er også beskrevet i Vær Varsom-plakaten, norsk presses etiske regelverk. Plakaten er forøvrig bindende for norske journalister, redaktører og utgivere. Klager blir behandlet av Pressens Faglige Utvalg, som er en paraplyorganisasjon for alle aktører i mediebransjen (Bjerke, 2011: 33). Dette fungerer som en selvjustis i bransjen, uten innblanding fra statlige myndigheter (så lenge man ikke bryter norsk lov) (Ottosen, 2004: 15).

I denne rollen ligger det et oppdrag. Journalister er «tildelt» et samfunnsoppdrag, der de skal formidle samfunnsinformasjonen (Bjerke, 2011: 208). Gjennom journalistikkens dagsorden- og portvaktfunksjon rapporterer journalistikken de kontraktsbrudd som begås av kontraktspartene. Dette kan for eksempel være å rapportere om samfunnsmessig urettferdighet. Det er da opp til borgerne å reagere på denne informasjonen (Sjøvaag, 2010: 45). Rune Ottosen (2004) har i boken *I journalistikkens grenseland* lett etter sentrale utviklingstrekk i fremveksten av journalistyrket. Ottosen forstår en journalistrolle som:

Et sosialt betinget sett av faglige standarder / yrkesetiske normer og sosiale atferdsmønstre som over tid skaper en kollektiv identitet. Denne identiteten har utviklet seg i spenningsfeltet mellom markedskreftenes objektive ytre rammebetingelser og journalistens subjektive ønske om å skape et kollektivt, faglig fellesskap (Ottosen, 2004: 21).

For å forstå fremveksten og utviklingen av journalistrollen har Ottosen (2004: 21-47) presentert det han kaller en *konfliktlinjemodell*. Denne modellen tar blant annet for seg avgrensingen av det journalistiske feltet i forhold til andre yrker/fag, kampen for journalistutdanning og teknologiske forutsetninger for utvikling av journalistikken. Dersom vi ser nærmere på teknologiske forutsetninger, har fremveksten av nye medier påvirket journalistikkens innhold. Det har også medført et vanskelig grenseskille mellom journalistikk og underholdning (Ottosen, 2004: 42). Gjennom å studere konfliktlinjene har han diskutert hvordan disse hver for seg har endret rammebetingelsene for utøvelse av journalistyrket (Ottosen, 2004: 23). Konfliktlinjemodellen er en måte å forstå den historiske utviklingen av journalistrollen (Ottosen, 2004: 21). Journalistrollen har utviklet seg gradvis, og blitt formet over tid. Etikken er dessuten en sentral faktor når man definerer premissene for

journalistrollen. Det er skapt en kollektiv yrkesrolle, men kan ikke defineres som en klassisk profesjon (Ottosen, 2004: 14-15).

2.1.2 Journalistikk – en semi-profesjon?

Det var først på begynnelsen av 1900-tallet at det startet en profesjonalisering av journalistikkyrket i den vestlige verden. Denne prosessen besto i første omgang av etablering av journalistiskoler, og utforming av etiske regler for journalistikken. Noen steder ble det også startet fagforeninger for journalister (Wahl-Jørgensen & Hanitzsch, 2009: 21).

Journalistakademiet, det første journalistutdanningstilbudet i Norge, kom i 1951. Denne utdanningen besto av korte kurs, og var organisert av bransjen. Det første årsstudiet i journalistikk i Norge ble etablert først i 1965, et relativt sent tidspunkt sammenlignet med andre vestlige land. I Australia for eksempel, ble den første skolen for journalistikk etablert i 1921. Utdanningen av journalister i Norge ble sett på som et viktig steg mot profesjonaliseringen av yrket (Bjørnsen, Hovden og Ottosen, 2009: 181). Journalistikk har i mange år vært et av de mest populære studiene i Norge, med høye karakterkrav for å komme inn. Det finnes mange måter å komme seg inn i bransjen, men det har blitt mer vanlig å ta journalistisk utdanning før man går inn i arbeidslivet som journalist. Selv om mange journalister har bakgrunn fra andre studier eller arbeidserfaring, spiller journalistutdanningen i dag en større rolle for fremtidens journalister (Bjørnsen, Hovden og Ottosen, 2009: 181). Selv om det ikke finnes en felles definisjon av en journalist, er det enighet i den internasjonale litteraturen om at det finnes en målsetting i alle land om en økt profesjonalisering av yrket (Splichal & Sparks, 1994: 4). I *Kunnskapsløftet* ble det understreket at utdanningsnivået blant norske journalister har økt. En av konklusjonene var at norske redaksjoner i større grad enn tidligere engasjerer seg i utdanningsspørsmål. Ut fra dette kan man konkludere med at det både er en positiv holdning og verdsetting til utdanning rundt om i medienorge. Dette støtter tanken om kompetanseheving og videreutdanning (Ottosen, 2004: 103-104).

The tendency is clearly that journalists are increasingly recruited to the industry through the J-schools (*Kunnskapsløftet*). This has the positive factor that it strengthens the professional identity and ethical level in the journalist community as a whole. A potential danger could be that the journalist profession as a whole becomes to conform and in the long run loses the individualists and nonconformists that have always provided the spice in the profession as a whole (Bjørnsen, Hovden og Ottosen, 2009: 188).

Som Bjørnsen, Hovden og Ottosen (2009) trekker frem, er det en tydelig tendens at journalister ofte blir rekruttert til bransjen gjennom journalistutdanningene. Dette skildrer en verdsetting av journalistutdanningen i bransjen. Til tross for dette, er det en generell

oppfatning at journalistikk som profesjon bør være åpen og rekruttere journalister med variert bakgrunn (Bjørnsen, Hovden og Ottosen, 2009: 188).

Forsøk på å definere journalistyrket som en profesjon faller som oftest gjennom, ettersom det ikke kreves noen obligatorisk utdanning for å utøve yrket (Ottosen, 2004: 96). Det kreves heller ikke noen formell autorisasjon for å utøve journalistikk. Journalistyrket passer altså ikke inn i den klassiske profesjonsteorien (Ottosen, 2004: 127-128). Ettersom journalist ikke er en beskyttet tittel, og at den generelle oppfatningen av journalistyrket er at det er best med et variert mangfold av journalister med hensyn til utdanningsbakgrunn og yrkeserfaring, blir journalistyrket ofte karakterisert som en *semi-profesjon*. En semi-profesjon mangler eksklusive preg av spesialkunnskap som for eksempel legeprofesjonen har (Ottosen, 2004: 125). Den sosiale konteksten i yrkesutøvelsen er trolig viktigere enn de formelle kriteriene som stilles i den klassiske profesjonssosiologien (Ottosen, 2004: 127).

Det finnes imidlertid land med strengere regulering av journalistyrket. I Danmark har lenge formell journalistutdanning i praksis vært obligatorisk for å kunne jobbe som journalist, mens Italia har krevd statelig godkjenning av journalister (Bjerke, 2011: 48-49). Bjerke viser til følgende definisjon av profesjonalisering: «strategier for å oppnå kontroll over en kunnskapsform som igjen kan benyttes til å etablere autonomi på og makt over et samfunnsmessig område» (Bjerke, 2011: 49). Dersom vi følger denne tankegangen hevder Bjerke:

[D]reier kampen for profesjonell makt og prestisje seg om å etablere et autonomt område og definere grensene for dette området av uavhengig skjønnsutøvelse – mot andre grupper, andre profesjoner andre institusjoner og offentligheten (Bjerke, 2011: 49).

Kampen om profesjonell makt for journalistikken dreier seg altså om å kunne skille ut og definere grensene for dette området. Med utgangspunkt i en slik forståelse av kampen om profesjonell makt, har journalistikk som profesjon hatt suksess de siste tiårene (Bjerke, 2011: 49-50). Et av de viktigste argumentene for profesjonell makt er at journalister er uavhengige (Bjerke, 2011: 62). En kan hevde at tilliten til kunnskapen som blir formidlet og anvendt er med på å legitimere en profesjonell praksis. Journalistikken må derfor overbevise opinionen om hvorfor akkurat den skal være i særposisjon til å formidle informasjon, altså legitimeringen av dens posisjon som «ekspertsystem» i samfunnet (Bjerke, 2011: 70). Journalistikken må med andre ord, for å oppnå en vellykket profesjonalisering, bygge opp tillit hos publikum, og legge til grunn hvorfor akkurat den skal ha sin posisjon og samfunnsmakt (Bjerke, 2011: 70).

2.2 Journalistikkforskning

Journalistikkforskning er et raskt-voksende felt innenfor medier og kommunikasjon, og flere medieforskere identifiserer seg i dag som journalistikkforskere (Wahl-Jørgensen & Hanitzsch, 2009: 4). Etter at journalistikkforskning har utviklet seg til å bli et eget særegent felt innenfor det bredere området medie- og kommunikasjonsforskning, har det produsert sin egen form for teori og litteratur som er knyttet til journalistikk som forskningsfelt. På mange måter kan man se på journalistikkstudier som både et nytt og gammelt felt. Mange forskere hevder at det vitenskapelige arbeidet i feltet startet på begynnelsen av 1900-tallet - på samme tid som journalistikk som profesjon startet å vokse. Andre hevder at feltet kan spores helt tilbake til midten av 1800-tallet (Wahl-Jørgensen & Hanitzsch, 2009: 4). Fra 1970-tallet og frem til 1980 utviklet journalistikkforskningen seg til å ligne mer på sosiologisk forskning, noe som har blitt beskrevet som et sosiologisk vendepunkt for journalistikkforskningen. Først på 1990-tallet ble det etablert en mer global, komparativ forskertradisjon. På grunn av politiske endringer og nye teknologier kunne journalistikkforskere over hele verden samarbeide og dele sin forskning (Wahl-Jørgensen & Hanitzsch, 2009: 6). Dette vendepunktet har trolig vært avgjørende for journalistikk som eget forskningsfelt innenfor medie- og kommunikasjonsforskning, ettersom det ble etablert egen forskertradisjon som kunne avgrense feltet.

Forholdet mellom journalistikkforskning, journalistikk som yrke og journalistikkutdanning har ikke alltid vært enkelt. Journalistikkforskere befinner seg i skjæringsfeltet mellom academia, journalistikken som praksis og bransje, og dette involverer grupper med forskjellige utgangspunkt og interesser: journalister, journalistikklærere og journalistikkforskere. Zelizer (2009) forklarer denne konflikten med følgende ord:

[J]ournalists say journalism scholars and educators have no business airing their dirty laundry; journalism scholars say journalists and journalism educators are not theoretical enough; journalism educators say journalists have their heads in the sand and journalism scholars have their heads in the clouds (Zelizer, 2009: 31).

Journalister, journalistikkforskere og journalistlærere deler en felles interesse for fagfeltet og en felles bekymring for journalistikkens vilkår og fremtid, men innen de ulike gruppene er det mange som mener at 'de andre' ikke klarer å forstå hva som er mest viktig med journalistikken (Zelizer, 2009: 31).

2.2.1 Journalistikkforskning i dag

Studiet av journalistikk er i dag et mangfoldig forskningsfelt. Bredden har blitt påvirket og formet av ulike nasjonale tradisjoner, med stor innflytelse fra humaniora og sosiologi (Wahl-Jørgensen & Hanitzsch, 2009: 7). Målet med journalistikken er på mange måter å rapportere fra virkeligheten utenfor mediene, og den er forpliktet til å rapportere om ny informasjon, enten det er faktiske hendelser eller meningsbasert. Journalistikk kan på sitt beste være et bidrag til demokratiet, og formidler ofte kunnskap leseren ikke vet noe om. På grunn av dette trenger vi folk som kan formidle denne informasjonen, og gjøre den forståelig for allmennheten. Journalistikken har også som mål å fortelle folk om hva som skjer i det politiske bildet, samt andre samfunnsmessige områder. Produktet journalister produserer har et gjenkjennelig format og er utformet med en redaksjonell identitet (Conboy, 2013: 2).

Karin Wahl-Jørgensen og Thomas Hanitzsch (2009) påpeker at journalistikkforskere må begynne å fokusere på hva som foregår i mindre glamorøse arbeidsmiljø, eller andre lite studerte områder i journalistikken. Med dette mener de at forskere ofte tar for seg hva som skjer i de store fjernsyns- og avisredaksjonene, ofte nasjonalt. Tekstanalyser fokuserer ofte på store begivenheter eller katastrofer, eller nyheter produsert av de største massemediene. Wahl-Jørgensen og Hanitzsch foreslår derfor at forskerne bør interessere seg mer for hva som skjer utenfor de største mediebedriftene og redaksjonene (Wahl-Jørgensen & Hanitzsch, 2009: 12). Journalistikkforskere bør dessuten gjøre flere studier som kan spore endringer i journalistikken over tid. En slik tilnærming vil gjøre det mulig å analysere journalistikk i sin historiske og kulturelle kontekst (Wahl-Jørgensen & Hanitzsch, 2009: 14).

Barbie Zelizer (2004) har i boken *Taking Journalism Seriously* diskutert, som vi ser i tittelen, at vi må ta journalistikken på alvor. Hun foreslår at forskere på nytt må vurdere hva journalistikk er, og reflektere over hvorfor de ser på journalistikken som de gjør. Zelizer har her sett på forskning av journalistikk innenfor ulike felt, og ut fra dette vist at journalistikken trenger mer forskning. Hun trekker også frem at journalistikkforskere har vært altfor fastlåste i sine egne fagområder. Med et kritisk blikk har Zelizer tatt for seg forskning av journalistikk innenfor filosofiske, sosiologiske, politiske, lingvistiske og kulturelle forskningsfelt. Zelizer mener at det med den nåværende disiplinen kommer et varseltegn for de som interesserer seg for journalistikkforskningen. Dersom forskningen skal reflektere over journalistikken med større resonans enn den har gjort tidligere, nødvendigvis gjør dette et mer tverrfaglig fokus (Zelizer, 2004: 206). Det er et behov for et mer direkte og omfattende samarbeid på tvers av de ulike feltene. Ulike innfallsvinkler er nødvendig ettersom journalistikk fremdeles er et

svært uferdig forskningsfelt, men også fordi det ikke er noen oversikt over alt som er forsket på (Zelizer, 2008: 38). Journalistikk kan på mange måter forstås som noe som former vår identitet i samfunnet (Wahl-Jørgensen & Hanitzsch, 2009: 3). Dersom journalistikk spiller en så sentral rolle i samfunnet, vil forskningen være viktig for å kunne forstå samtidskulturen. Mye av den forskningen som er gjort omfatter bare en liten del av journalistikken (Zelizer, 2004: 6). Journalistikken bærer nok preg av at det er et forholdsvis ferskt og stadig utviklende forskningsfelt. Forskningen trenger også å bli sett fra ulike faglige perspektiver. Det er ingen tvil om at journalistikken har et hav av områder som trenger oppmerksomhet i forskningen.

Lisbeth Morlandstø (2012) har gjort en studie på hva journalistikkforskningen i Skandinavia handler om. I artikkelen *Hva handler journalistikkforskningen om?* som er publisert i Norsk medietidsskrift, har hun gjort en kvantitativ innholdsanalyse av nærmere 1000 forskningspublikasjoner i Norge, Sverige og Danmark i perioden 1995-2009.

Morlandstø har blant annet sett på innholdet i forskningen, hvilke medier som har vært i fokus, samt hvilke metoder som blir brukt når det forskes på journalistikk.

Journalistikkforskningen i Skandinavia har, som Morlandstø viser til, vokst betydelig de siste årene, med stadig økt fokus på en akademisering av faget hvor journalistutdanningene er blitt forskningsbasert (Morlandstø, 2012: 291-292). Dette kan tolkes som at de tradisjonelt sett praksisorienterte journalistutdanningene har utviklet seg mer i retning av utdanninger med vekt på forskningsbasert kunnskap, som igjen har ført til en overordnet teoretisering av journalistikkfaget. I studien kommer det frem at det i Norge har blitt forsket mest på «journalistiske fagområder», «journalistisk innhold» og «journalistisk praksis». Når det forskes på «journalistisk innhold» i Norge er temaene internasjonale forhold, politikk, og kriminalitet mest populære, mens sport, kjendis, helse og økonomi har ikke like stor dominans. For «journalistiske fagområder» har sjanger, etikk, samfunnsoppdraget og kilder fått mest oppmerksomhet, mens språk, metode og bilde/foto er mindre dekket (Morlandstø, 2012: 297-301). Morlandstø kom frem til at vi i Norge forsker mest på aviser, som utgjør 33 prosent av den mediale forskningen. Radio og TV (13 prosent), og nettmedier (6 prosent) er mindre dominerende mediale forskningsobjekter. Til slutt presenterer Morlandstø en oversikt over hvilke metoder vi forsker på i Norge i perioden 1995-2009. Kvalitative metoder (42 prosent) dominerer. Kvantitative metoder (23 prosent) er også mye brukt. Det kommer også frem at 20 prosent bruker både kvalitative og kvantitative metoder når det forskes på journalistikk (Morlandstø, 2012: 303-305). I oppsummeringen peker Morlandstø på blant annet at hendelser i samfunnet som får stor oppmerksomhet i media også påvirker

journalistikkforskningen. Hun trekker frem at det er overraskende at det fortsatt er så mye fokus på avisforskningen fremfor nye medier (Morlandstø, 2012: 306-307). Det vil være interessant å se i hvilken grad funnene til Morlandstø samsvarer med mine funn blant forskningen som er gjort på master og hovedfag i journalistikk. Ettersom hennes undersøkelse ble avsluttet i 2009, vil analysen min fra perioden 2011-2013 gi et bilde av hvilke medietyper som har blitt mer eller mindre populære forskningsobjekt som følge av tiden som har gått. Hun pekte som nevnt på at fokus på avisforskning fremdeles er stor, mens at nye medier har fått mindre oppmerksomhet. Om noe har endret seg, dersom man tar utgangspunkt i masterstudenters journalistikkforskning, skal jeg komme tilbake til senere.

2.2.2 Kandidatundersøkelse fra 2008

Bortsett fra kvalitetsrapporter for masterprogrammet i journalistikk i Oslo, som går mer i dybden av søkertall, finnes det ingen systematisk undersøkelse som er rettet mot forskningsbidrag og erfaringer med masterprogrammet. I 2008 ble det imidlertid gjort en kandidatundersøkelse av blant andre masterstudenter i medievitenskap og journalistikk for å kartlegge kandidatenes suksess på arbeidsmarkedet. Denne undersøkelsen ble gjennomført av Trine Syvertsen (2010), og ble publisert i Norsk medietidsskrift med tittelen *Medieviternes suksess*. Til tross for at det bare var 14 masterstudenter i journalistikk som besvarte kandidatundersøkelsen, var dette en høy andel av de som faktisk hadde gått ut som journalistkandidater i perioden 2005-2007. Som Syvertsen viser til: «det kan være verdt å tegne et tentativt bilde også av disse kandidatene» (Syvertsen, 2010: 74). I undersøkelsen kommer det frem at over halvparten har fast jobb, og alle er tilfreds med nåværende yrke. 90 prosent mener yrket er relevant i forhold til utdanningen. Dette skildrer at mange uteksaminerte masterstudenter i journalistikk opplever arbeidslivsrelevans i forhold til utdanningen, og at mange er i fast jobb. Ingen av kandidatene mener de ligger karrieremessig foran jevnaldrende. Det er også verdt å merke seg at bare 58 prosent mener utdanningen gir kompetanse arbeidslivet etterspør, da det er ønskelig at dette tallet skulle vært høyere. Dette er statistikk som alltid vil være varierende for en utdanning som potensielt kan uteksaminere studenter med ulike karriereønsker. Likevel er 92 prosent fornøyd med utdanningen. Litt over halvparten av kandidatene jobber med redaksjonelt og journalistisk arbeid, mens litt under halvparten jobber med undervisning og forskning (Syvertsen, 2010: 74).

Undersøkelsen har relevans for min egen studie, ettersom kandidatundersøkelsen fra 2008 viser at mange masterstudenter i journalistikk er fornøyd med utdanningen og opplever en arbeidslivsrelevans. Dette er spørsmål jeg også stiller til mine egne informanter.

3 Data og metodevalg

Det er viktig at metodevalg gjøres i forhold til det man ønsker å undersøke. Mange problemstillinger kan løses ved hjelp av tallfesting og beregninger, altså kvantitative metoder, mens andre løses best ved hjelp av kvalitative metoder (Gentikow, 2005: 35). For å kartlegge og analysere uteksaminerte masterstudenters erfaringer med studiet, arbeidslivsrelevans, karrierevalg, samt forskningsmessig bidrag, har jeg valgt å bruke to metoder til å samle inn data. Gjennom kvalitative intervjuer med ni uteksaminerte master- og hovedfagstudenter i journalistikk, og en kvantitativ innholdsanalyse av 104 master- og hovedfagsoppgaver i journalistikk, skal dette gi en oversikt for å belyse problemstillingene.

En skiller mellom kvantitative og kvalitative metoder, som begge er forankret i samfunnsvitenskapelig metodelitteratur. Kvantitative metoder forholder seg til data som kan kategoriseres, og legger spesielt vekt på at dataene kan forstås som en mengde - altså data som kan tallfestes. Kvalitative metoder forholder seg til data i form av lyd, bilde og tekster, og krever fortolkning av dataene, med andre ord data som ikke kan kvantifiseres (Johannessen, Tufte og Christoffersen, 2010: 99).

3.1 Kvalitative intervjuer

Den mest brukte metoden til å samle inn kvalitative data er forskningsintervjuet. Denne fleksible metoden gjør det mulig å få detaljerte beskrivelser og kan brukes omtrent overalt (Johannessen, Tufte og Christoffersen, 2010: 135). Man kan definere kvalitative intervju som samtaleintervju, og målet med slike samtaler er å hente informasjon eller å bli informert av intervjuobjektet, fremfor å måle forhåndsbestemte variabler (Østbye, m.fl, 2007: 98). Steinar Kvale (2001) forklarer målet med følgende ord:

Det kvalitative forskningsintervjuet forsøker å forstå verden fra intervjupersonens side, å få frem betydningen av folks erfaringer, og å avdekke deres opplevelser av verden, forut for vitenskapelige forklaringer (Kvale, 2001: 17).

Den kvalitative tilnærmingen fokuserer på opplevelsesdimensjonen fremfor beskrivelser av de forholdene personene lever under. En ønsker med kvalitative tilnærminger å få innsikt i hvordan personen opplever det du forsker på (Dalen, 2004: 17).

Jeg har valgt å belyse problemstillingen (jfr. punkt 1.2.1) som tar for seg hvordan studentene vurderer betydning og relevansen av denne masterutdanningen for deres nåværende yrker, gjennom kvalitative intervjuer med uteksaminerte master- og

hovedfagstudenter i journalistikk. Gjennom intervjurundene med de utvalgte informantene vil det i tillegg bli stilt spørsmål direkte knyttet til den enkeltes master- eller hovedfagsoppgave. Presentasjon av den kvantitative analysen skal jeg komme tilbake til litt senere. Målet med intervjuene er å kartlegge informantenes erfaringer med masterprogrammet i journalistikk, deres opplevelse av arbeidslivsrelevans og studiets betydning for karrierevalg, samt synspunktene på eget forskningsmessig bidrag. Fordelene med kvalitative intervju er blant annet mulighetene til å innhente informasjon en ellers kan ha vansker med å få tilgang til, kartleggingen av prosesser og sosiale relasjoner, samt at man kan få kommentarer og bekreftelser/avkreftelser på det forskeren lurer på (Østbye m.fl, 2007: 98).

Jeg fikk gjennom intervjuene muligheten til å få kommentarer på temaer det ville vært vanskelig, om ikke umulig, å måle kvantitativt. En av utfordringene med kvalitative intervju er solidariteten med informantene. Dersom forskeren er sterkt berørt av temaet det forskes på er solidaritetsproblemer særlig aktuelt, og kan få en betydning ved både tolkning og formidling av data. Informantene blir gjerne spurt om opplevelser og erfaringer med noe de ellers sjeldent blir bedt om å uttale seg om. Deretter skal forskeren tolke og bearbeide materialet. Konflikten kan oppstå i formidlingen av forskningsresultatene. Det kan være vanskelig å vurdere hva som bør og må formidles, og hva som ikke blir formidlet. Resultatene til forskeren kan bli oppfattet som ugjenkjennelig og utfordrende for informanten (Dalen, 2004: 23-24). Selv om temaene som ble diskutert i forbindelse med forskningsintervjuene for denne oppgaven ikke hadde noen klare solidaritetsproblemer, er det viktig å ha i bakhodet hvordan man fremstiller informasjonen man henter fra intervjuene. Man ønsker ikke å komme i konflikt med informantene, og kan unngå dette ved å sende sitatsjekk i etterkant. Som nevnt innledningsvis kunne et alternativ til de kvalitative intervjuene vært en spørreundersøkelse for master- og hovedfagsstudentene, og var også planen i startfasen av prosjektet. Dette måtte skrinlegges grunnet det omfattende arbeidet en innsamling av kontaktinformasjonen ville medføre. En spørreundersøkelse ville imidlertid gitt et mer allmenngyldig bilde av studentenes erfaringer med masterprogrammet, samt arbeidslivsrelevans og karrierevalg, enn det kvalitative intervjuer av et mindre utvalg gjør, gitt at svarprosenten er høy. Ettersom dette ikke lot seg gjøre ble det gjort en vurdering av alternativt metodevalg, og jeg falt da på kvalitative intervjuer.

3.1.1 Utvalg

Med utgangspunkt i DUO utarbeidet jeg først en liste over alle med mastergrad eller hovedfag i journalistikk i perioden 2002-2013. Det var litt vanskeligere enn forventet fordi noen oppgaver var listeført under medievitenskap, mens enkelte navn som veileder hadde oversikt over fortsatt manglet i dette digitale arkivet.

Når jeg hadde en ajourført oversikt over disse studentene, samt temaene for deres oppgaver, forsøkte jeg med ulike kilder (tidligere studenter, veileder, studieveileder ved IMK, IMKs hjemmeside der det fantes noen intervjuer med tidligere studenter) å skaffe meg informasjon om et utvalg av disse studentene med hensyn til yrkeskarriere etter eksamen. En rask opptelling av kjønn blant de uteksaminerte studentene viste at 74 oppgaver var skrevet av kvinner, og 30 var skrevet av menn. Dette viser at master i journalistikk er en kvinnedominert utdanning. Mot denne bakgrunnen begynte jeg å ta kontakt med tidligere hovedfags- og masterstudenter etter følgende retningslinjer: jeg ville intervju flere kvinner enn menn, og ha informanter som hadde skrevet ulike typer av oppgaver, samt valgt ulike karriereveier etter eksamen. Poenget var å dekke dette mangfoldet best mulig. Jeg utarbeidet da en liste over hvem jeg skulle kontakte. Flesteparten samtykket umiddelbart til å være informant. Bare én unnlot å svare på min henvendelse, mens resten ønsket å stille opp. Mitt intervjuutvalg ble til slutt syv kvinner og to menn, og er derfor tydelig kvinnedominert, noe som skildrer virkeligheten av kjønnsfordelingen på master og hovedfag i journalistikk. Yrkene til intervjuobjektene kan deles inn i tre: jobber i mediehus (journalister og redaktører), informasjons- og kommunikasjonsrådgivere, og universitets- og høgskolelærere. Denne fordelingen av yrker er ikke tilfeldig, og viser på mange måter at de karrieremulighetene som ble presentert tidligere er gjeldende. Til den kvalitative studien intervjuet jeg til sammen ni¹⁰ uteksaminerte studenter som enten har tatt hovedfag eller mastergrad i journalistikk:

1) Anne Karin Sæther: Spesialkonsulent i kommunikasjonsavdelingen i Utdanningsforbundet. Uteksaminert i 2007. **Masteroppgave:** *Rapporter fra bakgården: norsk pressedekning av Latin-Amerika fra 1902 til 2002*

2) Gunhild Ring Olsen: Høgskolelektor ved Høgskulen i Volda. Uteksaminert i 2004. **Hovedfagsoppgave:** *Vikarkarusellen: om hvordan vikarers arbeidsforhold utfordrer den klassiske journalistrollen.*

¹⁰ To av informantene har gjort en praktisk-teoretisk oppgave, mens resten valgte den teoretisk/empiriske analyseoppgaven.

3) Jade Josefine Nordahl: Presseansvarlig i NRK. Uteksaminert i 2009. **Masteroppgave:** *Waves of democracy: contemporary exile journalism: a case study of The Democratic Voice of Burma.*

4) Kristiane Larssen: Journalist i D2. Uteksaminert i 2009. **Masteroppgave (praktisk-teoretisk):** *Medmenneske først, journalist etterpå?: en praktisk-teoretisk studie av konfliktsonene i den litterære journalistens møte med sårbare kilder og deres privatsfære.*

5) Lén-Veronica Kongerud: Kommunikasjonsrådgiver ved Institutt for Samfunnsforskning. Uteksaminert i 2013. **Masteroppgave (praktisk-teoretisk):** *Fortelle eller fortrylle? Utfordringer i produksjonen av reisejournalistikk.*

6) Tom Erik Thorsen: Journalist og politisk redaktør i avisen Varden (Skien). Uteksaminert i 2010. **Masteroppgave:** *Lite land stort hjerte: en analyse av mediedekningen av Norge i FNs Sikkerhetsråd 2001-2002.*

7) Trond Idås: Rådgiver i Norsk Journalistlag. Uteksaminert i 2010. **Masteroppgave:** *Journalistene og tsunamien: ekstreme inntrykk - men dilemmaene stresset mest.*

8) Turid Borgen: Førsteamanuensis ved Universitetet i Stavanger og PhD-student ved Stockholms universitet. Uteksaminert i 2007. **Masteroppgave:** *Journalistrolle i endring: en analyse av konvergens og flermedial praksis i mediehusene Bergens tidende og NRK Hordaland.*

9) Velaug Hobbestad Sælid: Journalist og redaksjonssekretær i Klassekampen. Uteksaminert i 2011. **Masteroppgave:** *Å være der, eller ikke være der: en analyse av korrespondentrollen i en digital og globalisert mediehverdag.*

3.1.2 Intervjuguide, operasjonalisering

Overgangen fra problemstillingen til begreper som brukes i den empiriske undersøkelsen, som her gjelder de tema og spørsmålene informantene skal bli spurt om, kalles *operasjonalisering* (Østbye, m.fl, 2007: 26). Det er derfor viktig å utforme spørsmålene så forståelige som mulig. Denne studien tar for seg studenter som kjenner til både teori og begreper som kan være relevant å diskutere, noe som legger til rette for en faglig informert samtale.

Operasjonaliseringen av problemstillingen gjaldt her å gjøre klart hvilke områder som skulle diskuteres, samt hvilke spørsmål det skulle stilles til informantene. I forbindelse med dette utformet jeg en *intervjuguide*¹¹. En slik guide er en grov skisse over de viktigste emnene man ønsker å diskutere med informanten, og skal samsvare med problemstillingen. Intervjuguiden

¹¹ Se vedlegg 2, Intervjuguide

kan enten inneholde rekkefølgen av emnene eller ordlyden av spørsmålene. Dette kjennetegner den kvalitative metodens fleksibilitet, at en ikke er låst til spørsmålene og at intervjuet fremstår som en samtale. Intervjuguiden gir struktur til samtalen ved at den sikrer fokus og grenser, men den tillater også spontane spørsmål og en dynamisk interaksjon med informanten. Det er derfor viktig at en som intervjuer finner en balanse mellom spontanitet og strukturering. Selve intervjuguiden ser med første øyekast ikke veldig komplisert ut, men krever nøye vurdering på forhånd. En må planlegge hvilke temaer informanten skal svare på, hva som er hovedfokus, samt oppbyggingen av intervjuet. Det er likevel rom for å kunne endre på rekkefølgen av spørsmålene. For en uerfaren intervjuer i forskningssammenheng, kan det være lurt å notere ned konkrete spørsmål, selv om en god forskningssamtale ikke bør være basert på en liste av bare forhåndsbestemte spørsmål (Gentikow, 2005: 88-89). Jeg benyttet meg av dette.

Mine intervjuer kan karakteriseres som semi-strukturerte, ettersom jeg utarbeidet en intervjuguide med forhåndsbestemte spørsmål, med mulighet til å komme med innspill og stille oppfølgingsspørsmål (Østbye m.fl, 2007: 100). Underveis i samtalen tok jeg hele tiden utgangspunkt i intervjuguiden, men kom ofte med innspill som var relevant for intervjuet. Dette kunne enten være på bakgrunn av svaret til informanten, eller min oppfattelse av hvilken informasjon intervjuobjektet kunne sitte inne med. Det var derfor viktig at jeg hele tiden fulgte nøye med på svarene og samtalens utvikling, som kunne gi nye interessante innspill til samtalen. Målet med samtalen var å ha en dialog med en hensikt; at vi fikk diskutert oss gjennom tema jeg ønsket å fokusere på. Intervjuguiden fungerte derfor som et godt hjelpemiddel til å opprettholde en god interaksjon med informantene, uten at jeg ble låst til de forhåndsbestemte spørsmålene.

3.1.3 Pilotstudie

For å unngå feil ved studien og for store justeringer er det lurt å gjennomføre en test av det kvalitative intervjuet. Dette kan gjøres ved å gjennomføre en *pilotstudie* (Gentikow, 2005: 81). Jeg valgte å gjøre en teststudie av selve intervjuguiden i samarbeid med medstudenter. Ideelt sett burde jeg ha gjort en pilotstudie i forhold til informantgruppen, men ettersom tiden var knapp, valgte jeg den nevnte løsningen. I en pilotstudie kan en ofte avdekke i hvilken grad spørsmålene er åpne nok, eller om spørsmålene er for ledende og gir rom for å svare ja/nei (Gentikow, 2005: 81). Fordelen med å gjennomføre en slik test av intervjuguiden er at en altså får gjort justeringer og kan avdekke mangler ved studien. Forskere med liten eller ingen

erfaring kan ofte ende opp med å begå feil, og bør derfor øve seg før en går i gang med selve intervjuprosessen (Gentikow, 2005: 82). Jeg gikk sammen med to medstudenter hvor vi intervjuet hverandre. Ettersom disse var masterstudenter i journalistikk, var dette en god øvelse for meg fordi jeg senere skulle intervju nettopp uteksaminerte masterstudenter i journalistikk. Jeg oppdaget fort at lengden på intervjuet ikke ble for langt, testintervjuene varte mellom 30-60 minutter. I tillegg fant jeg det nødvendig å gjøre noen justeringer rundt formuleringene og oppbyggingen av intervjuet, sistnevnte for å ha en mer logisk kronologi i samtalen. Det kreves en viss erfaring for å bli en god intervjuer. Evnen til å lytte og vise genuin interesse for det informantene forteller er svært viktig (Dalen, 2004:37). Jeg har erfaring med kvalitative intervju fra tidligere gjennom min tid som journalist, men ikke i forskningsmessig sammenheng, noe som gjorde pilotstudien til en nyttig test. De manglene jeg oppdaget i pilotstudien hadde ikke nødvendigvis resultert i grove feil i selve intervjusituasjonen med informantene, men det var nyttig for å lage en godt utformet intervjuguide, samt jeg fikk øve meg på hvordan intervjusituasjonen ville bli.

3.1.4 Gjennomføring

Før man starter et kvalitativt intervju er det viktig å gjøre rede for følgende overfor informanten: hvem du er, hvorfor du er der, hva du vil, hva materialet skal brukes til, hva du ikke kan love eller gi, samt hvordan tilbakeføringen og publiseringen skal skje (Dalen, 2004: 40). Dette ble det informert om både i forkant av intervjuet og i intervjusituasjonen. I tillegg er det noen andre hensyn man må ta som forsker. Det er viktig at informanten føler seg trygg i intervjusituasjonen, særlig dersom intervjuet krever mye refleksjon fra informanten (Østbye, m.fl, 2007: 101). Å lytte og la informantene fortelle er nødvendige forutsetninger for at en skal lykkes som intervjuer (Dalen, 2004: 37). Dette var noe jeg hadde tenkt godt gjennom før jeg startet intervjuene. Jeg arrangerte personlige intervjuer med alle informantene som bodde i Oslo, enten på arbeidsstedet til informanten eller lunsjsteder nært arbeidsplassen deres. Noen av informantene bodde andre steder i Norge, og for disse valgte jeg å gjennomføre intervjuene over Skype. Dette var ingen drømmesituasjon, da Skype-intervju er noe upersonlig. Jeg føler likevel at jeg fikk god kontakt med de informantene dette gjaldt, og fikk trolig like mye ut av disse intervjuene som intervjurundene ellers. I og med at intervjuene ble gjennomført i arbeidstiden til informantene var effektivitet viktig. Lengden på intervjuene varierte, men ingen varte lenger enn 60 minutter. Intervjuene var preget av at informantene hadde liten tid, og derfor måtte samtalen effektiviseres. Dette kan ha en klar ulempe, da det kan svekke

muligheter for den dype samtalen. Det var vanskelig å organisere intervjurundene til utenfor arbeidstiden, ettersom det var informantenes ønske at de ble gjennomført i dette tidsrommet.

Det er viktig å dokumentere hva som blir sagt i det kvalitative intervjuet, og den vanligste metoden er å ta opp intervjuet (Østbye, m.fl, 2007: 103). Intervjuene ble tatt opp med båndopptaker etter samtykke fra intervjuobjektene. Fordelen med dette er at jeg da kunne transkribere intervjuene, istedenfor å notere for hånd, som trolig hadde resultert i mindre nøyaktighet. Transkriberingen ble gjennomført etter hvert enkelt intervju, mens jeg fremdeles hadde intervjuet friskt i minne.

3.1.5 Etske perspektiver

I empirisk feltforskning oppstår det noen etiske problemstillinger, fordi det som forskes på berører mennesker (Johannessen, Tufte og Christoffersen, 2010: 89-90). I forkant av undersøkelsen skal forskeren derfor innhente det informerte samtykket med informantene. Det skal opplyses om hva forskeren skal undersøke, at informantene er villig til å stille opp, samt at informantene kan trekke seg fra undersøkelsen når som helst (Gentikow, 2005: 64). I informasjonsskrivet jeg sendte ut til informantene i forkant av de kvalitative intervjuene opplyste jeg om disse punktene, slik at informantene kunne ta stilling til om de ønsket å stille opp til intervju eller ikke. Ettersom prosjektet gjaldt datainnsamling av personopplysninger, som i dette tilfellet tok for seg intervjuobjekt med fullt navn, bakgrunnsopplysninger og andre personentydige kjennetegn, er prosjektet meldepliktig til Personvernombudet for forskning¹². For å få godkjenning måtte jeg fylle ut meldeskjema, som ble godkjent av Personvernombudet for forskning/NSD. På bakgrunn av at dette er en studie om uteksaminerte hovedfag- og masterstudenter og deres holdninger og meninger om blant annet utdanningen, karrierevalg og deres master- eller hovedfagsoppgave, ble det bestemt å ikke anonymisere informantene. Ettersom alle oppgavene er tilgjengelig på Internett, samt utsagnene fra intervjuene enkelt kan kobles opp mot disse oppgavene, var det ikke aktuelt å behandle opplysningene konfidensielt. Dette ble informantene opplyst om.

Det er viktig å være lojal overfor informantene. Forskeren bør ikke utlevere sensitive opplysninger eller fremstille informantene negativt. Noen ganger kan dette medføre en konflikt mellom informantene og forskeren, da informantene ofte ønsker å få lese intervjuene før de analyseres, og ønsker endringer i utsagn. Som forsker er det problematisk å tie om

¹² Personvernombudet for forskning, *Opprett nytt skjema*. Internett. Hentet 1. november 2013. Tilgjengelig fra: <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeskjema>

viktige funn som stiller informantene i dårlig lys (Gentikow, 2005: 66). Jeg valgte å tilby sitatsjekk overfor informantene, slik at det ikke skulle oppstå lojalitetsproblemer og uenigheter i ettertid. Det er derfor viktig å informere om hvordan informanten kan ta kontakt, samt prosjektets videre forløp etter at intervjuet er ferdig (Østbye, m.fl, 2007: 102). Åtte av ni informanter ønsket sitatsjekk. Sitatene ble sendt på e-post, og medførte noen endringer som følge av misforståelser. Dette demonstrerer viktigheten av å følge opp med sitatsjekk, da ens tolkning av utsagn ikke alltid stemmer med det budskapet som er ment å formidles.

3.2 Kvantitativ innholdsanalyse

Kvantitativ innholdsanalyse er systematisk og objektiv dataregistrering og analyseteknikker, hvor innholdet skal beskrives kvantitativt, altså som en mengde. Med «systematisk» mener man forhåndsbestemte regler for hvordan materialet skal behandles. Som forsker er det også viktig å unngå å påvirke bearbeidingen av materialet. Variablene og kategoriene bør ha presise beskrivelser, slik at materialet er overførbart til andre prosjekter, men også for at en skal kunne komme frem til samme resultat. Med «kvantitativt» mener man en tallmessig beskrivelse av materialet, og ved hjelp av variabler og kategorier kan en måle kvalitative egenskaper ved tekstene (Østbye, m.fl, 2007: 210). Som forsker kan en ved hjelp av kvantitativ innholdsanalyse analysere medieinnhold og beskrive mønstre og utviklingstendenser i tekstene. I tillegg kan forskeren sammenligne innholdet med den virkelige verden, og trekke slutninger utfra dette (Østbye, m.fl, 2007:211).

Fordelen med kvantitativ innholdsanalyse er at forskeren effektivt kan analysere et stort tekstmateriale, og metoden åpner for å gå tilbake i tid, da en ikke er bunden til å observere situasjoner i samtiden eller få informasjon fra mennesker (Østbye, m.fl, 2007: 209). Ettersom mitt tekstmateriale var på 104 oppgaver kunne jeg ved hjelp av kvantitativ innholdsanalyse effektivt analysere utvalget.

3.2.1 Analysematerialet

Til den kvantitative innholdsanalysen har jeg tatt for meg samtlige master- og hovedfagsoppgaver i journalistikk som er tilgjengelig på Digitale Utgivelser ved UiO. Dette gjelder altså alle oppgaver i perioden 2002-2013. For å kunne bearbeide datamaterialet i en

kvantitativ innholdsanalyse må man definere *enheter*¹³, *variabler*¹⁴ og *variabelverdier/kategorier*¹⁵ (Østbye, m.fl, 2007: 213). Enhetene for den kvantitative innholdsanalysen er 104 master- og hovedfagsoppgaver.

Det er nøye vurdert hvilke variabler som analyseres. Operasjonaliseringsprosessen startet med at jeg leste gjennom hele analyse materialet og sorterte det etter årstall. Dette ga meg oversikt over hva materialet kunne gi svar på i forhold til det jeg forsker på, og jeg valgte deretter ut de begrepene som skulle brukes i den empiriske undersøkelsen.

3.2.2 Enheter, variabler og variabelverdier

Til å belyse problemstillingen (jfr. punkt 1.2.2) har jeg valgt ut variablene *metode*, *medietyper*, *tema* og *temaets geografiske lokalisering*. Analysen av oppgavens tema er først og fremst gjort for å gi et bilde av hva oppgavene har hatt å si for journalistikkforskningen, med andre ord hvilke områder av journalistikken som studentene har undersøkt og forsket på. Videre er det analysert hvilke metoder som oftest går igjen når man har forsket på journalistikk. I tillegg har jeg sett på hvilke medietyper som har blitt analysert i journalistikkforskningen når det gjøres innholdsanalyser. Jeg opprettet et kodeskjema for de fire variablene og deres verdier eller kategorier.

Analyse av metoder

Til å gjøre rede for hvilke *metoder* som er brukt i de 104 master- og hovedfagsoppgavene, har jeg valgt å systematisk telle alle metodene som har forekommet i oppgavene. Metodevariabelen har fått følgende verdier:

- Intervjustudier
- Diskursanalyse og andre kvalitative tekstanalyser
- Kvantitativ innholdsanalyse
- Survey

¹³ «Problemstillinger uttrykker vanligvis *hvem* forskeren ønsker å vite noe om, og disse betegnes som *enhetene* i undersøkelsen» (Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2010: 239).

¹⁴ «En variabel er en spesifikk egenskap eller et kjennetegn ved enhetene som varierer med forskjellige *verdier*» (Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2010: 249).

¹⁵ «Verdier kan også betegnes som kategorier» (Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2010: 249).

→ Observasjon

→ Kvalitativ bildeanalyse

Dersom en oppgave har tatt for seg flere enn én metode, er alle metodene registrert. For eksempel, har det blitt brukt både kvalitative intervju og kvantitativ innholdsanalyse har begge verdiene økt med én. Det betyr at antall registrerte metoder er høyere enn antall oppgaver. En annen måte å gjøre dette på kunne vært registrering av hver enkelt oppgave etter hvilke metoder som er brukt. Jeg valgte å dele inn metodene etter mer spesifikke kvalitative og kvantitative metoder, for å kunne presentere hvilke metoder som faktisk er brukt. En kvalitativ metode sier lite om hvilken metode som er brukt, annet enn at en kan utelukke kvantitative tilnærminger.

Analyse av medietyper

Analysen av medietypene er begrenset til master- og hovedfagsoppgaver der det er brukt innholdsanalyse som metode til å belyse problemstillingen. Variabelen *medietyper* ble gitt fem verdier:

→ Avis

→ Magasin- og ukepresse

→ Nettmedier

→ Fjernsyn

→ Radio

Med "avis" menes det her papiraviser. "Magasin- og ukepresse" omhandler periodiske publikasjoner som kommer i form av magasin eller ukeblad, som for eksempel motemagasin, men ikke avisenes egne helgemagasin (disse vil i så fall registreres under avis). "Nettmedier" gjelder i denne sammenhengen nettaviser, som i prinsippet kan omfatte både tekst- og videoinnslag, samt sosiale medier og blogger. For kategorien "fjernsyn" gjelder dette oppgaver som har analysert innhold fra TV. Kategorien "radio" omhandler oppgaver der det er brukt radio som analyseobjekt. Her er det brukt samme fremgangsmåte som i analysen av metodebruk i oppgavene. Dersom en oppgave har gjort en flermedial innholdsanalyse,

altså analyse av flere medier, har begge kategoriene statistikk økt med én. Det vil si at antall medier som er analysert er flere enn antall oppgaver som har brukt innholdsanalyse som metode.

Analyse av tema

Variabelen *tema* er vanskelig å kode på en pålitelig måte fordi den i praksis krevde en viss grad av kvalitativ tolkning av oppgavens innhold. Jeg tok i første omgang utgangspunkt i oppgavens tittel, samt sammendraget som er lagt inn i DUO. Ofte var det imidlertid nødvendig å gå nærmere inn i kapittelinndeling og tekst for å vurdere tematikken. Mange oppgaver grenser mellom flere tema, og må derfor analyseres og tolkes for å avgjøre hvilken verdi oppgavens tema skal falle inn under. Jeg valgte å dele inn tema etter følgende kategorier:

- Nyhetsverdi, sjanger, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi
- Journalistrollen
- Journalistikkens vilkår (marked og teknologi)
- Demokrati, offentlighet og likestilling/kjønnsroller
- Relasjon til kildene, kildeanalyse
- Politisk journalistikk
- Utenriksjournalistikk
- Etikk
- Øvrig

Tema som hadde flere enn fem tilhørende oppgaver i sin kategori ble gitt en egen verdi. Resten ble samlet i kategorien "øvrig". Dette er en pragmatisk inndeling av tema som gir et visst overblikk over hvilke områder innen journalistikken som master- og hovedfagsstudentene har forsket på. Flere av kategoriene er blandingskategorier, men jeg har forsøkt å samle underkategorier som er beslektet med hensyn til tematikk. En av de største utfordringene var at oppgavene ofte tar for seg nettopp mer enn ett tema. Jeg valgte å vurdere

hva som var oppgavens hovedfokus, altså hvilket tema som var mest berørt gjennom oppgavene. Omtrent ingen av oppgavene er entydige, og krever derfor nøye vurdering (dette skal jeg komme tilbake til i punkt 3.3). En annen løsning kunne vært en kategorisering av oppgavene etter hvert enkelt tema, der tema som er berørt i hver enkelt oppgave får en verdi. Dette ville gitt et svært høyt antall tema-kategorier, og var hovedårsaken til at jeg ikke valgte den løsningen. Det vil i analysekapittelet bli gitt noen eksempler på oppgaver som befinner seg i denne kategorien for å skildre hva som rører seg blant de mindre berørte tema.

Som nevnt har jeg i tillegg definert en variabel for oppgavens geografiske lokalisering. Dette er gjort, først og fremst, på grunn av avgrensingsproblemet mellom kategorien "utenriksjournalistikk" og andre oppgaver med analysemateriale hentet utenfor Norge. Temaer utenfor Norge handler i noen tilfeller ikke om utenrikspolitikk, men om andre temaer, og lokaliseringsvariabelen bidrar derfor til å minske noen av disse avgrensingsproblemene. Derfor ble de ulike oppgavetemaene analysert i forhold til disse kategoriene:

- ➔ Norske medier/journalistikk om forhold i Norge
- ➔ Norske mediers dekning av norsk utenriksjournalistikk og norske interesser (bedrifter og personer) i utlandet
- ➔ Internasjonal mediedekning
- ➔ Nasjonale medier/nasjonal journalistikk utenfor Norge

En annen fordel med disse kategoriene er at det vil si noe om i hvilke områder, ikke bare overordnede tema, det er forsket på. Dersom analysen bare hadde tatt for seg de generelle temaene for oppgavene, ville ikke dette sagt noe om hvorvidt forskningen har fokusert på medier i og utenfor Norge. Med disse kategoriene kan det da vurderes geografisk hvilke tema studentene har belyst i journalistikkforskningen.

I tillegg er det også gjort en kort analyse av noen konkrete typer journalistikk. Ut fra gjennomgangen master- og hovedfagsoppgavens titler og "abstract" har jeg gjort noen bemerkninger om hvilke områder som kan være mindre utforsket enn andre, noe jeg ønsker å undersøke nærmere. Tema-analysen forteller oss hvilke overordnede temaer studentene har forsket på, mens denne analysen vil kunne si mer om hva slags journalistiske områder det er forsket på.

Jeg har valgt å se nærmere på tre journalistiske områder:

- Foto- og bildejournalistikk
- Sportsjournalistikk
- Underholdningsjournalistikk

Kategorien "foto- og bildejournalistikk" kunne også blitt kalt visuell journalistikk, men dette ville da også inkludert video, som byr på noen avgrensingsproblemer ettersom mange har gjort analyser av fjernsynsinnhold uten at det er det visuelle som faktisk blir analysert.

Det er verdt å nevne at det trolig er flere journalistiske områder som kunne blitt analysert, noe det må tas forbehold om. I analysekapitlet vil det presenteres kvantitativt hvor mange oppgaver som representerer disse kategoriene, etterfulgt av noen eksempler. Analysen vil gi svar på i hvilken grad disse journalistiske områdene har blitt studert i master- og hovedfagsoppgavene.

3.3 Metodisk kvalitet

Til å vurdere prosjektets metodiske kvalitet diskuterer jeg tre aspekter: *validitet*, *reliabilitet* og *generalisering* (Østeby m.fl, 2007: 118).

3.3.1 Validitet og reliabilitet

Begrepet *validitet* betyr gyldighet/troverdighet, og gjelder hovedsakelig om analysen og dataene er relevante i forhold til problemstillingen. En enkel definisjon av validitet er å måle det en sikter mot å måle (Østeby m.fl, 2007: 25). *Reliabilitet* dreier seg om pålitelighet til kvaliteten av innsamlingen, bearbeidingen og analysen av data. En definisjon av reliabilitet er bekreftbarhet. Validitet og reliabilitet vil sammen utgjøre analysens validitet (Østeby m.fl, 2007: 26). Ettersom det i denne oppgaven er brukt både kvalitativ og kvantitativ metode er målet å heve analysens validitet, selv om begge metodene har sine svakheter. Derfor må jeg som forsker velge metode på grunnlag av problemstillingen (Østbye m.fl, 2007: 27). Jeg mener at mine metoder egner seg godt til å belyse problemstillingene.

Til den kvantitative innholdsanalysen oppstår det noen reliabilitetsproblemer i kodingen av tema-variabelen ettersom de ikke er entydige. Dette er naturligvis en svakhet ved enhver analyse av datasett som ikke har entydige kodingsenheter, og må bli nøye vurdert og

analysert før en trekker slutninger. Mange oppgaver inneholder flere temaer, og det gjør at jeg som forsker må avgjøre hvilket overordnet tema oppgaven dreier seg om. Hovedproblemet er at dersom en annen forsker hadde tatt for seg samme forskningsprosjekt, er det sannsynlig at noe av kodingen ville blitt annerledes (Østbye, m.fl, 2007: 223).

Jeg har prøvd å minske dette problemet og styrke reliabiliteten gjennom å vurdere kodingen av master- og hovedfagsoppgavene flere ganger – noen ganger sammen med veileder. Jeg har dessuten valgt å ta for meg hele universet av master- og hovedfagsoppgaver, noe som styrker validiteten. Det er altså ikke snakk om et utvalg av dem. I forhold til problemstillingen mener jeg at den kvantitative innholdsanalysen har høy validitet fordi den måler det den sikter mot å måle.

Når det gjelder de kvalitative intervjuene har det vært viktig for meg som intervjuer å oppnå høyest mulig validitet, ved å tenke gjennom min posisjon som intervjuer og være klar over hvordan det kan påvirke svarene. Jeg valgte som tidligere nevnt å ta opp intervjuene fremfor å gjøre notater, noe som styrker reliabiliteten, men vil også kunne styrke validiteten. Dette kommer av at dersom jeg bare hadde notert kan jeg risikere å ikke få med alt som blir sagt, mens ved opptak kan jeg lete etter sammenhenger og nytolke utsagnene. Man kan likevel hevde at opptaksutstyr gjør at informanten ikke tør å være åpen, som i noen tilfeller gjør at samtaler uten opptaksutstyr kan styrke intervjuets validitet (Østbye m.fl, 2007: 118-119).

3.3.2 Generalisering

Stor grad av validitet og reliabilitet betraktes som forutsetninger for at en skal kunne generalisere funnene i analysen. Når analysens funn kan gjøres allmenngyldige og en kan trekke slutninger er dataene *generaliserbare* (Østbye m.fl, 2007: 118). På grunnlag av utsagn, fakta eller data kan vi trekke slutninger til mer helhetlige forståelser (Østbye m.fl, 2007: 232).

Når vi bruker kvalitative metoder, er hensikten ofte ikke bare å fastslå hvilken grad en problemstilling og et funn er representativt og generaliserbart. Hensikten kan også være å oppnå en forståelse av dynamikken som finnes i konteksten som studeres. Disse dynamikkene kan i neste omgang generaliseres dersom det er grunnlag for det (Østbye m.fl, 2007: 118).

Vurderingen av generalisering gjelder først og fremst for de kvalitative intervjuene, da dette er et utvalg, mens det i den kvantitative innholdsanalysen er gjort analyse av hele universet, noe som gjør funnene representative.

For de kvalitative intervjuene, der det er valgt ut ni informanter, vil det være vanskelig

å trekke allmenne slutninger ut fra analysens funn. Noen av dataene kan gi svar på enkelte fenomener, og gi en forståelse av dynamikken som finnes i konteksten, noe som kan legge grunnlag for allmenngyldige funn. Man kan si at generaliserbarhet basert på et utvalg som er ment å trekke slutninger om en større gruppe er knyttet til to forhold: antall enheter og fremgangsmåten for å finne hvem som skal være med i utvalget (Østbye, m.fl, 2007: 27). I de kvalitative intervjuene er det først og fremst ikke nok personer i utvalget til å kunne trekke endelige slutninger, og en bør da være varsom med å gjøre kvantitative vurderinger i analysen. Når det gjelder fremgangsmåten ble utvalget plukket nøye ut, blant annet basert på bakgrunn, karrierevalg og når de studerte.

4 Vurdering av master i journalistikk

For å belyse problemstillingen: *Hvordan vurderer et utvalg av uteksaminerte studenter fra hovedfag- og master i journalistikk betydning og relevansen av denne utdanningen for deres nåværende yrker?* (jfr. punkt 1.2.2), ble det gjennomført kvalitative intervjuer av totalt ni uteksaminerte master- og hovedfagsstudenter. I denne studien ble det stilt spørsmål knyttet til informantenes erfaringer med masterutdanningen, deres opplevelse av arbeidslivsrelevans og studiets betydning for karrierevalg.

4.1 Studentenes bakgrunn

For å være kvalifisert til å søke opptak til master i journalistikk må man enten ha bachelorgrad/cand.mag. i mediefag, eller en bachelor/cand.mag.-grad i et annet fagområde pluss omfattende journalistisk praksis. I intervjurundene kommer det frem at samtlige av mine informanter har enten cand.mag. eller bachelorgrad i mediefag. Ingen av informantene har kommet inn på masterprogrammet gjennom praksiskvoten. Bare to av informantene sier de ikke hadde journalistisk erfaring før de søkte opptak til master i journalistikk. Resten av informantene kan vise til omfattende redaksjonell erfaring i tillegg til relevant utdanning. Blant de som har lav eller ingen journalistisk erfaring kommer det frem at disse har søkt direkte opptak til master etter endt bachelorgrad. Noen av informantene har etter avlagt cand.mag./bachelorgrad jobbet som journalist eller frilanser i flere år før de søkte opptak til master i journalistikk. Trond Idås er en av informantene som etter lang fartstid i mediebransjen bestemte seg for å vende tilbake til skolebenken: «Jeg har jobbet som journalist i mange år. Først i lokalavis i Horten, siden i Aftenposten i 12 år. Så fikk jeg jobb i Norsk Journalistlag som generalsekretær, en stilling jeg hadde i 6 år, og siden har jeg jobbet som rådgiver her» (Trond Idås). Han er en av flere informanter som altså har vært i mediebransjen i en årrekke før han bestemte seg for å ta en videreutdanning. Jade Josefine Nordahl er en av to informanter som før masterstudiet ikke hadde relevant arbeidserfaring fra mediebransjen: «Jeg startet på masterstudiet i 2006. Frem til da hadde jeg lite journalistisk erfaring, altså arbeidserfaring, kun fra bacheloren i medievitenskap» (Jade Josefine Nordahl).

I intervjurundene kommer det frem at studentenes bakgrunn er variert når det kommer til arbeidserfaring. At noen velger å gå rett på masteren etter endt bachelorgrad synes å være nokså vanlig, mens andre har valgt å vende tilbake til skolebenken etter flere år i arbeidslivet.

Dette henger trolig, først og fremst, sammen med at master i journalistikk i Norge er en forholdsvis ny utdanning. I tillegg er dette en videreutdanning som ikke er noen betingelse for å jobbe som journalist, men kvalifiserer til å jobbe som forsker eller undervise i faget. Spørsmålet er da, hvorfor valgte informantene å ta en master i journalistikk? Hva var deres motivasjon til å videreutdanne seg?

4.2 Hvorfor master i journalistikk?

Informantene oppgir ulike motiver for ønsket om å ta en mastergrad. Felles for informantene er at samtlige hadde master eller hovedfag i journalistikk som førstevalg fremfor en mer generelt orientert master i medier og kommunikasjon. Det stilles krav til mastergrad dersom man skal undervise på Høgskole- og Universitetsnivå, eller gå videre på et doktorgradsløp, noe som var viktig for noen av informantene. Gunhild Ring Olsen tok hovedfag i journalistikk for å være kvalifisert til å kunne undervise ved en høgskole og senere ha muligheter til å søke om opptak på et doktorgradsstudium¹⁶:

Jeg ville undervise på sikt, og da skjønnte jeg at jeg måtte ha mer enn journalistisk praksis, men også litt akademisk tyngde. Det er et krav her jeg jobber nå ved Høgskulen i Volda for å få fast jobb. Nå skal jeg i gang med en doktorgrad neste år sannsynligvis, og det kunne jeg heller ikke gjort uten denne akademiske masteren. Jeg tok hovedfag i journalistikk som andre kull, og vi var egentlig litt testpersoner. For min del var det en fordel at masteren er akademisk, og ikke praktisk. Det er ganske mange fordeler med at den er teoretisk, blant annet det at man kan undervise og ta doktorgrad (Gunhild Ring Olsen).

Journalist og politisk redaktør i Varden, Tom Erik Thorsen, trekker frem akkurat dette - at man ikke trenger å ha en mastergrad for å jobbe som journalist, men han tok en master for å åpne flere dører:

Man trenger jo ikke en master for å jobbe som journalist, det er ingen beskyttet tittel. Personlig var det flere grunner, fordi en masterutdanning i seg selv gir en del åpninger. Om man ikke har en masterutdanning er det noen dører som automatisk blir stengt. For eksempel offentlig administrasjon eller internasjonale organisasjoner, der er det et krav. Da jeg var praktikant for verdens matvareprogram i FN, og jobbet med masteren, så jeg at det var veldig relevant for en del stillinger (Tom Erik Thorsen).

Journalist Velaug Hobbelstad Sælid, bestemte seg tidlig for å ta en master. Hun trekker blant annet frem at en master i Journalistikk er bedre enn en master i medievitenskap dersom du interesserer deg spesielt for journalistikken:

Nå hadde jeg først tatt bachelor i medievitenskap, og visste at jeg ville skrive om utenriksjournalistikk og at det var journalistikken jeg var interessert i. Jeg kunne nok skrevet en master i medievitenskap,

¹⁶ Er nå doktorgradsstipendiat ved Universitetet i Bergen.

men for meg var det et bedre valg å ta master i journalistikk. Jeg skulle jo ha en master (Velaug Hobbestad Sælid).

Det er heller ikke et krav å ha en mastergrad for å jobbe i kommunikasjonsbransjen. For Trond Idås, rådgiver i Norsk Journalistlag, har ikke mastergraden endret jobbsituasjonen. Det var mer for å gå tilbake til studiebenken for faglig påfyll:

Det var en fin anledning til å ta en master. Jobbmessig har ikke oppgaven hatt noen praktisk betydning for meg, det har ikke endret noe i jobb- eller inntektssituasjonen min. Jeg hadde jo jobbet lenge, og det var lenge siden jeg hadde studert, så det å gå tilbake til en utdannings situasjon, det var spennende. Det var ikke bare oppgaven, men alle kursene jeg hadde veldig stor glede av (Trond Idås).

Felles for informantene er at de etterlyste faglig tyngde etter bachelorgraden. Jade Josefine Nordahl, presseansvarlig i NRK, trekker frem nettopp dette – at hun følte hun trengte mer faglig tyngde for å jobbe i mediebransjen, men innså fort at det ikke er en betingelse å ha en master:

Etter bacheloren i medievitenskap var det veldig klart valg for meg at jeg ville fortsette en retning innen journalistikk, og ikke medievitenskap. Hvorfor jeg tok master var vel fordi jeg tenkte at det var nødvendig for å få en faglig tyngde. Etter noen år i arbeidslivet har jeg innsett at veldig mye av ekspertisen opparbeider man seg i arbeidslivet. Man må ikke ha en master for å få jobb i mediebransjen, men der og da følte jeg det (Jade Josefine Nordahl).

Turid Borgen tok masteren ved siden av jobb som journalist i NRK. Hun sier at det var hennes personlige behov for journalistikkfaget som først og fremst gjorde at hun valgte å ta en master i journalistikk:

Jeg var journalist og hadde vært journalist i 20 år. Min utdanningsbakgrunn var cand.mag. fra universitetet, og noen journalistiske studiepoeng i tillegg, men journalistikk var ikke en del av cand.mag.-graden min. For meg var det et behov for å se på faget og få et bedre overblikk over det jeg holdt på med (Turid Borgen).

«Faglig påfyll» og «akademisk tyngde» er noen av begrunnelsene som går igjen. Flere trekker frem at en videreutdanning i journalistikk blant annet gir flere ben å stå på, ettersom utdanningen gir spisskompetanse, og kvalifiserer til et doktorgradsløp eller en undervisningskarriere.

4.3 PhD i journalistikk?

Informantene ble også spurt om de har vurdert et doktorgradsløp i journalistikk. Fem svarer «ja», mens fire svarer «nei». Av de fem som svarer «ja» har Turid Borgen allerede begynt på en doktorgrad ved Stockholms universitet, og Gunhild Ring Olsen er doktorstipendiat ved Universitetet i Bergen.

Tom Erik Thorsen er en av de som har vurdert å ta en doktorgrad:

Ja, jeg har vurdert det, men ikke så veldig seriøst. Da kommer man litt tilbake til a) hva skal man gjøre resten av livet, og b) hvilke personlige begrensninger og muligheter gir det meg? Det ville nok blitt utfordrende å blitt stipendiat, det har også med økonomi å gjøre. Samtidig, har jeg noe å hente på en doktorgrad kontra en mastergrad? Som operativ i mediebransjen er jeg usikker på det. Det er nok mer for en som vil jobbe som forsker eller i internasjonale organisasjoner. Vurdert; ja. Veldig aktuelt; nei (Tom Erik Thorsen).

En av de fire som har svart «nei» til å ha vurdert å ta doktorgrad er Jade Josefine Nordahl. Hun mener at en doktorgrad ikke er nødvendig for hennes yrkeskarriere: «Nei, det har egentlig aldri vært noe tema. Det er ikke nødvendig og ikke krevd i arbeidslivet, så det er i så fall for ens egen del» (Jade Josefine Nordahl).

Det er interessant å se at to av informantene har valgt å gjennomføre en doktorgradstudium, som viser at det finnes forskjellige karriereveier etter studiet. Av studentene som tok hovedfag/mastergrad i journalistikk ved UiO/HiOA var det for øvrig (ved utgangen av 2013) tre som hadde fullført sin doktorgradsutdanning¹⁷.

4.4 Læringsutbytte av mastergraden

Med «læringsutbytte» menes det her hva informantene hevder de har fått ut av å ta en master/hovedfag, da spesielt med fokus på master/hovedfagsoppgaven.

Som nevnt innledningsvis i oppgaven, må studentene ved valget av masteroppgave enten skrive en klassisk masteroppgave, eller en praktisk-teoretisk variant. Blant informantene har to valgt den praktisk-teoretiske modellen. Det er interessant å se på læringsutbyttet til både de som har valgt den klassiske og den praktisk-teoretiske mastermodellen. Informantene Lén-Veronica Kongerud og Kristiane Larssen gjorde praktisk-teoretiske masteroppgaver. For Kongerud var valget av denne modellen en positiv læringsprosess:

Det handler jo veldig mye om selvdisiplin, og det er noe jeg kan si at jeg har fått best læringsutbytte av. Det er ikke sikkert at jeg hadde vært like disiplinert i dag om jeg ikke hadde landet masterprosjektet. Når det gjelder oppfølging av den praktisk-teoretiske oppgaven kunne dette vært bedre. Jeg brukte mye tid på å forstå hvordan ting skulle være (Lén-Veronica Kongerud).

Med «oppfølging» sikter Kongerud til bedre opplysning om hva det vil si å gjøre en praktisk-teoretisk oppgave. Hun savnet at det i starten av masteren ikke ble gjort rede for hva og hvordan det skulle gjennomføres dersom man velger denne modellen. Kristiane Larssen

¹⁷ Disse tre er: 1) Tina Ustad Figenschou, disputerte ved UiO (2010) 2) Maria Theresa Konow Lund disputerte ved UiO (2013) 3) Birgit Røe Mathisen, disputerte ved Universitetet i Nordland (2013).

trekker også frem at det skulle vært mer informasjon rundt hva en praktisk-teoretisk oppgave gikk ut på:

Det følte som om ingen hadde helt oversikt og kontroll over hva man kunne gjøre og ikke gjøre. Jeg er en av de få som skrev en praktisk-teoretisk oppgave, og jeg undersøkte om det var mulig å selge artiklene jeg skrev som en del av masterprosjektet. Det var det ingen som kunne svare på. Det var lite hjelp å få før jeg fikk veileder, da fikk jeg veldig god oppfølging (Kristiane Larssen).

Kristiane Larssen er i likhet med Lén-Veronica Kongerud fornøyd med at man kan velge en mer praksisorientert masteroppgave. Larssen trekker frem at det er positivt at man kan reflektere rundt egen praksis: «Det at jeg kunne skrive, uten å tenke på hvor det skulle publiseres var det jeg fikk best læringsutbytte av» (Kristiane Larssen).

Gunhild Ring Olsen mener også hun har hatt et stort læringsutbytte av hovedfagsoppgaven. Alt fra å lære akademiske regler til å argumentere er noe av det hun trekker frem som læringsutbytte: «Det å kunne de akademiske reglene enda bedre enn hva man lærer gjennom en bachelor, og man lærer jo å argumentere. Det ligger også litt livsvisdom i et så stort prosjekt som en masteroppgave» (Gunhild Ring Olsen). Olsen hevder at det som er mest positivt med å ta en master er muligheten til å undersøke et tema man interesserer seg for: «Det er ikke så ofte man kan gå i dybden av et tema i en hektisk arbeidssituasjon, noe man kan i en masteroppgave» (Gunhild Ring Olsen).

Jade Josefine Nordahl viser til at selve prosessen, det å ferdigstille masteroppgaven, er det hun har fått best læringsutbytte av: «Det er mye selvutvikling i denne prosessen, man lærer seg veldig å kunne stole på egne vurderinger - man må gjøre alt selv. Det er litt utenfor komfortsonen. Alt i alt en veldig lærerik prosess» (Jade Josefine Nordahl).

En annen som også mener at det er læringsprosessen som har vært mest positivt er Velaug Hobbeldstad Sælid: «Bare det å ta en master, helheten, å tilegne seg ny kunnskap på en ny måte har vært en god læringsprosess. Man har veldig frie rammer» (Velaug Hobbeldstad Sælid). Informantene mener at de har hatt best læringsutbytte av å fullføre et så stort prosjekt som en masteroppgave. «Selvdisiplin», «livsvisdom» og «å kunne stole på egne vurderinger» er noe av det som kom frem i intervjuene. For de som valgte en praktisk-teoretisk oppgave virket det som de hadde en større utfordring enn de som valgte den klassiske modellen. Dette kommer trolig av at de færreste har valgt den praktiske modellen, noe som gir få referansepunkt for de som ønsker å gjøre en slik oppgave. Mye tyder i alle fall på at informantene har hatt gode læringsutbytter av å ta master/hovedfag i journalistikk.

4.4.1 Savner praktiske emner

På spørsmålet om hva som kunne eller burde vært bedre med studieopplegget sa fire av informantene at de savnet flere rent journalistiske fag, mens de fem andre ikke hadde noe spesielt å trekke frem. Med journalistiske fag menes det kurs med praktisk opplegg der det ikke er akademisk skriveoppgaver som står i fokus. Jade Josefine Nordahl savnet et praktisk opplegg i masterstudiet, og foreslår en løsning på hvordan dette kan gjøres:

Jeg kunne ønsket en uke eller to helt i starten av første semester med praksisuker, bare for å bli kasta uti det. Jeg tror fremdeles at de som kommer fra andre studier enn bachelor i journalistikk kunne hatt veldig godt av en sånn praksisperiode, så de lærer seg å jobbe som journalist. Da må man finne en løsning for de med journalisterfaring, noe de har lite erfaring med, slik at man kan møtes litt på midten (Jade Josefine Nordahl).

Også Velaug Hobbeldstad Sælid, som i dag jobber som journalist, påpeker at det ville vært positivt med et praktisk opplegg. Sælid viser til at de fleste på master i journalistikk har akademisk bakgrunn, og kunne hatt nytte av journalistisk praksis: «Det hadde nok vært positivt, i hvert fall for meg, å hatt et litt mer praktisk opplegg. Flere journalistiske oppgaver, og ikke bare akademiske skriveoppgaver» (Velaug Hobbeldstad Sælid).

Helhetsinntrykket er at flere av informantene savner muligheten til å fordype seg i journalistiske emner, der det ikke er akademisk skriving som står i hovedfokus. Det synes å være enighet blant noen av informantene at masterstudiet med fordel kunne ha tilbudt journalistiske kurs i det nåværende masteropplegget, enten som valgfag eller som et obligatorisk opplegg i starten av første semester. Mange har ikke journalistisk erfaring før de starter på master i journalistikk, og kunne hatt nytte av å blitt tilbudt praktiske emner. Noen vil nok hevde at ettersom masterprogrammet i journalistikk i Oslo ikke er en praktisk utdanningsmodell, skal det heller ikke være fokus på dette.

Når man tar master i journalistikk forsker en på journalistikk – du studerer journalistikk «utenfra». Gjennom kritiske akademikerbriller undersøker man journalistikkens mangefasetterte rolle i dagens samfunn og dens betydning for demokratiet. Dersom vi ser tilbake på de seks punktene for hva studentene lærer ved å ta en master i journalistikk, som ble listet opp innledningsvis, er det lite som tilsier at masterprogrammet skal fokusere på journalistisk praksis, til tross for at dette er noe enkelte informanter savner.

4.5 Karrieremuligheter

Det ble tidligere i oppgaven presentert en rekke karrieremuligheter for uteksaminerte masterstudenter i journalistikk. Noen av disse er journalist, reporter, kommunikasjonsrådgiver, medieanalytiker, arbeid i forlag, lærer og lektor. Et doktorgradsstudium er som nevnt en annen mulighet. I intervjurundene ga informantene uttrykk for at en master i journalistikk kan åpne en rekke dører karrieremessig. Turid Borgen lister opp flere av de samme karrieremuligheter som ble presentert innledningsvis, men legger til at som journalist er ikke masterutdanningen nødvendigvis utslagsgivende for å få jobb:

Innenfor kommunikasjonsjobber vil det nok være interessant med høyere utdanning fra master i journalistikk. Det er heller ikke noe minus å ha en master i journalistikk når du skal jobbe i pressen, og jeg tror nok du blir en bedre journalist av det også. Men om det reelt sett er en karrieremove, det er jeg ikke sikker på (Turid Borgen).

Flere av informantene hevder at selv om det er positivt å ha en mastergrad i journalistikk, trenger det ikke være utslagsgivende når du søker på en stilling, spesielt i mediebransjen. Dette kommer trolig av at jobbene i mediebransjen ikke er beskyttet profesjonstitler. Velaug Hobbestad Sælid mener at en master i journalistikk ikke er avgjørende karrieremessig:

Å være uteksaminert fra master i journalistikk er nok verken bra eller dårlig for karrieren, men det handler mye mer om hvor du jobber og hvor du har jobbet. Det er nok arbeidserfaringen som fører deg videre, det er slik jeg føler det selv. Du får nok ikke en jobb bare fordi du har master i journalistikk, men det er jo positivt (Velaug Hobbestad Sælid).

De eneste tiltenkte karrieremuligheten der det formelt kreves en mastergrad er om man ønsker å gå et doktorgradsløp, eller bli journalistlektor på en høgskole eller et universitet. Dersom man sikter seg inn på et mer praksisrettet yrke, eller kommunikasjonsbransjen, er det positivt å ha en master i journalistikk, men trolig ikke utslagsgivende for å få jobben. Rådgiver i Norsk Journalistlag, Trond Idås, som jobbet lenge som både journalist og organisator i Norsk Journalistlag, mener at det først og fremst handler om hvilken bakgrunn du har. Han lister opp følgende karrieremuligheter for uteksaminerte masterstudenter i journalistikk:

En som er uteksaminert fra master i journalistikk kan jobbe som journalist, lærer, i det offentlige, og mange går jo inn i enten et av departementene, typisk kultur- eller administrasjonsjobber, som for eksempel marked- og analysestillinger (Trond Idås).

Ettersom flere av informantene har lang fartstid i mediebransjen, både som journalister, forskere og kommunikasjonsrådgivere, kan man med utgangspunkt i disse intervjuene hevde at karrieremulighetene er mange for uteksaminerte masterstudenter i journalistikk. Erfaring synes å være viktig dersom man ønsker en karriere utenfor akademien og utdanningssektoren.

Tom Erik Thorsen mener at karrieremuligheten er mange: «Hvilke karrieremuligheter skulle man ikke se for seg? Innenfor mediebransjen har man alle de mulighetene man selv vil ha» (Tom Erik Thorsen).

Tidligere i oppgaven ble det presentert to undersøkelser som tar for seg bachelorstudenter i journalistikk. I den første, som gjaldt journaliststudenter ved HiOA, var det flere som var villig til å ta annet arbeid enn journalistjobber etter endt utdanning. I den andre undersøkelsen, gjort av studentavisen Studvest i Bergen, kom det frem at én av tre så for seg en mulig karriere i informasjons- og kommunikasjonsbransjen. Dette kan også være tilfelle blant masterstudentene i journalistikk, selv om motivasjonen for å ta denne utdanningen varierer. Mye tyder på at ikke alle sikter seg inn på en karriere som journalist, men gjerne andre relevante yrker, som for eksempel kommunikasjonsrådgiver eller forsker. Poenget er at denne videreutdanningen ikke automatisk gjør studentene kvalifisert til jobber i mediebransjen, men har sin styrke i at den åpner en rekke andre dører som ellers vil være lukket. Man er noe begrenset karrieremessig med en bachelor i journalistikk, mens en master åpner for flere muligheter karrieremessig. Vi kunne også se i Syvertsens (2010) kandidatundersøkelse av masterstudenter i journalistikk, at litt over halvparten jobber med redaksjonelt og journalistisk arbeid, mens litt under halvparten jobber med undervisning og forskning. Dette skildrer trolig et mer reelt bilde av hvilke yrker mange uteksaminerte studenter fra masterprogrammet havner. Spørsmålet er da om de som jobber i kommunikasjonsbransjen har markert for redaksjonelt og journalistisk arbeid. Dette kommer ikke frem i undersøkelsen.

4.6 Forhåpninger om fast relevant jobb

Fire av informantene hadde fast jobb, mens fem var uten fast arbeid før de søkte opptak til master i journalistikk. Spørsmålet om fast relevant jobb ble derfor stilt til informantene som ikke hadde fast jobb før de begynte på masteren. Det er viktig å trekke frem at samtlige uten fast arbeid så for seg en karriere i mediebransjen, som de siste årene har vært en usikker bransje med tanke på å få jobb. Tom Erik Thorsen er en av de som ikke hadde fast relevant jobb før han startet på master i journalistikk. Thorsen var lite bekymret over å få fast stilling etter endt utdanning:

Det var gode forhåpninger. Jeg hadde ikke noe negativt forhold til det. Ikke noe bekymring. Det er så mange som er bekymret. Norske redaksjoner ansetter stadig færre, men norske redaksjoner kommer ikke til å forsvinne i morgen, så det vil alltid være behov for folk, og flinke folk får alltid jobb (Tom Erik Thorsen).

Ikke alle hadde like gode forhåpninger. Jade Josefine Nordahl var overrasket over at det gikk så kjapt fra hun var ferdig utdannet til hun hadde fast jobb:

Jeg hadde ikke noen forventninger til at jeg skulle få fast jobb med det første. Både i aviser og tv-bransjen jobber man veldig ofte på prosjekter og i vikariater. Jeg tenkte at man bare måtte hoppe inn i de vikariatene man får, bygge opp et nettverk og skjønne litt mer av gamet. Da jeg fikk jobb ganske tidlig var det egentlig ganske overraskende, og i NRK-sammenheng veldig raskt (Jade Josefine Nordahl).

Heller ikke Kristiane Larssen var i fast stilling før hun søkte opptak til master i journalistikk. Larssen jobbet som journalistvikar i D2 i ett år før hun fikk tilbud om fast jobb: «Jeg søkte på et sommervikariat i 2010, og ble der bare, egentlig. Jeg gjorde vel noe riktig. Jeg har alltid visst at det er fryktelig vanskelig å få fast stilling» (Kristiane Larssen).

Lén-Veronica Kongerud er den eneste av informantene uten fast stilling i dag, men har en midlertidig stilling som kommunikasjonsrådgiver ved Institutt for Samfunnsforskning. Hun ble uteksaminert fra master i journalistikk våren 2013, og er dermed den ferskeste ferdigutdannede informanten. Kongerud påpeker at det er vanskelig å få fast jobb i mediebransjen, og leter etter en stilling som kommunikasjonsrådgiver:

Nå har jeg faktisk ikke fast jobb, det er en midlertidig stilling. Jeg vil selvfølgelig at det skal være relevant i forhold til masteren og utdanningen ellers. Det er vanskelig. Én jeg kjenner som ikke fullførte masteren fikk faktisk fast stilling, mens mange av oss andre som fullførte har enda ikke fast jobb. Jeg vet også om et par andre som også tok master i journalistikk som bare har midlertidige stillinger (Lén-Veronica Kongerud).

Blant informantene som ikke hadde fast relevant arbeid før de søkte opptak til master i journalistikk virker det å være lite bekymring i forhold til arbeidslivet. Samtlige har jobb, noen fast, andre i midlertidige stillinger. Det fremstår som noe vanskelig å finne fast relevant arbeid i mediebransjen, men at åtte av ni informanter har fast relevant jobb etter ferdig utdanning er positivt.

4.7 Arbeidslivsrelevans

Jobber i mediebransjen krever som nevnt ingen masterutdanning, mens det er et krav dersom man skal undervise på Høgskole- og Universitetsnivå, eller gå videre på et doktorgradsløp. Det er derfor interessant å undersøke hvordan utvalget opplever betydningen av masterutdanningen for deres nåværende yrker. Informantene som er høgskolelektorer og

førsteamanuensiser opplever utdanningen som svært relevant for deres yrker. Gunhild Ring Olsen jobber som høgskolelektor ved Høgskulen i Volda, og tok masteren i journalistikk for å kunne søke jobb som høgskolelektor: «Jeg visste at det ville høyne sjansene mine for å få en undervisningsstilling. Jeg tok master i journalistikk for å kvalifisere meg til å få en undervisningsstilling» (Gunhild Ring Olsen). Hun påpeker at «i den jobben jeg har nå har utdanningen vært direkte relevant» (Gunhild Ring Olsen). Også Turid Borgen, som er førsteamanuensis ved Universitetet i Stavanger, viser til at masterutdanningen er veldig relevant for hennes nåværende yrke, og at: «Jeg kunne ikke hatt denne stilingen uten, rent formelt» (Turid Borgen). For Borgen er også utdanningen relevant: «Jeg mener også at den er veldig relevant for undervisningen av studenter. Jeg har nå begynt på en doktorgrad, og det kunne jeg ikke gjort uten mastergraden» (Turid Borgen). Borgen hevder at hun bruker det hun har lært fra masteren på mange forskjellige måter: «Jeg har fått en større oversikt over teorien knyttet til medier og journalistikk» (Turid Borgen). At hun tidligere har jobbet som journalist ser hun på som en fordel, da hun underviser i journalistiske fag: «Jeg bruker det jeg har lært fra masteren direkte i mitt yrke, også bruker jeg det i en kombinasjon av min praktiske erfaring som journalist» (Turid Borgen).

For Anne Karin Sæther, som er spesialkonsulent i kommunikasjonsavdelingen i Utdanningsforbundet, er ikke masteren som fag nødvendigvis det mest relevante, men heller metodene:

Jeg tenker det som er viktigst med all høyre utdanning ikke nødvendigvis er innholdet, men å lære seg kritisk tenkning, om metoder, å finne informasjon og vurdere den, og at du kjenner til noen hovedstrømninger innenfor et felt. Det er fint å kunne stille spørsmål på en ny måte - å ha en godt begrunna nysgjerrighet (Anne Karin Sæther).

Sæther sier at hun har dratt god nytte av masteren: «Kanskje noe av det viktigste jeg gjorde i den oppgaven var å intervju korrespondentene, da jeg var i Rio og Buenos Aires, det var utrolig hyggelig, interessant og nyttig». Trond Idås, som både har jobbet som journalist i mange år, som generalsekretær i Journalistlaget, og nå som rådgiver i Journalistlaget, sier at masteren er veldig relevant for hans nåværende yrke: «Jeg har lært mye faglig og metodemessig som jeg har stor glede av nå. Jeg lærte jo mye teori om forskjellige temaer jeg har vært borti som rådgiver her. Så det er absolutt relevant» (Trond Idås). Idås viser blant annet til at han har hatt god nytte av metodebiten fra masteren når han lager analyser og undersøkelser. I tillegg sier han: «De grunnleggende teoretiske tankegangene og kunnskapen som ligger til grunn for veldig mye av det vi har for mediepolitikk i Norge lærte jeg fra masteren» (Trond Idås). Selv om Idås har jobbet i bransjen i mange år før han startet på

master i journalistikk, hevder han at: «Man får et teoretisk rammeverk rundt som er veldig nyttig» (Trond Idås). Også for informantene som i dag jobber som journalister fremstår masterutdanningen som relevant. Velaug Hobbestad Sælid påpeker at det er «helheten man tar med seg fra en masterutdanning, bare det å holde oversikt over alle mulige fagfelt og kunne jobbe med tekst, og ikke minst argumentere og kjenne til offentlig debatt» (Velaug Hobbestad Sælid). En annen journalist, Tom Erik Thorsen, hevder også at masteren er relevant:

Erfaringene man drar med seg og måten å se verden og informasjon, hvordan aktører opptrer, er alltid relevant. Den evnen man får til å søke ny kunnskap, opplever jeg som veldig relevant. Sånn rent direkte praktisk er ikke utdanningen relevant (Tom Erik Thorsen).

Evnen til å tilegne seg ny kunnskap, argumentere og skaffe seg oversikt over ulike fagfelt, er noe av det informantene som i dag jobber som journalist trekker frem som nyttig for deres yrker. Kristiane Larssen føler at det hun lærte fra masteren har gitt henne «en etisk bevissthet i ryggraden» (Kristiane Larssen). Larssen er klar på at man ikke bør se på masterutdanningen som bare noe man vil ha på CV-en, men også en måte å utvikle seg selv på:

Jeg tror nok at det er relevant i forhold til at jeg har et veldig analytisk forhold til min egen praksis. Det er først etter masteren at man ser hvor privilegert man har vært da, at man får så mye tid til å sette seg inn i et emne (Kristiane Larssen).

Felles for alle informantene er at de opplever masterutdanningen i journalistikk relevant for deres nåværende yrker. Til tross for at mange av informantene har forskjellige stillinger, hevder de at de får brukt utdanning både direkte og indirekte i deres stillinger. Det synes å være en enighet om at masteren gir en faglig tyngde, både metodisk og teoretisk, som informantene hevder er svært nyttig både som journalist, kommunikasjonsrådgiver og i utdanningssektoren.

Dersom vi ser tilbake på kandidatundersøkelsen fra 2008, hvor ni av ti masterstudenter i journalistikk sier de opplever en arbeidslivsrelevans i forhold til utdanningen, styrker dette påstanden om at en master i journalistikk er relevant i arbeidslivet. Det er verdt å nevne at litt over halvparten av kandidatene i denne undersøkelsen mener utdanningen gir kompetanse arbeidslivet etterspør, og kan trolig forklares av at studentene har forskjellige jobber. Som vi kunne se innledningsvis i oppgaven blir høyere utdanning stadig mer populært, og har ført til at flere opplever problemer med å finne relevante jobber. Påstanden til Linda Lai om at man opplever en «mastersyke» i Norge, og at mange ikke får brukt det de kan, er ikke like gjeldende for mange uteksaminerte masterstudenter i journalistikk. Et av Lais sterkeste

argument var nettopp det at man ikke får brukt det man kan, men ut fra intervjurundene, og kandidatundersøkelsen fra 2008, er det en klar tendens at mange opplever masterutdanningen som relevant for deres nåværende yrker.

4.8 Oppsummering

I dette kapitlet har vi tatt for oss ni uteksaminerte studenter fra master/hovedfag i journalistikk og hvordan de vurderer betydning og relevansen av denne utdanningen for deres nåværende yrker, samt diskutert karrieremuligheter. Vi kunne se at noen av informantene trekker frem blant annet «faglig påfyll» og «flere ben å stå på» som deres viktigste læringsutbytte fra utdanningen. Informantene opplever også at utdanningen er relevant for deres yrker. Samtlige informanter har dessuten funnet relevant jobb, hvorav én ikke har fast stilling. To av informantene har startet på et doktorgradsstudium, og viser at en har flere muligheter karrieremessig etter utdanningen. I tillegg til en forskerkarriere, trekker noen av informantene frem blant annet journalist, lærer, administrasjonsjobber, som informasjonsmedarbeider eller medieanalytiker. Dette viser at en ikke er begrenset til en karriere i mediebransjen etter endt utdanning – studentene har flere ben å stå på. I det påfølgende kapitlet skal vi se nærmere på studentenes forskningsmessige bidrag.

5 Forskningsbidrag

For å belyse problemstillingen: *Hvilke temaer har hovedfags- og masterstudentene i journalistikk valgt å forske på, hvilke medietyper har de undersøkt og hvilke metoder har de brukt i studiene?* (jfr. punkt 1.2.2), ble det gjennomført en kvantitativ innholdsanalyse av 104 master- og hovedfagsoppgavene i journalistikk. Studenter kan velge mellom to oppgavetyper, den 'klassiske' teoretisk/empiriske analyseoppgaven og en praktisk-teoretisk oppgave som både omfatter en journalistisk produksjon og en kritisk refleksjon om denne journalistiske prosessen. Det er gjort totalt 8 praktisk-teoretiske oppgaver, noe som gjør at den andre oppgavetyperen dominerer.

År	Antall
2002	1
2003	3
2004	4
2005	1
2006	8
2007	12
2008	4
2009	8
2010	17
2011	19
2012	14
2013	13
Totalt:	104

Tabell 5.1: Oversikt over avlagte master- og hovedfagsoppgaver i journalistikk.

5.1 Informantenes forskningsbidrag

I de kvalitative intervjuene ble det stilt spørsmål knyttet til informantenes master/hovedfagsoppgave: valg av tema og hva de mener er det viktigste forskningsbidraget oppgaven bidrar til å belyse. To av informantene, Gunhild Ring Olsen og Trond Idås, sier de valgte sine temaer på bakgrunn av erfaringer i arbeidslivet. Ring Olsen skrev hovedfagsoppgave om hvordan vikarers arbeidsforhold utfordrer den klassiske journalistrollen. Inspirasjonen kom da hun selv jobbet som vikar: «Det var fordi jeg sto oppi det selv, og hadde mange venner som var vikarer. Vi så at dette hadde innvirkning på

journalistikken vi gjorde» (Gunhild Ring Olsen). Olsen påpeker at det var lite forskning som var gjort på dette feltet før henne:

Det var på en måte nybrottsarbeid, å høre om hvordan journaliststudentene hadde det, og hvordan det påvirket arbeidssituasjonen deres. Det som er styrken i min oppgave er det empiriske. Empirien står sterkt enda, synes jeg (Gunhild Ring Olsen).

Trond Idås skrev masteroppgaven *Journalistene og tsunamien: ekstreme inntrykk - men dilemmaene stresset mest* (Idås, 2010), og sier han valgte temaet fordi han har jobbet med journalister og krisejournalistikk i mange år. Han ble invitert med i et forskningsprosjekt i regi av Nasjonalt Kunnskapssenter om vold og traumatisk stress. Det ble gjennomført en større undersøkelse på journalister som dekket tsunamikatastrofen i 2004, hvor Idås var prosjektmedarbeider: «Så jeg tenkte at det var en anledning til å få en mer formalisert ramme rundt det, og det var derfor interessant å ta det som en masteroppgave» (Trond Idås). Det han trekker frem som det viktigste faglige/forskningsbidraget er:

Det er et område som i veldig liten grad er belyst, både i Norge og internasjonalt: hvordan journalister mestrer denne typen krevende oppdrag uten å pådra seg psykiske lidelser, som posttraumatisk stresslidelse, depresjon og angst (Trond Idås).

Idås har i ettertid av masteroppgaven gitt ut fagboken *Krevende Oppdrag. Hvordan mestre stress*, basert på arbeidet han gjorde i masteroppgaven. Anne Karin Sæther, som skrev masteroppgaven *Rapporter fra bakgården: norsk pressedekning av Latin-Amerika fra 1902 til 2002* (Sæther, 2007), tok også del i et forskningsprosjekt i forbindelse med sin masteroppgave:

Delvis på grunn egen interesse i Latin-Amerika-spørsmål, og delvis fordi det var et prosjekt som skulle starte opp med Elisabeth Eide og Hege Simonsen, som jeg da kunne koble meg på. Det var behov for å undersøke Latin-Amerika-dekningen i det forskningsprosjektet, så det passet bra for dem (Anne Karin Sæther).

Masteroppgaven fikk i etterkant oppmerksomhet i *Verdens Gang*: «Jeg vet at det er en del folk som har lest den, og den ble brukt som grunnlag for en kommentar i VG, der Guri Hjeltnes kritiserte NRK for ikke å rapportere mer fra Latin-Amerika» (Anne Karin Sæther). En annen informant, Turid Borgen, som skrev masteroppgaven *Journalistrolle i endring: en analyse av konvergens og flermedial praksis i mediehusene Bergens Tidende og NRK Hordaland* (Borgen, 2007), sier at hun valgte temaet fordi:

Jeg var interessert i konvergens og flermedialitet, og det var ikke gjort noe på det. I og med at jeg jobbet en del med det og var vaktstjef i NRK Hordaland, både radio, TV og nett, undersøkte jeg om det var en reell flermedialitet i de bedriftene/mediehusene (Turid Borgen).

Borgens oppgave har senere blitt brukt som pensum på BI-studiet Flermedial Ledelse. Blant flere av informantene har enten emner fra mastergraden eller egen interesse for temaet vært utslagsgivende for deres temavalg. Kristiane Larssen er en av to informanter som valgte en praktisk-teoretisk masteroppgave. Larsen sier at hun ble inspirert av et emne fra masteren:

Jeg tok et fag på masterprogrammet som het litterær journalistikk, en sjanger jeg likte veldig godt. Da vi skulle skrive eksamensreportasje merket jeg meg en del metoder jeg ikke visste hvordan jeg skulle håndtere. Jeg følte at jeg som journalist manglet en del verktøy om hvordan jeg skulle gå inn i kildeforholdet. Vi hadde ikke lært noe om dette. Etter hvert tenkte jeg på det arbeidet jeg gjorde der, det modne, de tankene, og etterhvert bestemte jeg meg for å gjøre det til et masterprosjekt (Kristiane Larssen).

Lén-Veronika Kongerud gjennomførte også en praktisk-teoretisk masteroppgave, og undersøkte utfordringer i produksjonen av reisejournalistikk:

Da jeg begynte å studere journalistikk syntes jeg reisejournalistikk kunne være interessant å grave i, og det var bare én annen som hadde gjort dette tidligere. Dette er etter min mening en veldig viktig type journalistikk – ikke nødvendigvis innholdet, men det som skjer på produksjonssiden (Lén-Veronica Kongerud).

Jade Josefine Nordahl, som skrev oppgaven *Waves of democracy : contemporary exile journalism : a case study of The Democratic Voice of Burma* (Nordahl, 2009), påpeker at hennes forskningsbidrag er «et komprimert bidrag av hvordan en aktør jobber» (Jade Josefine Nordahl), og viser til at det er gjort lite av dette fra før. En annen informant, Velaug Hobbestad Sælid, som gjorde en analyse av korrespondentrollen i en digital og globalisert mediehverdag i sin masteroppgave, trekker frem at: «Den kvantitative undersøkelsen kan man bruke også i dag, ettersom den er ganske grundig og har ganske klar statistikk på hvordan avisene i ulike land dekker utenriksstoff, spesielt med tanke på sjanger» (Velaug Hobbestad Sælid).

Tom Erik Thorsen, som i sin oppgave analyserte mediedekningen av Norge i FNs Sikkerhetsråd 2001-2002, viser til at hans viktigste forskningsbidrag er at oppgaven «viser at norske medier har en lang vei å gå da gjelder utenriksjournalistikk sådan, ettersom man ikke tør å utfordre de allerede etablerte hegemoniene» (Tom Erik Thorsen).

Det som går igjen blant informantene er at de har undersøkt områder andre i lav eller ingen grad har belyst tidligere, noe som kan regnes som informantenes viktigste bidrag til journalistikkforskningen. Som vi kan se ut fra intervjuene er det også mulig for studenter å skrive sine masteroppgaver i samarbeid med større forskningsprosjekter, og legger derfor til rette for et mer tverrfaglig fokus.

5.2 Vurdering av metodene

Jeg har definert seks kategorier for variabelen *metode*:

- Intervjustudier
- Diskursanalyse og andre kvalitative tekstanalyser
- Kvantitativ innholdsanalyse
- Survey
- Observasjon
- Kvalitativ bildeanalyse

Målet med denne analysen er å kartlegge hvilke metoder som oftest blir brukt ved journalistikkforskning på masterprogrammet. Dataene for analysen er hentet fra de 104 master- og hovedfagsoppgaver i journalistikk.

Metode	Antall
Intervjustudier	57 (31)
Diskursanalyse og andre kvalitative tekstanalyser	52 (29)
Kvantitativ innholdsanalyse	49 (27)
Survey	11 (6)
Observasjon	7 (4)
Kvalitativ bildeanalyse	5 (3)
Totalt	181 (100)

Tabell 5.2: Metodebruk blant master- og hovedfagsoppgaver i journalistikk ved UiO og HiOA. Prosent er oppført i parentes.

Tabell 5.2 viser en oversikt over metodebruk i master- og hovedfagsoppgavene i journalistikk i perioden 2002-2013. Oppgaver der det er brukt flere enn én metode har kategoriens statistikk økt tilsvarende. Tallene viser altså det samlede antallet av metoder som er brukt, slik det ble gjort rede for i metodekapittelet (jfr. punkt 3.2.2). Jeg har som nevnt skilt mellom seks metoder i de 104 oppgavene. Totalt viser statistikken at disse metodene er brukt 181 ganger, noe som kan forklares av at mange oppgaver bruker flere enn én metode. Dette betyr at

metodetriangulering¹⁸ er vanlig når det forskes på journalistikk. (N) er høyere enn antall oppgaver. Vi kan se at kvalitative metoder dominerer, hvor intervjustudier, diskursanalyse og andre kvalitative tekstanalyser, er mest brukt. Kvantitative metoder, som her domineres av kvantitativ innholdsanalyse, er også ofte anvendt. Survey, observasjon, og kvalitativ bildeanalyse er mindre brukte tilnærminger. Førstnevnte kan trolig forklares av at det er svært tidkrevende å gjennomføre spørreundersøkelser, noe som trolig har resultert i at dette er en av de mindre dominerende metodene.

Tallene viser at det er gjort til sammen syv observasjonsstudier. Observasjon er både tids- og ressurskrevende (Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2010: 118), noe som trolig er en av hovedårsakene til at denne metoden er lite brukt i master- og hovedfagsoppgavene. I tillegg kan det være vanskelig å gjøre observasjon i redaksjonsmiljøer ettersom dette krever tillit og ikke minst tillatelse fra den redaksjonen en observerer. Den siste metoden som er ført opp i statistikken er kvalitativ bildeanalyse, og er brukt ved fem tilfeller. Denne metoden egner seg ofte der en skal undersøke foto- og bildebruk i journalistikken. Dette åpner for å undersøke i hvilken grad foto- og bildejournlistikk er forsket på i master- og hovedfagsoppgavene. Dette vil jeg komme tilbake til senere i analysen (jfr. punkt 5.4.2).

Som vi kan se er kvalitative metoder den vanligste tilnærmingen i forskningen i master- og hovedfagsoppgavene. Sammenlignet med Morlandstøs (2012) undersøkelse er det den samme tendensen blant master- og hovedfagsoppgavene i journalistikk, hvor kvalitative metoder er svært dominerende, mens kvantitative metoder ikke er like mye anvendt. Om statistikken kommer til å forandre seg de kommende årene vil bli interessant å se. Slik statistikken ser ut nå er det en klar dominans av kvalitative studier, og forskningen er svært innholdsorientert (både kvalitativt og kvantitativt). Utviklingen vil i så fall måtte bli påvirket av et eventuelt mindre fokus på innhold, da undersøkelser av journalistisk innhold har vært og er svært utbredt. Det kan også tenkes at det vil bli gjort færre kvalitative tekstanalyser, og flere kvantitative innholdsanalyser. Mye tyder i alle fall på at studentene ofte velger metodiske tilnærminger som ikke er fullt så tidkrevende å anvende.

¹⁸ Brukes det flere metoder eller settinger for det man undersøkelsene kalles det *metodetriangulering* (Gentikow, 2005: 157).

5.3 Hvilke medietyper er det forsket på?

For å vurdere hvilke medietyper masterstudentene har interessert seg for tok jeg for meg alle oppgavene som har tatt for seg ett eller flere medier som analyseobjekt. Enkelte oppgaver drøfter nemlig mer generelle journalistiske temaer (for eksempel presseetikk) og bygger ikke på innholdsanalyser av ett eller flere medier. Men mange gjør det. Noen studenter har dessuten gjort flermediale analyser, dvs. at én oppgave kan bidra med to eller tre medier i denne statistikken. Det ble, som beskrevet i metodekapitlet (jfr. punkt 3.2.2), definert følgende kategorier for variabelen *medietyper*:

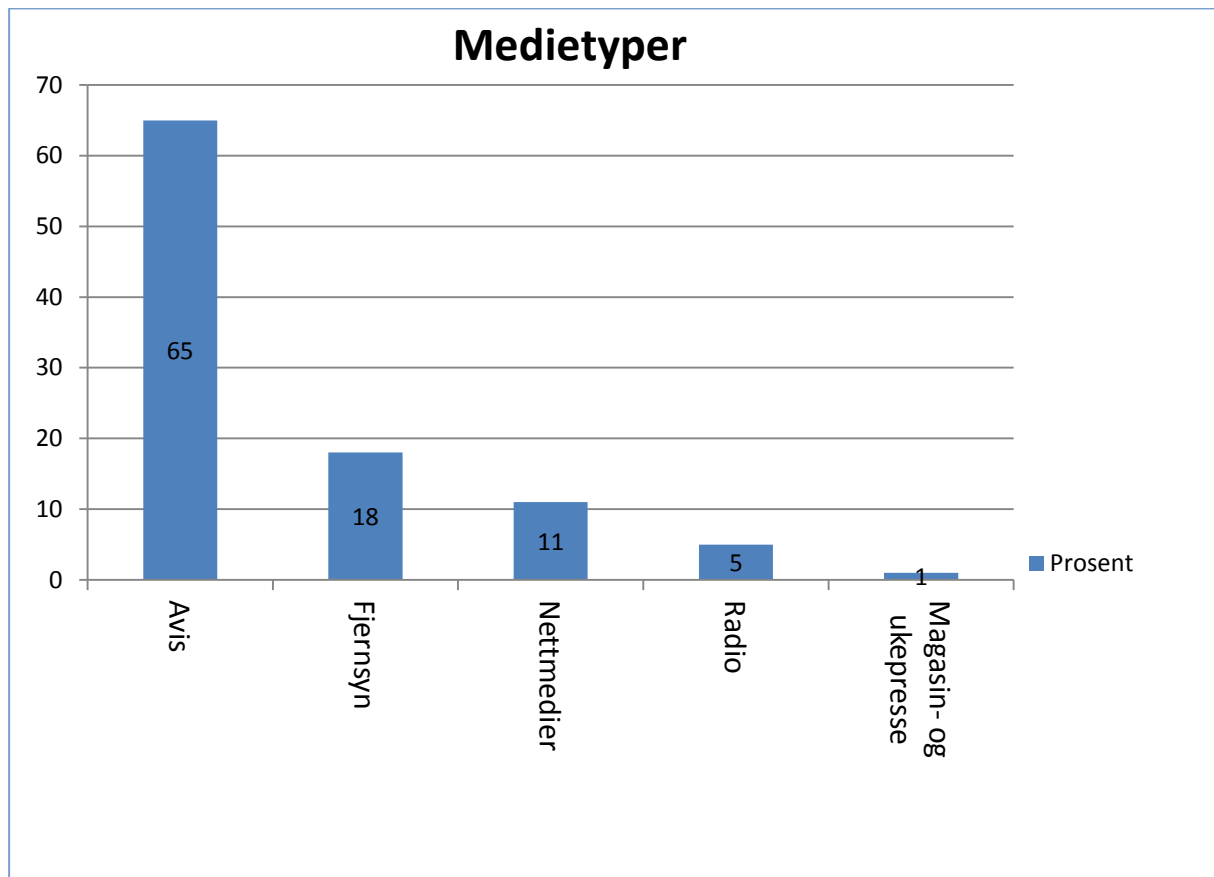
- Avis
- Magasin- og ukepresse
- Nettmedier
- Fjernsyn
- Radio

I tabellen under kan vi se en oversikt over hvilke medietyper det forskes på ved innholdsanalyse i master- og hovedfagsoppgavene i journalistikk.

År	Avis	Magasin- og ukepresse	Nettmedier	Fjernsyn	Radio	Totalt
2002	1	-	-	-	-	1
2003	1	-	-	1	-	2
2004	2	-	-	1	-	3
2005	1	-	-	-	-	1
2006	6	-	-	1	-	7
2007	7	1	-	4	-	12
2008	4	-	-	1	-	5
2009	4	-	-	-	1	5
2010	11	-	-	3	1	15
2011	10	-	4	3	1	18
2012	5	-	4	-	1	10
2013	6	-	2	2	-	10
Totalt	58 (65)	1 (1)	10 (11)	16 (18)	4 (5)	89 (100)

Tabell 5.3: Medietyper analysert i master- og hovedfagsoppgavene. Prosent er oppført i parentes.

Enkelte medietyper dominerer, og kan forklares av flere faktorer, som for eksempel at noen medietyper er enklere å analysere enn andre. Til å se nærmere på resultatene vil det bli presentert en analyse av hver enkelt medietype.



Figur 5.3: «Medietyper» viser det samlede omfanget (prosent) av hvert enkelt medium i master- og hovedfagsoppgavene i journalistikk.

Avis

Kategorien "avis" gjelder her aviser i papirformat. Som vi kan se i *tabell 5.3* har det vært et stabilt fokus på papiraviser når det gjøres innholdsanalyser. 65 prosent av oppgavene har tatt for seg aviser som analyseobjekt, noe som gjør at denne medietypen dominerer. Dette kan blant annet forklares av nettopp det at Norge er et avislesende land. I 2012 var det samlede opplaget for norske papiraviser 2 420 803, en nedgang på 3.2 prosent fra året før (80 000 aviser). Dette var det trettende året på rad med nedgang. Fra 1998 frem til 2012 har opplagene falt med 23 prosent (Høst, 2012: 5). Dersom nedgangen er like sterk som medianverdien for 2012 vil opplaget være halvert innen 26 år. På grunn av den digitale transformasjonen, hvor mange ser for seg en overgang fra trykte aviser til digital distribusjon, kan det tenkes at

papiravisen før eller siden vil forsvinne, men trolig ikke i løpet av de neste fem eller ti årene. Det er heller ikke sikkert at alle vil gå gjennom den samme utviklingen (Høst, 2012: 45-46). Man kan likevel, ut fra tallene fra 2012, konkludere med at Norge fremdeles er et avislesende land. Opplagene faller, men er fremdeles høye, til tross for den digitale utviklingen. En annen årsak til at avisforskningen oftest blir utforsket blant master- og hovedfagsoppgavene er at aviser er enkle å forholde seg til når det gjøres innholdsanalyser. Aviser er enkle å måle, enten med linjal eller telling, og man kan på en oversiktlig måte gå tilbake i tid. Det finnes dessuten gode digitale avisarkiver som er lett tilgjengelig for studenter. Disse faktorene, at Norge er et avislesende land, at papiraviser er lett tilgjengelige og er forholdsvis enkle å analysere, er trolig hovedårsakene til at papiravisen dominerer som analyseobjekt når studentene har gjort innholdsanalyser. Sammenlignet med forskningen til Morlandstø (2012), der vi kunne se at papiravisforskningen dominerte, er dette også gjeldende i forskningen blant master- og hovedfagsoppgavene.

Magasin- og ukepresse

Det samlede opplaget for magasin- og ukeblader med sammenlignbare titler var i 2012 på 2 647 588, med en nedgang på 236 147 fra året før¹⁹. Dette viser, til tross for svekket salg, at Norge kan regnes land med stor interesse for magasin- og ukeblader. Det er verdt å nevne at ikke all magasin- og ukepresse kan regnes som journalistikk, da mange av disse blant annet er tegneserier eller ungdomsblader med mange andre typer stoff. Som vi kan se i *Figur 5.3* utgjør analyser av magasin- og ukepressen bare 1 prosent av utforskede medietyper. Sammenlignet med tallene for aviser viser dette at ukebladforskningen på master i journalistikk kan regnes som lav, til tross for at magasin- og ukeblader også er enkle å måle, slik som papiravisene. Den eneste masteroppgaven som belyser magasin- og ukepressen er *En undersøkelse om norske kvinnemagasiners moteskribenter og motestoff* (Staarvik, 2007), og ble publisert i 2007. Denne masteroppgaven tok for seg motejournalistikken i norske kvinnemagasiner. Dette er, som forfatteren av oppgaven, Kjersti Skar Stårvik, viser til: «et fagområde som i høy grad er upløyd mark i norsk sammenheng, i alle fall på universitetsnivå» (Staarvik, 2007). Dette oppsummerer på mange måter også magasin- og ukepresseforskningen i master- og hovedfagsoppgavene, som har vært frafallende. Dersom vi ser på statistikken er det lite som tyder på at det vil bli en oppgang i belysningen av magasin- og ukepressen i de

¹⁹ Mediebedriftene, *Ukepresse 2012*. Internett. Hentet 28. mars 2014. Tilgjengelig fra: <http://mediebedriftene.no/Tall--Fakta1/Opplagstall/Ukepresse-2012/>

fremtidige masteroppgavene, da det ikke er gjort noen medial analyse av dette siden 2007.

Det nærmeste vi kommer en lignende forskning er i masteroppgaven *Magasinflom i norsk presse: et blikk på magasinsatsinger i Aftenposten, Dagens næringsliv, Dagbladet og VG: analyse av A- magasinet, D2, Magasinet, VG Helg og VG 7 i 2008* (Ørstavik, 2009), hvor det er gjort en kvantitativ innholdsanalyse av avisenes magasintilbud. Analysen viser at magasinene dyrker featuresjangeren, og at halvparten av stoffet i magasinene kretser rundt temaer som kultur og underholdning, og helse, samliv og livsstil. Denne oppgaven regnes likevel ikke inn i statistikken for magasin- og ukepresse, da den belyser avisenes magasininnhold.

Ettersom tallene på opplagene til magasin- og ukepressen i Norge er så pass høye, kan man gå ut fra at dette er medietyper med innhold som interesserer mange, og vil ha en innvirkning på et stort antall nordmenns forståelse av virkeligheten. Mediebedriftenes Landsforening²⁰ kunngjorde i 2012 en undersøkelse over nordmenns lesevaner av magasin- og ukeblader, og kom frem til at 44 prosent av befolkningen over 12 år er i kontakt med ett eller flere blader daglig. Dette gjør Norge til et av de land i verden som leser flest magasin- og ukeblader. Derfor kan det stilles spørsmålsteget til hvorfor så få velger å analysere magasin- og ukepressen, da dette er medietyper som er en del av hverdagen for mange, og kan derfor regnes som en viktig del av journalistikken her i Norge. Vi kan for øvrig også anta at mye av det tilsvarende innholdet vi finner i magasiner og ukeblader også er tilgjengelig i digitale medier, noe som legger til rette for å bli utforsket gjennom andre plattformer.

Nettmedier

I 2012 hadde 191 norske aviser egne nyheter på Internett (Høst, 2012: 6). I følge Statistisk Sentralbyrå brukte 85 prosent av nordmenn mellom 9 og 79 år Internett hver dag i 2013 (Statistisk Sentralbyrå, 2014). Kategorien "nettmedier" omfatter nettaviser, blogger og 'sosiale medier' som Facebook, Twitter o.a.. Disse nettmediene kunne alle fått sin egen kategori, men for å unngå for mange kategorier å forholde seg til ble disse samlet under én verdi: "nettmedier". Andelen oppgaver som har tatt for seg nettmedier som analyseobjekt er 11 prosent, og er den tredje mest analyserte medietypen. Sammenlignet med tallene fra Mørlandstøs (2012) undersøkelse, hvor 6 prosent forsket på nye medier i perioden 1995-2009 i journalistikkforskningen i Norge, har nettmedieforskningen blant masterstudentene i

²⁰ Mediebedriftenes Landsforening, 2012: *Magasin- og ukepresse: 44 prosent av befolkningen leser minst ett magasin hver dag*. Internett. Hentet 28. mars 2014. Tilgjengelig fra: <http://gmlmediebedriftene.laboremus.info/index.asp?id=119116>

journalistikk hatt større oppmerksomhet. I perioden 2002-2010 ble det ikke forsket på nettmedier blant master- og hovedfagsoppgavene. Fra 2011, da det for første gang ble undersøkt nettmedier i masteroppgavene, og frem til 2013 har forskningen tatt seg opp, og resultert i totalt 10 analyser. Jeg har derfor laget en tabell for hvilke medietyper studentene har valgt å forske på i perioden 2011-2013.

År	Avis	Magasin- og ukepresse	Nettmedier	Fjernsyn	Radio	Totalt
2011	10	-	4	3	1	18
2012	5	-	4	-	1	10
2013	6	-	2	2	-	10
Totalt	21 (55)	-	10 (27)	5 (13)	2 (5)	38 (100)

Tabell 5.3.1: Medietyper analysert i master- og hovedfagsoppgavene i perioden 2011-2013. Prosent er oppført i parantes.

Som vi kan se i *tabell 5.3.1* er undersøkelser av nettmedier langt mer utbredt enn tidligere. Forskning på nettmedier utgjør 27 prosent av medieforskningen på master i journalistikk i perioden 2011-2013. Avisforskningen dominerer fortsatt i denne perioden med sine 55 prosent. Vi kan med andre ord spore en økning i nettmedieforskningen, mens det har vært nedgang i avisforskningen sammenlignet med tidligere. Dette skildrer et forventet bilde av nettmedieforskningen, og mye tyder på at vi også kan vente oss en oppgang i undersøkelser av nettmedier i årene som kommer. Spørsmålet er da hvilke medietyper nettmedieforskningen kommer til å erstatte, og svaret er trolig alle. Det er i alle fall lagt til rette for en langt større oppmerksomhet på nettmedier i journalistikkforskningen, sett i lys av fremveksten og medievanene til nordmenn, samt det faktum at nettmedier er et samlingsmedium for aviser, fjernsyn, radio og magasin- og ukeblader. Det blir interessant å se utviklingen av nettmedieforskningen de neste årene, spesielt siden dette er et område som til nå har fått liten oppmerksomhet i forskningen i master- og hovedfagsoppgavene. Så lenge Norge fremdeles produserer et så stort antall papiraviser, kan vi imidlertid vente oss at avisforskningen fremdeles vil være mest utbredt, men om undersøkelser av aviser vil være like dominerende blir interessant å se.

Fjernsyn og radio

I 2012 brukte 77 prosent av Norges befolkning mellom 9 og 79 år fjernsyn hver dag, med en nedgang på 3 prosent i 2013 (Statistisk Sentralbyrå, 2014). Til tross for en nedgang i bruk av fjernsyn i Norge, er dette fremdeles en av de mest populære medietypene i landet. Fjernsyn som analyseobjekt er nest mest undersøkt, og utgjør 18 prosent av medietypenforskningen. Dette kan trolig forklares av to faktorer. Den ene er at dette er et populært medium, med mange muligheter for relevante journalistiske analyser, som for eksempel av fjernsynsnyheter. Den andre faktoren er at fjernsynsprogrammer kan gjennom lyd og visuelt gi oss informasjon om journalistikken, i motsetning til radio hvor journalistikken bare kommer til uttrykk gjennom lyd. Med dagens opptaksmuligheter og nett-tv er mulighetene mange, og legger til rette for å kunne gå tilbake i tid, samt undersøke det man analyserer flere ganger. Som vi kan se i *tabell 5.3.1* har fjernsyn som forskningsobjekt imidlertid hatt en liten nedgang de siste årene, og utgjør 13 prosent av forskningen i denne perioden. Dette er en nedgang på 5 prosent, og kan sees i sammenheng av den økende utforskningen av nettmedier.

I 2012 brukte 79 prosent av Norges befolkning i alderen 9-79 år radio daglig. Året etter var statistikken 80 prosent (Statistisk Sentralbyrå, 2014). Dette viser at radio er et viktig medium i Norge, noe som legger til rette for å bli undersøkt i forskningen. Dersom vi ser nærmere på master- og hovedfagsoppgavene i journalistikk er radio den medietypen det forskes nest minst på. Radio utgjør totalt 5 prosent av medietypenforskningen. Det var først i 2009 at det forekom en radioanalyse på master i journalistikk. At radio er så lite dekket kan forklares av mediets tilgjengelighet. Det finnes naturligvis digitale podcaster av de fleste radioprogrammer, men det er noe komplisert å gjøre opptak av radio. I perioden 2011-2013 er statistikken for undersøkelser av radio uendret. Det vil bli interessant å se om flere velger å forske på radiojournalistikk. Mye tyder på at dette er et upløyd felt i forskningen, og har trolig flere områder som kan undersøkes.

Sammenlignet med Morlandstø's (2012) undersøkelse, er statistikken for fjernsyn og radio noe ulik. Morlandstø kom frem til at 13 prosent forsket på enten TV eller radio, mens forskning på fjernsyn og radio sammen utgjør 23 prosent av den mediale forskningen i master- og hovedfagsoppgavene.

5.4 Vurdering av tema

For å belyse den delen av problemstillingen som tar for seg hvilke temaer hovedfags- og masterstudentene i journalistikk har valgt å forske på, ble det opprettet ni tema-kategorier:

- Nyhetsverdi, sjanger, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi
- Journalistrollen
- Journalistikkens vilkår (marked og teknologi)
- Demokrati, offentlighet og likestilling/kjønnsroller
- Relasjon til kildene, kildeanalyse
- Politisk journalistikk
- Utenriksjournalistikk
- Etikk
- Øvrig

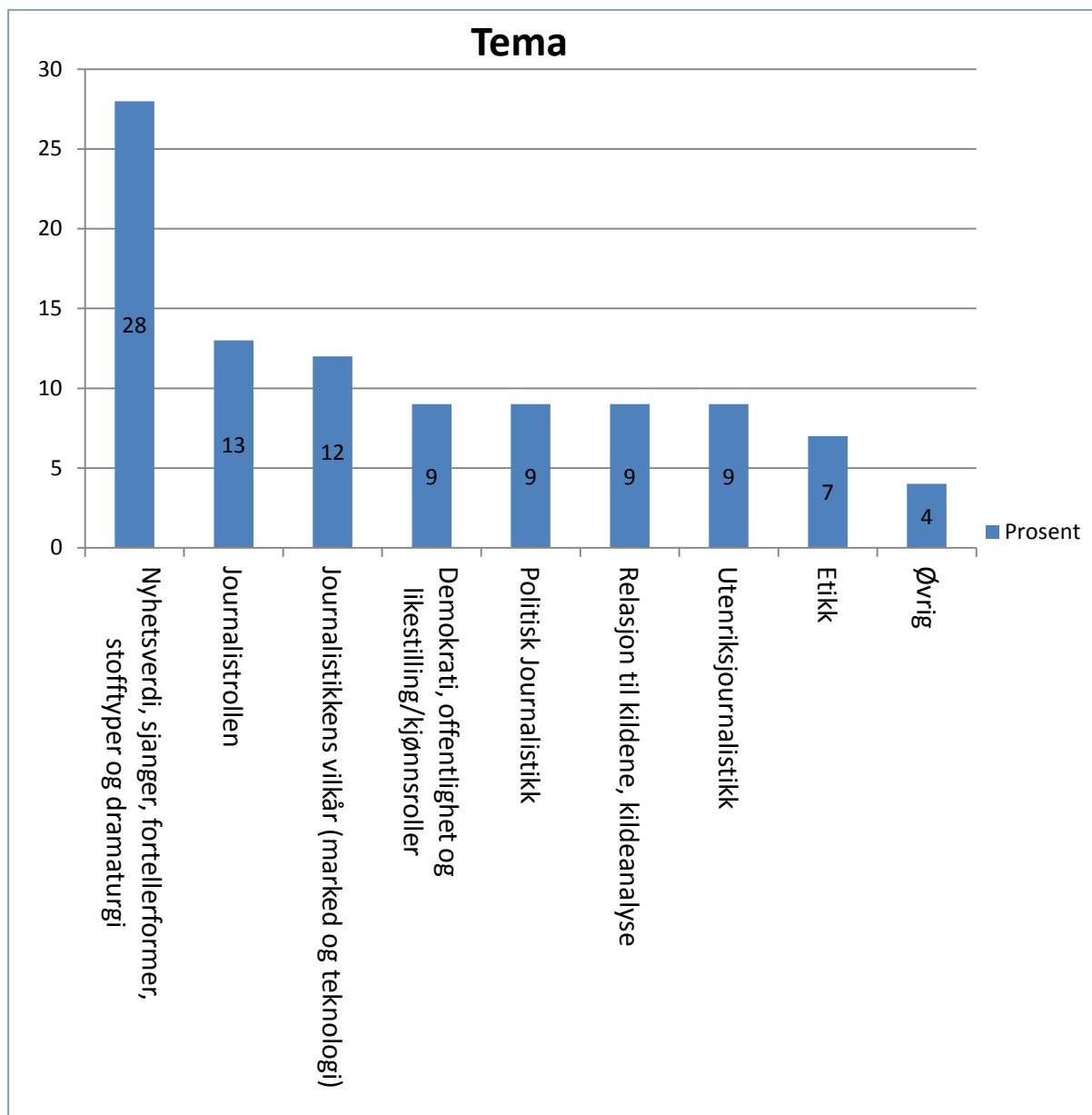
Noen av verdiene inneholder flere temaer. Disse er slått sammen til blandingskategorier, som beskrevet i metodekapittelet (jfr. punkt 3.2.2).²¹

²¹ På grunn av tabellens størrelse er den presentert på neste side.

Geografisk lokalisering → Tema ↓	Norske medier/journalistikk om forhold i Norge	Norske mediers dekning av norsk utenriksjournalistikk og norske interesser (bedrifter og personer) i utlandet	Internasjonal mediedekning	Nasjonale medier/nasjonal journalistikk utenfor Norge	Totalt
Nyhetsverdi, sjanger, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi	22	4	2	1	29(28)
Journalistrollen	10	3	-	-	13(13)
Journalistikken vilkår (marked og teknolog)	12	-	-	-	12(12)
Demokrati, offentlighet og likestilling/kjønnsroller	10	-	-	-	10(9)
Relasjon til kildene, kildeanalyse	8	1	1	-	10(9)
Utenriksjournalistikk		7	2	1	10(9)
Politisk journalistikk	5	1	-	3	9(9)
Etikk	7	-	-	-	7(7)
Øvrig	4	-	-	-	4(4)
Totalt	78(75)	16(15)	5(5)	5(5)	104(100)

Tabell 5.4: Tabellen viser en oversikt over hvilke temaer det er forsket på i master- og hovedfagsoppgavene i perioden 2002-2013. Temaene er analysert i forhold til geografisk lokalisering. Prosent er oppført i parentes.

I tabellen over er analysen av tema og geografisk lokalisering presentert detaljert, hvor tema-variablene er gitt horisontalt, mens vertikalt finner vi fire delkategorier for variabelen *geografiske lokalisering*. De geografiske lokaliseringene av oppgavene viser, som presentert i metodekapittelet, hvilke områder forskningen har tatt utgangspunkt i. Dette er, som beskrevet i metodekapittelet (jfr. punkt 3.2.2), gjort først og fremst for å unngå avgrensingsproblem med kategorien "utenriksjournalistikk". Ved å analysere temaene ut fra geografisk lokalisering tillater dette også en analyse av hvorvidt temaene gjelder journalistikk i eller utenfor Norge. Først skal vi se nærmere på variabelen *tema*.



Figur 5.4: «Tema» viser en oversikt over hovedtemaene blant 104 master- og hovedfagsoppgaver i journalistikk, rangert etter dekning, oppført i prosent.

For å skildre hva som rører seg i de ulike kategoriene skal det, i tillegg til å vurdere statistikken, bli gitt noen eksempler på oppgaver som er registrert i de forskjellige kategoriene.

Nyhetsverdi, sjanger, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi

Den mest belyste temakategorien er "Nyhetsverdi, sjanger, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi". Dette er også den desidert største blandingskategorien. Denne forteller oss imidlertid lite om hvilke av disse temaene som er mest undersøkt. Dersom kategoriens fem undertema hadde blitt delt inn i egne temakategorier ville flere av disse vært for små til å ha

en egen verdi. Derfor ble disse samlet i én kategori. Hele 28 prosent av studentene har valgt å undersøke temaer knyttet til denne store blandingskategorien. Felles for disse oppgavene er at de ofte undersøker journalistisk innhold eller uttrykk. I masteroppgaven *Det reisejournalistiske samfunnsoppdraget: En analyse av Aftenpostens reisejournalistikk fra 1974 til 2010* (Smaadal, 2011), er sjangeren reisejournalistikk undersøkt. Denne oppgaven diskuterer også journalistikkens samfunnsoppdrag, og kunne derfor vært registrert i kategorien "journalistrollen". Oppgaven analyserer reiseartikler ved hjelp av kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse, og det er sjangeren som står i sentrum. Derfor ble denne registrert i den største blandingskategorien. En annen masteroppgave er *Å fortelle sanne fortellinger: En kvalitativ studie av bruken av litterære virkemidler i journalistiske tekster* (Rustad, 2011). I denne oppgaven er det overordnet fortellerformen som blir belyst som tema. Som metoder er det her brukt tekstanalyse av fire reportasjer og intervjuer med forfatterne av disse reportasjene. Det blir diskutert hvordan litterære virkemidler utfordrer konvensjonelle krav til sannferdig gjengivelse av virkeligheten i journalistikken (Rustad, 2011). Et annet eksempel er oppgaven *Ideal og realitet. En analyse av nyhetsreportasjen i tre norske aviser* (Frey, 2007). Dette er en typisk sjangeroppgave som tar for seg forholdet mellom nyhetsreportasjen og sjangeridealet. Her er det blant annet brukt innholdsanalyse av tre norske aviser for å belyse problemstillingen. Det blir diskutert hvordan sjangeren er under press. Et siste eksempel er masteroppgaven *Motbakker, stavbrekk og rivalisering: en analyse av nyhetsverdier og dramaturgi i deknningen av Northug versus Hellner i Vancouver-OL* (Brage, 2012). I denne oppgaven er det gjennom kvantitativ innholdsanalyse undersøkt nettavisenes prioriteringer, nyhetsverdier, dramaturgiske virkemidler. Dette er et kroneksempel på en oppgave som vi finner i kategorien "Nyhetsverdi, sjanger, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi". Som vi kan se i eksemplene over er det en fellesnevner – det undersøkes journalistisk innhold.

Journalistrollen

Kategorien "Journalistrollen" er nest størst, og utgjør 13 prosent av det totale omfanget. Problematikken med å kategorisere oppgaver knyttet til journalistrollen, er at disse ofte beveger seg inn på andre områder for å skildre sine overordnede temaer. Det betyr at det må undersøkes nærmere hva som er hovedtrekkene i oppgaven. Et eksempel på dette er *Moteblogger: morgendagens motejournalistikk eller fashion faux pas* (Einarsdottir, 2012). I utgangspunktet kan dette se ut som en sjanger- og stofftypeoppgave. Etter en vurdering av innholdet ble det imidlertid gjort noen funn som knytter oppgaven til journalistrollen. Det er

diskutert hvordan den digitale medieutviklingen gjør at journalistikken ikke lenger er forbeholdt journalistene. Til å undersøke dette har Einarsdottir (2012) sett nærmere på hvilke utfordringer motejournalistikken i nettaviser står overfor i møtet med moteblogger. Her blir det altså diskutert hvordan journalistrollen påvirkes som følge av den digitale medieviklingen. Denne masteroppgaven ble derfor registrert i kategorien "Journalistrollen". Det finnes imidlertid noen oppgaver uten store avgrensingsproblemer. Et eksempel på dette er *Vikarkarusellen: om hvordan vikarers arbeidsforhold utfordrer den klassiske journalistrollen* (Olsen, 2004). Denne hovedfagsoppgaven tar for seg vikarers arbeidsforhold og hvordan dette påvirker/utfordrer journalistrollen. Her kan man si at et undertema er etiske perspektiver i journalistikken, da det blant annet blir diskutert om vikarers behov for å markere seg øker sjansen for etiske overtramp. Men som forfatteren av oppgaven sier: «Det overordnede spørsmålet er om vikarenes arbeidsforhold gjør det vanskeligere å ivareta klassiske journalistiske idealer som allsidig nyhetsformidling, kritisk granskning og journalistisk autonomi» (Olsen, 2004). Derfor ble den registrert i denne kategorien. Masteroppgaven *Journalistrolle i endring: en analyse av konvergens og flermedial praksis i mediehusene Bergens tidende og NRK Hordaland* (Borgen, 2007), er også registrert i kategorien "Journalistrollen". Her blir det diskutert «hvordan den konvergente virkeligheten ser ut for norske journalister et tiår etter at den første norske nettavisen ble lansert, og om journalistenes rolle er endret med overgangen til mediehus» (Borgen, 2007). Oppgaven konkluderer blant annet med at et flertall av journalistene i de undersøkte mediehusene hevder at rollen er endret som følge av at bedriften ble flermedial (Borgen, 2007). Som vi kan se er journalistrollen et viktig moment i oppgaven.

Journalistikkens vilkår (marked og/eller teknologi)

Master- og hovedfagsoppgaver som har tilhørighet i kategorien "Journalistikkens vilkår (marked og/eller teknologi)" utgjør totalt 12 prosent av forskningen. Et eksempel på en oppgave som har tatt for seg journalistikkens vilkår som hovedtema er *Lokalavis innenfor eller utenfor konsern: en sammenligning av vilkårene for kritisk journalistikk* (Jensen, 2006). Dette er en typisk oppgave der journalistikkens vilkår undersøkes. Oppgaven diskuterer «om vilkårene for kritisk journalistikk varierer om avisen er uavhengig, innenfor eller utenfor konsern» (Jensen, 2006). Et eksempel på en masteroppgave der vilkår for journalistikken blir analysert i forhold til teknologi er *Sosiale medier i den journalistiske verktøykassen* (Winther, 2012). Her er det undersøkt hvorfor og hvordan journalister i to norske nettaviser bruker

sosiale medier som journalistiske verktøy. Journalistikkens vilkår står sentralt i oppgaven, der det blir analysert hvordan sosiale medier blir brukt i journalistikken. En annen masteroppgave, *Rett sted til rett tid: En studie av hvordan visuell ledelse og ulike måter å organisere en fotoavdeling på influerer den visuelle journalistikken i to aviser* (Bjerknes, 2012), er et annet eksempel på en oppgave registrert i kategorien "Journalistikkens vilkår". I dette tilfellet er det undersøkt hvordan visuell ledelse og organisering av fotoavdeling kan påvirke og være en forutsetning for visuell journalistikk. Vilkårene for journalistikken i denne studien omhandler først og fremst hvordan et visuelt sluttprodukt er avhengig av visuell ledelse. Felles for disse oppgavene er at det diskuteres hvordan vilkårene for journalistikken påvirkes eller endres som følge av markedet og/eller teknologi.

Demokrati, offentlighet og likestilling/kjønnsroller

Opgaver registrert i kategorien "demokrati, offentlighet og likestilling/kjønnsroller" utgjør 9 prosent av forskningen. Dette er også en stor blandingskategori, hvor oppgaver som omhandler likestilling/kjønnsroller utgjør omtrent 40 prosent av oppgavene, mens de resterende 60 prosentene har demokrati og/eller offentlighet som hovedtema. Det som ofte går igjen i oppgavene som undersøker demokrati og/eller offentlighet er analyser av enten nett- eller avisdebatt. Et eksempel på dette er masteroppgaven *Debatten om nettdebatten: Holdninger og praksis i norske nettaviser* (de Lange, 2011). Her er det sett på hvilke holdninger som preger diskusjonen i nettdebatten, samt hvordan redaksjonene håndterer dette. Offentlighet og demokrati står sentralt i denne diskusjonen. En lignende masteroppgave er *Ungdommers inntreden i mediene: en diskursanalyse av Si ;D, Aftenpostens debattside for ungdom* (Tungen, 2011). I denne oppgaven diskuteres det blant annet hvordan Aftenpostens debattside er et grep for å styrke avisens demokratiske samfunnsrolle. En oppgave knyttet til temaene likestilling/kjønnsroller er *Når det personlige aldri blir politisk.: En analyse av diskusjoner om kjønn og likestilling i fem Ukeslutt-innslag* (Lindstad, 2012). Med utgangspunkt i regjeringens handlingsplan for likestilling mellom kjønnene, hvor Audun Lysbakken påpeker at mye er oppnådd, men alle mål ikke er nådd, er det undersøkt hva som skjer i dette likestillingspolitiske mellomrommet.

Politisk journalistikk

Kategorien "Politisk journalistikk" utgjør 9 prosent av forskningen i master- og hovedfagsoppgavene. Noen undersøker valgkamp, mens andre tar for seg partitilhørighet, retorikk i politisk journalistikk, eller andre politiske spørsmål knyttet til journalistikken. Masteroppgaven *Valkamp i tv-nyhetene : slik dekket NRK og TV2 stortingsvalkampen 2009* (Folkedal, 2010), tar for seg hvilke politiske temaer, vinklinger og parti som preget den politiske journalistikken i NRK- og TV2-nyhetene i valgkampen i 2009. Oppgaven ble dermed registrert i kategorien "Politisk journalistikk". Det er også gjort oppgaver knyttet til partitilhørighet, som for eksempel masteroppgaven *Pressen og partiene - partitilhørighet i 2005?: en analyse av Aftenposten, Dagsavisen, Dagbladets og Dagens Næringslivs leder- og kommentarartikler under valgkampen i 2005* (Pettersen, 2009). Her er det undersøkt, med utgangspunkt i valgkampen i 2005, om avisene viste sympatier som kjennetegner partitilhørigheten under perioden med partipresse. Et siste eksempel er masteroppgaven *Visuell retorikk i politisk journalistikk: en analyse av tre avisers visuelle fremstilling av norske topp-politikere* (Wright, 2005). Denne undersøker hvordan tre norske aviser fremstiller politikere visuelt. Også denne oppgaven ble vurdert til å belyse politisk journalistikk som overordnet tema.

Relasjon til kilder, kildeanalyse

Master- og hovedfagsoppgaver knyttet til kategorien "Relasjon til kilder, kildeanalyse", utgjør 9 prosent av det totale utvalget. Ofte blir relasjonen mellom journalister og kommunikasjons- og informasjonsmedarbeidere diskutert i disse oppgavene. Masteroppgaven *Journalister og ideelle organisasjoner: - En kvalitativ analyse av relasjonen mellom journalister og informasjonsmedarbeidere i ideelle organisasjoner* (Sogn, 2012), er et eksempel på dette. Her diskuteres det hvilke mulige konsekvenser denne relasjonen kan ha for det journalistiske produkt og innhold. Et annet eksempel er *Lobbykonsulentene: En studie av PR-byråenes påvirkning av politikk og journalistikk* (Kværna, 2011), som har undersøkt PR-byråenes påvirkning av politiske beslutninger gjennom blant annet lobbyisme. Hovedtemaet i denne oppgaven er journalisters kilderelasjoner. Masteroppgaven *Verden på norsk: en analyse av kildebruken i tre norske papiravisers utenriksjournalistikk* (Fevik, 2011) ble registrert i kategorien "Relasjon til kilder, kildeanalyse", men ikke uten problemer. Som vi kan se i tittelen er utenriksjournalistikk undersøkt, men hovedtemaet i oppgaven er kildebruken. Her blir det analysert i hvilken grad avisene har en selvstendig utenriksjournalistikk, vurdert

gjennom kildeanalyse. Masteroppgaven er registrert i kategorien på bakgrunn av at hovedfokus er analyse av kildebruk.

Utenriksjournalistikk

Oppgaver registrert i kategorien "Utenriksjournalistikk" utgjør 9 prosent av forskningen. Flesteparten av oppgavene som går inn under denne kategorien gjør undersøkelser knyttet til norsk mediedekning i utlandet (syv av ti oppgaver). Et eksempel på en slik oppgave er *Rapporter fra bakgården: norsk pressedekning av Latin-Amerika fra 1902 til 2002* (Sæther, 2007). Her undersøkes det norsk mediedekning av Latin-Amerika, et område som Sæther (2007) finner lite dekket og preget av en stor andel notiser. Et annet eksempel er masteroppgaven *Lite land stort hjerte: en analyse av mediedekningen av Norge i FNs Sikkerhetsråd 2001-2002* (Thorsen, 2010), som undersøker hvordan et utvalg av norske medier valgte å dekke Norge i Sikkerhetsrådet. Felles for disse to oppgavene er at det undersøkes norsk pressedekning av saker utenfor Norge. En oppgave som tar utgangspunkt i flere lands mediedekning, er *Conflicting countries - conflicting perspectives? : a comparative analysis of the Tampa crisis in Australian and Norwegian media* (Sørensen, 2010). Her undersøkes det hvordan nasjonale medier i to vestlige land håndterer og posisjonerer seg når de havner i en diplomatisk krise. Denne ble registrert i kategorien "Utenriksjournalistikk" da den tar for seg mediedekning av utenrikspolitiske perspektiver.

Etikk

7 prosent av master- og hovedfagsoppgaven har etikk i journalistikken som hovedtema. Det er gjort analyser i forhold til Vær Varsom-plakaten, eller andre etiske perspektiver knyttet til journalistikken. Felles for oppgavene er at presseetikk står i fokus, og et eksempel på dette er masteroppgaven *Medieomtale av selvmord og selvmordsforsøk i presseetikk og praksis : en analyse av spenningsforholdet mellom pressens informasjonsrett, personvern og faren for imiterende atferd i selvmordspunktet i Vær varsom-plakaten og klagesaker i Pressens faglige utvalg fra 1936 til i dag* (Hognestad, 2007). Denne oppgaven belyser et etisk dilemma som mange journalister kommer over, nemlig medieomtale av selvmord og selvmordsforsøk, og blir i dette tilfellet analysert i forhold til Vær Varsom-plakaten og klagesaker i PFU. En annen oppgave, *Etiske husregler i norske nyhetsmedier: en undersøkelse av fremvekst, innhold og funksjoner* (Dahlstrøm, 2007), undersøker hvor utbredt husreglene i et utvalg av norske

nyhetsmedier er, hva de handler om, samt hvilke funksjoner disse reglene har. På bakgrunn av at oppgaven tar for seg etikk i journalistikken ble den også registrert i denne kategorien.

Øvrig

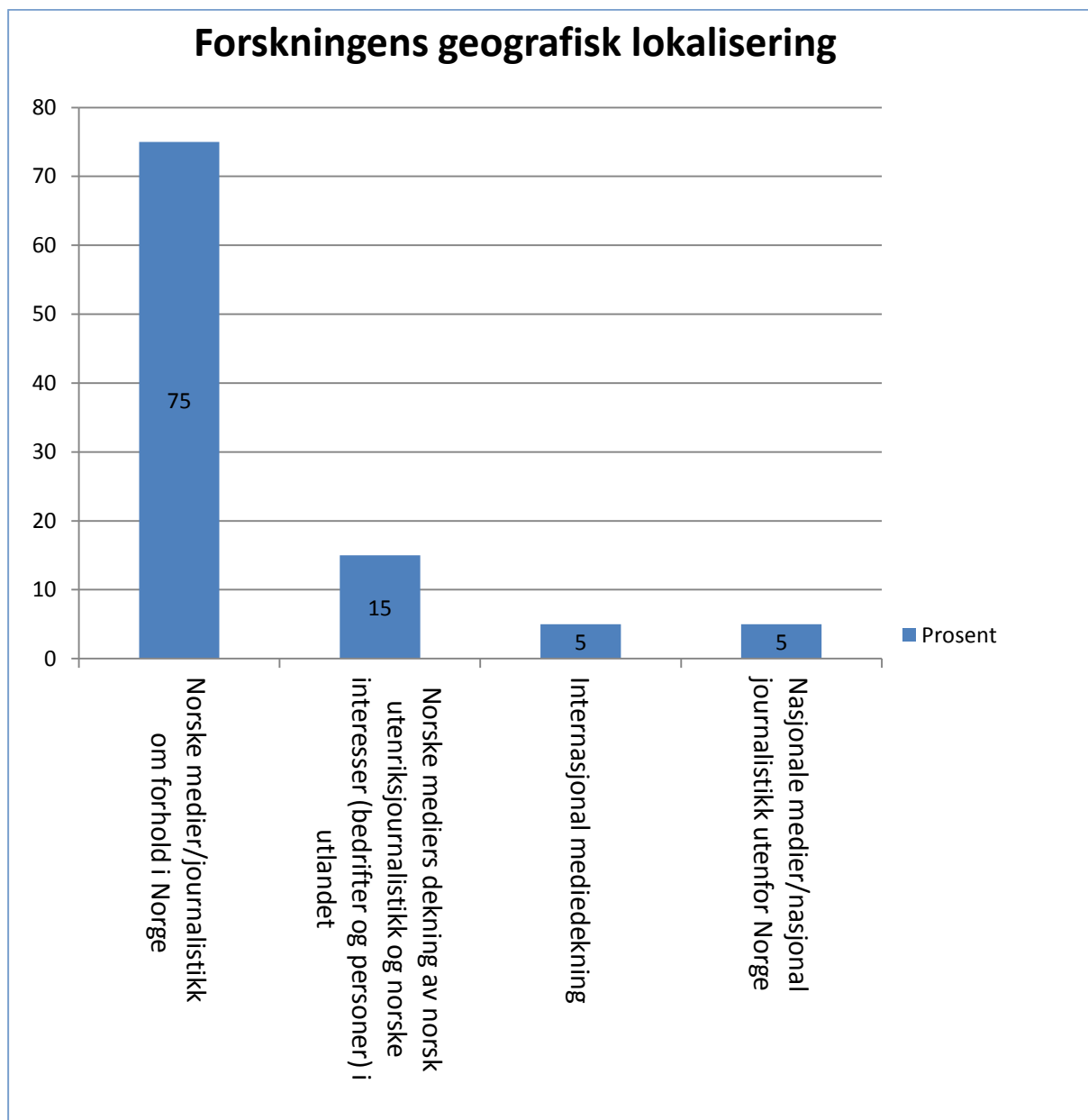
I "øvrig"-kategorien befinner det seg oppgaver som ikke har tilhørighet i noen av de andre kategoriene. Totalt fire prosent er registrert i denne kategorien. Et eksempel på en oppgave som er plassert i denne kategorien er *Finnes det lesere til avisen om 30 år? : en undersøkelse om barn og unges avislesing og deres refleksjoner over avisen som medium* (Fogt, 2003), som blant annet tar for seg barn og unges holdninger til avis som medium, og om de ønsker å lese aviser i fremtiden. Denne oppgaven hadde ikke et hovedelement som passet inn i noen av de andre kategoriene, og fikk dermed en plass i "øvrig". *Bilder i samfunnsfag* (Eide, 2012) ble også registrert i denne kategorien. Oppgaven undersøker teori for bilder i samfunnsfag, og har ingen klare trekk vi kan knytte opp mot noen av de andre temakategoriene. Den ble derfor tematisk vurdert som en øvrig-oppgave.

5.4.1 Geografisk lokalisering

De ni temakategoriene ble analysert i forhold til fire geografisk lokaliserings-kategorier. Denne analysen kan fortelle oss om forskningen omhandler journalistikk i eller utenfor Norge. Variabelen *geografisk lokalisering* ble gitt følgende verdier:

- ➔ Norske medier/journalistikk om forhold i Norge
- ➔ Norske mediers dekning av norsk utenriksjournalistikk og norske interesser (bedrifter og personer) i utlandet
- ➔ Internasjonal mediedekning
- ➔ Nasjonale medier/nasjonal journalistikk utenfor Norge

Vurderingen av oppgavenes geografiske lokalisering legger grunnlag for å diskutere hvorvidt forskningen fokuser på journalistikk i Norge/norske mediers mediedekning, internasjonal mediedekning eller nasjonal journalistikk utenfor Norge.



Figur 5.4.1: Forskningens geografiske lokalisering blant master- og hovedfagsoppgavene, rangert etter prosent.

Som vi kan se i Figur 5.4.1 representerer oppgaver registrert i kategorien "Norske medier/journalistikk om forhold i Norge" 75 prosent av forskningen. At forskningen i høy grad dreier seg om norsk journalistikk/norske medier påvirkes trolig av følgende faktum: De fleste medier i de fleste land er lokale eller nasjonale, på grunn av blant annet språk og bosetning. Derfor kan vi anta at også studentenes forskning er påvirket av dette. Det er dessuten naturlig at mye av forskningen av studenter på master- og hovedfag i journalistikk, en utdanning som er norsk, også er nasjonalt orientert.

I lokaliseringskategorien "Norske medier/journalistikk om forhold i Norge" er alle temakategoriene godt belyst (naturlig nok med unntak av utenriksjournalistikk). Tematikken i

denne lokaliseringskategorien har hovedtyngde på oppgaver knyttet til nyhetsverdi, sjanger, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi. "Norske mediers dekning av norsk utenriksjournalistikk og norske interesser i utlandet" omfatter 15 prosent av oppgavene, og det er altså et av de 'tunge' områdene. Oppgaver registrert i denne kategorien er hovedsakelig knyttet til utenriksjournalistikk, men det finnes altså også andre typer. Forskningsprosjekt som omhandler "Nasjonale medier/nasjonal journalistikk utenfor Norge" representerer fem prosent av oppgavene, det samme gjør prosjekt som tar for seg "Internasjonal mediedekning". I disse to kategoriene finner vi oppgaver knyttet til omtrent halvparten av temakategoriene. Det er ikke registrert oppgaver som belyser temaene journalistrollen, journalistikkens vilkår, demokrati, offentlighet og likestilling/kjønnsroller eller etikk, i kategoriene "Nasjonale medier/nasjonal journalistikk utenfor Norge" og "Internasjonal mediedekning".

Forskningen er grunnleggende nasjonalt orientert, og dreier seg i første rekke om nasjonale forhold i Norge og norsk journalistikk. Først og fremst kan dette forklares av mediernes nasjonale og lokale orientering, som legger til rette for å undersøkes nettopp nasjonalt. Etersom journalistikkforskningen domineres av avisforskning, kan dette bidra til å forklare denne prioriteringen.

5.4.2 Foto, sport og underholdning

Som beskrevet i metodekapittelet (jfr. punkt 3.2.2), har jeg også sett nærmere på tre utvalgte typer journalistikk som faller utenfor den presenterte kategoriseringen. Dette er først og fremst gjort for å undersøke konkrete journalistiske områder som ikke tema-analysen kan fortelle oss. Analysen av "nyhetsverdi, sjanger, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi" sier lite om hvilke typer journalistikk oppgavene i denne kategorien tar for seg, men fokuserer, som de andre temakategoriene, heller på det overordnede temaet. Det ble derfor definert tre kategorier for nærmere analyse:

- ➔ Foto- og bildejournalistikk
- ➔ Sportsjournalistikk
- ➔ Underholdningsjournalistikk

Foto- og bildejournalistikk

Bilder er regnet som viktige elementer i historiefortellinger og er en viktig ingrediens i mange aviser (Langton, 2009: 45). Derfor er det interessant å se nærmere på i hvilken grad foto- og bildejournalistikk har fått oppmerksomhet i forskningen. Ut fra oversikten fra det digitale DUO-arkivet gir, kom jeg frem til at det i 14 oppgaver er blitt gjort analyser av foto og bilder. Dette utgjør så 13 prosent av alle oppgavene. Et eksempel på en oppgave som tar for seg foto- og bildejournalistikk er *Rett sted til rett tid: En studie av hvordan visuell ledelse og ulike måter å organisere en fotoavdeling på influerer den visuelle journalistikken i to aviser* (Bjerknes, 2012). I denne oppgaven blir det blant annet konkludert med at visuell ledelse er helt avgjørende for å skape et visuelt sluttprodukt med høy kvalitet. En annen oppgave som også har tatt for seg foto- og bildejournalistikk er *Visuell retorikk i politisk journalistikk: en analyse av tre avisers visuelle fremstilling av norske topp-politikere* (Wright, 2005). Her er det gjort en bildeanalyse for å skildre pressens visuelle fremstillinger av politikere, eller mer spesifikt, Aftenpostens, Dagbladets og Verdens Gangs pressefotografier av topp-politikere.

Dersom vi ser tilbake på Lisbeth Morlandstøs (2012) undersøkelse, har forskningen av det hun kaller «foto/bilder» utgjort 3 prosent av journalistikkforskningen i Norge. Dette er et av de klareste skillene mellom studentenes forskningsbidrag og forskningen ellers i Norge, da dette området har fått større oppmerksomhet blant master- og hovedfagsoppgavene. I flesteparten av oppgavene dette gjelder er ikke foto- og bildejournalistikk et hovedfokus, men mange bruker både analyser av bilder og diskuterer bildebruk, i tillegg til for eksempel tekstanalyser, for å belyse sine problemstillinger.

Sportsjournalistikk

I boken *Nyhetsverdier* har Sigurd Allern (2001) tatt for seg hovedtemaene i nyhetsstoffet i ti norske aviser i 1999. Temaet sport dominerer som nyhetsstoff i de fleste aviser. Verdens Gangs nyhetsstoff består av hele 26 prosent sport, og er en dominerende stofftype i denne avisen. Nyheter relatert til sport utgjør knapt en femtedel av det totale nyhetsarealet i avisene samlet, og kan derfor regnes som en viktig del av nyhetsfeltet til pressen (Allern, 2001: 129). Med en så stor andel sportsnyheter i norske aviser kan man slå fast at dette er en stofftype som er en stor del av hverdagen til mange, og er med på å forme nyhetsbildet i Norge.

Blant master- og hovedfagsoppgavene er det fire som har gjort analyser som kan knyttes til sportsjournalistikk. Den praktisk-teoretiske masteroppgaven *Nordmenns forhold til engelsk fotball - en kvalitativ studie av symbiosen fotballjournalist og supporter* (Aspaas,

2013), har undersøkt forholdet mellom å være journalist og supporter. Her blir det diskutert i hvilken grad et supporterforhold påvirker måten journalister tilnærmer seg arbeidet sitt. Oppgaven har med andre ord klare relasjoner til sportsjournalistikken. Masteroppgaven *Motbakker, stavbrekk og rivalisering : en analyse av nyhetsverdier og dramaturgi i dekingen av Northug versus Hellner i Vancouver-OL* (Brage, 2012) har også tematikk vi kan koble opp mot sportsjournalistikk. Oppgaven er, som vi kunne se tidligere, registrert i temakategorien "Nyhetsverdi, sjangrer, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi", ettersom det blant annet undersøkes hvilke nyhetsverdier det fokuseres på, samt dramaturgiske virkemidler i journalistikken. I denne oppgaven det sportsjournalistikk som er undersøkt. En annen oppgave er *Tv-rettigheter til toppfotball - en analyse av TV 2s deking av Tippeligaen i Sportsnyhetene* (Nyland, 2008), som blant temakategoriene ble vurdert til å omhandle journalistikkens vilkår. Oppgaven beveger seg også inn på tematikk knyttet til sportsjournalistikken, og har klare element som gjør at denne kan regnes inn i oppgaver som har undersøkt sport som et journalistisk område.

Det ble tidligere i oppgaven gjort en analyse av hvilke medier studentene har forsket mest og minst på. Der kom vi frem til at papiraviser er den dominerende medietypen. Ingen av oppgavene som har undersøkt sportsjournalistikk har brukt papiravis som analyseobjekt til sin oppgave, men det er brukt noen nettartikler. Ettersom en så stor andel av forskningen på master- og hovedfag i journalistikk har fokusert på papiravis kan det stilles spørsmålsteget til hvorfor sportsjournalistikken ikke er mer belyst, da det er en så stor andel av sportsnyheter i norske aviser. Mye tyder på at dette er et område som kan få mer oppmerksomhet i forskningen, sett i lys av sportsjournalistikkens viktige plass i norsk avispresse, og trolig i andre medium.

Underholdningsjournalistikk

Som nevnt tidligere i oppgaven omhandler underholdningsjournalistikk stoff som fanger folks oppmerksomhet, uten å være vesentlig, altså viktig for deres hverdag og livsløp. Ut fra denne definisjonen er det mye som vil kunne falle inn under det vi kan kalle underholdningsstoff.

Allern (2001) trekker frem «kjendisstoff» og artikler om såpeoperaer og annen fjernsynsunderholdning som eksempler på underholdningsstoff (Allern, 2001: 129). Han påpeker at nyhetsstoff relatert til «Kultur og underholdning» utgjør til sammen 18 prosent av nyhetsarealet i avisene samlet (Allern, 2001: 131). Dette viser at underholdningsjournalistikk er en sentral stofftype i mange norske aviser. Tidligere i oppgaven, i medietypeanalysen av

magasin- og ukepressen, ble det ut fra Linda Johnsen Ørstaviks masteroppgave om *Magasinflom i norsk presse* informert om at halvparten av stoffet i magasinene kretser rundt temaer som kultur og underholdning, og helse, samliv og livsstil. I Ørstaviks analyse kommer det frem at 25 prosent av temaene i magasinene er knyttet til kultur og underholdning (Ørstavik, 2009). Dette viser at underholdning også er en dominerende stofftype i norske magasiner.

I analysen har jeg sett nærmere på oppgaver som har forsket på underholdningsjournalistikk. Noen vil kanskje hevde at stofftyper som sport, helse og mote vil falle inn i kategorien underholdning, i alle fall sett i lys av definisjonen av hva underholdningsjournalistikk er. Sportsjournalistikk er definert som en egen kategori. Helse- og motestoff kan regnes som underholdningsjournalistikk, men jeg har valgt å avgrense begrepet til å gjelde oppgaver som enten har analysert underholdningsjournalistikk som tema, eller typisk kjendisstoff. Først og fremst er det ingen av oppgavene som har gjort analyser av underholdningsstoff knyttet til det vi kan assosiere med kjendisnyheter. Masteroppgaven *Moteblogger: morgendagens motejournalistikk eller fashion faux pas* og *En undersøkelse om norske kvinnemagasiners moteskribenter og motestoff* (Einarsdottir, 2012), har også elementer som kan assosieres med underholdningsjournalistikken, først og fremst på grunn av at det er gjort analyse av tekster i nettaviser vi kan regne som underholdningsjournalistikk (Dagbladets Kjendis.no). En annen oppgave, *En undersøkelse om norske kvinnemagasiners moteskribenter og motestoff* (Staarvik, 2007), har gjort innholdsanalyser av tre kvinnemagasiner: Henne, Elle og KK. Som forfatteren av oppgaven selv sier, er dette publikasjoner som «søker å gi sine lesere underholdende journalistikk» (Staarvik, 2007). I disse tilfellene gjelder det kjendisfokuseret motejournalistikk og motejournalistikk i underholdningsmedier. En annen masteroppgave som beveger seg inn på området underholdningsjournalistikk er, den tidligere nevnte oppgaven, *Magasinflom i norsk presse: et blikk på magasinsatsinger i Aftenposten, Dagens næringsliv, Dagbladet og VG: analyse av A- magasinet, D2, Magasinet, VG Helg og VG 7 i 2008* (Ørstavik, 2009). Denne masteroppgaven analyserer ikke hva underholdningsjournalistikk er, men har vist at tema knyttet til kultur- og underholdningsjournalistikk er dominerende i norske magasiner.

Som vi kan se er underholdningsjournalistikk et lite belyst område. Noen masteroppgaver beveger seg inn på stofftyper vi kan regne som underholdning, men det er ikke et hovedfokus. Det vil bli interessant å se om flere fremtidige masterstudenter kommer til

å velge temaer som er nærmere tilknyttet underholdningsjournalistikken, som for eksempel kjendisstoff i nettaviser eller magasin- og ukepressen.

5.4.3 Hva har studentene forsket på?

Vi kunne tidligere se at journalistikken må, for å oppnå en vellykket profesjonalisering, bygge opp tillit hos publikum, og legge til grunn hvorfor akkurat den skal ha samfunnsrett. Dette legger grunnlag for å hevde at journalistikken trenger å bli utforsket, både for å definere sin plass i samfunnet, men også for å avgrense feltet fra andre yrkesgrupper, som for eksempel informasjonsbransjen. Innledningsvis ble det gjort rede for at et av målene med journalistikken er å rapportere om virkeligheten, med utgangspunkt i faktiske hendelser, planer og tolkninger av det som skjer. Informasjon, kritisk granskning og debatt er bidrag til demokratiet, og journalistikken formidler kunnskap folk ofte ikke vet noe om. Noen vil også hevde at journalistikk kan på mange måter forstås som noe som former vår identitet i samfunnet. Dersom journalistikken spiller en så stor rolle i samfunnet, vil det være naturlig å hevde at journalistikken også trenger større plass i forskningen. Dette reiser derfor et sentralt spørsmål: hva har studentene forsket på?

I *tabell 5.4* kan vi se at studentene ofte velger oppgavetemaer knyttet til journalistisk innhold og fagområder. At studentene ofte velger å gjøre undersøkelser av innhold kunne vi også se i kartleggingen av metodebruken blant master- og hovedfagsoppgavene, hvor både kvalitative og kvantitative innholdsanalyser er mye brukt. Hva som er årsaken til at studentene velger disse temaene kan være flere. Først og fremst kan vi anta at studentene interesserer seg for disse temaene. Det er også viktig å påpeke at samtlige temaer som er belyst, går inn i pensumslitteraturen i kurs som tilbys på masterutdanningen. I introduksjonskurset, som er obligatorisk for alle som tar master i journalistikk, er flere av temaene vi ser i *tabell 5.4* sentrale i undervisningen. Det tilbys blant annet kurs i politisk journalistikk ved UiO, et tema som har fått stor oppmerksomhet i forskningen blant master- og hovedfagsoppgavene. Man kan derfor si at det er korrelasjon mellom hvilke temaer som er belyst og hvilke emner som tilbys i masterprogrammet.

Forskningen er grunnleggende nasjonalt orientert, i likhet med mediene selv. Den mest dominerende kategorien, "Nyhetsverdi, sjanger, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi", viser at studentene ofte er interessert i journalistisk uttrykk og innhold. Vi kan også si at forskningen er kildeorientert, som vi kan se ut fra kategorien "Relasjon til kildene, kildeanalyse", som utgjør 9 prosent av oppgavene. Innledningsvis ble kildeavhengighet

beskrevet som det klareste normative skillet mellom nyhetsjournalistikk og andre typer kommunikasjonsbudskap. Kildeforholdet er noe som kan avgrense journalistikken fra andre typer mediert innhold. Relasjonen mellom journalister og informasjonsmedarbeidere, samt PR-byråers påvirkning av det journalistiske produktet er undersøkt av flere studenter. Dette kan vi regne som viktige forskningsbidrag i grensesettingen mellom journalistikk og kommunikasjonsbudskap.

Temaer knyttet til journalistikkens samfunnsrolle er også godt dekket i forskningen. Kategoriene "Politisk journalistikk", "Demokrati, offentlighet og likestilling/kjønnsroller", «Etikk" og "Journalistrollen" vitner om en slik prioritering. Fokuset på journalistrollen viser at studentene interesserer seg for diskusjonen om hva journalistikk er, og hvordan vi skal definere den, og kan fungere som gode innspill i debatten om journalistikk som profesjon. Som vi kunne se innledningsvis er det å være journalist mer enn et yrke, det også en rolle. Journalister må innta rollen som den uavhengige og interessefrie organisatoren av den medierte offentligheten. Dette skildrer på mange måter et viktig poeng – at hvordan journalistrollen endres og påvirkes trenger å bli undersøkt, og oppmerksomheten dette fagområdet har fått i forskningen viser at dette er et fremdeles utviklende og udefinert område.

Som vi kunne se tidligere ble det i Lisbeth Morlandstøs (2012) undersøkelse konkludert med at mye av norsk journalistikkforskning tematisert hovedsakelig dreier seg om journalistiske fagområder og journalistisk innhold. Av journalistiske fagområder er sjanger, etikk, samfunnsoppdraget og kilder mest belyst. Når det forskes på journalistisk innhold er politikk og internasjonale forhold oftest undersøkt i norsk journalistikkforskning. Vi kan først og fremst si at journalistiske fagområder og journalistisk innhold også er dominerende tematisert i master- og hovedfagsoppgavene. Etikk, sjanger, politisk journalistikk og utenriksjournalistikk har i likhet med forskningen ellers i Norge fått stor oppmerksomhet i forskningen på masterprogrammet. Analysen viser at det er gjort lite forskning på underholdningsjournalistikk i master- og hovedfagsoppgavene. Også sportsjournalistikk har lav dekning. Studentenes belysning av temaene demokrati, offentlighet og likestilling/kjønnsroller og politisk journalistikk vitner om en prioritering av samfunnsjournalistikk forskningen. Vi kan også anta at mye av forskningen i den største blandingskategorien omhandler stofftyper som folk opplever som viktig for seg selv eller for en større gruppe mennesker.

5.5 Oppsummering

I dette kapitlet har vi sett nærmere på studentenes bidrag til journalistikkforskningen.

Innledningsvis i analysen kunne vi se at kvalitative metoder dominerer i studiene, mens kvantitative tilnærminger kommer i andre rekke. Når det gjelder medietyper er aviser mest undersøkt. De siste årene har analyser av nettmedier økt (sammenlignet med tidligere), og vi kan trolig vente oss at denne trenden vil fortsette.

Informantene påpekte at det de har forsket på har vært lite eller i ingen grad undersøkt tidligere – og kan derfor regnes som positive bidrag til journalistikkforskningen. Ut fra temaanalysen kan vi hevde at forskningen blant master- og hovedfagsoppgavene er variert og allsidige forskningsbidrag. Journalistiske fagområder og innhold er oftest undersøkt, med stort fokus på journalistikkens samfunnsrolle. Forskningen er også grunnleggende nasjonalt orientert. Det er fremdeles et hav av områder som trenger oppmerksomhet i forskningen, og det blir derfor interessant å se hvordan journalistikk som forskningsfelt vil utvikle seg de neste årene.

6 Konklusjon

Følgende forskningsspørsmål ble definert innledningsvis:

- *Hvordan vurderer et utvalg av uteksaminerte studenter fra hovedfag- og master i journalistikk betydning og relevansen av denne utdanningen for deres nåværende yrker? (jfr. punkt 1.2.1)*
- *Hvilke temaer har hovedfags- og masterstudentene i journalistikk valgt å forske på, hvilke medietyper har de undersøkt og hvilke metoder har de brukt i studiene? (jfr. punkt 1.2.2)*

For å belyse disse problemstillingene er det presentert og diskutert kvalitative og kvantitative analysedata. I dette kapitlet skal det på bakgrunn av analysekapitlene presenteres hvilke funn det er blitt gjort, samt hva disse funnene kan fortelle oss.

6.1 Arbeidslivsrelevans

Innledningsvis i oppgaven ble det diskutert hvorvidt norske redaksjoner engasjerer seg i utdanningsspørsmål, og svaret er at det synes å være en positiv holdning og verdsetting til utdanning rundt om norske mediehus. Vi kunne se at journalistutdanningen i dag spiller en større rolle for fremtidens journalister, og at i Kunnskapsløftet ble det understreket at utdanningsnivået blant norske journalister har økt. Dette støtter tanken om kompetanseheving og videreutdanning. En master i journalistikk er et eksempel på en videreutdanning, og kan være med på å heve kompetansenivået blant mediefolk. Om masteren er utslagsgivende når du søker jobb som enten journalist eller andre mediejobber kan diskuteres. De eneste tiltenkte karriereveiene der det er krevd å ha en master er som medieforsker og lærer/lektor på høyskole og videregående. Journalistyrket kan som tidligere nevnt assosieres med en semi-profesjon. Dette medfører at også andre enn journalister med bakgrunn fra medieutdanninger i prinsippet kan jobbe som journalister, og skaper derfor større kamp om arbeidsplassene. Om en master i journalistikk gjør deg mer kvalifisert til å jobbe som journalist enn andre er uvisst, men dersom vi tar utgangspunkt i det informantene sier, er masterutdanningen trolig ikke utslagsgivende. Utdanningen virker å gi en mer analytisk og teoretisk kompetanse, som kan være nyttig i de fleste mediejobber. Om master i journalistikk er et steg i retning av en økt profesjonalisering av yrket vil være vanskelig å hevde, og trolig heller ikke hensikten.

Utdanningen synes først og fremst å gjøre studentene kvalifiserte til flere yrker enn bare som journalist; for eksempel journalistlærer eller forsker, arbeid i forlag, offentlig sektor eller i kommunikasjonsbransjen.

To av informantene har begynt på et doktorgradsstudium. Disse har allerede en karriere innenfor akademia, henholdsvis som førsteamanuensis og høgskolelektor. De andre informantene jobber enten som journalister, eller i informasjons- og kommunikasjonsbransjen. Dette viser at det for uteksaminerte masterstudenter i journalistikk kan finnes et variert utvalg av karrieremuligheter. Noen av informantene peker på at dersom en ønsker en karriere utenfor akademia er arbeidslivserfaring viktig, i tillegg til utdanningen. Flere informanter trekker frem at som journalist og kommunikasjonsrådgiver er ikke en master krevd eller utslagsgivende når du skal ut i arbeidslivet, men påpekte at det heller ikke er en ulempe.

Det faglige læringsutbyttet oppfattes som jevnt godt blant informantene. «Faglig påfyll», «akademisk tyngde» og «flere ben å stå på», er noe av det som gikk igjen i intervjurundene. Noen savner flere praktiske emner, men som beskrevet i innledningen av oppgaven følger ikke masteren en ren praktisk utdanningsmodell, og man kan derfor heller ikke forvente at dette skal være et fokus. Likevel er det lagt til rette for at studentene kan velge en praktisk-teoretisk masteroppgave, trolig for at de som er mest praktisk anlagt skal få uttrykt seg best mulig. Med dette kan vi på mange måter konkludere med at masteren har en allsidig utdanningsmodell, med tilrettelegging for både de som ønsker å jobbe i mediebransjen, men også for de som ønsker en karriere som forsker eller i utdanningssektoren.

Et interessant funn i analysen av intervjurundene er at informantene opplever en klar relevans for deres nåværende yrker, til tross for at flere av de har høyst forskjellige yrker. Informantene viser til at den faglige tyngden man opparbeider seg gjennom masteren kan være relevant både som journalist, kommunikasjonsrådgiver, forsker og lærer. Det ble også stilt spørsmål knyttet til forhåpninger om fast relevant arbeid etter utdanningen. Av de informantene som ikke hadde fast jobb da de startet på masteren oppfattes det som lite bekymring til dette. Når det er sagt viser flere av informantene til at det er vanskelig å finne fast relevant arbeid i mediebransjen.

Det finnes mange karrieremuligheter etter endt utdanning, og flere uteksaminerte hovedfags- og masterstudenter opplever arbeidslivsrelevans i forhold til utdanningen. Dette er positive trender, både det at studentene finner relevante jobber, og at karrieremulighetene ikke er begrenset til mediebransjen. Vi må derfor kunne konkludere med at utvalget av

uteksaminerte master- og hovedfagsstudenter opplever utdanningen som relevant og betydningsfull for deres nåværende yrker.

6.2 Forskningsbidrag

Som beskrevet innledningsvis har journalistikkforskningen utviklet seg til å bli et særegent felt innenfor medier og kommunikasjon. Vi må kunne hevde at det er mye i journalistikken som ikke er utforsket. Dette blir på mange måter også bekreftet i intervjurundene, da informantene sier at det de forsket på var i liten eller ingen grad belyst tidligere, noe som vitner om et ferskt forskningsfelt. I analysen ble det presentert hvilke temaer master- og hovedfagsstudentene har forsket på, hvilke medier de har undersøkt, samt hvilke metoder har de brukt i studiene.

Tema

I studien av tematikken i master- og hovedfagsoppgavene ble det gjort en rekke sentrale funn. Primært kan vi se at journalistisk innhold og journalistiske fagområder har størst prioritet i forskningen. Dominansen av kategorien "Nyhetsverdi, sjanger, fortellerformer, stofftyper og dramaturgi", skildrer at det også er et stort fokus på journalistisk uttrykk og innhold. Mye av forskningen dreier seg også om journalistikkens samfunnsrolle og kilder. Dette er viktige områder i diskusjonen av hva journalistikk er, samt avgrensingen av journalistikk i forhold til andre typer medieinnhold og kommunikasjonsbudskap (kildeforholdet). Også etikk, utenriksjournalistikk, politisk journalistikk, demokrati, offentlighet, likestilling/kjønnsroller og journalistikkens vilkår er godt belyst. Vi kunne også se at områdene sportsjournalistikk og underholdningsjournalistikk har liten prioritet i forskningen, til tross for at sport og underholdning tar stor plass i nyhetsjournalistikken. Ingen oppgaver har analysert kjendisstoff, men to oppgaver har gjort analyser av motejournalistikk, mens det i én oppgave blant annet er undersøkt underholdningsjournalistikkens dekning i norske magasiner. Fire oppgaver kan knyttes opp mot sportsjournalistikkforskning. Det synes derfor å være en større prioritet av samfunnsjournalistikk i forskningen. Foto- og bildejournalistikk har fått stor oppmerksomhet i master- og hovedfagsoppgavene. Dette kan blant annet skyldes at bilder er enkle å måle, og er lett tilgjengelig – i tillegg til at bilder er en viktig ingrediens i mange aviser. Vi kan på mange måter konkludere med at journalistikkforskningens tematikk er preget av både egne interesser, pensumslitteratur, og veilederes forskningsfelt, og vi kan si at det er korrelasjon mellom

hvilke temaer som er belyst i forskningen og hvilke emner som tilbys i masterprogrammet.

Ut fra analysen av oppgavenes geografisk lokalisering, kan vi si at forskningen er grunnleggende nasjonalt orientert. Statistikken viser en dominans av forskning knyttet til norske medier/journalistikk og journalistikk i Norge. Dette kan blant annet forklares av at mediene ofte er lokale eller nasjonale, på grunn av blant annet språk og bosetning. Det er gjort mindre undersøkelser av internasjonal mediedekning og nasjonale medier/nasjonal journalistikk utenfor Norge. Det blir interessant å se om den ventende oppgangen i nettmedieforskningen vil føre til økt fokus på mediedekning utenfor Norge, da dette kan legge til rette for enklere analyser av mediedekning på tvers av landegrensene.

Medietyper

I analysen av medietyper ble det presentert hvilke type medier som er undersøkt i master- og hovedfagsoppgavene. Vi kunne se at ett medium dominerer, og at det er ganske store forskjeller mellom hvilke medier som er undersøkt i forskningen. Noen av medietypene har fått liten oppmerksomhet, til tross for at de er populære medium i Norge.

Medietypene vi fikk presentert i analysen er avis, magasin- og ukepresse, nettmedier, fjernsyn og radio. Avis er den dominerende medietypen i forskningen. Som tidligere nevnt kan man på bakgrunn av den digitale transformasjonen tenke seg at papiravisen før eller siden vil forsvinne. I Norge, som fremdeles kan regnes som et avislesende land, vil trolig ikke denne transformasjonen medføre at papiravisene forsvinner med det første. Vi kan forklare papiravisens dominans i forskningen av spesielt to faktorer. Den første er at de er enkle å måle, den andre er nettopp det at vi i Norge leser mye aviser. Det blir interessant å se avisforskningen i sammenheng med den spådde nedgangen i papiravisopplag. I tillegg kan nettmedienes fremvekst påvirke prioriteringene i forskningen. Dette kan medføre et mindre fokus på papiravisforskning, men da trolig med en større prioritering av nettaviser. Nettmedier er den tredje mest undersøkte medietypen, noe overraskende med tanke på mediets popularitet og tilgjengelighet. Det finnes mye journalistisk innhold på nettet. Studentene velger fortsatt å forske mer på aviser enn nettmedier. Vi kunne imidlertid se at den mediale forskningen av nettmedier har i perioden 2011-2013 hatt en større oppgang, og utgjør i denne perioden 28 prosent av den mediale forskningen i masteroppgavene. I denne perioden kunne vi spore en nedgang i undersøkelser av aviser og fjernsyn. Dette forteller oss at nettmedieforskningen trolig også vil få mer oppmerksomhet i årene som kommer.

Fjernsyn er det mediet som har blitt nest mest undersøkt i forskningen. Vi kan vente en

nedgang i forskningen av fjernsyn de kommende årene, som følge av en ventet oppgang i nettmedieforskningen. Vi kunne allerede spore en nedgang i fjernsynets prioritet i forskningen i perioden 2011-2013. Spørsmålet er da om studier av fjernsyn vil bli erstattet av nettbasert fjernsynsforskning, altså analyser gjennom nett-tv. Mye ligger til rette for at studentene kan gjøre flere analyser gjennom nettmedier, ettersom dette kan regnes som et samlingsmedium for blant annet aviser, fjernsyn og radio.

Radio er en av medietypene som er minst utforsket. I statistikken kunne vi også se at det er lite som tyder på at denne trenden vil endre seg. En av grunnene til at radio er lite undersøkt i master- og hovedfagsoppgavene, kan forklares av mediets tilgjengelighet. Sammenlignet med de andre medietypene, kan vi også hevde at radio er mer tungvint å måle, og er med på å forklare denne prioriteringen.

Det er gjort én analyse av magasin- og ukepressen. Først og fremst kan vi se dette i sammenheng med den nesten fraværende forskningen på underholdningsjournalistikk. Underholdning tar stor plass i norske aviser, magasiner, og trolig også i ukebladene, noe som legger til rette for å bli undersøkt. Det blir interessant å se om flere velger å bevege seg inn på underholdningsrelaterte stofftyper i sin forskning i årene som kommer.

Det er viktig å nevne at alt ikke kan dekkes like mye. Dette er trolig en av hovedårsakene til at man får et så pass stort skille i hvilke medietyper det forskes på, hvor papiravisen dominerer.

Metodebruk

Kvalitativ metode er den mest fremtredende tilnærmingen i journalistikkforskningen. Også kvantitativ metode er mye brukt. Når kvalitativ metode velges er intervjuer, diskursanalyse og tekstanalyser oftest anvendt. Blant de kvantitative metodene er innholdsanalyse mest fremtredende. På bakgrunn av analysen av hvilke medier studentene har undersøkt, som viser at studentene i høy grad interesserer seg for journalistisk innhold, er det heller ikke overraskende at kvalitative og kvantitative innholdsanalyser er mest brukt i forskningen. Vi kunne se at antall metoder anvendt i forskningen var flere enn antall oppgaver, noe som forteller oss at metodetriangulering er vanlig når det forskes på journalistikk. Metodene survey og observasjon er mindre anvendt, og kan blant annet forklares av at disse er tidkrevende tilnærminger. Sistnevnte krever dessuten tillitt og tillatelse av det miljøet man ønsker å undersøke. Kvalitativ bildeanalyse er minst utbredt, til tross for at det er gjort 14

studier av foto- og bildejournlistikk. Dette kan tyde på at kvantitative innholdsanalyser ofte blir brukt for å undersøke foto og bilder i journalistikken.

6.2.1 Styrker og svakheter ved studien

Styrkene ved denne studien er at den gir et bilde av noen uteksaminerte studenters opplevelser av hvordan de vurderer betydning og relevansen av utdanningen for deres nåværende yrker. En svakhet ved denne fremgangsmåten er at den ikke sier noe om hvordan «alle» studentene opplever dette. En annen styrke er at undersøkelsen av studentenes bidrag til journalistikkforskningen er med på å kartlegge hva som er forsket på. Dette gir fremtidige studenter en pekepinn på hvilke områder som tidligere er belyst, og legger grunnlag for at studentene kan utforske sider ved journalistikken som har fått liten eller ingen oppmerksomhet i master- og hovedfagsoppgavene. Undersøkelsen av medietyper har en svakhet. Den sier ikke noe om hvilke redaksjoner studentene har utforsket. Dette kunne lagt grunnlag for å diskutere i hvilken grad journalistikkforskningen fokuserer på de store fjernsyns- og avisredaksjonene.

6.2.2 Videre forskning

Til videre forskning ønsker jeg å foreslå hva som kan og bør undersøkes. Problemstillingen som omhandler uteksaminerte studenters vurdering av utdanningens betydning og relevans for deres nåværende yrker, kan med fordel bli utforsket gjennom en spørreundersøkelse. Dette vil kunne gi svar på en rekke spørsmål vi fremdeles ikke kan gjøre rede for: I hvilken grad er utdanningen relevant for alle studenters nåværende yrker, og hvilke karrierevalg har studentene tatt? En undersøkelse av bransjens holdninger til høyere utdanning ville også vært interessant. I hvilken grad er potensielle arbeidsgivere positive til masterutdanninger i medier og kommunikasjon og journalistikk?

I tillegg til arbeidslivs- og karriereundersøkelser, foreslår jeg at det undersøkes hvilke holdninger studentene har til ulike journalistiske stofftyper. Ettersom det ut fra tema-analysen kan hevdes at studentene er interessert i samfunnsjournalistikk, vil det være interessant å se nærmere på hva de tenker om andre typer journalistikk, som henholdsvis underholdningsjournalistikk og sportsjournalistikk. Med utgangspunkt i medietype-analysen i denne oppgaven ligger det også til rette for å undersøke videre hvilke typer nettmedier studentene prioriterer. Dette vil gjøre det mulig å spore hvilke medietyper i forskningen som

blir erstattet av lignende medium på nett.

Journalistikk som forskningsfelt er stadig voksende, og har mange områder som trenger å bli undersøkt.

Litteraturliste

- Allern, Sigurd (1997): *Når kildene byr opp til dans*. Pax Forlag AS, Oslo
- Allern, Sigurd (2001): *Nyhetsverdier. Om markedsorientering og journalistikk i ti norske aviser*. IJ-forlaget AS, Kristiansand.
- Bjerke, Paul (2011): *Journalistikkens vekst – og fall? Om journalistisk profesjonsmakt*. 1. utgave. IJ-forlaget AS, Kristiansand.
- Bjørnsen, Gunn, Jan Fredrik Hovden & Rune Ottosen (2009): *The Norwegian Journalism Education Landscape*, i Terzis, Georgios (2009): *European Journalism Education*. Bristol, Intellect Books/UCP, s. 179-190.
- Bologna-prosessen (2013): *Bologna-prosessen*. Internett. Hentet 14. desember 2013. Tilgjengelig fra: <http://www.studentparlamentet.uio.no/ressurser/bologna/>
- Conboy, Martin (2013): *Journalism Studies: The Basics*. Routledge.
- Dalen, Monica (2004): *Intervju som forskningsmetode - en kvalitativ tilnærming*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Eide, Martin (1993): *Den sosiologiske fantasi og journalistikkforskningen eller den journalistiske fantasi og sosiologien i Journalistikkforskning*, NML-rapport. Oslo: Norsk Medieforskerlag, s. 13–28
- Fossum, Egil & Meyer, Sidsel (2008): *Er det nå så sikkert? Journalistikk og kildekritikk*. 3. Utgave. Cappelen Damm, AS.
- Gentikow, Barbara (2005): *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*. Revidert utgave, IJ-forlaget AS, Kristiansand.
- Halvorsen, Anne Gunn (2013): - *Alt for mange tar en mastergrad samfunnet ikke har bruk for* (Dagens Næringsliv). Internett. Hentet 23. februar 2014. Tilgjengelig fra: <http://www.dn.no/talent/2013/09/22/-altfor-mange-tar-en-mastergrad-samfunnet-ikke-har-bruk-for>
- Hammerstad, Kim Arne (2013): *Én av tre vil jobbe i kommunikasjonsbransjen* (Studvest). Internett. Hentet 10. desember 2013. Tilgjengelig fra: <http://studvest.no/nyhet/%C3%A9n-av-tre-vil-jobbe-i-kommunikasjonsbransjen>
- Hovden, J. F., Bjørnsen, G., Ottosen, R., Willig, I., & Zilliacus-Tikkanen, H. (2009). *The Nordic journalists of tomorrow: An exploration of first year journalism students in Denmark, Finland, Norway and Sweden*. Nordicom Review, 30(1), s. 149-165.
- Høst, Sigurd (2012): *Avisåret 2012*. Høgskulen i Volda. Internett. Hentet 28. mars 2014. Tilgjengelig fra: http://medienorge.uib.no/files/Eksterne_pub/Avisaaret-2012.pdf

- Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte & Line Christoffersen (2010): *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 4. utgave. Oslo: Abstrakt forlag AS.
- Kvale, Steinar (2001): *Det kvalitative forskningsintervju*. Ad Notam, Gyldendal, Oslo.
- Kvalitetsrapport for IMK (2013): *Kvalitetsrapport for IMK 2013 (inkl. programmer og årsheter)* Internett. Hentet 21. mai 2014. Tilgjengelig fra: <http://www.hf.uio.no/imk/studier/kvalitet/imks-rapport-om-studiekvalitet-2013.pdf>
- Langton, Loup (2009): *Photojournalism and today's news: Creating visual reality*. Wiley-Blackwell.
- Mediehusrapporten (2009): *Mediehus 2009*. Internett. Hentet 15. desember 2013. Tilgjengelig fra: <http://mediehus.org/mediehus-2009>
- Morlandstø, Lisbeth (2012): *Tema med visse variasjoner – en studie av utviklingen i Skandinavisk journalistikkforskning*. Norsk medietidsskrift, 19(4) s. 291-311
- Njaastad, Olav (1999): *TV-journalistikk: Bildenes fortellerkraft*. Ad Notam Gyldendal AS
- Ottosen, Rune (2004): *I journalistikkens grenseland. Journalistrollen mellom marked og idealer*. IJ-forlaget AS, Kristiansand.
- Personvernombudet for forskning (2013): *Opprett nytt meldeskjema*. Internett. Hentet 1. november 2013. Tilgjengelig fra: <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeskjema>
- Sjøvaag, Helle (2010): *Samfunnskontraktens opphav og ideologiske funksjon – i Roppen, Johann & Allern, Sigurd (2010) (red.): Journalistikkens samfunnsoppdrag*, IJ-forlaget, s.36-48.
- Splichal, Slavko & Sparks, Colin (1994): *Journalists for the 21st Century*. Ablex, New Jersey.
- Statistisk Sentralbyrå (2014): *Norsk mediebarometer, 2013*. Internett. Hentet 28. mars 2014. Tilgjengelig fra: <http://www.ssb.no/medie>
- Syvertsen, Trine (2010): *Medieviternes suksess*. Norsk medietidsskrift, 17(1) s. 67-76.
- UiO (2014): *Hvorfor velge dette programmet?* Internett. Hentet 19. januar 2014. Tilgjengelig fra: <http://www.uio.no/studier/program/journalistikk-master/hvorfor-velge/>
- Wahl-Jørgensen, Karin & Thomas Hanitzsch (2009): *Introduction: On Why and How We Should Do Journalism Studies* - i Wahl-Jørgensen, Karin & Thomas Hanitzsch (2009) (red.) *The Handbook of Journalism Studies*. Routledge, s. 3-16.
- Zelizer, Barbie (2004): *Taking journalism seriously: News and the Academy*. SAGE Publications, Inc.
- Zelizer, Barbie (2009): *Journalism and the Academy* – i Wahl-Jørgensen, Karin & Thomas Hanitzsch (2009) (red.) *The Handbook of Journalism Studies*. Routledge, s. 29-41

Østbye, H., K. Helland, K. Knapskog og L.O. Larsen (2007): *Metodebok for mediefag*. 3.utg., Fagbokforlaget, Bergen.

Vedlegg

Vedlegg 1: Intervju, Rune Ottosen

Hvorfor velger noen å ta en master i journalistikk?

Det er i tiden at kompetanseheving er etterspurt. Dersom vi ser på utdanningsløftet som NJ utga for noen år siden ser vi at kompetanseheving er etterspurt. Konkurransen om jobbene er også store, så mange føler det nok betryggende å ha flere ben å stå på, enn en praktisk bachelorgrad, at en master kan åpne nye karrieremuligheter. Det er hovedsakelig på tre områder at disse nye karrieremulighetene ligger: 1) formell kompetanse for å undervise i journalistikk på journalistutdanningen og også medielinjer på videregående, dette er det empirisk godt belegg for. På alle de største journalistutdanningene er det folk med bakgrunn fra hovedfag eller master i journalistikk. I staben her er det 3-4 personer med den bakgrunnen, inkludert vår studieleder, Hanne Vogt. 2) For de som vil kvalifisere seg til en forskerkarriere, og krever en master hovedfagkompetanse på B-nivå, og det er et par eksempel på uteksaminerte doktorgradskandidater som har den veien. Så det der som karriere som forsker er en annen karrieremulighet. 3) En tredje karrieremulighet er å videreutdanne seg som journalist, og gå tilbake til faget, med en spesialitet og en mer formell kompetanse. Det er de tre tingene kan du si.

Hvordan har master i journalistikk utviklet seg på disse ti årene?

Den viktigste forskjellen er sammensetningen av studentene. De første par tre kullene var det flest studenter med journalistutdanning og en cand.mag. som en del av det, som hadde jobbet mange år i bransjen, og ventet lenge med å ta dette, og de visste at det kom. Og da kom det en del kull med veldig høy gjennomsnittsalder, og det kom folk med bred og lang erfaring. Nå er det jo mer vanlig at man fortsetter på master rett fra medier og kommunikasjon eller bachelor i journalistikk, eller har jobbet i noen år, men vi har også studenter som har kommet inn med bakgrunn fra praksisbakgrunn da. Her har balansen endret seg, og man kan komme inn med en langt lavere gjennomsnittsalder, og det er den viktigste forskjellen.

Hvorfor er denne masteren teoretisk og ikke praksisorientert?

Jeg tror det er litt kulturen i hvert enkelt land. I Storbritannia er de ikke bundet til Bologna-systemet med en toårig master, men ettårig, som ofte er profesjonsorientert. Det er en viktig forskjell. I Danmark har de også på Roskilde en litt mer praksisorientert master. Dersom jeg skal svare hvorfor har det litt med bakgrunnen for akkurat dette faget da, ettersom dette var et samarbeid mellom Høyskolen og Universitetet, med et professorat på hvert sted, hvor jeg fikk ansvaret for Høyskolen og Allern for Universitetet. Og da lå det i kortene siden det var Universitetet som administrerte og hadde graden, mens vi hadde deler av undervisningen og veiledning, at vi kjørte universitetsmodellen. Rett og slett slik var systemet. Også kan du si at da vi søkte egen master og var akkreditert gjennom NOKUT, så valgte vi den samme modellen, fordi vi mente at det passet best i høyskolens universitetssetting og at modellen fungerte bra. Du kan si at om du velger en mer praksisorientert master, slik som i USA, så vil det ikke gi blant annet en kompetanse til å ta en doktorgrad. Så det var veldig viktig for oss. Paradoksalt fikk vi avslag på den første NOKUT-søknaden, og det er rett og slett fordi den som ledet den kommisjonen hadde erfaring fra en praksisorientert master, og var ansatt på Roskilde, og mente at det var sånn en master skulle være. Da måtte vi søke ny akkreditering, og søkte på akkurat samme grunnlag som første søknad, og viser bare hvor tilfeldig disse kommisjonene kan være. Så dette kostet oss i alle fall 3 år i prosessen. For oss er dette et veldig bevisst valg da, at vi ønsker at dette skal også kvalifisere til en doktorgrad, og gi disse tre karrieremulighetene som jeg sa i sted. Det planlegges flere mastere i journalistikk i andre byer i Norge, f.eks. Bodø.

Fremtidsplaner?

Vi vil fortsette som vi mer eller mindre som vi har gjort før. Forskjellen er at vi nå har en egen master her på Høyskolen, mens Universitetet skal kjøre sitt eget løp med sin master. For oss har dette vært en økonomisk nødvendighet, enn vi har hatt med universitetssamarbeidet. Også ønsker vi også å få et doktorgradsløp, enten søke NOKUT, eller sammen med bibliotekutdanningen her, som vi var organisert sammen med tidligere, de har et doktorgradsprogram, og vi har hatt samtaler med de om å samarbeide med dem om et doktorgradsløp. Det ville vært en mye enklere løsning for oss, enn å starte på nytt med en ny NOKUT-søknad, men du kan si at det vil bety en noe snevrere plattform, ved å tilknyttes til noe av bibliotekutdanningens krav, men dette er helt på et tanke stadium.

Vedlegg 2: Intervjuguide

1. Hvorfor valgte du det temaet du forsket på og skrev om i masteroppgaven?
2. Hva mener du er det viktigste faglige/forskningmessige bidraget din masteroppgave bidrar til å belyse?
3. Har det du forsket på utgjort en forskjell for vår kunnskap om journalistikken og samfunnet?
4. Hva var din yrkesmessige og faglige bakgrunn før du søkte opptak til master i journalistikk?
5. Hvorfor valgte du å ta master i journalistikk?
6. Har du vurdert etterutdanning?
7. Hva ønsket du å jobbe med før du startet på master i journalistikk?
8. Hvilke forhåpninger hadde du til å få jobb etter endt utdanning?
9. Hvordan fikk du ditt nåværende yrke?
10. I hvor stor grad er masterutdanningen relevant for ditt nåværende yrke?
11. Hvordan bruker du det du har lært fra masteren i ditt nåværende yrke?
12. I hvor stor grad har arbeidsgivere vært positive til at du har en master i journalistikk?
13. Hva var mest positivt med masteren - det du har fått best læringsutbytte av?
14. Hva kunne eller burde vært bedre med dette studieopplegget?
15. Har du anbefalt master i journalistikk for andre? Hvis ja/nei, hvorfor?
16. Hvilke karrieremuligheter ser du for deg for en som er uteksaminert fra master i journalistikk?

Vedlegg 3: Oversikt over master- og hovedfagsoppgaver

Listen består av alle master- og hovedfagsoppgaver i journalistikk i perioden 2002-2013 (sortert etter årstall).

Aspaas, Erik Haugen (2013): *Nordmenns forhold til engelsk fotball - en kvalitativ studie av symbiosen fotballjournalist og supporter*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Birhane, Dario Tito Kvarme (2013): *God dag, mann oljesand. Regjeringens tilnærming til mediedebatten om Statoils oljesandprosjekt, og pressens møte med regjeringens kildeadferd*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Ertresvaag, Solveig Espeland (2013): *Spalteplass eller tumbleplass?: En undersøkelse av journalisters og forskeres bidrag til en offentlig samtale om vitenskap*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Frugård, Marcela (2013): *Mellom public service og servicejournalistikk: En studie av fjernsynsmagasinet Puls sett i lys av allmennkringkastingsoppdraget til NRK*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Giske, Hanne Wilhelmsen (2013): *Pseudobegivenheter i nyhetsmediene. Hvilke faktorer påvirker publiseringen av arrangerte PR-nyheter?* Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Isbrekken, Ane Teksum (2013): *Klimajournalistikk i stormens øye. Journalistisk dekning av klimaendringer på Salomonøyene*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Kjølstad, Maria (2013): *Blod, sverte og tårer: Journalisters etiske dilemmaer i møtet med 22. juli*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Kongerud, Lén Veronica (2013): *Fortelle eller fortrylle? Utfordringer i produksjonen av reisejournalistikk*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Opsvik, Julie Madeleine (2013): *Engasjerende nyheter: En kvalitativ studie av bruken av litterære virkemidler i nyhetsformidlingen*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Solbakken, Ann Cathrin (2013): *Dyr og dyrevelferd i norske aviser. En komparativ studie av produksjonsdyr versus sports- og familiedyr i Aftenposten, VG og Nationen*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Sørbø, Marita (2013): *Helsa først. En studie av helsestoffet på Dagbladets førsteside*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Ørsal, Gro (2013): *Mellom barken og veden? En studie av kommunikasjonsrådgivere i departementene: mellom nyhetsmediene og politikerne*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Øvrebø, Sjur (2013): *Tv-rettigheter til toppfotball - en analyse av TV 2s dekning av Tippeligaen i Sportsnyhetene*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Aasgaard, Anne Margrete (2012): *Journalistikk under angrep : Om journalister og gjerningsmann*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Berge, Atle Carlsen (2012): *"Dørgende kjedelig" : Tolgingsrammer i kommentarjournalistikken om kommune- og fylkestingsvalkampen 2011*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Bjerknes, Fredrik (2012): *Rett sted til rett tid : En studie av hvordan visuell ledelse og ulike måter å organisere en fotoavdeling på influerer den visuelle journalistikken i to aviser*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Brage, Ørjan Døvle (2012): *Motbakker, stavbrekk og rivalisering : en analyse av nyhetsverdier og dramaturgi i deknningen av Northug versus Hellner i Vancouver-OL*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Eide, Bernt (2012): *Bilder i samfunnsfag*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Einarsdottir, Ida Elise Eide (2012): *Moteblogger : morgendagens motejournalistikk eller fashion faux pas*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Heieren, Stella-Marie (2012): *I en presseetisk gråsoner: En analyse av Vær Varsom-plakatens punkt 3.3 og journalisters forhold til dette*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Ihme, Henrik Albert (2012): *Nettbrettet: avisbransjens frelser?* Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Johannessen, Frøydis (2012): *" Det klare skillet" : - en undersøkelse av PFU-sak 136/09*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Lindstad, Siri (2012): *Når det personlige aldri blir politisk. : En analyse av diskusjoner om kjønn og likestilling i fem Ukeslutt-innslag*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Næss, Tonje (2012): *På slak line : En kvalitativ studie av faktorene som påvirker tillit og mistillit til pressen*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Sogn, Camilla Gangsaas (2012): *Journalister og ideelle organisasjoner : - En kvalitativ analyse av relasjonen mellom journalister og informasjonsmedarbeidere i ideelle organisasjoner*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Stockfleth, Jacob B. (2012): *Jeg og reportasjen*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Winter, Sivert M (2012): *Sosiale medier i den journalistiske verktøykassen*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

De Lange, Linn (2011): *Debatten om nettdebatten : Holdninger og praksis i norske nettaviser*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Djønne, Linn Kristin (2011): *Veien mot et moderne mediehus? : en case-studie av Likebra-prosjektet i Fredriksstad Blad*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Fevik, Anders (2011): *Verden på norsk : en analyse av kildebruken i tre norske papiravisers utenriksjournalistikk*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Fondenæs, Eivind Solberg-Hansen (2011): *Drept i Afghanistan : en komparativ analyse av norsk presses dekning av sivile og militære ofre i Afghanistan*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Gjermundshaug, Roger (2011): *Avisjournalisters lønnsutvikling og jobbtilfredshet i en ny medietid*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Homdal, Lis Merethe (2011): *Journaliststudent i dag - journalist i morgen? : journaliststudenters syn på egen yrkesframtid, og deres vurderinger av økonomisk nedgang i mediebransjen*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Kværna, Ingrid Bjælland (2011): *Lobbykonsulentene : En studie av PR-byråenes påvirkning av politikk og journalistikk*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Mikalsen, Espen Harpestad (2011): *Olav Røgeberg - Medieentreprenør i det norske journalistiske feltet 1907-1959*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Moe, Solveig Bekkhus (2011): *Nært nok eller for fjernt? : En empirisk studie av forholdet mellom ungdom og lokalaviser*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Nordenborg, Ragna (2011): *Ingens herre, ingens trelle : en analyse*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Odden, Ann Kristin (2011): *To nordmenn - og "de der nede" : en studie av tre norske aviser dekning av Kongo-saken høsten 2009*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Reinton, Ida Marie (2011): *Aksept av alternativ agenda : Alternativ behandling i mediene: Bekymring eller begeistring?* Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Rustand, Kjersti (2011): *Å fortelle sanne fortellinger : En kvalitativ studie av bruken av litterære virkemidler i journalistiske tekster*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Rønningsbakk, Annet Kizza (2011): *Portrait of a resented race : investigating how the Ugandan media covered the bitter sentiments against Asians expressed in April 2007 and what these sentiments say about the future of Asians in Uganda*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Smaadal, Camilla (2011): *Det reisejournalistiske samfunnsoppgdraget : En analyse av Aftenpostens reisejournalistikk fra 1974 til 2010*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Smedsrud, Joakim (2011): *Kannibalisme på avismarkedet? : Strategiske valg i fem medie- og avishus*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Sælid, Velaug Hobbelsstad (2011): *Å være der, eller ikke være der : en analyse av korrespondentrollen i en digital og globalisert mediehverdag*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Tungen, Hanne (2011): *Ungdommers inntreden i mediene : en diskursanalyse av Si ;D, Aftenpostens debattsider for ungdom*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Øfsti, Sigurd (2011): *Mellom sladder og journalistikk : en studie av norske journalisters bruk av Twitter*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Eide, Ole Kåre (2010): *100 dager med krigen på Sri Lanka : En analyse av dekningen i Aftenposten, Dagens Nyheter og Daily Mirror*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Eliassen, Ingeborg (2010): *Out of area : norske fortellinger møter afghanske*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Folkedal, Ivar (2010): *Valkamp i tv-nyhetene : slik dekket NRK og TV2 stortingsvalkampen 2009*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Gjesvik, Anders (2010): *Motstemmer i avisdebatten : hva kjennetegner rollen som motstemme i avisdebatten?* Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Hyttén, Siri Storstein (2010): *Journalistikkens sammenbrudd? : en studie av NRKs TV-aksjon som uttrykk for konflikt mellom ulike journalistiske idealer*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Idås, Trond (2010): *Journalistene og tsunamien : ekstreme inntrykk - men dilemmaene stresset mest*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

- Kaligozhin, Nurlybek (2010): *Mediering av transidentitet*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Karbø, Eva Margrete (2010): *Det vakre landet : om dekningen av Kongo-saken, i kongolesiske og norske medier*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Lothe, Ruth G. (2010): *Fortellinger om global oppvarming : og den norske avisdekningen som skjøt fart*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Norberg, Hanna (2010): *"Et annet bilde" : en studie av journalisters dramaturgiske makt - belyst gjennom en analyse av fem norske avisers dekning av ambulanseskandalen*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Ruud-Johansen, Petter (2010): *"Homo" i journalistikken - fra skap til ekteskap: kritisk diskursanalyse av nyhets-, leder- og kommentarartikler i Verdens Gang og Vårt Land, i perioden 1971 - 2008, med fokus på homofiles kamp for likeverd*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Skaar, Kristin Marie (2010): *A community voice : an explorative study of Maya community radio practice in Guatemala*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Strømmland, Siv Helén (2010): *Nepal's Maoists in the media : an analysis of the portrayal of the Maoist party in the CA elections coverage in two Nepali*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Sørensen, Ingebjørg (2010): *Conflicting countries - conflicting perspectives? : a comparative analysis of the Tampa crisis in Australian and Norwegian media*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Thorsen, Tom Erik (2010): *Lite land stort hjerte : en analyse av mediedekningen av Norge i FNs Sikkerhetsråd 2001-2002*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Tråsdahl, Hanne (2010): *Deltakelse og debatt : en analyse av meningsssidene i tre norske aviser i et demokratiperspektiv*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Ziesler, Katrine Aakrann (2010): *De som skyter øst-afrikanere : blikk bak blanke bildebylines*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Larssen, Kristiane (2009): *Medmenneske først, journalist etterpå? : en praktisk-teoretisk studie av konfliktsonene i den litterære journalistens møte med sårbare kilder og deres privatsfære*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Lynggard, Trine Lise (2009): *Tvangsekteskap på norsk : Mediedekningen i tre aviser 2005-2008*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

- Mikkelsen, Marianne (2009): *Verdsatt og feilvurdert : flerkulturelle journalister i norske redaksjoner*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Nordahl, Jade Josefine (2009): *Waves of democracy : contemporary exile journalism : a case study of The Democratic Voice of Burma*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Pettersen, Øyvind Breivik (2009): *Pressen og partiene - partitilhørighet i 2005? : en analyse av Aftenposten, Dagsavisen, Dagbladets og Dagens Næringslivs leder- og kommentarartikler under valgkampen i 2005*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Utheim, Maria (2009): *Engebret-bevegelsen : likestilling, påvirkning og fagforeningsarbeid*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Ylvisåker, Line Nagell (2009): *A-magasinet i tre epokar : ein komparativ analyse av Aftenposten sitt helgebilag i 1927, 1963 og 2005*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Ørstavik, Linda Johnsen (2009): *Magasinflom i norsk presse : et blick på magasinsatsinger i Aftenposten, Dagens næringsliv, Dagbladet og VG : analyse av A- magasinet, D2, Magasinet, VG Helg og VG 7 i 2008*.
- Baumberger, Berit Elisabeth (2008): *Når StatoilHydro drar utenlands ... følger norsk presse etter? : en nyhetsanalyse med fokus på forholdet mellom journalist og kilde under nyhetsproduksjon og hvordan internasjonalisering i privat sektor virker inn på den journalistiske makten*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Johnsen, Heidi Pauline (2008): *Journalistikk og juss : fire avisers dekning av den sivile rettsprosessen mellom Robert Lund og Tiedemanns tobaksfabrik*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Nyland, Tore Bø (2008): *SPORT OG MEDIER : Sportsnyheter og rettighetsavtaler i NRK og TV 2*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Olsen, Øyvind Førland (2008): *Med Bibelen som rettesnor : en studie i kristne dagsavisers mediedekning av det politiske partiet Hamas*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Borgen, Turid (2007): *Journalistrolle i endring : en analyse av konvergens og flermedial praksis i mediehusene Bergens tidende og NRK Hordaland*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.
- Bielecki, Camilla Harbu (2007): *Videojournalister: ensomme ulver eller fleksible superreportere? : en kvalitativ redaksjonsanalyse av videojournalistikk i NRK Østlandssendingen*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Dahlstrøm, Hilde Kristin (2007): *Etiske husregler i norske nyhetsmedier : en undersøkelse av fremvekst, innhold og funksjoner*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Hognestad, Liv Iren (2007): *Medieomtale av selvmord og selvmordsforsøk i presseetikk og praksis : en analyse av spenningsforholdet mellom pressens informasjonsrett, personvern og faren for imiterende atferd i selvmordspunktet i Vær varsom-plakaten og klagesaker i Pressens faglige utvalg fra 1936 til i dag*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Fjellro, Ragnhild Helen (2007): *Ensom, forvirret og redd : en studie av endrede vilkår for norske kunstkritikere i journalistikken og kunsten*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Frey, Elsebeth (2007): *Ideal og realitet. En analyse av nyhetsreportasjen i tre norske aviser*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Jahr, Erika (2007): *Hvem satte dagsorden? : fløypartiene SV og FrP i Stortingsvalgkampen 2005 : dekningen i Dagsrevyen og Aftenposten*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Jakobsen, Cathrine (2007): *Kulturens plass i nyhetsbildet : en analyse av kulturdekningen i Dagsrevyen og TV 2-nyhetene (21)*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Røe Mathisen, Birgit (2007): *Lokalsamfunnets lim og lupe? Lokaljournalistikken analysert i et sentrum-periferi perspektiv*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Steien, Solveig (2007): *When Norway was almost at war : the Mohammed cartoons controversy in Norwegian newspapers*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Stårvik, Kjersti (2007): *En undersøkelse om norske kvinnemagasiners moteskribenter og motestoff*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Sæther, Ann Karin (2007): *Rapporter fra bakgården : norsk pressedekning av Latin-Amerika fra 1902 til 2002*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Breivik, Fritz-Leo (2006): *Journalistikk, næringsliv og samfunnsansvar*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Hovik, Tor Anders (2006): *KRISE! Hvilken krise? : Naturvitenskap i skolen: Realiteter og refleksjoner*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Jensen, Sonja Anita (2006): *Lokalavis innenfor eller utenfor konsern : en sammenligning av vilkårene for kritisk journalistikk*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Krog, Elisabeth Lind (2006): *The All American Hero : Medieikoniseringen og utnyttningen av Pat Tillman*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Larssen, Steinar (2006): *Skaper nyheter engstelse? : en undersøkelse om nyheter og påvirkning blant publikum og medieansatte*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Meyer, Sidsel (2006): *Debatten om beredskapslovene i norsk presse høsten 1950 : et forsvar for meningsfriheten, ytringsfriheten og for demokratiets verdi?* Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Piene, Bibiana Dahle (2006): *Et gudsforslatt land?: utenriksjournalistikkens uforanderlighet i medieskapt bilder av Sudan gjennom det 20. århundre*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Rosland, Irene Elisabeth (2006): *Den norske militære godteposen : en analyse av Aftenpostens dekning av Norges deltakelse i krigen i Afghanistan*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Wright, Anja Jasinski (2005): *Visuell retorikk i politisk journalistikk : en analyse av tre avisers visuelle fremstilling av norske topp-politikere*. Masteroppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Figenschou, Tine Ustad (2004): *Courting, criticism, censorship and bombs : a study of the relation between the Al Jazeera Channel and the US administration during the war in Iraq 2003*. Hovedfagsoppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Olsen, Ring Gunhild (2004): *Vikarkarusellen: om hvordan vikarers arbeidsforhold utfordrer den klassiske journalistrollen*. Hovedfagsoppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Roalsø, Else-Beth (2004): *Å skrive i motvind : Ruth Thomsen og Vi og Våre-sidene i Stavanger Aftenblad 1934 – 1980*. Hovedfagsoppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Øvrebø, Turid (2004): *Nyhetsproduksjon, kjønn og makt : en studie av endring i Dagsavisen 2000-2003*. Hovedfagsoppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Dalviken, Linda (2003): *Fortellernes journalistikk : en eksplorerende undersøkelse av fortellende avisjournalistikk i Danmark, Norge og Sverige*. Hovedfagsoppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Fogt, Anne Margrete (2003): *Finnes det lesere til avisen om 30 år? : en undersøkelse om barn og unges avislesing og deres refleksjoner over avisen som medium*. Hovedfagsoppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Lund, Maria Konow (2003): *Med "Virkeligheten" som co-regissør*. Hovedfagsoppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.

Spurkeland, Einar (2002): *Etikk og biljournalistikk i Dagbladet, Dagens Næringsliv og Dagsavisen*. Hovedfagsoppgave i journalistikk. Universitetet i Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon.