

KAPITTEL 8

Mediebruk og medietillit

Eva Josefsen

UiT Norges arktiske universitet

Eli Skogerbø

Universitetet i Oslo

Abstract: To evaluate issues and party positions in the Sámi parliamentary elections, voters are dependent on information about political alternatives. Based on The 2017 Sámi Parliamentary Election Study, this chapter examines Sámi voters' use of various information sources, how this use has changed over time, conditions that explain differences in use between voter groups, and whether voters have confidence in these information sources. An important finding is that the position of traditional news media has deteriorated between 2009 and 2017, while social arenas and social media's position are increasing. This may indicate that the conditions for a joint Sámi public sphere are being weakened. The development can, however, be labeled as a hybridization where the Sámi public sphere has become increasingly diverse. We do not have data to determine whether this development will have a positive or a negative effect on Sámi democracy. Another significant finding is that Sámi speakers perceive most information sources as more important than those with less knowledge of Sámi language do. This applies to both Sámi-language and Norwegian-language media. However, the pattern is different regarding trust, where those who have Sámi language skills tend to have lower trust in traditional Norwegian-language media, compared with those who have weaker Sámi language skills.

Keywords: information sources, news media, social media, Sámi Parliament, election, Sámi language, trust

Introduksjon

For å kunne ta stilling til saker og partistandpunkter er velgerne avhengige av informasjon om alternativer. Dette er et grunnleggende prinsipp for ytringsfrihet, mediefrihet og demokrati generelt, og handler dypsett om hvilke betingelser medborgerne har for å bli inkludert i politisk kommunikasjon og beslutningstaking. Dersom velgerne ikke får informasjon om valgets partier, saker og kandidater, blir det vanskelig eller umulig å delta. Dette gjelder ved sametingsvalget som ved alle andre valg. Et særtrekk ved sametingsvalg sammenlignet med lokal- og stortingsvalg (se f.eks. Haugsgjerd et al., 2019; Karlsen, 2017), er imidlertid at velgernes informasjonskilder er færre og mindre relevante. Sametingsvalg får lite dekning i riksdekkende nyhetsmedier og er heller ikke rutinemessig dekket i lokal- og regionmedier i valgkretsene sør for Gáisi (se f.eks. Josefsen et al., 2017; Josefsen & Saglie, 2011; samt Berg-Nordlie & Skogerbø i denne bokas kapittel 9).

I dette kapitlet undersøker vi hvilke informasjonskilder sametingsvelgere bruker, hvordan bruk av kilder har endret seg over tid, hvilke forhold som forklarer forskjeller i bruk mellom velgergrupper og om velgerne har tillit til disse informasjonskildene. Spørsmålene vi stiller tar utgangspunkt i det vi vet fra tidligere medie- og valgundersøkelser. I kapitlet sammenligner vi velgernes informasjonskilder i 2017-valget med tidligere funn om valgene i 2009 og 2013. I den grad vi har sammenlignbare data, viser vi til utviklingstrekk og endringer over tid. Datamaterialet fra 2017 er hentet fra spørreundersøkelsen (se kapittel 1 i denne boka for en beskrivelse av datamaterialet og metoden), mens tallene fra 2009 og 2013 kan finnes i Karlsen (2011) og Josefsen et al. 2017.

Fra tidligere studier og andre deler av valgundersøkelsen 2017 vet vi at velgerne ofte må hente informasjon om sametingsvalgets lister, partier og kandidater fra andre kilder enn de som er tilgjengelig ved stortings-, fylkestings- og kommunevalg. Både i 2009 og 2013 rangerte sametingsvelgerne riksdekkende nyhetsmedier som lite viktig for informasjonsinnhenting, mens personlig kommunikasjon – som samtaler og diskusjoner med familie og venner og kontakt med sametingspolitikere – hadde vesentlig større betydning. Internettbaserte medier og sosiale medier var svært mye viktigere informasjonskilder for sametingsvelgerne enn for

velgerne som stemte til stortingsvalget på samme valgdag (Josefsen et al., 2017, s. 122; Karlsen & Aalberg, 2015, s. 123). For 2017 ventet vi å finne et lignende mønster som i 2013.

Ulikheter i mediebruk

I tillegg til å se på sametingsvelgernes bruk av ulike informasjonskilder generelt, har vi sett på noen forhold som kan tenkes å påvirke denne bruken, nemlig valgkrets, språk og alder. Med utgangspunkt i kunnskap om mediebruk i befolkningen generelt antar vi at det kan være forskjeller i bruk og rangering av ulike informasjonskilder mellom ulike aldersgrupper, spesielt i bruk av sosiale medier og internett. Videre vet vi, som nevnt ovenfor, at det er store ulikheter mellom valgkretsene i nord og sør med hensyn til hvor sametingsvalgkampen foregår og hvordan den rapporteres. Dermed antar vi at velgerne i ulike valgkretser vil ha ulike vilkår for å følge med på valgkampen.

Blant informasjonskildene finner vi de samiske mediene som produserer nyheter og politisk journalistikk for et samisk publikum.¹ NRK Sápmi produserer nyheter og dekker valgkamp på tre samiske språk i tillegg til norsk på flere medieplattformer (radio, TV, nett og sosiale medier). Ávvir er en samiskspråklig avis som dekker valgkampen på nett og papir, mens Ságat gjør det samme på norsk. I tråd med funn fra tidligere undersøkelser, antar vi at velgere med ulik kompetanse i samisk har ulik bruk av disse nyhetsmediene. De samiske mediene – både i samisk og norsk språkdrakt – har, som vist i valgundersøkelsene av valgene i 2009 og 2013 og i tidligere undersøkelser av samisk mediebruk (Skogerbø, 2000, 2003), vært mer brukt og blitt rangert som viktig av velgere som forstår og leser samisk. I valgundersøkelsen 2009 ble dette sett i sammenheng med velgernes tilhørighet til det samiske samfunnet, der faktorer som språk, bosted, samepolitisk interesse og tilgang til informasjonskilder hadde betydning for om de fulgte med på valgkampen (Karlsen, 2011,

1 Ságat og Ávvir får i likhet med NRK mediestøtte for å bidra til mangfold i samisk nyhetsproduksjon. Som mange andre medier krever Ávvir og Ságat abonnement for å gi tilgang til alt stoff på nett.

s. 262). Vi antar at disse faktorene fremdeles har betydning, og at det å være samiskspråklig er en politisk ressurs for velgerne.

Generelt forventer vi at sametingsvelgere preges av de samme endringene i mediebruk som andre velgergrupper. Bruken av sosiale medier er høy i befolkningen. I 2017 brukte 66 prosent Facebook på en gjennomsnittsdag, og andelen som har Facebook som sin viktigste nyhetskilde, har også økt vesentlig de siste årene (Medienorge, 2020). Digitalisering og utbredelsen av internett, sosiale medier og smarttelefoner har endret måten nyheter distribueres, leses og spres videre. Lesing av aviser på papir har falt dramatisk de siste to tiårene, lesing på nett har økt, og andelen som ser fjernsyn har gått ned. Folk flest abonnerer i mindre grad på aviser, og i den grad de leser digitale nyheter, krever disse ofte digitale abonnementer fordi nyheter gjerne ligger bak betalingsmurer (Olsen & Solvoll, 2018a, 2018b). Dette refereres ofte til som framvekst av et «hybrid mediesystem» der «gamle» og «nye» medier inngår i et gjensidig avhengig forhold til produksjon og distribusjon av nyheter (Chadwick, 2017). Dette gjelder også for samiske medier som produseres og distribueres på mange ulike teknologiske plattformer. Sametingsvelgere deltar i samtaler og henter informasjon fra både sosiale medier, nyhetsmedier og på andre måter. Denne hybridiseringen og fragmenteringen endrer måten politisk kommunikasjon foregår på, både i og mellom valgkamper.

Tillit

Et aspekt ved medieutviklingen som har fått massiv oppmerksomhet de siste årene, er spørsmålet om hvilke medier som har tillit hos befolkningen (Kohring & Matthes, 2007; Newton, 2017). Tillit til mediene handler om i hvilken grad velgerne stoler på at den informasjonen de får hos ulike medier og på ulike plattformer er troverdig og sannferdig, men dette er samtidig vanskelig å operasjonalisere, ettersom det kan vise til både institusjonell tillit – tillit til medieorganisasjoner og institusjoner som f.eks. NRK, Ságat – og tillit til det konkrete innholdet på plattformen, f.eks. poster og nyheter på Facebook, Twitter. Samiske velgere i Norge har gjennomgående høy tillit til politiske institusjoner (Balto, 2011; Nilsson & Möller, 2017; Selle et al., 2015), men det er ikke tidligere undersøkt om

de stoler på medier og informasjonskilder. I denne undersøkelsen gjør vi det. Fra undersøkelser i den norske befolkningen vet vi at NRK har generelt høy tillit, mens aviser skårer noe lavere og sosiale medier, spesielt Facebook, har lav tillit (Medietilsynet, 2019b). Det er også relativt store forskjeller mellom aldersgrupper (Medietilsynet, 2019a). Internasjonale undersøkelser viser samme tendens: Sosiale medier har vesentlig lavere tillit enn redigerte nyhetsmedier, og allmennkringkastere, som NRK, har jevnt over høyere tillit enn andre medier (European Broadcasting Union [EBU], 2020).

Vår undersøkelse, i likhet med de fleste andre surveybaserte studier, gir heller ikke konkrete svar på hvorfor sosiale medier – i dette tilfellet Facebook – har lav tillit i forhold til nyhetsmedier, og den forklarer heller ikke umiddelbart det tilsynelatende paradokset at mange samtidig har Facebook som sin hovedkilde til nyheter. Noen av forklaringene på hvorfor folk likevel oppgir lav tillit kan være metodologiske: Spørsmålene i surveyundersøkelser gir som regel ikke mulighet til å differensiere mellom tillit til institusjonen og til ulike typer innhold; eller generelt til «nyheter», som også kan ha mange uttrykk og opphav. Andre forklaringer kan være substansielle og handler om egenskapene ved Facebook: Plattformen er ikke redigert, og den brukes for å spre innhold av både lav og høy troverdighet. Det er godt kjent at rykter, usannheter og «falske nyheter» ofte spres på Facebook og andre sosiale medier (Kalsnes, 2019). Vi venter lignende resultater for disse mediene blant sametingsvelgerne. I de neste avsnittene går vi gjennom resultatene fra analysen.

Informasjonskilder over tid

I tabell 8.1 har vi sammenstilt data om bruk av informasjonskilder ved sametingsvalgene i 2009, 2013 og 2017. Når vi ser på hvor velgerne hentet sin informasjon fra i 2017, kan vi umiddelbart slå fast at mønsteret fra tidligere undersøkelser til dels er gjenkjennelig (tabell 8.1). Et særtrekk ved informasjonsinnhenting hos sametingsvelgere er at personlig kommunikasjon betyr mye, og aller viktigst er diskusjoner med familie og venner. Over halvdelen av velgerne sier dette er svært viktig, og andelen har økt i forhold til valgene i 2009 og 2013. Nesten like mange nevner

partiprogrammene som svært viktige kilder, og nærmere en tredjedel peker på at de får informasjon gjennom direkte kontakt med sametingsrepresentanter. Fordi medielandskapet har endret seg siden 2009, har vi ikke sammenlignbare tall over tid når det gjelder sosiale medier. I 2017 var Facebook en viktig kilde for nesten 40 prosent av velgerne, mens bare 6 prosent mente det samme om Twitter. Ved det samtidige stortingsvalget var det omkring 20 prosent som oppga at de får med seg nyheter om valget på Facebook (Haugsgjerd et al., 2019).

Tabell 8.1 Prosentandel som oppfattet ulike informasjonskilder som viktige ved sametingsvalget,* 2009-2017

	2009***	2013**	2017
Diskusjoner med familie og venner	48	54	55
Partiinformasjon og partiprogrammer	-	51	49
Region- og lokalaviser	49	39	40
NRKs distriktssendinger	-	-	41
NRK Sápmis TV-sendinger	-	51	40
Facebook	-	-	39
Andre internettkanaler, FB, Twitter, blogger	25	36	-
Direkte kontakt med kandidater til Sametinget	34	34	31
NRK Sápmi internett	-	35	30
Lokalradio	-	-	24
Ságat	30	32	22
NRK Sápmis radiosendinger	-	30	22
Ávvir	14	19	15
Twitter	-	6	6

Spørsmål: «Nedenfor følger ulike informasjonskilder. Angi hvor viktig den enkelte kilden har vært for deg når det gjelder informasjon om sametingsvalget.» «Vet ikke» og ubesvart er utelatt fra beregningene.

*Som «viktige» regnes verdi 4-5 på en skala fra 1-5, hvor 1 betyr ikke viktig og 5 betyr svært viktig.

**Tall hentet fra Josefsen, Skogerbø et al., 2017, s. 122

***Tall hentet fra Karlsen, 2011, s. 264

-Data mangler

De tydeligste trekkene i denne tabellen er at nyhetsmedienes posisjon som kilder ble svekket mellom 2009 og 2017. Dette gjelder både de samiske, med unntak av Ávvir, og de norske mediene. NRK Sápmi svekket sin posisjon som kilde på alle plattformer. NRKs distriktssendinger nevnes som viktige av 41 prosent i 2017, men vi har dessverre ikke data til å si noe om utviklingen over tid. Per 2017 hadde både NRK Sápmis ulike plattformer,

Sáгат og lokal- og regionavisene tapt terreng til Facebook og til familie og venner. Dette betyr at på tross av et økt mediemangfold, er sannsynligvis vilkårene for å skape en *felles* samisk offentlighet blitt svekket siden 2009: Betydningen av de ulike kildene endres, og det er kilder som enten er knyttet til personlige forhold eller til personlige, algoritmebaserte nettverk som øker. Sagt med andre ord: I 2017 var velgernes informasjon blitt mer avhengig av hva som ble diskutert i venne- og familiekreten og på Facebook enn tidligere, mens de tradisjonelle nyhetsmedienes dekning var blitt mindre viktig. I tråd med tidligere valgstudier tror vi imidlertid ikke at betydningen av disse endringene er felles for alle velgere. Tidligere velgerundersøkelser har vist at ulike kilder har hatt større og mindre betydning avhengig av hvilken valgkrets velgerne tilhører, hvilke språk de kan forstå og/eller lese samt deres alder. I de følgende avsnittene skal vi derfor gå inn på noen av disse forskjellene.

Valgkrets

Valgkretsene strukturerer valgkampen, og det er i kretsene lokale og kretsspesifikke saker blir aktualisert. Ettersom velgerne har ulik tilgang til informasjonskilder i ulike kretser, er kildene sannsynligvis også av forskjellig viktighet. Tabell 8.2 bekrefter at betydningen av informasjonskildene varierer mellom valgkretsene.

To trekk er slående i tabellen: forskjellen mellom Ávjovárri og andre valgkretser, samt betydningen av personlige kilder. I Ávjovárri er så godt som alle nyhetskilder viktige, og spesielt Ávvir har, naturlig nok etter som utgiverstedet er Kautokeino, sin sterkeste posisjon som kilde her. Tidligere valgundersøkelser har vist at Ávjovárri er den kretsen som dekkes best av samiske nyhetsmedier, og dette reflekteres tydelig i velgernes vektlegging av dem. I kontrast til dette har de samiske mediene liten betydning i nabokretsen Nordre valgkrets. Nordre valgkrets har, sammen med Sør-Norge-kretsen, den laveste andelen respondenter som ser på de samiske mediekanalene som viktigst. For eksempel er NRK Sápmis internettside viktig for kun 14 prosent av velgerne i Nordre valgkrets. Heller ikke helt eller delvis norskspråklige kanaler som Sáгат og NRK Sápmi internett og TV er viktig i denne kretsen. Hvorfor dette er såpass

Tabell 8.2 Prosentandel som oppfatter ulike nyhetskilder som viktige,* etter valgkrets

	VALGKRETS							Alle	p-verdi
	Østre	Ávjovari	Nordre	Gáisi	Vesthavet	Sørsamisk	Sør-Norge		
Region- eller lokalaviser	46	43	42	45	41	32	30	41	0,022
Diskusjoner med familie og venner	51	67	53	51	56	65	49	55	0,005
Sáгат	32	39	15	15	17	13	13	22	0,000
Ávvir	20	36	8	12	9	4	4	15	0,000
NRK Sápmi TV	40	48	36	39	48	38	34	40	0,083
NRK Sápmi radio	25	38	14	24	24	13	12	22	0,000
NRK Sápmi internett	25	39	14	30	37	45	26	30	0,000
NRKs distriktssendinger	43	41	52	44	46	25	32	41	0,001
Lokalradio	29	39	27	21	21	8	10	24	0,000
Facebook	33	44	33	41	52	37	39	39	0,054
Twitter	5	6	8	4	9	2	8	6	0,304
Direkte kontakt med kandidater	30	33	34	33	34	33	25	31	0,591
Partiinformasjon og -program	42	41	47	54	49	56	61	49	0,001
Frivillige organisasjoner	16	21	14	17	25	10	13	17	0,080
Minste og største N (uveid)	132-151	161-175	127-142	148-162	99-105	56-71	194-210	931-1008	

Se tabell 8.1 for spørsmålsformuleringen. «Vet ikke» og ubesvart er utelatt fra beregningene.

*Som «viktige» regnes verdi 4-5 på en skala fra 1-5, hvor 1 betyr ikke viktig og 5 betyr svært viktig.

markant i Nordre valgkrets er et spørsmål som vi vil komme tilbake til nedenfor i forbindelse med velgernes tillit til medier.

Videre viser tabell 8.2 at NRK Sápmis ulike tilbud med noen få unntak rangeres som viktige av mellom en fjerdedel og halvparten av sameingsvelgere i alle valgkretser. Lokalavisene er viktige for mellom 40 og 50 prosent i de nordlige kretsene, men har mindre betydning i kretsene Sørsamisk og Sør-Norge, hvor omkring 30 prosent anser dem som viktige. Tatt i betraktning at lokalavisenes dekning av sametingsvalget er sporadisk i disse kretsene (Josefsen & Skogerbø, 2011; se også Berg-Nordlie & Skogerbø i denne bokas kapittel 9), er det relativt overraskende at

omkring en tredjedel av velgerne rangerer dem som viktige kilder. En mulig tolkning er at i disse kretsene er mange velgere innflyttere som leser lokalaviser fra sine opprinnelige hjemtrakter og får informasjon om valget på den måten.

Det andre hovedtrekket som fremgår av tabell 8.2, er at betydningen av personlige kilder er stor i alle valgkretsene. Det er ikke slik at når nyhetsmedier er viktige, er andre kilder uviktige. Familie og venner betyr mest i Ávjovárri og Sørsamisk valgkrets, hvor godt over to tredjedeler av velgerne regner dem som viktigst. I Sør-Norge-kretsen er denne kilden viktig for halvdelen av velgerne. Mens betydningen av partiinformasjon og -program er lavest i Østre og Ávjovárri valgkrets, hvor rett i overkant av 40 prosent sier at dette er viktige kilder, øker denne andelen jo lenger sør man kommer. I Sør-Norge oppgir hele 61 prosent at partiprogrammene er en av de viktigste kildene, mens nyhetsmedier som aviser, radio og TV scorer lavest (se kapittel 9). Facebook er jevnt over viktig for mellom en tredjedel og halvparten av respondentene i alle valgkretsene.

Alder og kjønn

Studier av andre valg har vist at alder og kjønn har betydning for hvilke informasjonskilder som anses som viktige i valgkamp (Haugsgjerd et al., 2019; Karlsen & Aalberg, 2015). Jevnt over brukes sosiale medier mer som nyhetskilde av unge enn eldre, og vi har derfor sett på om dette er tilfelle også for sametingsvelgere. Tabell 8.3 viser at også ved sametingsvalget i 2017 hadde alder betydning for vurdering av viktighet for informasjonskildene.

For de yngste velgergruppene er familie og venner den viktigste informasjonskilden blant de under tretti år. De digitale kildene Facebook og NRK Sápmi internett er også viktige kilder, mens Twitter framstår som ganske uviktig for alle aldersgrupper. I synet på tradisjonelle nyhetsmedier som minst viktige er dermed samisk ungdom på linje med det vi finner generelt i befolkningen (Statistisk sentralbyrå, 2020). Andelen som finner at NRK distriktsradio og regional- og lokalaviser er viktige kilder, er høyest hos de eldste. Når det gjelder direkte kontakt med kandidater, partiinformasjon/-program og frivillige organisasjoner, ser det ikke ut

Tabell 8.3 Prosentandel som oppfatter ulike nyhetskilder som viktige,* etter alder

	ALDER				Total	p-verdi
	18-30 år	31-50 år	51-70 år	71 år og eldre		
Region- eller lokalaviser	26	40	44	50	40	0,001
Diskusjoner med familie og venner	69	56	53	41	55	0,000
Sågat	16	17	27	29	22	0,000
Ávvir	17	15	15	13	15	0,841
NRK Sápmi TV	31	36	44	55	40	0,001
NRK Sápmi radio	25	16	25	31	22	0,003
NRK Sápmi internett	37	32	28	17	30	0,011
NRKs distriktssendinger	25	35	47	63	41	0,000
Lokalradio	18	20	25	40	24	0,000
Facebook	50	43	36	20	40	0,000
Twitter	9	5	7	1	6	0,134
Direkte kontakt med kandidater	27	29	34	34	31	0,268
Partiinformatjon og -program	51	52	48	43	49	0,380
Frivillige organisasjoner	17	12	19	26	17	0,012
Minste og største N (uveid)	98-109	327-350	407-448	87-108	931-1008	

Se tabell 8.1 for spørsmålsformuleringen. «Vet ikke» og ubesvart er utelatt fra beregningene.

*Som «viktige» regnes verdi 4-5 på en skala fra 1-5, hvor 1 betyr ikke viktig og 5 betyr svært viktig.

til at alder gjør utslag på om kilden oppfattes som viktig. Bortsett fra NRK Sápmi internett, tiltar betydningen av de samiske nyhetsmediene for sametingsvelgerne, sammen med region- og lokalaviser og NRKs distriktssendinger, med økende alder. Igjen er dette et mønster vi finner i hele befolkningen: Radio, fjernsyn og aviser er de viktigste kildene for de eldste aldersgruppene (Statistisk sentralbyrå, 2020).

I motsetning til alder, har kjønn liten betydning (data ikke vist). Det er kun for Facebook og partiinformatjon/-program at det er en signifikant forskjell mellom kvinner og menn. Andelen kvinner som vurderer disse kildene til å være viktige er høyere enn for menn, henholdsvis 46 og 56 prosent kvinner og 33 og 43 prosent menn. En mulig forklaring på kjønnsforskjellene er at partiprogrammer og Facebook for kvinner kompensere for tilgang til informasjon gjennom uformelle nettverk som færre kvinner har tilgang til.

Språk

Språk er viktig for hvilke medier velgerne kan bruke. En god del av valgdekningen i NRK Sápmi foregår på samisk (Josefsen et al., 2017), noe som nødvendigvis medfører at velgere vil ha ulikt utgangspunkt for informasjonsheiting derfra. I tabell 8.4 anvender vi en språkindex som skiller mellom de som a) kan samisk godt eller ganske godt, og b) de som kan språket mindre godt eller ikke i det hele tatt. Tabellen viser at det kun er NRKs distriktssendinger, region- og lokalaviser og parti-program som rangeres noenlunde likt av de to språkkompetansekategoriene. For rangeringen av alle andre informasjonskilder er det store forskjeller.

Tabell 8.4 Prosentandel som oppfatter ulike nyhetskilder som viktige,* etter samiske språkkunnskaper

	Samisk språkindex**			p-verdi
	Godt/ ganske godt	Litt/ ingenting	Total	
Region- eller lokalaviser	41	41	41	0,998
Diskusjoner med familie og venner	68	49	55	0,000
Ságat	32	17	22	0,000
Ávvir	37	3	15	0,000
NRK Sápmi TV	55	32	40	0,000
NRK Sápmi radio	43	11	22	0,000
NRK Sápmi internett	46	21	30	0,000
NRKs distriktssendinger	39	42	41	0,251
Lokalradio	30	20	24	0,000
Facebook	50	34	40	0,000
Twitter	8	5	6	0,097
Direkte kontakt med kandidater	42	25	31	0,000
Partiinformasjon og-program	46	51	49	0,199
Frivillige organisasjoner	25	12	17	0,000
Minste og største N (uveid)	307-333	609-672	928-1005	

«Vet ikke» og ubesvart er utelatt fra beregningene.

*Som «viktige» regnes verdi 4-5 på en skala fra 1-5, hvor 1 betyr ikke viktig og 5 betyr svært viktig.

**Språkindexen er satt sammen av tre spørsmål: «Hvor godt snakker du selv samisk? Hvor godt leser du selv samisk? Hvor godt forstår du muntlig samisk?» Alle tre spørsmålene hadde fire svaralternativer, fra «flytende/forstår alt» til «Kan ikke snakke samisk/kan ikke lese samisk/forstår ikke». Vi har lagt en additiv indeks hvor vi legger sammen verdiene på hvert spørsmål og deler på 3 (siden det er 3 spørsmål). Godt/ganske godt i tabellen er de som ligger over midtpunktet på indexen.

At samisk språkkompetanse har stor betydning for hvordan velgerne henter og vurderer informasjon om valget, kan tyde på at velgere med samisk språkkompetanse har en politisk ressurs som velgere uten samisk språkkompetanse ikke har. Det er en langt høyere andel av de som forstår alt eller ganske mye som anser informasjonskildene som viktige, sett opp mot de som forstår litt eller ikke forstår samisk. Denne tendensen gjelder altså ikke kun for de samiskspråklige informasjonskildene, men omfatter de fleste kildene. Tallene viser at Ságat – som er den norsk-språklige avis-kilden som rapporterer mest om samepolitikk i valgkampen – er en viktig kilde for 32 prosent av de som behersker samisk, mens den er viktig for kun 17 prosent av de som forstår litt eller ikke forstår samisk. Også en annen lett tilgjengelig informasjonskilde for ikke-samisktalende, nemlig NRK Sápmis TV-sendinger som alltid er teksten til norsk, er viktigere for de som forstår samisk enn for de som kan litt eller ingenting.

Hva kan forklare denne systematiske ulikheten i vurderingen av viktighet av kilder med hensyn til samisk språkkompetanse? En mulig forklaring er at de som ikke leser eller forstår samisk, i høyere grad tenderer til å ikke delta i sametingsvalget. Bergh og Saglie (kapittel 6) viser at samisk språkkompetanse er noe høyere blant de som stemmer enn blant hjemmesitterne, men forskjellene er ikke store. Den kretsvisе valgdeltakelsen viser at valgkretsene Østre og Ávjovárri, hvor andelen samisktalende samer antas å være størst, har høyest valgdeltakelse, samt at valgdeltakelsen faller jo lenger sør man kommer. Det kan derfor tenkes at det som framkommer i tabell 8.4 kan forklare, eller forklares i, valgdeltakelse. Å være informert kan være en motivasjon for å delta i valg. På den andre siden, dersom man ikke har tenkt å delta i valget, vil det heller ikke være relevant å søke etter informasjon om valget, kandidater eller politiske saker.

Det kan også tenkes at bruk av informasjonskilder har sammenheng med hvilken tillit velgerne har til disse kildene. Nedenfor skal vi derfor se nærmere på respondentenes tillit til ulike informasjonskilder. Disse presenteres noe mindre «finkornet» enn i tabellene 8.1–8.4, blant annet ved at NRK Sápmi er slått sammen til én kategori, men materialet vil uansett kunne si noe om tillit har betydning for bruk av mediekilder.

Har velgerne tillit til sine informasjonskilder?

Å måle sosial og politisk tillit er, som omtalt over, utfordrende (Zmerli & van der Meer, 2017). Det er ikke gjort større undersøkelser om tillit til medier blant samer, slik det er gjort i den norske befolkningen (Medietilsynet, 2019b; Newman et al., 2019). I det følgende baserer vi oss på data fra et spørsmål i 2017-surveyen hvor sametingsvelgerne ble spurt hvor mye tillit de hadde til nyheter i ni ulike medier (tabell 8.5). Det framgår ikke eksplisitt av spørsmålet om det er snakk om tillit til nyheter om samiske forhold eller til mediene generelt.

Tabell 8.5 Prosentandel med stor tillit til ulike medier*

	Prosent	N
NRKs riksdekkende nyheter (radio, TV, nett)	72	1032
TV2 (TV, nett)	52	981
NRK Sápmi (radio, TV, nett)	66	912
NRKs distriktssendinger	73	1011
Lokalradio	47	792
Ságat (papir og nett)	41	693
Ávvir (papir og nett)	34	561
Din region-/lokalavis	52	912
Facebook	16	910

Spørsmål: «På en skala fra 0 til 10, der 0 betyr ingen tillit og 10 betyr svært stor tillit, hvor mye tillit har du har til nyheter du får med deg gjennom følgende medier?». «Vet ikke» og ubesvart er utelatt fra beregningene.

*Som «stor tillit» regnes verdi 7-10 på skalaen

Tabell 8,5 viser at NRK har stor tillit hos sametingsvelgere: For riksdekkende nyheter og distriktsnyheter krysser over 70 prosent av velgerne av på de høyeste skårene for tillit. Dette tilsvarer omtrent det samme som Medietilsynet fant for hele befolkningen; over 80 prosent hadde høy eller ganske høy tillit til NRK i 2019 (Medietilsynet, 2019b). Mer overraskende er det at også lokalradio har relativt høy tillit. Omvendt er Facebook, som godt over en tredjedel rangerte som sin viktigste kilde til informasjon om sametingsvalget, den nyhetskilden som færrest velgere, bare 16 prosent, har tillit til (og 17 prosent oppgir «ingen tillit»). Dette stemmer overens med andre rapporter – folk bruker i stor grad Facebook, men de stoler ikke på plattformen. Som vi har vært inne på, kan det være flere forklaringer på

manglende tillit, men også internasjonale undersøkelser finner at sosiale medier har svært lav tillit (EBU, 2020; Newman et al., 2019).

Tabell 8.6 Prosentandel med stor tillit til ulike medier,* etter valgkrets

	Østre	Årvøvari	Nordre	Gåisi	Vesthavet	Sørsamisk	Sør-Norge	Totalt	p-verdi
NRKs riksdekkende nyheter (radio, TV, nett)	72	66	68	75	66	79	81	72	0,016
TV2 (TV, nett)	49	52	53	52	53	53	52	52	0,997
NRK Sápmi (radio, TV, nett)	65	62	47	72	64	80	77	66	0,000
NRKs distriktssendinger	68	65	72	79	72	74	78	73	0,043
Lokalradio	45	49	45	50	48	43	47	47	0,943
Ságat (papir og nett)	52	39	23	36	32	41	51	41	0,000
Ávvir (papir og nett)	44	43	13	35	25	19	31	34	0,000
Din region-/lokalavis	52	44	46	60	58	56	55	52	0,052
Facebook	18	19	11	14	22	14	12	16	0,181
Minste og største N (uveid)	87- 149	139- 176	86- 148	73- 169	67- 106	28- 71	83- 213	561- 1032	

Se tabell 8.5 for spørsmålsformuleringen. «Vet ikke» og ubesvart er utelatt fra beregningene.

*Som «stor tillit» regnes verdi 7-10 på en skala fra 0-10, hvor 0 betyr ingen tillit og 10 betyr svært stor tillit.

Henter vi valgkrets fram igjen, finner vi at tilhørighet til valgkrets kun har betydning for tilliten til NRK Sápmi, Ságat og Ávvir (tabell 8.6). Velgere i Nordre valgkrets skårer gjennomgående lavest av alle valgkretsene når det gjelder tillit til de samiske mediene NRK Sápmi, Ságat og Ávvir. At mediene skårer lavere i Nordre valgkrets på tillit, kan ses i sammenheng med hvilke informasjonskilder som anses som viktige i de ulike valgkretsene (jf. tabell 8.2). Forklaringen på den markante forskjellen mellom Nordre valgkrets og de øvrige valgkretsene kan også ligge i velgernes partipreferanser og politiske standpunkter i samepolitikken. Andelen respondenter som oppga å ha stemt på enten Nordkalottfolket (25 prosent) eller Fremskrittspartiet (13 prosent) i Nordre valgkrets lå langt over oppslutning om disse to partiene på landsbasis, henholdsvis 7,5 og 5,3 prosent. Begge disse partiene har utfordret forståelsen som dagens samepolitikk hviler på. Nordkalottfolket ved at de «ønsker å fortrengte det som oppfattes som et feil bilde av det samiske» til erstatning for

en felles finnmarkskultur (Olsen, 2010, s. 122), mens Fremskrittspartiet ønsker å legge ned Sametinget og avvikle alt av samiske rettigheter. Det kan derfor tenkes at den lavere tilliten til samiske medier som vi finner i Nordre valgkrets kan forklares i at Nordkalottfolkets og Fremskrittspartiets velgere i større grad enn andre velger bort samiske medier, inkludert norskspråklige medieoppslag, som informasjonskilder fordi disse mediene formidler samiske samfunnsverdier som de er uenige i. I en tidligere undersøkelse av tillit til Sametinget blant sametingsvelgere, var et av funnene at tilliten i Nordre valgkrets var signifikant lavere enn tilliten i de øvrige valgkretsene (Balto, 2011, s. 178, 181). Den relativt sett lave tilliten til samiske medier i Nordre valgkrets kan derfor tenkes forklart i et større bilde av lav tillit til samepolitikken og samiske institusjoner generelt i delen av velgermassen.

I tabell 8.7 tar vi for oss tillit og språk. Vi finner at det er statistisk signifikante variasjoner som kan forklares ut fra samisk språkkompetanse. Sammenhengene skiller seg imidlertid fra det vi så for vurdering av informasjonskildenes viktighet i tabell 8.4 – der de som behersket samisk språk vurderte de fleste informasjonskildene som viktigere enn det de med dårligere språkferdigheter gjorde. Når vi ser på tillit, er det derimot bare ett medium som de samiskspråklige har høyere tillit til enn de ikke-samiskspråklige: Flere av de som forstår samisk rapporterer å ha høy tillit til den samiskspråklige avisa Ávvir. En åpenbar forklaring er at de har forutsetninger for å vurdere avisas innhold. For flere av de tradisjonelle norskspråklige nyhetsmediene er det derimot de som behersker samisk dårligst som har høyest tillit. Det er flere blant de som snakker samisk litt eller ikke i det hele tatt som har stor tillit til riksdekkende medier som NRK og TV2, og også til NRKs distriktssendinger og lokalradiosendinger. Språk spiller ingen rolle for tilliten til Facebook, Ságat og NRK Sápmi. Det bør likevel sies at NRKs sendinger generelt sett har høy tillit hos en stor del av respondentene, uavhengig av språkbakgrunn. Også blant dem med gode samiske språkferdigheter er det NRKs sendinger (riks, distrikt og NRK Sápmi) som ligger på tillitstoppen.

Til forskjell fra valgkretstilhørighet og språkbakgrunn har *alder* liten eller ingen betydning for tilliten til informasjonskilder; variasjonene mellom alderskategoriene er for små til at de kan sies å ha forklaringskraft.

Tabell 8.7 Prosentandel med stor tillit til ulike medier,* etter samisk språkkompetanse

	Samisk språkindeks			
	Godt/ ganske godt	ikke/litt	total	p-verdi
NRK riksdekkende nyheter (radio, TV, nett)	66	76	72	0,002
TV2 (TV, nett)	48	54	52	0,079
NRK Sápmi (radio, TV, nett)	67	65	66	0,657
NRKs distriktssendinger	66	76	72	0,002
Lokalradio	40	51	47	0,005
Ságat (papir og nett)	40	42	41	0,507
Ávvir (papir og nett)	46	21	34	0,000
Din region-/lokalavis	45	56	52	0,001
Facebook	17	15	16	0,337
Minste og største N (uveid)	265-340	281-688	558-1028	

Se tabell 8.5 for spørsmålsformuleringen. «Vet ikke» og ubesvart er utelatt fra beregningene.

*Som «stor tillit» regnes verdi 7-10 på en skala fra 0-10, hvor 0 betyr ingen tillit og 10 betyr svært stor tillit.

Derimot ser det ut til at *kjønn* kan være en faktor, da vi finner at flere kvinner enn menn har høy tillit til medier (data ikke vist). Resultatet er i tråd med Medietilsynets (2019b) undersøkelse av tillit til mediene i befolkningen som helhet.

Viktighet og tillit til medier

Ovenfor har vi sett på bruk av medier og tillit til medier hver for seg. Disse to kategoriene kan også ses i sammenheng ut fra en antakelse om at bruk av medier er et resultat av tillit til medier, selv om spørsmålet om tillit her ikke er spesifikt rettet inn mot tillit til rapportering i forbindelse med sametingsvalg. I tabell 8.8 tar vi for oss NRK distriktsnyheter, NRK Sápmi, Ságat, Ávvir og Facebook og ser på om og hvordan tillit samvirker med hvor viktige disse mediene er. Tabellen viser i hvilket omfang respondenter som anser et medium som en viktig informasjonskilde, også har stor tillit til det samme mediet.

Som vi så i tabell 8.5 nyter både NRK Sápmi og NRK distriktssendinger stor tillit hos respondentene (henholdsvis 66 og 72 prosent), mens Facebook ligger i den andre enden av skalaen: kun 16 prosent har stor tillit til denne kilden. I tabell 8.1 så vi at det er stor variasjon med hensyn

Tabell 8.8 Prosentandel som har stor tillit til ulike medier,* blant de som ser på disse mediene som viktige og ikke viktige

	Ikke viktig informasjonskilde	Viktig informasjonskilde	Totalt
Stor tillit til Ságat	30	67	41
Stor tillit til Ávvir	21	70	33
Stor tillit til NRK Sápmi**	51	81	66
Stor tillit til NRK distrikt	65	83	72
Stor tillit til Facebook	5	31	16
Minste og største N (uveid)	413-555	126-471	539-968

«Vet ikke» og ubesvart er utelatt fra beregningene.

*Som «stor tillit» regnes verdi 7-10 på en skala fra 0-10, hvor 0 betyr ingen tillit og 10 betyr svært stor tillit.

**I spørreskjemaet er NRK Sápmi som informasjonskilde differensiert til radio, TV og internett. I denne tabellen har vi slått disse tre sammen til én indeks som forteller om NRK Sápmi som informasjonskilde. Indeksen er en samlevariabel som er konstruert slik at alle som har svart enten 4 eller 5 på minst én av de tre plattformene, altså at *enten* NRK Sápmi TV, radio eller internett (eller flere av dem), er viktige, har fått verdien «viktig» på samlevariabelen, og resten av utvalget har fått verdien «ikke viktig». De som har svart vet ikke, eller latt være å svare, på alle tre spørsmål, er utelatt fra indeksen.

til hvordan respondentene vurderer informasjonskilders viktighet. For eksempel er Ávvir en viktig informasjonskilde for 15 prosent, mens NRK distrikt er ført opp som viktig av 41 prosent.

Tabell 8.8 viser at det er stor variasjon i tillit til informasjonskilder som ikke oppfattes som viktige. Blant de som *ikke* vurderer NRK Sápmi og NRK distrikt som viktige informasjonskilder, er det likevel en stor andel som har stor tillit til disse mediene (henholdsvis 51 og 65 prosent). En forklaring er at tilliten til NRK er institusjonell og ikke koblet til det redaksjonelle innholdet, mens konkret informasjon om valget henter velgerne andre steder. For Ságat og Ávvir ser vi en sterkere sammenheng mellom stor tillit og viktig informasjonskilde: Blant de som ikke ser på Ságat og Ávvir som viktige informasjonskilder, rapporterer bare henholdsvis 30 og 21 prosent at de har stor tillit til disse avisene. Hva denne forskjellen skyldes, er usikkert. En mulig forklaring kan være at disse to avisene ikke er sterke merkevarer, slik NRK er, og at tillit derfor i større grad må basere seg på konkret erfaring.

For forholdet mellom det å være ansett som en viktig informasjonskilde og det å inngi stor tillit, er likevel ikke forskjellen markant, med unntak av Facebook. Både NRK, Ságat og Ávvir har altså høy tillit blant de som anser dem som viktige. At Facebook derimot skårer lavt på tillit også blant de som anser mediet som en viktig informasjonskilde, kan

forklares med at man vet at informasjonen på Facebook ikke alltid er troverdig, men at Facebook likevel er et sted hvor man får tak i informasjon. Velgerne velger både hvilken informasjon de forholder seg til, hvem de vil være venn med, hvilke grupper de ønsker å være medlem i og, til syvende og sist, hva og hvem de stoler på. Det betyr at brukerne av Facebook sannsynligvis siler informasjonen de får.

Konklusjon

Et av hovedfunnene i dette kapitlet er at bruken av nyhetsmedier svekkes blant sametingsvelgere samtidig som sosiale medier øker i betydning. Dette er trender som vi ser over hele verden: Med digitalisering og hybridisering av mediestrukturene, endres velgernes bruk av nyhetsmedier, deres posisjon svekkes og sosiale og ikke-redaksjonelt styrte digitale medier blir viktigere (Chadwick, 2017; Newman et al., 2019; Statistisk sentralbyrå, 2020). Dette skaper nye vilkår både for velgerne og valgets aktører. I den grad det er forskjeller mellom sametingsvelgerne og andre velgergrupper, ligger det i at velgere ved sametingsvalget vesentlig oftere henter informasjon fra Facebook enn det velgerne til stortingsvalg og lokalvalg gjør. Dette må forstås ut fra den generelt lavere dekningen av sametingsvalget i nyhetsmediene. På Facebook kan velgere finne informasjon og ta kontakt med om partier og kandidater som i liten grad omtales på andre plattformer. Sametingsvelgerne har fått flere informasjonskilder enn tidligere, samtidig som personlig kommunikasjon med venner og familie er av stor betydning.

Et annet funn som også faller sammen med trender man finner i andre land, er at unge samiske velgere ofte velger digitale medier. Det er ingen holdepunkter i vår studie for å si at økt bruk av digitale plattformer peker i retning av mindre politisk engasjement, men viser at samiske velgere, i likhet med andre velgere, endrer sitt medieforbruk og at ulike politiske kommunikasjonskilder og -former utfyller hverandre (Skogerbø & Krumsvik, 2015). Samtidig har de unge i større grad enn eldre diskusjoner med familie og venner som en viktig informasjonskilde.

Et tredje hovedfunn er knyttet til tillit. Det er gjort få studier av institusjonell tillit til samiske institusjoner, og da har de dreid seg om tillit til

politiske institusjoner (Balto, 2011; Nilsson & Möller, 2016). Som diskutert over, har samiske velgere i likhet med befolkningen for øvrig større tillit til redigerte nyhetsmedier enn til Facebook, et funn som sammenfaller med det man finner nasjonalt og internasjonalt (Elvestad et al., 2018). Vi finner også at velgerne har høy tillit til både norske nyhetsmedier (særlig NRKs riksdekkende og distriktssendinger) og NRK Sápmi. De to samiske avisene nyter ikke så stor tillit som region- og lokalaviser, noe som kan forklares med at disse avisene både er nasjonale samiske aviser og aviser med spesifikke regionale nedslagsfelt. Det er heller ikke en motsetning mellom liten institusjonell tillit til Facebook og en økt bruk av plattformen som informasjonskilde. Ettersom partiene i stor grad bruker Facebook som informasjonskanal, er spørsmålet heller om velgerne stoler på informasjonen som partiene gir her. Dette har vi imidlertid ikke data på.

En av konklusjonene vi kan trekke ut fra våre funn er at den samiske offentligheten er blitt mer fragmentert enn tidligere, i den forstand at samepolitikken dekkes både i flere nyhetsmedier og på flere plattformer. Slik sett er det indikasjoner på at vilkårene for en felles samisk offentlighet er blitt svekket: nyhetsmedienes rolle som informasjonskilder og arenaer for samepolitikkenes aktører er blitt mindre viktig. Dersom dette viser seg å være et funn som holder seg ved senere undersøkelser, kan det være en negativ utvikling for det samiske demokratiet. Den samiske offentligheten kan imidlertid også ses på som en hybridisering; et økt mangfold og dermed en utvidelse av det samiske demokratiet. Eldre studier viser nemlig at før den digitale tidsalder ble samepolitikken, med unntak av de samiske mediene, dekket relativt sporadisk, preget av stereotyper og konfliktjournalistikk (Berg, 2001; Ljäs, 2012; Skogerbø, 2000). Samtidig har vi en studie fra sametingsvalgkampen i 2009 som viser at norske lokalaviser – særlig i nord – dekket samepolitikken på en systematisk måte (Josefsen & Skogerbø, 2011). Digitale plattformer og internett bidrar til et ytterligere mangfold og nye areaer for å uttrykke meninger og diskutere politikk, og dette gjelder også for det samiske samfunnet. Aldri før har muligheten til å vise fram samisk kultur og politikk på digitale medier vært større. Det er også trekk vi kjenner igjen fra forskning om urfolk og medier verden over: Digitale medier gir rom og plass for både politisk aktivitet og kulturuttrykk (DuBois, 2019). Økt hybridisering kan

også ses på som en normalisering i betydningen av at sametingsvelgerne i likhet med andre velgergrupper får tilgang til flere informasjonskilder, både fra personlige kilder, nyhetsmedier og sosiale medier. Samiske velgere nærmer seg også andre velgergrupper ved at de dreier bruken fra nyhetsmedier til digitale medier. Det er imidlertid et tankekors at økte ytringsmuligheter ikke nødvendigvis øker synligheten av samepolitikken – verken for samiske velgere eller for majoritetsbefolkningen.

Referanser

- Balto, Á. M. V. (2011). Sametingets tillit blant egne velgere: Holdninger til et demokrati i støpeskjeen. I E. Josefsen & J. Saglie (Red.), *Sametingsvalg: Velgere, partier, medier* (s. 159–196). Abstrakt forlag.
- Berg, B. A. (2001). *Holdninger til samer og samiske forhold 1996–2000* (Senter for samiske studier, skriftserie nr. 11). Universitetet i Tromsø.
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power* (2. utg.). Oxford University Press.
- DuBois, T. A. (2019). *Sámi media and indigenous agency in the Arctic north*. University of Washington Press.
- European Broadcasting Union. (2020, 29. april). *Market insights: Trust in media 2020*. https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/trust-in-media
- Elvestad, E., Phillips, A. & Feuerstein, M. (2018). Can trust in traditional news media explain cross-national differences in news exposure of young people online? *Digital Journalism*, 6(2), 216–235. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1332484>
- Haugsgjerd, A., Karlsen, R. & Aalberg, T. (2019). Velgere i valgkamp – forsterkes politiske forskjeller? I J. Bergh & B. Aardal (Red.), *Velgere og valgkamp. En studie av stortingsvalgkampen 2017* (s. 81–102). Cappelen Damm Akademisk.
- Iiäs, A. J. (2012). Samer i to norske nyhetsmedier. En undersøkelse av samer med samisk hovedfokus i Nordlys og Dagsrevyen i perioden 1970–2000. *Diedüt*, (1). <https://hdl.handle.net/11250/2672035>
- Josefsen, E., Mörkenstam, U., Nilsson, R. & Saglie, J. (Red.). (2017). *Ett folk, ulike valg. Sametingsvalg i Norge og Sverige*. Gyldendal Akademisk.
- Josefsen, E. & Saglie, J. (Red.). (2011). *Sametingsvalg: Velgere, partier, medier*. Abstrakt forlag.
- Josefsen, E. & Skogerbø, E. (2011). Den samiske offentligheten: Mediedekningen av sametingsvalgkampen 2009. I E. Josefsen & J. Saglie (Red.), *Sametingsvalg: Velgere, partier, medier* (s. 104–128). Abstrakt forlag.

- Josefsen, E., Skogerbø, E. & Vestli, E. K. S. (2017). Valgdekningen i de samiske allmennkringkasterne og velgernes informasjonskilder. I E. Josefsen, U. Mörkenstam, R. Nilsson & J. Saglie (Red.), *Ett folk, ulike valg. Sametingsvalg i Norge og Sverige*. (221–251). Gyldendal Akademisk.
- Kalsnes, B. (2019). *Falske nyheter: Løgn, desinformasjon og propaganda i den digitale offentligheten* (1. utg.). Cappelen Damm Akademisk.
- Karlsen, R. (2011). Velgere i sametingsvalgkamp: Den samiske offentligheten i praksis. I J. Saglie & E. Josefsen (Red.), *Sametingsvalg: Velgere, partier, medier* (s. 252–270). Abstrakt forlag.
- Karlsen, R. (2017). Mediebruk i lokalvalgkampen 2015: Informasjon om politikk og kandidater. I J. Saglie & D. A. Christensen (Red.), *Lokalvalget 2015 – et valg i kommunereformens tegn?* (s. 113–124). Abstrakt forlag.
- Karlsen, R. & Aalberg, T. (2015). Selektiv eksponering for medievalgkampen. I B. Aardal & J. Bergh (Red.), *Valg og velgere. En studie av stortingsvalget 2013* (s. 119–134). Cappelen Damm Akademisk.
- Kohring, M. & Matthes, J. (2007). Trust in news media: Development and validation of a multidimensional scale. *Communication Research*, 34(2), 231–252. <https://doi.org/10.1177/0093650206298071>
- Medienorge. (2020). *Bruk av sosiale medier en gjennomsnittsdag* [Statistikk]. <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/ikt/412>
- Medietilsynet. (2019a). *Kritisk medieforståelse i den norske befolkningen* (Delrapport 1). <https://medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/2020/kritisk-medieforstaelse-samlerappport-og-delrapporter/delrapport-1-kmf-falske-nyheter.pdf>
- Medietilsynet. (2019b). *Kritisk medieforståelse i den norske befolkningen* (Delrapport 4). <https://medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/2020/kritisk-medieforstaelse-samlerappport-og-delrapporter/delrapport-4-kmf-tillit-til-mediene-kunnskap-om-mediene.pdf>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A. & Nielsen, R. K. (2019). *Reuters institute digital news report 2019*. Reuters Institute. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_o.pdf
- Newton, K. (2017). Political trust and the mass media. I S. Zmerli & T. W. G. van der Meer (Red.), *Handbook on political trust* (s. 353–372). Edward Elgar Publishing.
- Nilsson, R. & Möller, T. (2017). Tillit och förtroende bland sametingsväljarne. I E. Josefsen, U. Mörkenstam, R. Nilsson & J. Saglie (Red.), *Ett folk, ulike valg. Sametingsvalg i Norge og Sverige* (s. 220–237). Gyldendal Akademisk.
- Olsen, K. O. K. (2010). Stat, urfolk og «settlers» i Finnmark. *Norsk antropologisk tidsskrift*, 21(2–3), 110–126.
- Olsen, R. K., & Solvoll, M. K. (2018a). Bouncing off the paywall – understanding misalignments between local newspaper value propositions and audience

- responses. *International Journal on Media Management*, 20(3), 174–192.
<https://doi.org/10.1080/14241277.2018.1529672>
- Olsen, R. K. & Solvoll, M. K. (2018b). Reinventing the business model for local newspapers by building walls. *Journal of Media Business Studies*, 15(1), 24–41.
<https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1445160>
- Selle, P., Semb, A. J., Strømsnes, K. & Nordø, Å. D. (2015). *Den samiske medborgeren*. Cappelen Damm Akademisk.
- Skogerbø, E. (2000). Konflikt eller kuriososa? Om representasjon av den samiske minoriteten i majoritetsmedier i Norge. *Nordicom Information*, 22(3–4), 65–75.
- Skogerbø, E. (2003). Mediene og det samiske samfunnet: Stereotypier og identitetskonflikter. I B. Bjerkli & P. Selle (Red.), *Samer, makt og demokrati. Sametinget og den nye samiske offentligheten* (s. 361–397). Gyldendal Akademisk.
- Skogerbø, E. & Krumsvik, A. H. (2015). Newspapers, Facebook and Twitter. *Journalism Practice*, 9(3), 350–366. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.950471>
- Statistisk sentralbyrå. (2020, 19. mai). *Norsk mediebarometer: Bruk av ulike medier, etter kjønn og alder 2015–2019*. <https://www.ssb.no/statbank/table/12947/>
- Zmerli, S. & van der Meer, T. W. G. (Red.). (2017). *The handbook on political trust*. Edward Elgar.