



LUNDS
UNIVERSITET

Institutionen för kommunikation och medier
Medie- och kommunikationsvetenskap
B-uppsats HT-11

Mediedrevets makt

- En studie av *Expressens* drev mot Ola Lindholm

Handledare: Tina Askanius
Examinator: Emilia Ljungberg
Antal ord: 10.928

Författare: Linda Gustad
Gabriella Kvarnlöf

Abstract

Författare: Linda Gustad och Gabriella Kvarnlöf
Institution: Institutionen för medie- och kommunikationsstudier, Lunds Universitet
Kurs: Medie- och kommunikationsvetenskap B, MKVA21:4
Uppsatsens titel: Mediedrevets makt – En studie av *Expressens* drev mot Ola Lindholm

Syftet med denna studie är att granska fenomenet mediedrev. Fokus har legat på hur ett mediedrev är utformat och hur detta kan påverka den allmänna uppfattningen av en händelse. Studien har tagit avstamp i det specifika drevet mot Ola Lindholm, i vilket den folkkäre programledaren och chefredaktören blev offer för ett massivt drev efter att misstankar väckts om att han brukat kokain. Drevet resulterade i att Lindholm tvingades avgå från sina uppdrag. I undersökningen har granskningen inriktats på kvällstidningen *Expressens* roll i drevet och fokuserat på hur de utformat sin rapportering av händelseförloppet.

De metoder som legat till grund för studien är en kvantitativ innehållsanalys av allt material som *Expressen* publicerat om händelsen i den tryckta upplagan samt en kvalitativ analys i form av en retorisk textanalys av valda delar av materialet. Teorier som studien tagit avstamp från är agenda-settingteorin samt teorier om mediedrev och skandalisering.

Det resultat som framkommit i studien är att *Expressen* valt ett omfattande och offensivt tillvägagångssätt att rapportera om fallet Lindholm. Man har givit händelsen plats inom flera sektioner av tidningen och låtit rapporteringen uppta hela sidor och ofta också hela uppslag. Detta ger intrycket av att händelsen är att betrakta som viktig och väl värd sin plats på nyhetsagendan. Vidare har det kunnat konstateras att majoriteten av materialet har en tillsynes neutral inställning till händelsen, men att en detaljstudie visar att det finns en genomgående strävan att framställa Lindholm i dåliga dager. De tre appellformerna används i stor utsträckning för att styrka tesen om Lindholms skuld och utomstående aktörer med hög trovärdighet får frekvent komma till tals för att ytterligare stödja resonemangen. Det har i studien också blivit tydligt att det finns en hel del mediedrevstypiska aspekter att finna i materialet. Det samlade resultatet ger en bild av att *Expressen* strävat efter att skandalisera händelsen och att detta med stor sannolikhet har bidragit till den allmänna tolkningen av händelsen och också hur andra medier har tolkat och därefter valt att rapportera om den. *Expressen* kan alltså sägas ha haft en avgörande roll i drevet mot Lindholm.

Nyckelord: *Expressen*, Ola Lindholm, mediedrev, skandalisering, agenda-setting, sensationsjournalistik, knarkskandal.

Innehållsförteckning

1. Inledning och bakgrund.....	4
2. Syfte och frågeställningar.....	5
3. Metod	5
3.1 Kvantitativ metod	6
3.1.1 Vad har undersökts?	6
3.1.2 Hur gick undersökningen till?	7
3.1.3 Variabler och variabeldefinitioner	7
3.2 Kvalitativ metod	8
3.2.1 Vad har undersökts?	9
3.2.2 Hur gick undersökningen till?	9
4. Teori	10
4.1 Agenda-setting	10
4.2 Mediedrev.....	12
4.3 Skandalisering	13
5. Analys.....	14
5.1 Analys av den kvantitativa undersökningen.....	15
5.2 Analys av den kvalitativa undersökningen.....	18
5.2.1 Argumentens struktur	18
5.2.2 Appellformerna	21
5.2.3 Mediedrevstypiska aspekter	23
6. Slutdiskussion.....	26
7. Förslag på vidare forskning.....	28
8. Källförteckning.....	29
9. Bilagor.....	34

1. Inledning och bakgrund

Den 12 april år 2011 briserade nyheten att medieprofilen Ola Lindholm och femton andra personer i samband med en fotbollsmatch på Råsundastadion i Stockholm tvingats lämna urinprov på grund av misstanke om narkotikabrott. Lindholm är känd för svenska folket som chefredaktör för tidningen Kamratposten och programledare för det populära barnprogrammet "Wild Kids" i SVT. Lindholm satt vid denna tidpunkt även med som ledamot i styrelsen för BRIS. Händelsen fick enorm medial uppmärksamhet och trots att Lindholm nekade till anklagelserna tvingades han som en följd av händelsen avgå från sina uppdrag, trots att han ännu inte blivit fälld. Den 12 september 2011 dömdes han emellertid för ringa narkotikabrott mot sitt nekande. Fallet Lindholm är ett typiskt exempel på ett så kallat mediedrev och det blir i samband med detta påtagligt hur kraftfullt ett mediedrev kan vara, både i fråga om att bilda allmän opinion och att påverka hur ett händelseförlopp utvecklar sig.

På många sätt är det medierna som bestämmer vilka händelser som kommer att bli aktuella nyheter eftersom det är de själva som väljer vad de rapporterar om. Medierna kan välja att ge en händelse omfattande publicering, en kortfattad redogörelse eller att inte uppmärksamma den över huvud taget. Upptakten till ett mediedrev beror alltså på att några enskilda medier bestämmer sig för att sätta en händelse på sin agenda vilket resulterar i att den hamnar på den allmänna agendan, i enlighet med agenda-settingteorin (McCombs 2006). Oavsett om man fattar beslutet att uppmärksamma händelsen för att man anser att den ligger i allmänhetens intresse eller att händelsen är av karaktären att den utgör "förstasidesstoff" och kan sälja lösnummer, påverkar det vad som kommer att vara på den allmänna agendan i det efterföljande. Det finns dubbelsidiga aspekter av denna insikt. Å ena sidan finns det fördelar med att de inrättningar i samhället vars syfte är att redogöra för allt som allmänheten *bör* och *har rätt* att känna till, i och med detta arbete även har möjlighet att påverka. Å andra sidan är det en skrämmande insikt att sensationslystna journalister, sporrade av att sälja lösnummer, locka annonsörer och väcka uppståndelse, faktiskt innehar stor makt att påverka. Något som därmed faktiskt kan hävdas ligga i allmänhetens intresse är att öka förståelsen för hur medierna skapar sig denna makt och vilka medel de använder. Vi anser att det finns ett behov av att bredda kunskapen kring mediernas makt och öka förståelsen för hur de förvaltar denna.

Fallet Lindholm rymmer många av de karaktärsdrag som kännetecknar ett mediedrev och kan därför hävdas vara ett representativt case för fenomenet i stort: Det var en stor mängd olika medier som rapporterade om händelsen och medierapporteringen kan antas ha varit avgörande för hur händelseförloppet utvecklade sig. I den uppsjö av material från fallet som finns att tillgå har dock denna studie avgränsats till *Expressens* rapportering av

händelsen. Att valet föll på just *Expressen* beror på att tidningen var det medium som först avslöjade händelsen och även varit det mest pådrivande mediet i drevet. I huvudsak bedriver *Expressen* vad som kan benämnas sensationsjournalistik. Detta är en typ av journalistik som fokuserar på att granska enskilda personer och händelser för att därefter publicera materialet utan att journalisten sätter sig in i sammanhangen. Det man eftersträvar är att framställa resultatet av granskningen som uppseendeväckande och sensationellt (Hadenius & Weibull 1990:7ff). Detta faktum ökar ytterligare *Expressens* relevans för studien, då det är utmärkande även för mediedrev att rapporteringen kretsar kring uppseendeväckande och sensationella händelser. En händelse som inte lyckas skapa starka känslor och skapa debatt kommer troligtvis inte att bli ett drev. En intressant aspekt av just detta drev är att huvudrollsinnehavaren valde att inte göra en så kallad ”pudel”, det vill säga ställa upp i intervjuer, erkänna sin skuld och be om förlåtelse. Lindholm valde istället total tystnad.

2. Syfte och frågeställningar

I enlighet med teorier som agenda-setting, skandalisering och teroier om mediedrev finns det olika sätt att skildra nyheter vilket får konsekvenser för den allmänna uppfattningen av dessa. Syftet med denna studie är därför att med dessa forskningsområden som utgångspunkt undersöka hur ett medium likt *Expressen* gått till väga för att väcka känslor och skapa opinion hos allmänheten i samband med en händelse. Studien tar avstamp i en incident som hade kunnat stanna vid en kort notis, men som resulterade i att bli föremål för ett omfattande mediedrev. De frågeställningar som studien utgått ifrån är: *Hur har Expressen skildrat fallet Lindholm?*, *Hur har Expressen likt en regissör dramatiserat händelsen rent retoriskt?* och *Hur kan man förstå Expressens rapportering i termer av ett mediedrev?*

För att besvara detta har följande mer konkreta frågor ställts i den kvantitativa studien: Inom vilka redaktionssektioner har händelsen fått utrymme? Hur är artiklarna vinklade? Vilka är aktörerna bakom dem? Vem får komma till tals i dem? Den kvalitativa textanalysen har arbetat utifrån följande frågeställningar: Hur används retorikens tre appellformer i rapporteringen? Hur struktureras argumenten och hur väl efterföljs retorikens dispositionsschema? Hur ser den närliggande kontexten ut?

3. Metod

För att ett mediedrev ska uppstå krävs det att flera olika medier rapporterar om en händelse (Nord 2001:26), vilket skulle motivera att flera olika tidningar studerades. Valet att endast studera *Expressens* rapportering kring fallet Lindholm berodde emellertid på en önskan att på

ett djupgående sätt undersöka *ett* mediums roll i mediedrevet. För att angripa fallet har metodtriangulering tillämpats, i vilken flera olika metoder kombineras. Detta görs för att testa om de olika metoderna ger samma resultat och om så är fallet leder detta till ökad tillförlitlighet för studien i sin helhet (Østbye et al. 2004:36). De metoder som legat till grund för vår forskning är en kvantitativ innehållsanalys av *Expressens* rapportering av fallet Lindholm i kombination med en kvalitativ textanalys av valda delar av materialet. Tanken bakom detta metodologiska val var att vi ville bilda oss en uppfattning om både de bredare aspekterna av hur mediedrevet byggdes upp samt de mer detaljspecifika. Man skulle kunna se det som att vi har angripit problemet både på mikro- och makronivå genom att använda de två metoderna och förhoppningen var att resultatet från de båda analyserna skulle stärka varandra.

3.1 Kvantitativ metod

Kvantitativ innehållsanalys kan definieras som en undersökning av innehållet i exempelvis en skriftlig framställning som baseras på likvärdiga och jämförbara uppgifter. Dessa uppgifter måste inneha så många analysenheter att de med siffror kan uttryckas och analyseras (Esaiasson et al. 2007:223). Grunden till varför just den kvantitativa innehållsanalysen valts som metod är att den lämpar sig när man ska processa en stor mängd material under en kort tidsperiod (ibid:237) och för att metoden ger en överskådlig bild över det insamlade materialet (Nilsson 2010:119). Den generella översikt som metoden ger underlättade kontrollen av samband när materialet i ett senare skede granskades och just samband och regelbundenheter eftersöktes (Johansson 2010:114). Som utretts tidigare kan medier med hjälp av sina texter utöva makt genom att bestämma vad som ska publiceras. Därför lämpade sig en kvantitativ innehållsanalys bättre än andra kvantitativa metoder till denna studie då det är just texter som ska analyseras.

3.1.1 Vad har undersökts?

Vid användning av kvantitativ innehållsanalys är det viktigt att man inledningsvis klargör vilka avgränsningar som ska iaktas för att senare lyckas komma fram till ett tillförlitligt resultat (Østbye et al. 2004:212). En sådan avgränsning innefattar val av material, urval och tidsram för studien. Eftersom fallet Lindholm nu har ebbat ut förenklades urvalet av material i undersökningen. Tidsperioden för urvalet anpassades efter när nyheten släpptes den 12 april 2011 till och med två veckor efter att domen mot Lindholm föll den 12 september 2011, för att få med ett eventuellt efterspel. Totalt innefattar detta en tidsram på ungefär fem och en halv månad. Det hade varit intressant att studera allt material *Expressen* publicerat kring

händelsen (både tryckt och digitalt) men på grund av tidsbegränsningen blev det nödvändigt att göra denna avgränsning. Bortfallet, det material som valdes bort, ger konsekvensen att representativiteten i studien riskerar att försvagas (ibid:151f), speciellt eftersom internet idag utgör en viktig källa till nyhetssökning och även opinionsbildning. Emellertid gör det faktum att *samtliga* artiklar i tidsspannet valdes att det resultat som framkommer kan antas vara representativt för *Expressens* rapportering av händelsen i den tryckta upplagan.

3.1.2 Hur gick undersökningen till?

Studien inleddes med en sökning på det material som publicerats av *Expressen* i Mediarkivet med hjälp av sökordet "Ola Lindholm" under den aktuella tidsperioden. Detta gav 38 träffar, men vid en senare genomläsning av materialet visade det sig att några artiklar var dubletter, vilket resulterade i att den slutgiltiga populationen bestod av 31 träffar. Om allt material i populationen har en chans att bli vald säkerställs en hög representativitet (Østbye et al. 2004:246), vilket alltså var fallet i denna studie. Det ger i sin tur studien en hög grad av reliabilitet, det vill säga att databehandlingen är tillförlitlig (ibid:120). Då alla artiklar i populationen valdes bör antagandet kunna göras att reliabiliteten är hög.

Det är av stor vikt vid analyser av texters innehåll att det resultat man kommer fram till är oberoende av vilken forskare som utfört analysen. Därför är det viktigt att redan från början ha ett noga uttänkt analyschema för att undvika subjektivitet i möjligaste mån (Nilsson 2010:122). För att systematiskt kunna kartlägga *Expressens* artiklar skapades inledningsvis ett kodschemat utifrån vad som var intressant att studera närmare. Kodschemat utformades med inspiration från Nilsson (2010:124), se Bilaga 1. Ett antal olika variabler tillfördes till kodschemat som formulerades med utgångspunkt i studiens frågeställningar (Østbye et al. 2004:220). Detta kallas att operationalisera, det vill säga att översätta forskningsfrågorna till variabler som går att mäta (Nilsson 2010:122f). Efter detta moment identifierades de olika värden som varje variabel kan ha. Fokus riktades mot att det skedde en överensstämmelse mellan de begrepp som använts i frågeställningen och de variabler och kategorier som nu användes i kodschemat för att säkra validiteten (studiens giltighet) (Østbye et al 2004:220). För att inte sänka reliabiliteten modifierades kodschemat innan det fördes in i statistikprogrammet SPSS. I programmet skapades därefter frekvenstabeller och cirkeldiagram över resultatet, vilka låg till grund för analysen av materialet.

3.1.3 Variabler och variabeldefinitioner

Valet att titta närmare på händelsens utbredning inom de olika redaktionssektionerna

grundade sig i en önskan om att kartlägga rapporteringens spridning. Detta skulle kunna ge en förvisning om vilket nyhetsvärde händelsen fått. Vidare antogs att *Expressens* läsare eventuellt inte brukar alla delar av tidningen vilket gör det intressant att se om den fått utrymme på fler än en sektion. De variabelvärdena statuerade under den första variabeln (V1) talar genom sina namn för sig själva och behöver således ingen vidare definition.

Det var relevant för studien att se hur artiklarna är vinklade gentemot Lindholm då detta kan påverka läsarnas uppfattning av händelsen. Under V2 definieras variabelvärdet *positivt* som att artikeln tar Lindholms parti och talar för hans sak. Med *negativt* avses att texten vinklar Lindholm i dålig dager och med *neutralt* avses att artikeln objektivt rapporterar vad som händer, har hänt eller kommer att hända.

Under V3 behandlas upphovsmannen till artikeln. Tanken bakom att inkludera denna variabel var att titta närmare på om det enbart är journalister som producerat material om händelsen eller om det även publicerats material i form av till exempel insändare från allmänheten. Värdet *journalist* avser journalist anställd på *Expressen*, *privatperson* en vanlig medborgare utan journalistisk bakgrund eller expertis i ämnet, *talesman* en representant från exempelvis ett företag eller en organisation och *övrigt* allt som faller utanför de andra variabelvärdena.

Det var intressant att få en uppfattning om vilka aktörer som fått komma till tals i rapporteringen; får exempelvis en expert uttala sig så skulle det kunna hävdas ge mer tyngd åt artikeln och således vara ett medel för att påverka läsarna i en viss riktning. Under V4 avser *journalist* en annan journalist än artikelförfattaren som fått uttrycka sin åsikt i frågan eller kommentera det som behandlats och med *expert* avses en sakkunnig person som hörts i frågan. I övrigt gäller samma definitioner under V4 som i V3. Dock bör noteras att det i vissa artiklar förekommer uttalanden från fler än en aktör och i dessa fall har endast den person som getts mest utrymme inkluderats. Detta kan i viss grad sänka resultatets reliabilitet.

3.2 Kvalitativ metod

Kvalitativ textanalys är en metod i vilken man tar sig an en text genom att ställa utvalda frågor till denna (Østbye et al. 2004:62). Metoden går ut på att bryta ner en text i dess beståndsdelar och analysera varje enskild del för sig varefter delarna sätts ihop på ett annorlunda sätt än tidigare vilket skapar ny förståelse och tolkning av texten (ibid:71). Kritik som kan framföras mot detta metodval är att det är ofrånkomligt att viss grad av subjektivitet förekommer, något som kan sänka resultatets tillförlitlighet. I denna studie har texterna valts att studeras ur ett retoriskt perspektiv och således har de retoriska aspekterna stått i fokus.

Retoriken är en idélära om hur ett tal eller en text bör utformas för att vara så övertygande som möjligt (Vigsø 2010:233) och därför passade denna väl in som analysverktyg för att öka förståelsen för hur Lindholm-fallet har beskrivits i *Expressen*. Om *Expressen* har varit ute efter att påverka sina läsare i frågan var det intressant att få insikter om hur detta har skett.

3.2.1 Vad har undersökts?

Det material som utgjort underlag för den kvalitativa delen av studien bestod av åtta artiklar och två krönikor från *Expressens* rapportering av händelsen. Dessa olika delar av rapporteringen valdes för att få ett så brett material som möjligt och god insikt i hur Lindholm-affären har framställts. Det som Esaiasson et al. (2007) benämner obundet slumpmässigt urval användes då material till studien valdes (ibid:201), eftersom vi inte ville att våra egna förutfattade meningar skulle färga materialet. Då det fanns en önskan om att inkludera både artiklar och krönikor i materialet lades dessa i två högar varefter material drogs från de båda. På detta sätt hade hela populationen chans att bli vald.

3.2.2 Hur gick undersökningen till?

Analysen av varje text inleddes med att identifiera vilken typ av text det var samt vad som är utmärkande för just denna (artikel eller krönika). I enlighet med rekommendationer från Østbye et al. (2004) reflekterades det också inledningsvis över hur det medium som texterna presenteras i påverkar både texternas uttrycksnivå och tolkningen av dem. Nästa steg var att identifiera den närliggande kontexten texterna befinner sig i. Denna avser allt på själva tidningssidan; själva texten i sig, de tillhörande bilderna, layouten, andra intilliggande artiklar etcetera (ibid:73f). Därefter följde den del av analysprocessen i vilken kärnan av analysen närmades, nämligen att beskriva själva texten med hjälp av verktyg från det retoriska perspektivet. Ett nyckelbegrepp inom retoriken är de så kallade appellformerna ethos, logos och pathos, vilka är olika sätt att övertyga åhörarna genom att vädja till deras förnuft eller känslor (Vigsø 2010: 220f). Ethos handlar om att övertyga publiken genom att talaren framställer sig själv som trovärdig och pålitlig och genom detta lyckas vinna publikens förtroende. Logos appellerar till publikens intellekt och rationella sidor där argumenten framställs som sakliga, rimliga och logiska. Med hjälp av pathos, däremot, försöker man övertyga åhörarna genom att väcka starka känslor och talet präglas av värdeladdade, känslosamma ord (Bergström & Boréus 2005:89f). Då appellformerna utgör ett av de viktigaste grunddragen inom retoriken har stor vikt lagts vid att identifiera hur de kommer till uttryck i de texter som analyserats. Centralt inom retoriken är också att ett tal ska byggas upp

efter ett givet schema, retorikens dispositionsschema, för att lyckas övertyga publiken. Detta schema inrymmer i vilken ordning de olika delarna av talet ska komma och vilka av de olika appellformerna som ska användas var (Vigsø 2010:233f), se Bilaga 2. Schemat har använts som ett verktyg i studiens retoriska analys och låtit den tjäna som en "checklista" under undersökningens gång, i enlighet med rekommendationer från Vigsø (2010:233). Det som undersöktes var i vilken mån schemat efterföljdes, vilka delar som inkluderades samt vilka som uteslöts och kommer i analysen reflektera över vilken effekt detta har på texterna. Efter genomförandet av den retoriska analysen av det valda materialet fanns en stor mängd data att processa. I denna eftersöktes genomgående teman och tre stycken värda att belysas upptäcktes, vilka kommer presenteras i analysen. Det visade sig därmed att vissa aspekter av undersökningen blev irrelevanta för den senare analysen av materialet och således exkluderades dessa i analysen.

4. Teori

För att i högre grad förstå fallet Lindholm och *Expressens* roll i händelseförloppet behövs en teoretisk grund att utgå ifrån. Således krävs en kort redogörelse av teorier och forskning som föregått denna studie.

4.1 Agenda-setting

Mediernas makt och förmåga att påverka människor är en fråga som varit central för medie- och kommunikationsforskare under många decennier. Under 1900-talet har forskarnas syn på medier i stort präglats av tre vitt skilda tolkningar: medierna som allsmäktiga, maktlösa och mäktiga. Den första av dessa tolkningar regerade fram till perioden runt slutet av 40-talet och under denna tid ansågs publiken vara passiva mottagare av mediernas budskap. Medierna antogs därmed likt en injektionsnål kunna injicera sitt budskap i publiken vilka uppfattade och tolkade budskapen på ett samstämmigt och av medierna avsett sätt. I och med att mer empiriska studier av mediernas effekter på publiken började utvecklas kom man dock att övergå till att se medierna på ett helt annat sätt. I de empiriska undersökningarna fann man att det ofta var en stor diskrepans mellan förväntade och uppmätta effekter och man övergick därför till en syn på medierna som relativt oförmögna att påverka publiken. Denna syn blev dock inte särskilt långlivad, då man snart fann bevis för att medierna faktiskt har stor makt att påverka. Dock tillskrev man dem inte den enväldiga makt man gjort tidigare. Man landade således i ett slags gränsland mellan de två tidigare synsätten (Strömbäck 2006:7ff).

En av anledningarna till att man åter började tillskriva medierna viss makt att

påverka publiken var uppkomsten av agenda-settingteorin. Denna teori är en av de allra mest utbredda och undersökta teorierna inom ramen för vilka effekter masskommunikationen har på dess mottagare och över 400 empiriska undersökningar har publicerats på området (Strömbäck 2006:10ff). Teorin har sitt ursprung i en mindre studie av osäkra väljare i 1968 års presidentvalskampanj i USA. Fokus var att undersöka vilka valfrågor som dessa väljare uppfattade som viktigast under valet och kopplingen till vilka valfrågor som medierna gav mest uppmärksamhet. Med utgångspunkt i denna studie utvecklade de tre forskarna Shaw, David och McCombs därefter agenda-settingteorin. Det var dessa forskare som myntade begreppet ”dagordningsmakt” vilket syftar till att de nyheter som medierna väljer att sätta på sin dagordning är de nyheter som kommer att hamna på den allmänna dagordningen. Därmed kommer dessa nyheter uppfattas som viktigast vid den aktuella tidpunkten (McCombs 2006:18ff). Tack vare det stora utbudet av empiriska undersökningar av agenda-settingteorin från många olika delar av världen har man kunnat testa hur väl den stämmer överens med verkligheten. Således har man kunnat bekräfta tesen om att det i mycket stor utsträckning verkligen är medierna som bestämmer dagordningen i samhället (ibid:60). Ett exempel är flertalet studier som visar att mediernas framställning av en politiker eller samhällsfråga i stor utsträckning överensstämmer med den allmänna beskrivningen och uppfattningen av densamma (ibid:116). Detta gör agenda-settingteorin relevant för vår studie eftersom medierna lyckades sätta Lindholm på den allmänna dagordningen vid den aktuella tidpunkten.

Det finns ytterligare aspekter av agenda-settingteorin som gör den till en lämplig plattform att utgå ifrån i studiet av fallet Lindholm. McCombs (2006) hävdar: ”Att få medborgarna att prioritera en fråga, dvs. att placera en fråga eller ett ämne på medborgarnas dagordning så att den hamnar i fokus för deras uppmärksamhet och tankar, och kanske handlingar, är det första steget i bildandet av en allmän opinion” (ibid:24). Således har teorin gått från att inledningsvis uppehålla sig vid huruvida medierna kan bestämma över den allmänna dagordningen eller ej, till att även inrymma teorier för hur detta påverkar den allmänna uppfattningen och tolkningen av det som faktiskt sätts på dagordningen (ibid:20). Det räcker inte bara med att konstatera *att* en nyhet presenteras i medierna; det är också väsentligt att noggrant studera *hur* den presenteras. De nyheter som hamnar på förstasidan kommer till exempel att uppfattas som viktigare än nyheter som inte gör det; rubriker, typsnitt, tillhörande bilder och andra aspekter av hur nyheter presenteras spelar stor roll för hur de uppfattas av publiken (ibid:78f). Denna nya inriktning för agenda-settingteorin har främst utvecklats sedan slutet av 90-talet fram till dags dato och i denna nya fas av teorin strävar man efter att förklara vilka effekter mediernas dagordningsmakt får på den allmänna

opinionen. En av de allra viktigaste effekterna är det stora inflytande medierna har över hur offentliga personer uppfattas av allmänheten (ibid:156) och detta faktum har därmed stor relevans för vår studie.

4.2 Mediedrev

Begreppet mediedrev härrör från en liknelse vid det drev som sker i samband med jakt, där hundar och människor driver ett byte mot den väntande jägaren som ska fälla bytet. Ett mediedrev är utformat på ett likartat sätt, med skillnaden att det då är journalister och andra medieaktörer som driver nyhetens huvudperson mot en väntande jägare, vilken till exempel kan utgöras av allmänhetens dom (Allern & Pollack 2009:11). I följande punkter beskriver författarna mer utförligt hur ett mediedrev kan definieras:

- “Et mediedrev er en omfattende, intens og kritisk rapportering rettet mot en eller flere personer, organisasjoner eller institusjoner,
- med personfokuserte anklager om normbrudd som karakteriseres som en skandale,
- der flere dominerende redaksjoner og nyhetsmedier deltar over en viss tid
- med samme perspektiv, journalistiske hovedvinkling og dramaturgi, og
- der utgangen på saken er uviss.” (Allern & Pollack 2009:11)

Man skulle kunna se det som att medierna själva tar på sig rollen som regissör i ett dramatiskt skådespel där den mediala offentligheten fungerar som händelsernas scen (Pollack 2009:104). Skandaler iscensätts ofta av redaktioner och man använder sig av dramatiska liknelser för att väcka publikens uppmärksamhet och skapa intresse (Allern & Pollack 2009:21f). En sådan liknelse är till exempel att skriva att en nyhet har “exploderat” eller att någon “rasar” mot någon eller något (Fladmoe & Todal Jenssen 2009:27). Journalisten väljer, likt en regissör, hur mediekanalen ska rama in nyheten, vilka perspektiv av den som ska vara framträdande och hur mycket utrymme den ska ges, vilket gör att händelser ofta kan bli föremål för tolkning. Om mediet ger nyheten mycket utrymme torde det vara så att läsarna uppfattar den som något viktigt. Ofta sker också ett samspel mellan flera redaktioner hos mediet vilket leder till att händelsen får en följetongsliknande karaktär (Allern & Pollack 2009:17ff). Ofta beskriver aktörerna bakom drevet dess offer som klassiska figurer hämtade från berättelsernas värld (Bjerke 2009:175), exempelvis genom att framställa en person som god eller ond eller som hjälte eller fiende. Genom att på detta sätt ge drevets huvudperson en välkänd persona underlättar man läsarnas identifikation med personen (Allern & Pollack 2009:194). Läsarna

vill kunna känna igen sig och känna samhörighet med det som berättas, eller som Irinia Halling, *Expressens* kvalitetsredaktör, säger: "Vår utgångspunkt är att beröra" (se Bilaga 3).

Ett faktum som är värt att notera i sammanhanget är att nyheter av olika slag kan liknas vid varor på en bytesmarknad för journalister och nyhetsbyråer, där medierna tenderar att skriva om samma saker och tävla med varandra om att vara först på en nyhet (Allern & Pollack 2009:19). Det är allt som oftast populärkulturella medier som är de flitigaste aktörerna vid uppkomsten och pådrivandet av ett drev (ibid:21), exempelvis kvällstidningar som vill sälja lösnummer. Inom vissa journalistiska kretsar kan det till och med vara positivt rent karriärmässigt att ha bidragit till ett drev (ibid:204). Ett utmärkande drag vid starten av ett drev är att det oftast inleds av att ett enskilt medium presenterar unikt material och ger detta stort utrymme. Därefter snappar andra medier upp nyheten och drevet är ett faktum (Fladmoe & Todal Jensen 2009:35). Drevet präglas därefter av att en stor mängd medier rapporterar om händelsen på ett likartat sätt och att medierna, avsiktligt eller oavsiktligt, ger näring åt varandras berättelser och gemensamt driver frågan. Vidare har också ett drev ofta ett stort inflytande på händelseförloppet i den aktuella frågan (Nord 2001:26). Dessa aspekter blir därmed relevanta för vår studie, då fallet Lindholm skedde i enlighet med denna drevdramaturgi. Ett annat faktum värt att ta upp är att det inte är ovanligt att journalister i sin jakt på erövringar på denna bytesmarknad sträcker sig utanför vad som kan anses vara etiskt försvarbart. Allern & Pollack (2009) pekar bland annat på det faktum att journalister ofta använder sig av "anonyma källor" som uppgiftslämnare till nyhetsinformation, vilka i själva verket kan vara fiktiva karaktärer eller journalisternas egna interpretationer (ibid:17ff).

4.3 Skandalisering

Det som idag kallas skandal innebär ofta att en offentlig person begått någon slags moralisk överträdelse och att detta uppmärksammas offentligt av personer som misstycker med detta. Resultatet av en skandal är ofta att personen bakom den skadas personligt och får sitt rykte förstört (Thompson 2000:13ff). Skandaler har dock inte endast konsekvenser för de individer som ligger bakom dem, utan också för de organisationer och företag som den skandaliserade personen är aktiv inom eller synonym med (ibid:xi). I och med den moderna tidens utveckling av media är offentliga personer mer publika idag än vad de tidigare varit, vilket gör att skandaler i dagens samhälle kan sägas ha större makt att ödelägga människors rykten och karriärer. Synligheten har ökat som ett resultat av det förändrade medielandskapet vilket har fått konsekvensen att det nu är mer problematiskt att dra en tydlig gräns mellan det publika och det privata (ibid:6). Skandaler är heller inte på samma sätt bundna geografiskt som de

varit tidigare, utan en nyhetshändelse kan idag med lätthet färdas mellan landsgränser med hjälp av den medierade kommunikationen (ibid:31).

Ofta publiceras skandaler först i tabloidiserade medieformat såsom kvälls- och veckotidningar vilka lever efter devisen att skandaler säljer. I dessa typer av medieformat kan det te sig som att upphovsmännen till mediet låter skandaler ta plats från andra nyheter; nyheter som kan anses vara mer relevanta ur samhällssynpunkt, till exempel arbetslöshet och fattigdom (Thompson 2000:5). Journalister har den viktiga uppgiften att återge och avslöja viktiga samhällsfrågor. Ibland har de dock i jakten på uppseendeväckande nyhetsmaterial en tendens att publicera nyheter som inte legitimt är av allmänt intresse för samhället (ibid:269). Det material som medierna använder sig av i skandaler är också ofta olika sorters återberättelser om saker de redan tagit upp i ett tidigare skede och som därefter upprepas om och om igen. Genom att använda sig av starka adjektiv och att själva benämna en nyhet som en skandal kan journalisterna göra en annars obetydlig nyhet till något värt att skriva om (Fladmoe & Todal Jenssen 2009:39). Detta kan man tolka som att en journalist som är ute efter att skapa en skandal också kommer att göra det. Att ha makten att skandalisera är en position som bör nyttjas med försiktighet då mediernas opinionsmakt hela tiden ökar i takt med att antalet mediekanaler och deras räckvidd ständigt utvidgas (ibid:45).

5. Analys

Mediernas makt att påverka har, som nämnts ovan, varit föremål för diskussion under flera decennier. Det man emellertid har lyckats enas någorlunda om idag är att medierna har makten att bestämma vad som ska hamna på den allmänna dagordningen (McCombs 2006). Detta faktum blir påtagligt i studiet av *Expressens* rapportering av fallet Lindholm eftersom incidenten kom att hamna på den allmänna dagordningen tack vare *Expressens* publicering. Utifrån agenda-settingteorin blir två aspekter av detta intressant: Att *Expressen* valde att publicera händelsen och därmed sätta den på agendan, samt *hur* de valde att publicera den, vilket banade väg för vilken plats den skulle få på agendan i det efterföljande. Det är rimligt att konstatera att publiceringen var ett tydligt exempel på agenda-setting, eftersom allmänheten blev medveten om händelsen tack vare att *Expressen* uppmärksammade den. Det är även rimligt att hävda att det sätt man valde att publicera den på bidrog till att ett drev skapades. För att rapporteringen kring en händelse ska övergå till ett mediedrev måste den vara av sådan art att den väcker stort intresse bland allmänheten och även hos andra medier. I annat fall blir fortsatt rapportering kring händelsen irrelevant och mediedrevet kommer att självdö (Thompson 2000:x). *Expressen* valde en offensiv strategi från början gällande

rapporteringen av händelsen genom att sätta den på löpsedeln, något som tydligt signalerade dess relevans och aktualitet. Andra aspekter av hur man valde att presentera händelsen kan också antas ha varit bidragande till att den fick en så pass stor plats på den allmänna dagordningen och även andra mediers dagordning. De studier som genomförts i samband med denna uppsats har dels fokuserat på de rent kvantitativa aspekterna av hur fallet Lindholm har presenterats i *Expressen*, och dels på hur rapporteringen sett ut på en mer textuell nivå genom kvalitativa analyser. I det följande kommer resultaten analyseras mer ingående och även knyta an till tidigare forskning på området.

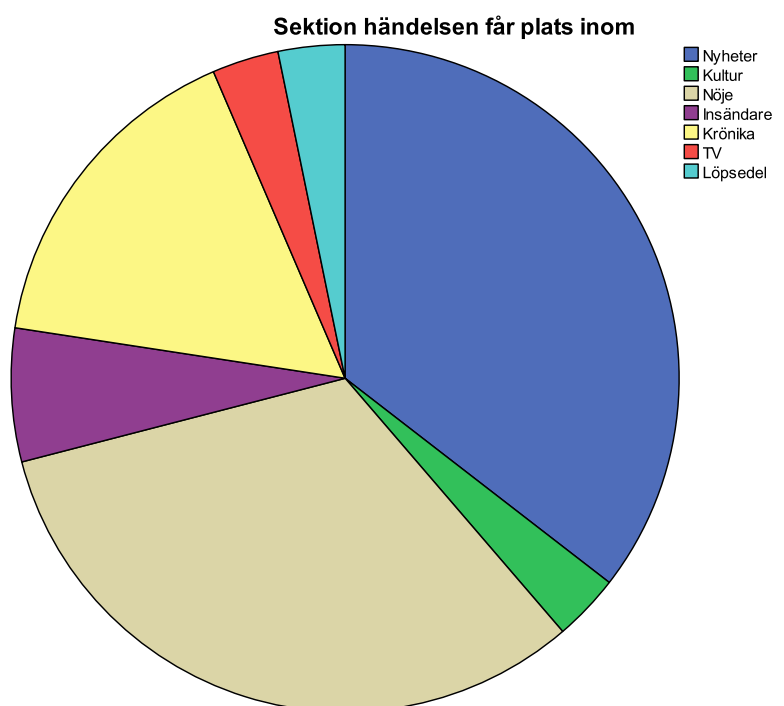
5.1 Analys av den kvantitativa undersökningen

Den kvantitativa delen av vår studie gav möjlighet att besvara frågan hur *Expressen* har skildrat fallet Lindholm och resultatet från denna del av studien visar på att rapporteringen kring fallet skett på ett omfattande och mångfacetterat sätt. En första anmärkningsvärd notering är att fallet har givits

rikligt med plats inom flera olika sektioner av tidningen. Studien visar att händelsen fått störst spridning inom nyhetssektionen, tätt följt av nöjessektionen. Noterbart är att rapporteringen kring händelsen inledningsvis gavs plats på nöjessidorna, för att sedan övergå till att ges plats på nyhetssidorna, och senare, när intresset för händelsen svalnat, återigen förpassades till nöjesdelen.

Att händelsen givits så stort

utrymme i nyhetssektionen är ett anmärkningsvärt resultat, då Lindholm ju är en nöjesprofil och det således kan hävdas logiskt att anta att rapportering kring honom främst skulle ha getts utrymme i nöjesdelen. Detta har dock alltså inte varit fallet och det faktum att händelsen framför allt fått utrymme i nyhetsdelen kan anses sända ett budskap till läsarna om att detta verkligen är en *nyhet*, vilken bör betraktas som betydelsefull och som något det är angeläget att allmänheten får kännedom om, och inte främst något av “nöjesmässigt” värde. *Expressen* profilerar händelsen som relevant ur ett samhällligt perspektiv och inte som något som kan



viftas bort som oväsentligt skvaller. En ytterligare aspekt värd att notera är att nyhetsdelen är den del som kommer först i tidningen, vilket kan tänkas öka känslan av att händelsen är att betrakta som viktig, förutsatt att man går efter devisen "viktigast först". Det kan även tänkas att rapporteringen av händelsen når ut till en större läskrets när den ges utrymme i flera olika delar av tidningen än vad som annars skulle ha varit fallet, eftersom alla inte läser alla delar av tidningen.

Resultatet kring hur materialet är vinklat gentemot Lindholm visar att majoriteten av artiklarna saknar uppenbar vinkling och således håller en tillsynes neutral inställning (se Bilaga 4, diagram 2). I en övervägande del av materialet framstår rapporteringen som en relativt objektiv och faktamässig återgivning av vad som hänt, utan att någon explicit värdering uttrycks. Detta är ett samband som gick emot vad vi på förhand hade väntat oss att finna, då vi trodde att majoriteten av artiklarna skulle hålla en uppenbart negativ inställning till Lindholm. Denna hypotes baserades på ett grundantagande om att *Expressen* i sin rapportering av händelsen har strävat efter att väcka intresse, uppröra och skapa debatt och genom detta sälja lösnummer. Således hade man kunnat vänta sig att materialet skulle vara vinklat på ett sådant sätt att det uppfattades som mer chockerande än vad som nu är fallet. Det i huvudsak neutrala ställningstagandet som framkommit i studien innebär dock inte att materialet ska betraktas sakna dessa bakomliggande intentioner. En mer detaljspecifik läsning kan blotta att det faktiskt ryms en del av dessa intentioner även i den tillsynes neutralt vinklade rapporteringen, något som kommer att utredas mer ingående under avsnitt 5.2.1. Som McCombs (2006) hävdar antas det dessutom i agenda-settingteorin att bara själva uppmärksammandet av en händelse är ett första steg i att påverka allmänhetens opinion och åsikter kring denna. Således bör man inte vara alltför snabb i sina slutsatser av effekterna av *Expressens* rapportering av fallet Lindholm utifrån vad som framkommit i denna del av undersökningen.

Ett annat resultat som den kvantitativa undersökningen givit är att det främst är journalister som skriver om händelsen (se Bilaga 4, diagram 3). På förhand trodde vi att det skulle finnas betydligt mer material publicerat av andra personer än just journalister, till exempel i form av upprörda insändarbrev från privatpersoner eller i form av debattinlägg från personer utan journalistisk bakgrund. Så var dock följaktligen inte fallet; en övervägande majoritet av materialet är skrivet av journalister och detta skulle kunna tyda på att händelsen faktiskt inte var så utbredd på den allmänna agendan som väntat. Det som emellertid här är relevant att poängtera och ha i åtanke är att vi nu lever i en digitaliserad tidsålder och att denna typ av upprörda kommentarer och gensvar idag troligen främst tar sig uttryck på

internet. Tryckta tidningar var tidigare ett viktigt forum för människor att kommentera aktuella händelser i (i form av bland annat insändarsidor), men detta sker i avsevärt större utsträckning idag via till exempel kommentarsfält, debattsidor och blogg- och Twitterinlägg på internet. Dessutom ger dessa nya medier möjligheten att sprida information samt få gensvar på det man skrivit betydligt snabbare än att exempelvis göra det på en insändarsida i tidningen. Thompson (2000) belyser det faktum att nutidens medielandskap är mycket mer föränderligt än tidigare och därför är det mycket möjligt att resultatet från denna del av studien hade sett annorlunda ut om den genomförts innan internets intåg.

Ett ytterligare resultat av den kvantitativa studien visar att journalisterna i en stor del av materialet använder sig av talesmän och experter för att underbygga sina teser. Sammanför man andelen talesmän och experter som får komma till tals visar detta att 38,8 % av materialet innehåller någon form av auktoritet eller " trovärdig källa" som får komma till tals (se Bilaga 4, diagram 4). Detta kan anses visa på *Expressens* vilja att understödja sina argument med hjälp av aktörers trovärdighet för att övertyga läsarna om nyhetens tillförlitlighet och relevans. I flera delar av det analyserade materialet får dessutom fler än en aktör komma till tals i samma artikel för att ytterligare stödja tesen. Vi har sett tendenser till att dessa aktörers uttalanden tydligt lyfts fram om de gynnar påståendet om Lindholms skuld. Tre exempel på detta är hämtade från artikeln "Lindholm var drogad bland barn": "Olof Beck, chef för farmatologiska laboratoriet inom klinisk farmakologi vid Karolinska universitetslaboratoriet, förklarar för *Expressen* att restprodukten enbart kan komma från kokain", "Trots att både polisen och rättsmedicinalverket slagit fast att Ola Lindholm hade kokain i kroppen, nekar han dock till brott" och "- Om han döms är straffet 30 dagsböter, säger åklagaren Zilla Hirsch till *Expressen*" (Andersson et al. 2011). I en mindre artikel bredvid denna finns även utdrag från den polisanmälan som upprättades efter händelsen på Råsundastadion. Det skulle kunna hävdas att *Expressen* valt att använda sig av utomstående aktörer i stor omfattning på grund av att det då verkar som att informationen är mer trovärdig och välgrundad. Genom att använda sig av en expert på området, exempelvis en person som arbetar med hur man påvisar knark i urin, stärker man sin egen teori. Det kan även hävdas att valet att låta andra aktörer komma till tals i materialet i vissa fall görs för att fylla ut artikeln och generera mer text att publicera. Detta är förutsatt att målet för *Expressen* har varit att ge fallet Lindholm omfattande publicitet och trycka på dess relevans genom att låta rapporteringen kring händelsen ta stor plats i tidningen och breda ut sig över flera sidor. I texter där man faktiskt inte har särskilt mycket "matnyttig" information att återge kan man öka materialets storlek genom att fylla ut med citat och intervjuer från människor som

uppfattas som seriösa och pålästa i frågan. Dessa uttalanden fyller således två funktioner: Dels bidrar de till att texterna blir längre och därmed kan väntas uppfattas som att de rapporterar om något viktigt (eftersom händelsen kräver så pass stort utrymme i tidningen), och dels ökar uttalandena trovärdigheten för det som skrivs.

5.2 Analys av den kvalitativa undersökningen

Den kvalitativa delen av vår studie gav oss möjlighet att undersöka vissa delar av *Expressens* rapportering av fallet Lindholm på djupet. Detta gav nya insikter i hur rapporteringen har gått till, vilka missades vid en ytlig läsning av materialet. Denna del av studien blottade hur fallet Lindholm har dramatiserats ur ett retoriskt perspektiv samt hur man kan tolka beskrivningen i termer av ett mediedrev. Det material som ingick i denna del av studien visade sig efter urvalet inrymma både sådant material som enligt den kvantitativa studiens variabeldefinitioner klassats som neutralt respektive negativt vinklat. Efter studiens genomförande visade det sig att det gick att utröna tre stycken övergripande teman i materialet, vilka vi därför valt att ta fasta på i denna del av analysen. Dessa teman innefattar argumentationsstrukturen, hur appellformerna kommer till uttryck samt mediedrevstypiska aspekter av materialet.

5.2.1 Argumentens struktur

Som utretts tidigare visade den kvantitativa undersökningen att majoriteten av *Expressens* material kring fallet Lindholm kan betraktas som relativt neutralt vinklat vid en första anblick. Därför var det högst intressant att undersöka om utfallet blev detsamma även vid en detaljstudie av valda delar av detta till synes neutrala material. En kvällstidning är ju beroende av att sälja lösnummer och för att göra detta måste man publicera sådant material som lockar människor att köpa tidningen. Skandaler säljer, hävdar Thompson (2000), och således bör man från *Expressens* sida sträva efter att publicera just skandaler. Eftersom man i enlighet med vad McCombs (2006) benämner dagordningsmakten har möjlighet att sätta det man vill på den allmänna agendan, kan mediekanaler välja att uppmärksamma sådant som man tror kommer att sälja. Man har dessutom makten att profilera detta på det sätt man vill och kan därigenom framställa händelser som skandaler om så önskas. I och med detta faktum inställer sig frågan: Om nu *Expressen* ytterst är ute efter att väcka uppmärksamhet, skapa rabalder och sälja lösnummer, varför har man då valt den relativt neutrala och objektiva rapporteringen av fallet som framkom i den kvantitativa analysen? Att man valde att publicera incidenten med Lindholm, en folkkär svensk nöjesprofil, och alltså sätta den på agendan kan antas ha väckt

upprörda känslor och bidragit till att människor köpte tidningen. Dock hade en mer offensiv argumentation för det skakande i händelsen eventuellt ha kunnat bidra till att göra läsarna ännu mer känslomässigt involverade och därmed mer benägna att köpa ytterligare nummer av tidningen för att följa den fortsatta rapporteringen av händelseförloppet. Den djupgående läsningen av materialet har emellertid visat att även de neutralt vinklade artiklarna möjligen kan ha haft som syfte varit att påverka läsaren.

Som Vigsø (2010) hävdar finns det inom den retoriska traditionen en uppfattning om att det existerar ett optimalt sätt att lägga upp ett argumenterande tal på för att vara så övertygande som möjligt. Texterna i *Expressens* rapportering av fallet Lindholm skiljer sig förvisso från ett argumenterande tal skrivet i syfte att övertyga en publik, men man kan ändå utgå ifrån att *Expressen* faktiskt argumenterar för något i sina texter. Om inte annat måste man ju övertyga läsaren om att det man skriver är sant och att det är av sådan relevans att det är värt sin plats i tidningen. Eftersom *Expressen* valt att ge händelsen stort utrymme i tidningen och att noga bevaka och rapportera kring händelseförloppet kan man anta att ambitionen faktiskt har varit att övertyga sina läsare om Lindholms skuld även i de neutralt vinklade artiklarna. Således borde utformandet av texterna varit sådant att graden av påverkan maximerades, alltså i enlighet med retorikens dispositionsschema. Det som emellertid framkom under den retoriska textanalysen var att texterna överlag inte är uppbyggda i enlighet med schemat, även om det går att utröna att vissa aspekter av det är återkommande: Det är påfallande att alla texter inleds på ett sätt som väcker intresse och nyfikenhet hos läsaren och således fungerar som det som Vigsø (2010) benämner exordium. Detta sker främst i de rubriker samt underrubriker man valt att sätta till texterna. Exempel på detta är följande rubriker (med underrubriker): ”Ola misstänks för knarkbrott – Programledaren tvingades lämna prov efter AIK-match” (Hellberg et al. 2011) och ”Tysta leken – Exprogramledaren framträdde i SVT igår – och fortsatte titta” (Johansson 2011).

En annan del av dispositionsschemat som återfinns i materialet är att det generellt finns en slags introduktion till den kommande texten, vilken kommer till uttryck i ingressen. I detta fetstilta stycke introduceras läsaren till ämnet, ges en kortfattad återgivning av bakgrunden samt en sammanfattning av vad den kommande texten kommer att behandla. Här upphör dock de tydliga likheterna mellan schemat och hur texterna är utformade. Brödtexterna i materialet följer ingen likartad struktur utan skiljer sig åt i utformning och det saknas nästan uteslutande en uttalad argumentation för eller emot en sakfråga. Trots detta går det ändå i en stor del av materialet att mellan raderna ana att man från *Expressens* sida faktiskt argumenterar för att Lindholm är skyldig till anklagelserna och att han är en

omoralisk person som inte borde få arbeta med barn. Denna argumentation sker dock i de flesta fall relativt subtilt. Till exempel kan vissa ordval göra att en läsare påverkas mer än om man hade valt att beskriva saken med andra ord. Detta gör att en tillsynes neutralt vinklad artikel ändå lyckas argumentera för Lindholms skuld. Följande citat är ett exempel på detta: “Den populära programledaren och chefredaktören var, misstänker polis och åklagare, drogad av kokain bland barn och ungdomar på en fotbollsläktare i april” (Johansson 2011). Denna mening är skriven utan uttalad värdering från journalistens sida, men ordvalen gör att läsaren troligtvis upprörs mer än om man till exempel hade valt att uttrycka saken “Programledaren och chefredaktören är misstänkt för att ha varit påverkad av droger i samband med en fotbollsmatch”. Detta stärker vår teori om att *Expressen* använder sig av retoriska hjälpmedel för att få Lindholm att framställas i dålig dager.

Man skulle kunna påstå att argumentationen och texternas förmåga att påverka läsarna inte blir så effektiva som de hade kunnat vara om journalisterna slaviskt argumenterat för Lindholms skuld i enlighet med dispositionsschemat, som ju ska vara det mest effektiva sättet att påverka. Å andra sidan kan man tänka sig att det finns vissa poänger med att inte lägga upp argumentationen på detta sätt. Att inte tydligt och uttalat redogöra för sin åsikt och ståndpunkt i frågan, utan mer ”väva in” sina argument i någon slags objektiv rapportering kan eventuellt leda till att läsaren avvärjas och blir mer välvilligt inställd till texten. En text som uppenbart är skriven i syfte att påverka kan leda till att läsaren intar en defensiv position och redan från början får en skeptisk inställning till det som sägs i texten. Det kan antas att människor har en generell ovilja mot att någon försöker bestämma vad de ska tycka och tänka eftersom detta inskränker på deras frihet. Om *Expressen* hade valt att tydligt försöka argumentera för ett visst sätt att betrakta händelsen hade det kunnat resultera i att läsaren kände sig underskattad i sin förmåga och omyndigförklarad, och därför skulle slå argumenten ifrån sig. Det kanske till och med skulle innebära att denne tog ställning för Lindholm i frågan. Det sätt man nu valt att lägga upp texterna på ger intrycket av att de bara har en önskan om att förmedla vad som faktiskt har hänt utan att lägga någon värdering i detta, och att läsaren därmed får chansen att själv tänka och tycka till om det som sägs. Detta sätt att framföra sina argument på kan alltså i detta specifika fall hävdas ha varit mer effektivt för att övertyga läsaren än om man hade följt dispositionsschemat till punkt och pricka och tydligt argumenterat för Lindholms skuld. Det kan sammanfattningsvis alltså sägas att den kvalitativa analysen har visat att den dolda undertonen i mycket av materialet är mer vinklat än vad den kvantitativa studien ger sken av och således kan tänkas påverka läsaren i en viss riktning.

5.2.2 Appellformerna

Som Vigsø (2010) påpekar finns det tre olika appellformer som på olika sätt vädjar till åhörarnas förnuft eller känslor i syfte att övertyga åhörarna. Det har därför i den kvalitativa studien varit intressant och värdefullt att kartlägga hur appellformerna figurerar i texterna. Resultatet från studien visar att det generella draget i alla de utvalda artiklarna är ett tydligt och frekvent användande av appellformerna. Både ethos och logos återfinns i alla delar av det utvalda materialet. Dock visade det sig att pathos inte återfanns i lika stor utsträckning i det neutralt vinklade materialet som i det negativa; i de neutrala artiklarna resonerade man istället främst med hjälp av faktamässiga logosargument.

Ethos används i stor omfattning i allt material som undersökts genom att låta utomstående aktörer, såsom experter och talesmän, komma till tals. Detta resulterar i att texterna upplevs som välgrundade och det kan antas att läsarna känner större tilltro till materialet just på grund av att respekterade aktörer med hög trovärdighet stödjer antagandet om Lindholms skuld. Genom det frekventa användandet av aktörers ethos är ett rimligt antagande att *Expressen* strävar efter att uppfattas som trovärdiga och objektiva, särskilt i de fall då man låter en utomstående aktör framföra ett argument. På detta sätt undviker *Expressen* att uppfattas som att de själva argumenterar för något. Ethos framkommer främst i form av att experter inom bland annat rättsväsende och medicin uttalar sig om hur man bör tolka drogtestet som gjordes på Lindholm eller vilka eventuella påföljder händelsen kan få. Det kan dock reflekteras över hur *Expressen* gått till väga när de valt ut citaten från de aktörer som återfinns i texterna; det kan eventuellt tänkas att de varit selektiva och enbart valt ut de delar av citaten som stärker tidningens tes. Vidare är det också intressant att *Expressen* i artiklarna även väljer att spela på Lindholms eget ethos. De beskriver honom som en barnidol och lyckad medieprofil med flera respekterade arbetsgivare bakom sig i ena sekunden för att i nästa vända över till att krossa hans ethos genom att skriva att han nu är åtalad, brukar kokain och ljuger för sina arbetsgivare och pressen. Ett exempel på hur hans ethos används i samband med värdeladdade ord är hämtat från artikeln ”Tysta leken”: “Och den tidigare barnprogramledaren, chefredaktören och BRIS-styrelseledamoten pratade på - men inte om hur han fått i sig kokain” (Johansson 2011). Detta sätt att uttrycka sig gör meningen slagkraftig eftersom man först framställer Lindholm som mycket förtroendeingivande tack vare det ethos som dessa uppdrag ger, för att sedan tillintetgöra detta ethos genom den efterföljande meningen. Detta skapar en stark kontrasteffekt och kan förväntas väcka känslor och upprördhet hos läsaren. En annan intressant aspekt av just denna artikel är leken med ord i dess rubrik, vilken anspelar på den kända barnleken ”tysta leken” och visar ytterligare på hur

ironiskt *Expressen* finner det faktum att Lindholm vägrar kommentera händelsen.

Användandet av logos i materialet framträder tydligast då *Expressen* radar upp ren och klar fakta, till exempel utdrag ur polisrapporter eller provsvar från hans drogtest. I artikeln ”Lindholm var drogad bland barn” (Andersson et al. 2011) har man skapat en ”checklista” med punkter som talar för Lindholms skuld. Detta är ett tydligt exempel på ett effektivt sätt att använda sig av logos då det förenklar för läsaren att följa resonemanget. Det är svårt för läsarna att motsätta sig dessa logosargument eftersom det bygger på rena fakta; då det finns ett provsvar från Statens kriminaltekniska laboratorium som visar att Lindholm har haft kokain i kroppen är det lätt att övertyga läsarna om att det faktiskt förhåller sig så. Då *Expressen* vet att det är svårt att motsäga sig denna typ av faktamässig information hänvisar de i nästan alla studerade artiklar till det positiva drogtestet. I en krönika författad av journalisten Britta Svensson (2011) förklarar hon för läsarna på ett undervisande och tydligt sätt att man inte blir anklagad för drogmissbruk ”av misstag”, varefter det följer en logisk och saklig redogörelse som stödjer tesen om Lindholms skuld. Svensson använder sig av logosargument hämtade från auktoriteter med högt ethos, såsom brottsmålets åklagare och de poliser som utfört testet på Lindholm. Följande citat är ett tydligt exempel på hur man använder sig av logos för att styrka argumentationen med ren fakta, hämtat från artikeln ”Ola Lindholm har nytt jobb”: ”Rättsmedicinalverkets analys av SVT-profilens urinprov visade på bensoylekgonin, en restprodukt som bildas när man tar kokain” (Siksjö 2011).

Trots det påtagliga och frekventa användandet av både ethos och logos är emellertid den appellform som allra tydligast går att urskönja i materialet pathos, då *Expressen* gång efter annan vädjar till läsarens känslor. Många av artiklarna strävar efter att framställa Lindholm som en ohederlig person och syftet verkar vara att läsaren ska uppröras över många olika aspekter av händelsen, bland annat det stötande i att en person som arbetar med barn är misstänkt för drogmissbruk, att han inte vill berätta om vad som hänt och att han inte erkänner sin skuld trots att alla bevis talar emot honom. Detta sätt att argumentera kan tänkas påverka läsarna i den riktning *Expressens* önskar, nämligen att Lindholm har överträtt moraliska koder. Detta stämmer väl överens med en av de egenskaper Thompson (2000) tillskriver skandalisering, nämligen att det har skett en överträdelse av normer som upprör någon. Följande utdrag från artikeln ”Vad tycker han att vi ska säga till barnen?” visar tydligt hur *Expressen* anspelar på känslor och moral genom att innefatta orden barn och knark i samma mening: ”Nu är det många som måste prata om knark med sina barn (...) Om tingsrätten dömer honom, hur ska han förklara det för Kamratpostens läsare? För barnen som ringer till Bris och kanske har problem med missbrukande föräldrar?” (Svensson 2011). Svensson

trycker genomgående på det moraliska klavertramp Lindholm anses ha gjort genom att få läsaren att tycka synd om de barn som nu skulle kunna tänkas påverkas negativt av hans påstådda användande av narkotika. Att använda ord som “unga”, “barn”, “barnprogramledare”, “Wild Kids”, “Kamratposten”, “BRIS”, “barnfamiljer”, “barnidol” och “ungdomar” tillsammans med ord som “knark”, “knarkbrott”, “knarktest”, “kokain”, “kokainskandal”, “narkotika”, “narkotikabrott”, “narkotikamissbruk”, “brott”, “drogad”, “droger” och “drogmisstanke” (alla ord hämtade från det studerade materialet) gör att texterna blir värdeladdade. Genom att blanda dessa ord ges texten en explosiv kraft som återigen visar på det moraliska normbrott Lindholm påstås ha begått. Även uttrycken “skandal” och “missbruk” används flitigt. Som Allern & Pollack (2009) uppmärksammar är det vanligt vid skandalisering att journalister själva väljer att benämna något som en skandal, även om det inte alls behöver vara fråga om en sådan. Det är också rimligt att ställa sig tveksam till *Expressens* användande av ordet “missbruk” i sammanhanget, då tidningen inte lägger fram några bevis för att det skulle vara fråga om ett sådant i Lindholms fall. Den information som framkommer är endast att Lindholm vid ett enskilt tillfälle ertappats med droger i kroppen. Det är stor skillnad på att vara missbrukare och att nyttja droger vid ett enstaka tillfälle, och det framkommer inte ifall det var första gången Lindholm intog droger eller om han frekvent gör det. Vid tillfället för artikelns publicering var han dessutom inte heller dömd än. Detta stödjer påståendet om att *Expressen* redan på förhand dömt Lindholm.

5.2.3 Mediedrevstypiska aspekter

Detta avslutande analysavsnitt behandlar vilka mediedrevstypiska aspekter som går att finna i det valda materialet för den kvalitativa studien. Ett utmärkande drag för ett mediedrev är, som Allern & Pollack (2009) påpekar, att det är fråga om en omfattande rapportering av en händelse och att denna ges stort utrymme i de medier som rapporterar om den. Att detta utmärkande drag har uppfyllts i *Expressens* rapportering av fallet Lindholm har, som tidigare nämnts, kunnat konstateras genom den kvantitativa undersökningen. Det som dock blivit påtagligt vid den djupgående läsningen av de valda artiklarna är att dessa förvisso upptar mycket plats i tidningen (flera av dem täcker ett helt uppslag), men att det i själva verket inte är särskilt stor del av detta som består av faktisk rapportering av vad som hänt. Nästan alla de utvalda artiklarna präglas av stora rubriker skrivna i fet stil med versaler, vilka dessutom ofta kombineras med en något mindre underrubrik som förstärker eller närmare förklarar rubrikens budskap. Detta gör att bara rubrikerna upptar relativt stort utrymme på tidningssidan. Ett annat återkommande tema i flera av artiklarna är att det ovanför rubriken löper en remsa text

som ramar in sidan, i vilken uttryck som ”Extra extra”, ”Expressen avslöjar” och ”Knarkskandalen” upprepas över hela uppslaget. Det är också påfallande tydligt att de bilder som hör till artiklarna tar upp en betydande andel av tidningssidan; ofta tar bilderna avsevärt mer plats i artikeln än vad själva texten gör. Ett tydligt exempel på detta är artikeln ”Ola misstänks för knarkbrott” (Hellberg et al. 2011) som upptar ett helt uppslag i tidningen men där själva texten endast fyller omkring en sjundedel av denna plats. Resterande utrymme utgörs av den stora rubriken, en bild på tre fotbollsspelare från matchen mellan AIK och Mjällby som Lindholm befann sig på då han fick lämna urinprov, en stor bild på en tillsynes stressad Lindholm samt fyra bilder tagna på Lindholm i samband med hans olika uppdrag och tidigare arbeten. Det blir i och med detta påtagligt att *Expressen* har haft en önskan om att profilera denna händelse som något verkligt stort och uppseendeväckande och genom taktiska val utformat den så att den upptar ett helt uppslag. Om man hade värderat händelsen som av ringa allmänt intresse hade man kunnat ha den lilla text som faktiskt återfinns i artikeln i form av en notis; nu har man istället gjort valet att låta denna korta text bli till ett helt uppslag. Detta tyder på *Expressens* vilja att skandalisera händelsen och göra den till något som de kan bygga vidare på och fortsätta rapportera kring. Det är också påfallande att det sällan tillkommer ny information i rapporteringen utan att det främst handlar om att man återberättar det man redan skrivit om vid ett tidigare tillfälle. Det verkar ha funnits en vilja att göra nyheten till något man kan rapportera om under en längre period och då det sällan tillkommit nytt material har man valt att återberätta det som redan skrivits. Man kan även anta att detta val från *Expressens* sida fick konsekvenser även för hur andra medier uppfattade händelsen och således även påverkade deras behandling av frågan. Hade *Expressen* valt att publicera nyheten i notisform är det tveksamt om andra medier hade uppfattat händelsen som så pass uppseendeväckande och av stort nyhetsvärde att också de valde en massiv rapportering av den. Således hade det kanske aldrig blivit något drev av händelsen.

En annan typisk egenskap för ett mediedrev är, som Allern & Pollack (2009) beskriver, att det präglas av en personinriktad form av journalistik. Detta är påtagligt i rapporteringen av fallet Lindholm, där allt fokus är riktat mot Lindholm själv och man kan hävda att han personligen hängts ut. De centrala aspekter som rapporteringen kretsar kring är Lindholms nuvarande och tidigare yrken och uppdrag, vad han står anklagad för, hans val att inte kommentera händelsen och annat som kretsar kring honom personligen. Det läggs inte i någon av de detaljstuderade artiklarna något som helst fokus på att reflektera över de rådande omständigheterna, att det, förutom Lindholm, var ytterligare femton personer som fick lämna urinprov vid samma tidpunkt, att det kan finnas förmildrande omständigheter bakom vad som

skett eller liknande, utan allt fokus är på Lindholm som person och det brott han står åtalad för. Ett exempel på detta är i artikeln ”SVT: Ta en paus”: “Trots att polisens knarktest visade på stora mängder spår av kokain i kroppen, fortsätter Ola Lindholm neka till brott” (Johansson 2011).

Det har under den kvalitativa studien blivit påtagligt att *Expressen* strävat efter att skandalisera fallet Lindholm. Som Thompson (2000) påpekar handlar en skandal om att en offentlig person gjort en moralisk överträdelse, och att denna offentliggjorts. Detta är tydligt i *Expressens* rapportering, eftersom det just är det omoraliska i Lindholms handlande och även i honom som person som är vad mycket av rapporteringen inriktar sig på. Det har lagts stort fokus dels på det upprörande i själva det faktum att han intagit droger, vilket är en allvarlig moralisk överträdelse i vårt samhälle, men framför allt på att han gjort detta *och* arbetar med barn. Det kan hävdas vara mycket anstötande att någon som arbetar med och är en stor förebild för många barn och ungdomar gör något så moraliskt tvivelaktigt, och detta är något *Expressen* tagit fasta på. Rapporteringen kan överlag liknas vid vad Hadenius & Weibull (1990) benämner sensationsjournalistik, eftersom det viktigaste tycks vara att få händelsen att framstå som sensationell, chockerande och uppseendeväckande. Det är också värt att här poängtera det faktum, vilket nämnts tidigare, att *Expressen* vid flertalet tillfällen själva benämner händelsen en skandal, och således bidrar till tolkningen att den bör uppfattas som sådan.

Ett annat typiskt drag i mediedrev som Allern & Pollack (2009) tar upp är att det kan förekomma så kallade “anonyma källor” i materialet. Detta har skett vid rapporteringen av fallet Lindholm, och nedan följer ett citat som är hämtat från artikeln ”Ola misstänks för knarkbrott”, vilket är en av de första artiklarna i drevet: “- Han är misstänkt för att ha haft droger i kroppen, säger en källa” (Hellberg et al. 2011). Här skulle man eventuellt kunna ställa sig tveksam till om det verkligen existerar någon källa, och i så fall hur trovärdig källan är. Det som faktiskt har hänt är att Lindholm har lämnat ett urinprov; han står ännu inte åtalad för någonting, men denna anonyma källa uppger att han är misstänkt. Om det inte är polisen som lämnat uppgifter, eller att Lindholm själv gjort det, skulle det kunna reflekteras över ifall det är *Expressen* som dragit slutsatsen att han är misstänkt, baserat på uppgifterna om att han fått lämna ett prov. Det finns ju nämligen en rad sammanhang där människor får lämna urinprov utan att vara misstänkta för brott. Detta är naturligtvis spekulationer, men om så är fallet är det ett ytterligare tecken på att *Expressen* har haft för avsikt att skandalisera händelsen. Användningen av denna typ av uppgiftslämnare kan hävdas sänka artiklarnas trovärdighet istället för att stärka dem, hur bra argument dessa källor än har.

6. Slutdiskussion

Det som framkommit i denna studie är att *Expressens* rapportering av fallet Lindholm har varit av skandaliserande art och att Lindholm har framställts som en omoralisk person och skyldig till det han är misstänkt för. Rapporteringen har haft en sensationsjournalistisk prägel med stort fokus på Lindholm som person och avsaknad från journalisternas sida att sätta sig in i sammanhangen; rapporteringen har i huvudsak varit ensidig och oreflekterande. En annan aspekt värd att nämna är att *Expressen* själva redan från början valde att benämna händelsen en ”skandal”, vilket visat på viljan att skandalisera och att påverka hur läsarna skulle tolka händelsen. Det framgår också tydligt att man velat göra händelsen till en stor nyhet, vilket bland annat har visat sig i form av det rigorösa utrymme den givits i tidningen och att den beretts plats inom flera olika sektioner. Det är tydligt att det funnits en strävan efter att producera följetongliknande artiklar då samma information återkommer om och om igen. Syftet verkar alltså ha varit att signalera att detta är en stor och viktig nyhet som förtjänar betydande uppmärksamhet på den allmänna dagordningen. Detta blir även tydligt då mycket av materialet innehåller vad som kan betraktas som utfyllnad, i form av bland annat bilder och stora rubriker, vilket gör att rapportering tar mer plats i tidningen än vad den hade behövt.

Expressen har använt flera tillvägagångssätt för att dramatisera händelsen så att läsaren ska uppfatta den på ett visst sätt. Mycket av materialet framstår förvisso vid en första anblick som neutralt vinklat, dock har studien visat att det funnits intentioner att uppröra och väcka känslor även i detta material. Detta framkommer bland annat genom ordval, vilka personer man har låtit komma till tals, vilka citat från dessa man har valt ut (sådana som stödjer *Expressens* ståndpunkt) samt bilder som förstärker det omoraliska i situationen. Detta subtila sätt på vilket man framför sin argumentation kan hävdas ha större effekt på läsaren än om man uttalat fört en tydligt negativ bevisföring mot Lindholm. Det sätt på vilket appellformerna har använts kan också hävdas ha bidragit till texternas övertygande framtoning. Ethos kommer till uttryck främst i form av experter och talesmän som får komma till tals, vilka framför logosargument som stödjer *Expressens* ståndpunkt. Kombinationen av dessa två appellformer ger ett övertygande intryck. Logos används även på många andra sätt genom att rena fakta presenteras, till exempel i form av utdrag från polisrapporter eller provsvar från Statens kriminaltekniska laboratorium. Vidare har det även varit intressant att studera hur *Expressen* har velat fördärva Lindholms eget ethos genom att hela tiden ställa hans forna förtroendeingivande framtoning som barnens vän och förebild mot den nya bilden av honom som ”knarkare”. Pathos används i stora delar av materialet främst genom att spela på att Lindholm har svikit alla de barn som ser upp till honom. Alla artiklar innehåller orden

”barn” och ”knark”, eller synonymer till dessa, vilket resulterar i att starka känslor väcks hos läsaren. Många artiklar fokuserar också på att framställa Lindholm som en lögnare, eftersom han nekar till ett brott som *Expressen* verkar finna det uppenbart att han är skyldig till. Det omoraliska i detta kan också tänkas ge pathos åt artikeln.

De faktorer som beskrivits ovan ger en bild av hur *Expressens* rapportering av fallet Lindholm har sett ut: omfattande, skandaliserande och sensationslysten. Det faktum att rapporteringen sett ut på just detta sätt kan antas ha varit en bidragande orsak till att drevet mot Lindholm skapades. Man har lyckats framställa händelsen som en viktig nyhet och en skandalös och chockerande sådan, vilket kan ha varit avgörande för att även andra medier snappade upp händelsen och även de inledde en massiv rapportering av händelseförloppet. I och med att detta skedde var drevet ett faktum. Man kan också tänka sig att läsaren på många sätt har blivit påverkad i sin tolkning av händelsen och av Lindholm som person. Det är rimligt att hävda att den allmänna uppfattningen av Lindholm har skadats och att det resulterat i en generellt negativ inställning gentemot honom, vilket kan ha varit en bidragande faktor till att han tvingades avgå från sina uppdrag. Det bör dock poängteras att detta är ett antagande och att vissa skulle hävda att medierna inte alls har makten att påverka publiken i denna utsträckning.

En intressant fråga att ställa i sammanhanget är huruvida händelsen hade blivit omskriven på samma sätt och i lika stor utsträckning om situationen på den allmänna agendan hade sett annorlunda ut vid den aktuella tidpunkten. Ett möjligt antagande är att om det vid samma tidpunkt inträffat något mer uppseendeväckande än att Lindholm fick lämna urinprov så hade inte omskrivningarna av detta blivit så omfattande som de blev. Nu var situationen sådan att *Expressen* troligtvis inte hade något mer uppseendeväckande att sätta på löpsedeln, varför man valde att blåsa upp händelsen på det sätt man gjorde. Det finns anledning att tro att om det för tillfället råder nyhetstorka och inte finns något sensationellt att rapportera om kan medier välja att göra en händelse mer chockerande än vad den kanske egentligen är genom att framställa den som sådan. Denna möjlighet har medierna tack vare sin dagordningsmakt. Det kan dessutom hävdas att ett medium likt *Expressen* har ännu större dagordningsmakt än vissa andra medier eftersom de inte har redovisningsplikt. Detta innebär att de inte tar på sig ansvaret för att i alla lägen rapportera om den information som är att betrakta som mest allmännyttig, utan att man själva väljer vad man vill rapportera om. Detta är inte fallet för tidningar med presstöd, vilka har krav på sig att rapportera om sådant som till exempel politiska beslut, kommunala sammankomster och budgetfrågor. *Expressen*, å andra sidan, kan välja precis vilka händelser de vill uppmärksamma och kan således välja uppseendeväckande

och chockerande händelser att sätta på sin dagordning (och därmed också på den allmänna). Det kan finnas en fara i detta, då de nyheter som man väljer att uppmärksamma stjälar fokus från frågor som kanske förtjänar betydligt mer uppmärksamhet från allmänheten. Detta kan resultera i att människor som bara läser tidningar som *Expressen* får en skev bild av vad som är den viktigaste händelsen i landet just nu.

En annan viktig fråga att reflektera över är de etiska aspekterna av *Expressens* rapportering av fallet Lindholm. Det kan ifrågasättas om det var etiskt försvarbart att *Expressen* gick ut med namn och bild på Lindholm redan innan åtal väckts mot honom. Det enda man visste från *Expressens* sida var att han fått lämna urinprov. Det drev som skapades fick betydande personliga konsekvenser för Lindholm själv och det är diskuterbart var gränsen går mellan vad allmänheten har rätt att få kännedom om och respekterandet personlig integritet. Den makt dagordningsfunktionen ger medierna bör därmed brukas med försiktighet, med tanke på de konsekvenser ett tvivelaktigt agerande kan få.

7. Förslag på vidare forskning

Något som skulle vara intressant att studera vidare är att jämföra hur ett mediedrev tar sig uttryck i dags- respektive kvällspress. Det skulle då vara intressant att belysa de skillnader som går att finna i rapporteringen och framställandet av drevets huvudperson, till exempel i fråga om rapporteringens omfattning, bruket av värdeladdade ord och hur appellformerna används. En annan forskningsvinkel skulle kunna vara att studera hur olika offentliga personers ethos påverkas av en knarkskandal. I vissa fall kan det kanske till och med vara så att en skandal förbättrar en persons image, medan det i andra, som i fallet Lindholm, får förödande konsekvenser. Man skulle även kunna jämföra två likvärdiga uppseendeväckande händelser där den ena ledde till ett mediedrev och den andra inte gjorde det. Det intressanta skulle då vara att studera vilka faktorer som bidrog till att det förhöll sig på detta sätt.

8. Källförteckning

Allern, Sigurd & Pollack, Ester. 2009. *Skandalenes Markeds plass*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Bergström, Göran & Boréus, Kristina. 2005. *Textens mening och makt*. Lund: Studentlitteratur AB.

Bjerke, Paul. 2009. Skandaler og presse moral. I *Skandalenes Markeds plass*, Allern, Sigurd & Pollack, Ester (red.). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik & Wängnerud, Lena. 2007. *Metodpraktikan*. Vällingby: Elanders Gotab.

Ekström, Mars & Larsson, Larsåke. 2010. *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.

Fladmoe, Audun & Todal Jenssen Anders. 2009. Ti bud for den som vil skandalisere. I *Skandalenes Markeds plass*, Allern, Sigurd & Pollack, Ester (red.). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Hadenius, Stig & Weibull, Lennart. 1990. *Sensationsjournalistik eller nödvändig granskning?* Stockholm: Svensk Informations Produktion AB.

Johansson, Bengt. 2010. Surveyundersökningar. I *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.). Lund: Studentlitteratur AB.

McCombs, Maxwell. 2006. *Makten över dagordningen*. Stockholm: SNS Förlag.

Nilsson, Åsa. 2010. Kvantitativ innehållsanalys. I *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.). Lund: Studentlitteratur AB.

Nord, Lars. 2001. *Statsråden och dreven*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.

Pollack, Ester. 2009. Extra Extra. Hon sågas – hon avgår. I *Skandalenes Markeds plass*, Allern, Sigurd & Pollack, Ester (red.). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Strömbäck, Jesper. 2006. Introduktion: Från allsmäktiga till maktlösa till mäktiga medier. Dagordningsteorins betydelse i ett historiskt perspektiv. I *Makten över dagordningen*, McCombs, Maxwell. Stockholm: SNS Förlag.

Thompson, John B. 2000. *Political Scandal*. Cambridge: Polity Press.

Vigsø, Orla. 2010. Retorisk analys. I *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.). Lund: Studentlitteratur AB.

Østbye, Helge, Knapskog, Karl, Helland, Knut & Larsen, Leif Ole. 2004. *Metodbok för medievetenskap*. Malmö: Liber Ekonomi.

Tidningsartiklar

Andersson, Carl V, Hellberg, Magnus & Johansson, Roland. 2011. *Lindholm var drogad bland barn*. [Elektronisk] *Expressen*, 7 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Birro, Marcus. 2011. *Jag hoppas Ola Lindholm lyckas rentvå sitt namn*. [Elektronisk] *Expressen*, 11 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Brodrej, Gunilla. 2011. *Storhetsvansinne Exemplariska fall*. [Elektronisk] *Expressen*, 16 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Brodrej, Gunilla. 2011. *En svensk tiger*. [Elektronisk] *Expressen*, 7 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Ekman, Malin. 2011. *Han tar över efter Lindholm*. [Elektronisk] *Expressen*, 29 juni. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Elfström, Josefine. 2011. *Taktiken: Tystnad*. [Elektronisk] *Expressen*, 6 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Expressen. 2011. *Ingen rubrik tillgänglig*. [Elektronisk] *Expressen*, 29 juni. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Expressen. 2011. *Ingen rubrik tillgänglig*. [Elektronisk] *Expressen*, 7 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Expressen. 2011. *SVT sviker de anställda*. [Elektronisk] *Expressen*, 18 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Expressen. 2011. *Ingen rubrik tillgänglig*. [Elektronisk] *Expressen*, 11 juli. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Färsjö, Therese. 2011. *Bäst just nu*. [Elektronisk] *Expressen*, 6 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Halling, Irina. 2011. *Ingen rubrik tillgänglig*. [Elektronisk] *Expressen*, 15 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Hellberg, Magnus, Johansson, Roland & Salihu, Diamant. 2011. *Ola misstänks för knarkbrott*. [Elektronisk] *Expressen*, 12 april. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Hellberg, Magnus, Johansson, Roland & Salihu, Diamant. 2011. *Ola: Jag är inte orolig*. [Elektronisk] *Expressen*, 13 april. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Hägred, Per. 2011. *Ett riktigt tisdagsprogram*. [Elektronisk] *Expressen*, 12 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Johansson, Roland. 2011. *Ola vägrade svara i polisens förhör igår*. [Elektronisk] *Expressen*, 7 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Johansson, Roland. 2011. *Ola stoppas i Wild Kids*. [Elektronisk] *Expressen*, 10 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Johansson, Roland. 2011. *SVT: Ta en paus*. [Elektronisk] *Expressen*, 8 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Johansson, Roland. 2011. *Vilka möjligheter finns det för Ola Lindholm att bli frikänd?*. [Elektronisk] *Expressen*, 6 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Johansson, Roland. 2011. *Tysta leken - Exbarnprogramledaren framträdde i SVT igår - och fortsatte tuga*. [Elektronisk] *Expressen*, 7 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Lagercrantz, Leo. 2011. *Twittermob*. [Elektronisk] *Expressen*, 29 juli. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Lillemägi, David. 2011. *Rickards revansch*. [Elektronisk] *Expressen*, 23 juli. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Lindström, Lars. 2011. *Lars Lindström: Han passar inte i martyrollen*. [Elektronisk] *Expressen*, 6 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Lindström, Lars. 2011. *Lars Lindström: Varje framträdande av Ola Lindholm resulterar i flera nya frågor än svar*. [Elektronisk] *Expressen*, 7 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Näslund, Annsofie. 2011. *Lindholm dömdes för ringa narkotikabrott*. [Elektronisk] *Expressen*, 13 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Roos, Malin. 2011. *Raka vägen ut i världen - Veckans Roos*. [Elektronisk] *Expressen*, 11 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Roos, Malin. 2011. *Magiskt med Strömstedt - Veckans Roos*. [Elektronisk] *Expressen*, 25 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Salihu, Diamant & Johansson, Roland. 2011. *Barn diskuterar knark på KP-sajt*. [Elektronisk] *Expressen*, 8 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Siksjö, Daniel. 2011. *Ola Lindholm har nytt jobb*. [Elektronisk] *Expressen*, 23 september. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Svensson, Britta. 2011. *Vad tycker han vi ska säga till barnen?*. [Elektronisk] *Expressen*, 9 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

Sundberg, Marit. 2011. *Lindholm lämnar Bris*. [Elektronisk] *Expressen*, 22 maj. Tillgänglig: Mediearkivet. (2011-12-09)

9. Bilagor

Bilaga 1

Kodschema

V1 Sektion händelsen får plats inom (SEKTION)

- 1 Nyheter
- 2 Kultur
- 3 Nöje
- 4 Insändare
- 5 Krönika
- 6 TV
- 7 Löpsedel

V2 Hur är artikeln vinklad gentemot Ola Lindholm (VINKLING)

- 1 Positivt
- 2 Negativt
- 3 Neutralt

V3 Aktör som skriver om händelsen (AKTÖR)

- 1 Journalist
- 2 Privatperson
- 3 Talesman
- 4 Övrigt

V4 Första aktör som får komma till tals i artikeln (UTTALANDE)

- 1 Journalist
- 2 Talesman
- 3 Privatperson
- 4 Anonym källa
- 5 Expert
- 6 Ingen

Bilaga 2

Retorikens dispositionsschema		
FAS	FUNKTION	APPELLFORM
1. Exordium	Väcka uppmärksamhet, välvilja och läraktighet	Personlig ton, ethos, behagande
2. Introduktion	Narration: en kort klart och sannolik sammanfattning av bakgrunden Proposition: en sammanfattning av talets tes Partition: en sammanfattning av talets inledning	Saklig ton, ethos, logos, undervisande
3. Argumentation	Probatation: förargumenten framförs Refutation: motargumenten oskadliggörs	Saklig ton, logos, undervisande. Känsloläggare slut
4. Peroration/Avslutning	Rekapitulation: sammanfattning av det man vill ska fastna Amplifikation: känsloläget förstärks kraftigt, t.ex. genom indignation över motståndarna Kommiseration: medlidande eller dyl. för den egna sidan befästs	Känsloläggare ton, pathos, känslorörande

(Källa: Vigsø 2010: 234)

Bilaga 3

Gabriella Kvarnlöf <gabriella.kvarnlof@gmail.com> skriver:

Hej!

Mitt namn är Gabriella Kvarnlöf, jag och en klasskompis skriver en B-uppsats om journalistik. Vi kom över denna mening på Er hemsida:

Människor, som berörs av beslut och dramatiska nyhetshändelser är viktigare än redovisningsplikten.

Vad menas egentligen med redovisningsplikt?

Med vänliga hälsningar

Gabriella Kvarnlöf

Linda Gustad

Hej!

Med redovisningsplikt så menar vi att exempelvis redovisa kommunala beslut, riksdagsbeslut och budgeten punkt för punkt. En lokaltidningsläsare kan förvänta sig att deras tidning redovisar ett kommunfullmäktigemöte noggrant med de viktigaste besluten och politikernas diskussion. Då har den tidningen ha en redovisningsplikt.

Expressen har inte uppdraget att redovisa allt. Expressens läsare förväntar sig något annat.

Vi utgår från de människor som berörs av politiska beslut. Och då väljer vi ut beslut som vi tror berör många människor. Ett exempel:

I slutet av november publicerade vi en artikelserie om "Skammens kommuner" där vi skriver om att lagen om stöd och service till funktionshindrade, LSS, inte fungerar i verkligheten. Lagen är fantastisk men Expressens granskning i artikelserier sedan 2003 visar att funktionshindrade inte kan räkna med att få den hjälp de behöver från samhället. De får inte den personliga assistent de har rätt till, sjukgymnastiken, de får inte flytta hemifrån, inte få ett socialt liv.

Vi letar upp de människor som drabbas när inte kommunerna lever upp till lagen. Vi skriver exempelvis om Ida Najjar, 8 år, som har ryggmärgsbrott inte får personlig assistent av kommunen Upplands Väsby trots att Förvaltningsrätten beslutat om 20 timmar varje vecka.

Vi har letat upp många liknande fall.

Lagen redovisas på ett litet utrymme i en spalt bredvid artikeln om de som inte får den hjälp de har rätt till.

Jag bifogar några pdf-sidor så får ni se exemplet.

Vår utgångspunkt är att berätta så det berör.

Vänliga hälsningar

Irina Halling

Kvalitetsredaktör

Expressen /GT /Kvällsposten

mobil: 0706 - 34 41 34

direkt: 08 - 738 33 63

mail: irina.halling@expressen.se

Bilaga 4

Diagram 1

Sektion händelsen får plats inom

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nyheter	11	35,5	35,5	35,5
Kultur	1	3,2	3,2	38,7
Nöje	10	32,3	32,3	71,0
Insändare	2	6,5	6,5	77,4
Krönika	5	16,1	16,1	93,5
TV	1	3,2	3,2	96,8
Löpsedel	1	3,2	3,2	100,0
Total	31	100,0	100,0	

Sektion händelsen får plats inom

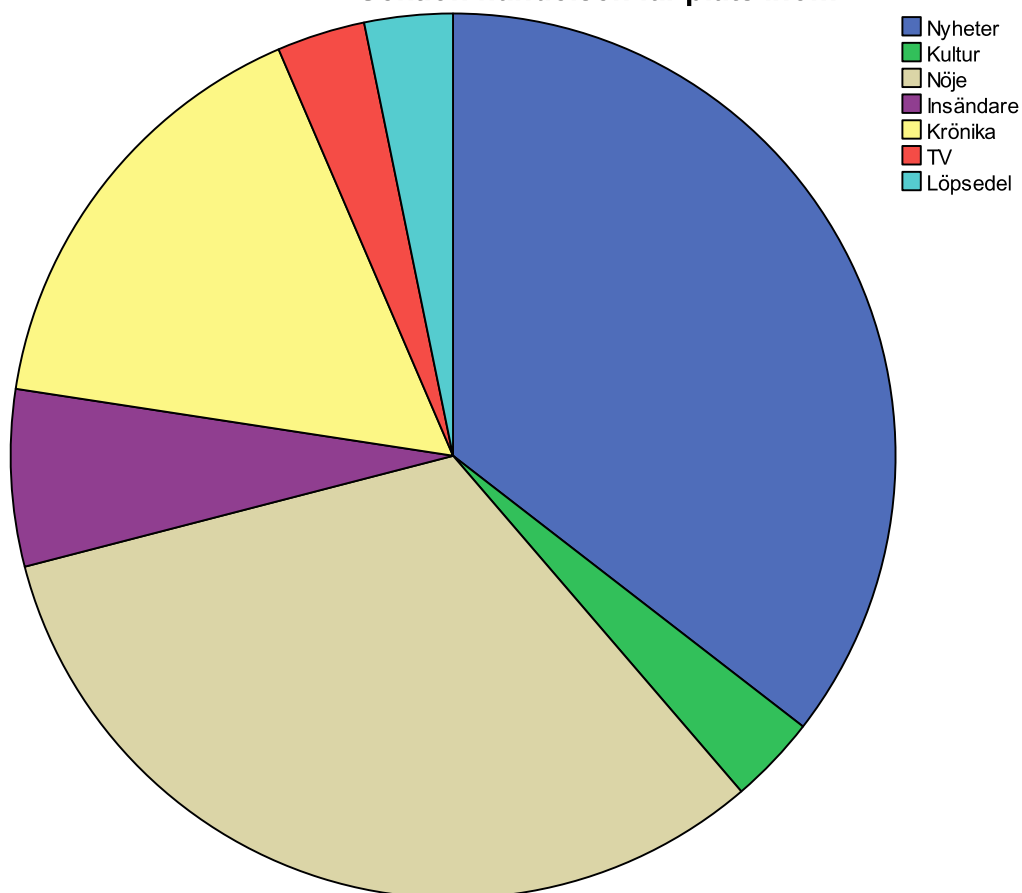


Diagram 2

		Hur är artikeln vinklad?			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positivt	3	9,7	9,7	9,7
	Negativt	10	32,3	32,3	41,9
	Neutralt	18	58,1	58,1	100,0
Total		31	100,0	100,0	

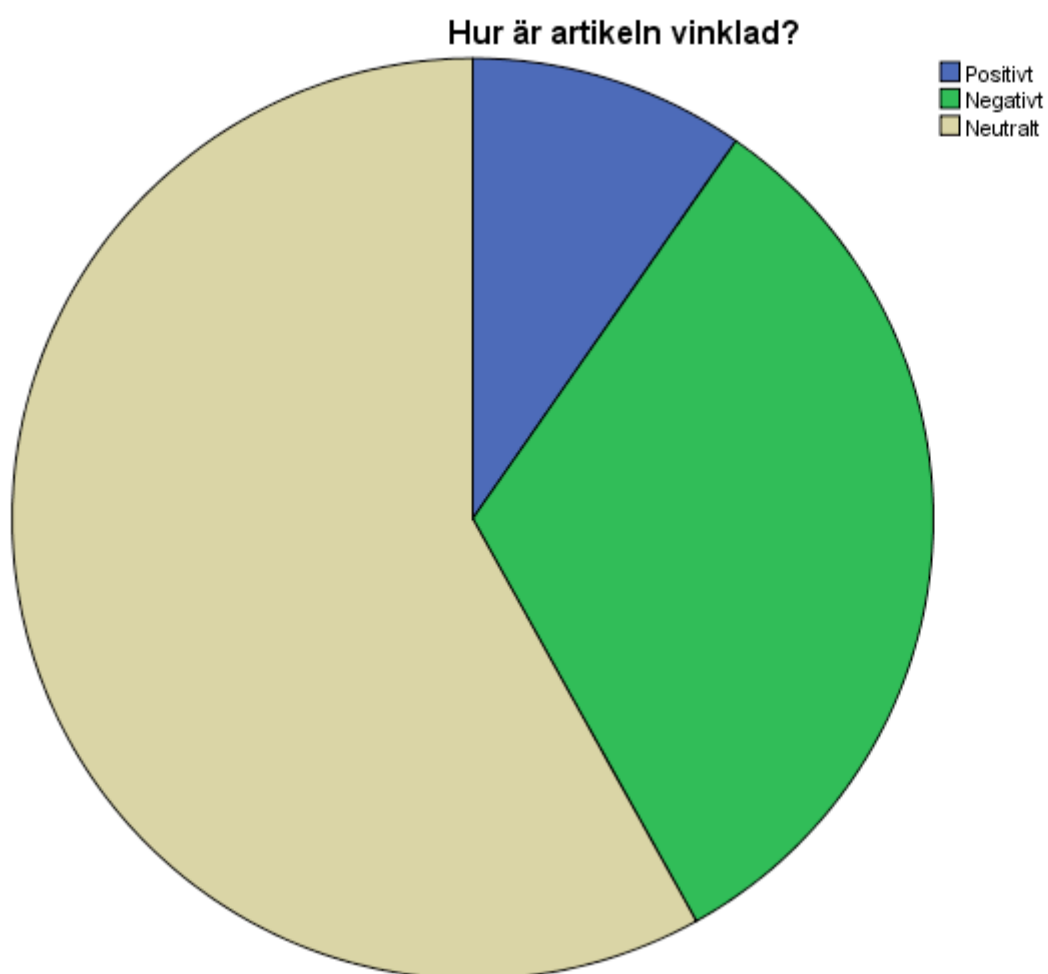


Diagram 3

Aktör som skriver om händelsen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Journalist	28	90,3	90,3	90,3
	Privatperson	1	3,2	3,2	93,5
	Övrigt	2	6,5	6,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

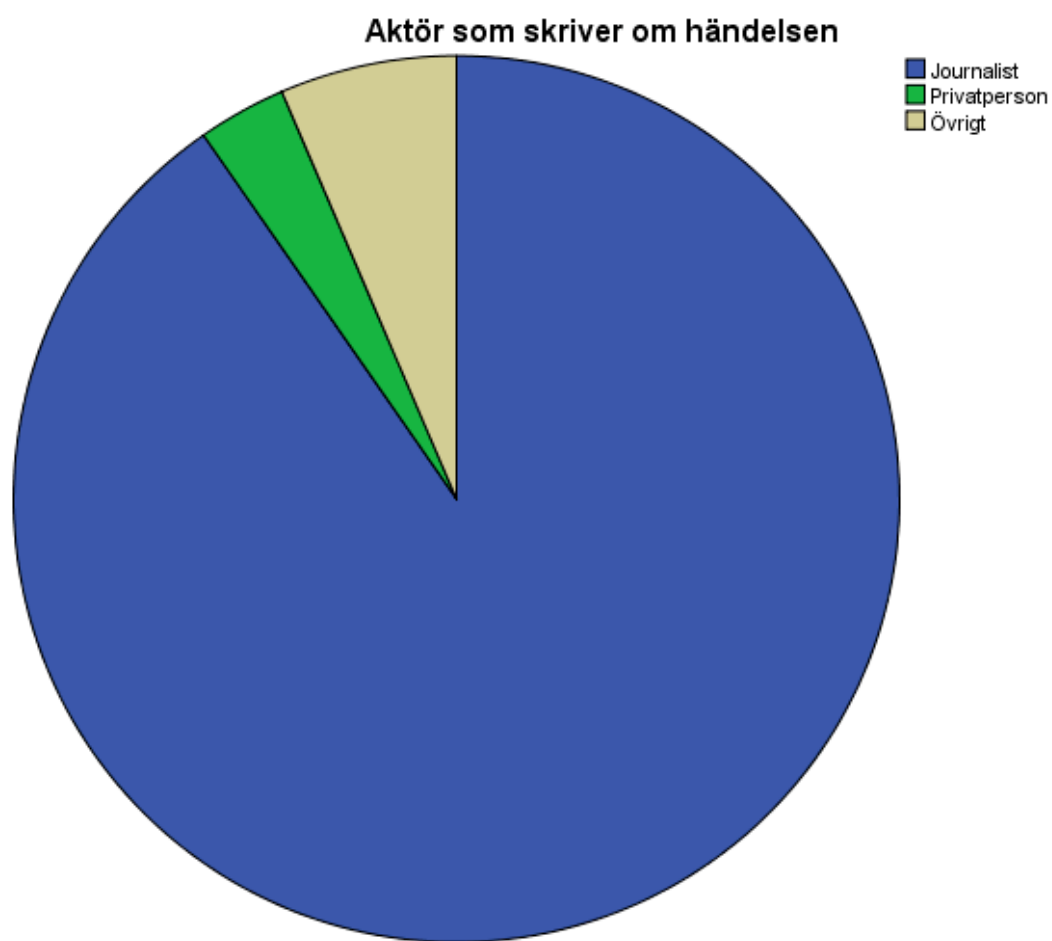


Diagram 4

Första aktör som får komma till tals i artikeln

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Journalist	1	3,2	3,2	3,2
	Talesman	10	32,3	32,3	35,5
	Privatperson	2	6,5	6,5	41,9
	Expert	5	16,1	16,1	58,1
	Ingen	13	41,9	41,9	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

Första aktör som får komma till tals i artikeln

