

Agendan bakom Agenda

En kritisk diskursanalys i struktur och intention bakom
svenskt nyhetsinnehåll

Abstract

Uppsatsen *Agendan bakom Agenda – en kritisk diskursanalys i struktur och intention bakom svenskt nyhetsinnehåll* är författad av Helena Johansson och Elin Jonsson i ämnet för Medie- och kommunikationsvetenskap vid institutionen för kommunikation och medier vid Lunds universitet.

Uppsatsen är en studie i svenskt nyhetsinnehåll och de faktorer som påverkar detta. Genom kritisk diskursanalys analyseras ett av Sveriges största samhällsrapporteringsprogram – ”Agenda” – utefter teman som utformats mot bakgrund av tidigare teorier kring faktorer som påverkar medieinnehåll. Problemformuleringen syftar komma åt de strukturella faktorer som påverkar medieinnehållet samt sättet som medieaktörer formar vår förståelse och kunskap inom ämnen och i samhällsfrågor.

Uppsatsen belyser hur massmedia reproducerar hegemoni och konsensus i samhället och resultaten visar att detta sker på dels en medveten nivå, dels en omedveten och strukturell.

Nyckelord: news framing, propagandamodellen, massmedia, medieinnehåll, diskursanalys

Innehållsförteckning

1	Inledning	1
1.1	Syfte och problemformulering	1
1.2	Bakgrund	2
1.3	Metod och teori	2
1.4	Avgränsning	3
1.5	Disposition	3
2	Teori	4
2.1	Diskurs som teori	4
2.2	News framing	6
2.3	Propagandamodellen	7
3	Metod	9
3.1	Diskursanalytisk metod	9
3.1.1	Metodkritik.....	11
3.2	Urval av primärmaterial	12
4	Analys	13
4.1	Nyhetsinramning och dess betydelse för nyhetsinnehållet	13
4.2	Behandlingen av hegemoniskt kontra icke-hegemoniskt material.....	17
4.3	Användandet av källor och experter.....	20
4.4	Flak.....	22
5	Slutdiskussion	23
6	Referenser	26

1 Inledning

Massmedierna har idag en privilegierad position som verklighetsskapare och verklighetsförmedlare. Massmedia är en kommunikations- och kunskapskanal, genom vilken allmänheten förses med medierad erfarenhet som är den främsta källan till vår uppfattning om vad som sker utanför vår direkta närhet. Medieforskningen cirkulerar i mycket kring just konstruerandet av identitet och verklighetsuppfattning genom massmedia.

Internationell medieforskning har intresserat sig för de strukturella faktorer som påverkar det medieinnehåll som i förlängningen formar vår verklighetsuppfattning, och vi ämnar applicera detta i en svensk mediekontext.

Målsättningen med svensk public service är att förmedla en objektiv, neutral och balanserad samhällsrapportering i allmänhetens intresse. Med utgångspunkt i socialkonstruktivismens ståndpunkt att verkligheten endast är oss tillgänglig genom subjektiva tolkningar blir dock frågan huruvida denna målsättning är realistisk. I public services avgörande av vilka komponenter som behövs i samhällsrapporteringen för att den ska vara balanserad görs avväganden kring vilka dessa komponenter är, avväganden som vilar på aktörers subjektiva tolkningar. Enligt internationell medieforskning görs dessa tolkningar mot bakgrund av strukturella faktorer som är större än den enskilda aktören.

För att kunna säga något om svensk samhällsrapportering i stort tittar vi på det största samhälls- och nyhetsrapporteringsprogrammet i sitt slag i Sverige – SVT:s ”Agenda”. Förhoppningsvis kan detta öka medvetenheten kring hur de antaganden som görs i media inte är så naturliga som de framställs.

1.1 Syfte och problemformulering

Studiens mål är att studera samhällsrapporteringen i programmet ”Agenda” med särskilt fokus riktat på programmets a) nyhetsvärdering i form av faktorer som påverkar medieinnehållet, b) sätt att inge tittaren förståelse för och kunskap om samhällsfrågor.

Studien syftar till att nå fördjupad förståelse för a) de bakomliggande strukturer som styr svensk samhällsrapportering, b) hur medieproducenter styr allmänhetens ram av förståelse för och uppfattning om samhällsfrågor.

Uppsatsen har ambitionen att fylla ett gap inom medieområdet för konstruerat medgivande och nyhetsinramning: huruvida styrd medieproduktion främst vilar på icke-konspiratoriska marknadsintressen eller medvetna ideologibevarande processer. Trots att vår problemformulering inte omfattar denna fråga i specifiktum så syftar den till att nå en djupare förståelse för nyhetsvärdering utifrån teorier om marknadsstyrd nyhetsproduktion så väl som teorier kring medieproducentens förmåga att styra allmänhetens förståelse för och därför uppfattning om samhällsfrågor.

1.2 Bakgrund

”Agenda” är ett direktsänt nyhetsprogram som visar fördjupade reportage om aktuella händelser. På programmets hemsida skriver man att man sätter agendan för den kommande veckans debatt och kommer med nya spännande infallsvinklar på aktuella händelser (SVT hemsida 1). ”Agenda” har sänts i över tio år och har kommit att bli det största, om inte enda, programmet i sitt slag. Statistik från 2008 visar att man hade 578 000 tittare per avsnitt, det är 6,3 % av den svenska befolkningen (SVT hemsida 2).

Programmets egen målsättning att sätta medieagendan och dess andel tittarsiffror ger programmet en stark ställning som opinionsbildare.

1.3 Metod och teori

Utifrån teorier om news framing och propaganda i medierna kommer vi att genomföra en kritisk diskursanalys för att undersöka huruvida man i svensk massmedia kan identifiera de strukturella faktorer som Herman och Chomskys propagandamodell identifierat i USA, samt hur svenska producenter formar medieinnehåll genom att förse tittaren med specifik förståelse och kunskap.

Den kritiska diskursanalysen som metod används för att belysa och kritiskt granska de antaganden som diskursanalysen som teori, propagandamodellen och news framing alla har gemensamt, nämligen att vår uppfattning om verkligheten

är socialt konstruerad och att media spelar en stor roll i denna konstruktion. På detta sätt utgör teori och metod ett starkt ramverk för vår vetenskapliga undersökning.

Den applicerade metoden såväl som samtliga teorier har en socialkonstruktivistisk vetenskapsteoretisk grund, och således har även uppsatsen det. Den socialkonstruktivistiska vetenskapsteoretiska grunden innebär att kunskap inte ses som objektiv utan som en följd av våra tolkningar av den (Winther Jörgensen & Phillips 2000:10f).

1.4 Avgränsning

Diskursanalysen har många grenar, och uppsatsen ansluter sig till van Dijks och Faircloughs teoretiska och metodologiska läror då dessa fångar de dimensioner som rör diskursen konstituerande och konstruerande dimensioner.

Propagandamodellen är utformad i en amerikansk kontext och har därför reviderats för den svenska och nutida kontext som uppsatsens vetenskapliga undersökning ingår i. Filter ett och två av Herman och Chomskys propagandamodell kommer att presenteras i teorikapitlet men inte appliceras i analysen av det empiriska materialet då dessa filter fokuserar på ägarstrukturer och annonsintäkter, något som inte är intressant för en studie av ett public service-program.

1.5 Disposition

Uppsatsen är uppdelad i fem kapitel. Det första är en beskrivning studien, dess förhållningssätt och teoretiska grund. Därefter följer ett teorikapitel där det teoretiska ramverket som består av diskursanalys, news framing och propagandamodellen presenteras. Detta följs av kapitlet för metod som innehåller både metod, metodkritik och urvalsförfarande. Kapitel fyra består av uppsatsens analysdel vilken utgår ifrån fyra teman utformade utifrån det teoretiska ramverket. Studien avslutas i kapitel fem med uppsatsens slutdiskussion i vilken resonemang kring resultat och analys förs.

2 Teori

Tillämpningen av diskursanalys innebär att man gör vissa vetenskapliga ställningstaganden. Främst innebär det att uppsatsen har socialkonstruktivistisk grundval: synen är att verkligheten är socialt konstruerad och att vår uppfattning om den aldrig kan vara objektiv (Berglez 2000:217; Winther Jörgensen & Phillips 2000:10f). Inom diskursanalysen finns flera perspektiv men alla delar denna utgångspunkt. Man kan med fördel kombinera element från de olika perspektiven och med andra icke-diskursanalytiska perspektiv när man utformar sin forskningsdesign. Detta innebär en bredare förståelse för empirin då olika perspektiv ger olika insikter (Winther Jörgensen & Phillips 2000:10).

2.1 Diskurs som teori

Diskurs kan ses som uttalanden om ett specifikt ämne som ger lyssnaren specifik kunskap om ämnet. Massmedia har en privilegierad position i samhället där den genom diskursiva representationer delvis konstruerar vår verklighetsuppfattning (Van Dijk 1988). Begreppet medierepresentation syftar till mediernas konstruktion av delar av verkligheten, exempelvis kön, sexualitet och kultur; hur dessa framställs och uppfattas som sanningar. Representationer sker främst genom diskurser och fyller både politiska, ekonomiska och sociala funktioner, och här finner vi diskursens ideologiska dimension. Om hegemonin i samhället ska förändras måste förändringar ske i diskursen som, i sitt oförändrade tillstånd, har en bevarande effekt på hegemonin.

Van Dijk diskuterar den komplexa relationen mellan text och kontext, och att den sociokulturella bakgrunden är en avgörande faktor för textens diskursiva uttryck. Det diskursiva uttrycket i en specifik situation bör förstås som en social handling: sociala roller styr vem som säger och gör vad i specifika situationer. Deltagarna i ett debattprogram vet att det är programledaren som ger ordet, och de förhåller sig till sina roller mot bakgrund av sin kunskap – de använder kunskapen för att förstå diskursen. Detta resonemang gör van Dijks diskursanalys till en sociokognitiv modell som dels fokuserar på de diskursiva uttrycken som sociala handlingar, dels på de kognitiva färdigheter vi använder oss av när vi deltar i diskursen. I "News as Discourse" (1988) diskuterar van Dijk diskursanalysens multi-

disciplinära natur genom att belysa texters makrostrukturer i form av tematisering, schematik och semantik. Med makrostrukturer avser van Dijk teman och ämnen i diskursen, och dess relevansberoende natur; viktig information framställs först. Vad som är ämnen och teman är subjektivt, både för oss som forskare när vi söker identifiera makrostrukturer i texten, men också för aktörer som avgör vilka uttryck och innehåll texten ska omfatta och vilket utrymme de ska ges. Vidare hävdar van Dijk att vi producerar och förstår diskursen med hjälp av de makroregler som hjälper oss summera information och förstå dess sammanhang. Makroregler kan bestå av radering (vi raderar information som lokala detaljer när deras relevans för texten inte är tillräckligt hög), generalisering (vi skapar en kategori för beskrivningar som alla kan rymmas inom kategorin), eller konstruktion (vi gör om flera dispositioner till en: ”kliva ur sängen”, ”äta frukost”, ”duscha” kan konstrueras som ”göra sig i ordning”). Dessa reduceringar gör att ämnen utkristalliseras i texten. Makrostrukturens subjektivitet kan förstås som delvis en omedveten process, men i nyhetsproducering också en högst medveten. Diskursens funktion som kunskapsförmedlare bör förstås i förhållande till dess inneboende ideologiska natur. Producenten av diskursen kan delvis styra vår ämnesförståelse – ett resonemang med nära avgränsning till begreppet news framing. Media är för många den primära kanal genom vilken de når kunskap om samhällsfrågor. Medieproducenten kan med hjälp av korrekt utformning av texten styra denna kunskap.

En texts makrostruktur står i intimt förhållande till dess superstruktur. Van Dijk (1988) menar med diskursens schematiska natur dess superstruktur; textens början, mitt och avslut. En summering av textens kommande innehåll kan i förväg innehålla textens makrostruktur, eller ge en klar antydning om den. Vi som lyssnare bär då med oss en förförståelse innan texten antar något djup, och introduktionen kan avgöra vår mottaglighet för specifika signaler senare i texten. Vidare kan medieaktörer övertala publik till övertygelse genom implikationer; ordval och välvalda fakta som får publiken att acceptera propositionerna som sanningar. Detta rör sig om retoriska verktyg för övertygelse, men van Dijk (1988) gör en skillnad mellan diskursens *retorik* och *stil*, trots att båda avser språket som diskursiv dimension. Van Dijk hävdar att diskursens retorik bär på aktörernas mål medan stilen håller nyckeln till textens kontext. Med detta menas att en domare i en rättsal inte kommer att uttrycka sig ”nu breakar vi och kăkar lunch”, utan troligtvis någonting mer i stil med ”nu tar vi ett fyrtiofem minuters uppehåll och samlas åter

klockan 13:00". Stilen är alltså fri från intention medan retoriken är ett verktyg för aktören att erövra publikens acceptans av diskursen.

2.2 News framing

De Vreese beskriver i artikeln "News Framing: Theory and Typology" (2005) processen för news framing (vidare nyhetsinramning) som uppdelad i två förlopp: ett som fokuserar på ramarna *för* nyhetsinnehållet, alltså produktionen, och ett som fokuserar på effekterna av detta innehåll via presentationen. Den process av nyhetsinramningen som de Vreese kallar *frame-building*, eller ram-byggandet, syftar till de strukturella faktorer som påverkar medieinnehåll (de Vreese 2005:52). Ram-byggandet sker delvis bakom kulisserna och delvis under delningen av nyhetsinnehållet, men båda påverkar nyhetsinnehållet – både i skapandet och i presentationen. Ram-byggandet påverkas av faktorer interna för journalistiken men också av externa faktorer som interaktionen mellan journalister och samhällseliten (de Vreese 2005:52).

De Vreese presenterar ram-byggandet som en beroende variabel, avhängande hegemonisk diskurs, organisatoriska påtryckningar, och journalistiska rutiner; produktionsvillkoren styr nyhetsinnehållet likt ett filter och i nästa steg formas upplevelsen av vad nyhetsinnehållet är när publiken ges en specifik förståelse för ämnen genom att aktörer inkluderar och exkluderar, samt betonar, specifika element. Enligt Entman (genom de Vreese 2005:53) "*diagnostiserar och definierar*" nyhetsinramningen problem, så väl som ålägger dem en viss moralisk stans. Vår upplevelse av ämnen formas genom närvarande eller frånvarande element som en ram av förståelse och vår upplevelse av nyhetsinnehållet är delvis ett resultat av den ram producenten väljer att ge oss. De Vreese betonar att kritik mot denna smala definition av nyhetsinramning är att den främst intresserar sig för ordformulering, inte för de mer övergripande sätt genom vilka nyhetsinramning sker endast genom att aktörerna presenterar kärnan i en fråga. I den bredare definitionen kan ramarna förstås som alternativa sätt att definiera ett ämne eller fråga (de Vreese 2005:53), men dessa sträcker sig över större formationer av kommunikation snarare än skilda delar av formulering. Sannolikt kan en applicerad förståelse för båda definitioner vara av värde vid textanalys. Vi bär då med oss en förståelse för att mediernas nyhetsinramning binder samman vår förståelse för samhällsfrågor

och ämnen i stort (de Vreese 2005) men också insikten att de diskursiva uttrycken, och valen som står bakom dess språkliga dimensioner, innebär alternativa verklighetsuppfattningar. Inkluderade eller exkluderade element av ett ämne förstås genom analysen av aktörers val av ”språk, citat, och relevant information” (Shah et al. genom de Vreese 2005:54).

2.3 Propagandamodellen

Edward S. Herman och Noam Chomsky publicerade mot slutet av 1980-talet boken ”Manufacturing Consent” där man beskrev de strukturella faktorer man menade styr medieproduktionen (Herman 1996). Faktorerna bedöms av Herman och Chomsky blockera icke-hegemoniskt material från att vara en del av medieinnehållet vilket innebär att medieproduktionen kan beskrivas som en odemokratisk kraft, en produktion som reflekterar de styrande politiska och ekonomiska krafterna och intressena i samhället (Herman & Chomsky 1994, Herman 1996).

Herman och Chomskys teori kring propaganda (2002) i massmedia identifierar fem ”propagandafilter” som fungerar som styrmedel för vilka nyheter och vilken information som når allmänheten, och som sätter premisserna för diskursen. Enligt Hermans artikel ”The propaganda model revisited” (1996) belyser propagandamodellen hur nyheter ramas in och debatteras kring endast inom parametrarna för samhällselitens intressen. Grundantagandet är att en funktion som massmedia har är att reproducera och befästa den rådande maktordningen i samhället och således fungera som en ”propagandamaskin” för de som kontrollerar massmedia: ofta mäktiga mediebolag och dess annonsörer (Herman & Chomsky 2002:xif).

Det första filtret är ägarstrukturerna; de stora mediekonglomeratens dominans. Att massmedia domineras av stora kapitalistiska mediekonglomerat vars syfte är att vara vinstdrivande får konsekvenser för vilken information som når publiken och hur denna presenteras (Herman & Chomsky 2002:3ff).

Det andra filtret är massmedias finansiering genom reklamintäkter: vetskapen att en förlorad annonsör kan innebära stora ekonomiska förluster får effekt på nyhetsinnehållet. Stora bolag har således stor makt (Herman & Chomsky 2002:14ff).

Filter tre är de källor som massmedia främst använder sig av. Massmedia har ett ständigt behov av nyheter men resurser saknas för att ha journalister utplacerade överallt. Detta leder till att man placerar journalister och hämtar information

från platser där det produceras information med nyhetsvärde, exempelvis i Vita Huset. Informationen som, förutom att vara kostnadseffektiv, anses vara objektiv då den kommer från officiella källor. Experter i media tenderar också vara personer från nuvarande eller tidigare regeringar (Herman & Chomsky 2002:18ff).

Filter fyra benämns som *flak* vilket är engelska för luftvärnseld, och illustrerar de negativa reaktioner som medieinnehåll kan få från såväl privatpersoner, organisationer som politiskt håll. *Flak* kan bli kostsamt och därför undviks viss rapportering som kan tänkas attrahera *flak* (Herman & Chomsky 2002:26ff).

Det femte filtret är den anti-kommunistiska ideologin som är så stark i USA. Att anklaga någon för att vara kommunist är ett starkt vapen och i massmedia påverkar den anti-kommunistiska ideologin exempelvis hur nyheter som handlar om kommunistiska länder vinklas (Herman & Chomsky 2002:29ff). Detta filter kan revideras för att bättre passa dagens kontext. Eventuellt är ett filter för anti-främmande ideologier mer lämpligt. I revideringen ryms diverse aspekter av ideologier som ter sig främmande för det kulturella, religiösa och politiska konsensus som råder i ett visst kulturellt sammanhang. I USA är det mer accepterat att ställa sig bakom kapitalismens individualism än det är i Sverige. I ett mer praktiserande kristet land som Australien ter det sig mer brukligt att involvera sig i kyrkliga aktiviteter än det gör i Sverige där samma beteende skulle väcka reaktion hos många. Det femte filtret kan alltså beskrivas som kontextberoende; flexibelt utifrån den sociokulturella kontexten, i linje med den kritiska diskursanalysens förståelse för diskursens dialektiska förhållande till samhället.

Propagandamodellen är inte okontroversiell och har fått ta emot en del kritik under åren. Den kanske största kritiken är att modellen är överdrivet deterministisk och avfärdas därför som konspirationsteori (Klaehn 2002:147; Herman 1996:120). Som svar på detta skriver Herman att kritiken är överdriven men också att alla teoretiska modeller, per definition, förutsätter ett visst mått av determinism. Att påstå att propagandamodellen är konspiratorisk menar Herman är, förutom ett tacksamt sätt att förminska en radikal teori, att förbise teorins grundläggande fokus som är bakomliggande strukturer. Herman påpekar att propagandamodellen inte är beroende av en elitistisk sammansvärjning utan utgår istället ifrån att flera aktörer oberoende av varandra har gemensamma intressen och liknande drivkrafter vilket i sin tur leder till att deras agerande följer samma mönster (Herman 1996:121).

3 Metod

Då uppsatsens problemformulering innebär frågeställningar som kräver viss intimitet till fenomenet, ter sig den kvalitativa metoden som ett passande alternativ, då den förser oss med en närhet till de teoretiska begreppen när vi befinner oss i analyskedet (Östbye et al 2008:41).

Inom den kritiska diskursanalysen ser man på ideologi som meningsskapande i maktens tjänst som även den i likhet med massmedia producerar och reproducerar de rådande maktförhållandena i samhället (Fairclough 1995:14). Utifrån dessa antaganden kan vi konstatera att kritisk diskursanalys är den kvalitativa forskningsmetod som bäst fångar det vi ämnar komma åt i det empiriska materialet.

3.1 Diskursanalytisk metod

Diskursbegreppet har tilldelats flera innebörder som sträcker sig från att beteckna social interaktion till sociala konstruktioner av verkligheten och meningsskapande (Berglez 2000:200; Fairclough 1995:18). I denna uppsats tillämpas Faircloughs definition av begreppet som språkbruk som social praktik. Enligt Fairclough fyller diskursen tre funktioner; identitetsfunktionen, relationell funktion och ideationell funktion, uppsatsens analys kommer att fokusera på den ideationella funktionen, det vill säga hur diskursen bidrar till att konstruera kunskaps- och betydelsesystem (Winther Jörgensen & Phillips 2000:72f). Istället för att betrakta texten som neutral informationsförmedling ser man på den som en social handling vars sätt att beskriva verkligheten är färgat av den dominerande ideologin i samhället. Varför en text ser ut som den gör framgår inte i den manifesta texten. Man måste beakta de politiska, ideologiska, sociala förutsättningar i vilken texten skapats för att nå en djupare förståelse för den (Berglez 2000:195f).

Inom den kritiska diskursanalysen ser man på diskursen som både konstituerande och konstituerad, det vill säga att diskursen inte bara formar och förändrar sociala processer och praktiker utan även speglar dem. När man analyserar en mediediskurs är det därför viktigt att de politiska och ideologiska krafter som är med och formar den tas med i beaktning. Man säger att diskursen står i ett dialektiskt förhållande till samhället (Winther Jörgensen & Phillips 2000:67f). Vidare görs antagandet att diskursiva praktiker har en ideologisk funktion vilket innebär att de

bidrar till att producera och reproducera ojämlika maktförhållanden i samhället (Winther Jörgensen & Phillips 2000:69). Den kritiska diskursanalysen ser på ideologi som ”meningsskapande i maktens tjänst” som även den, i likhet med massmedia, producerar och reproducera de rådande maktrelationerna i samhället (Fairclough 1995:14). Detta kan man sätta i relation till det antagande som görs i propagandamodellen att massmedia producerar och reproducera den rådande maktordningen i samhället. Målet med kritisk diskursanalys är att identifiera och kartlägga de underliggande åsikter och värderingar som implicit förmedlas i texten (Berglez 1995:203).

Enligt Fairclough kan man dela in analysen av diskursen i tre dimensioner: diskursiv praktik, text och social praktik (Winther Jörgensen & Phillips 2000:85). Dimensionen diskursiv praktik fokuserar på hur texter produceras och konsumeras och då detta inte är av intresse för uppsatsens analys kommer fokus istället vara på de två andra dimensionerna.

Det en analys av textdimensionen ger forskaren är en förståelse för hur diskurserna förverkligas textuellt genom språket. Med hjälp av bestämda redskap kan forskaren göra en utförlig analys av texternas egenskaper. Två element som man med fördel kan undersöka närmre är transitivitet och modalitet. Analysen av transitivitet fokuserar på textens satskonstruktion, hur processer och händelser förbinds med objekt och subjekt och vilka ideologiska konsekvenser det får. Använder man exempelvis en passiv form i vilken man utelämnar agenten som i satsen: ”Palestinska bosättningar bombades igår”, fokuserar man på effekterna och det inträffade framställs i det närmaste som ett naturfenomen och agenten fråntas ansvar. En analys av modaliteten i en text fokuserar på talarens hållning till de påståenden som görs. Detta är viktigt då en texts modalitet påverkar konstruktionen av sociala relationer såväl som kunskaps och betydelsystem (Winther Jörgensen & Phillips 2000:87f) Det finns olika slags modalitet; sanning är när talaren helt instämmer med sitt påstående, deontisk modalitet pekar på huruvida satsinnehållet överensstämmer med normerna och om det ur talarens synpunkt är önskvärt, epistemisk modalitet beträffar talarens kunskap om uttalandets sanningshalt, om det stämmer överrens med verkligheten eller inte. Modalitet uttrycks också genom intonation (ton) och så kallade *hedges* som är ord såsom ”lite” och ”liksom” vilka bidrar till att uttrycka låg affinitet, det vill säga instämmande med en sats, i texten (Winther Jörgensen & Phillips 2000:88; NE.se). Karakteristiskt för massmedia är

enligt Fairclough att tolkningar presenteras som sanningar vilket han menar speglar och befäster mediernas auktoritetsanspråk (Winther Jørgensen & Phillips 2000:88). Även en analys av den lexikala stilen är av värde vid en kritisk diskursanalys. I den studerar man textens stil genom att titta närmare på ordvalen som görs. De ord som används för att beskriva verkligheten antas ha ideologiska implikationer och styra hur mottagaren tolkar budskapet, exempelvis är det skillnad om en journalist väljer att benämna ett parti som *radikalt idéparti* eller *oppositionsparti* (Berglez 2000:206).

Analysen av social praktik sätter diskursen i ett större socialt sammanhang, man kartlägger hur diskursen står i förhållande till sociala och kulturella relationer som utgör dess ram. Man tittar bland annat på de institutionella och ekonomiska förutsättningar som finns för den diskursiva praktiken och hur dessa påverkar dess utformning. För att göra detta krävs mer än enbart diskursanalys och därför tillför man andra relevanta teorier, som exempelvis propagandamodellen och news framing. Det är i denna del av analysen som man når fram till forskningens slutsatser. Det är här som man kan se om diskursen reproducerar rådande konsensus och vilka ideologiska konsekvenser detta får (Fairclough 1995:62) (Winther Jørgensen & Phillips 2000:90).

3.1.1 Metodkritik

Den främsta kritiken som riktas mot diskursanalysen angriper dess socialkonstruktivistiska utgångspunkt. Om man ser på verkligheten som socialt konstruerad och att vår uppfattning om den aldrig kan bli objektiv så bör det inte heller finnas något värde i den kunskap om verkligheten som man som forskare producerar (Winther Jørgensen & Phillips 2000:148). Denna kritik är teoretiskt sätt inte helt missriktad men kan bemötas med argumentet att målet med diskursanalytisk forskning inte är att presentera *en* definitiv sanning. Målet är istället att tydliggöra de strukturer och ideologier som formar vår verklighetsuppfattning och kritiskt granska dessa. Inom diskursanalysen gör man inte heller anspråk på att ha tillgång till verkligheten "så som den är" och man anser inte heller att det går att nå "objektiv" kunskap. De resultat man som forskare kommer fram till är en av flera möjliga tolkningar av verkligheten. Därför är det viktigt att man är kritisk även mot sina egna resultat och har insikt i att även dessa fungerar diskursivt i den me-

ningen att de både producerar och reproducerar verkligheten. Tydlighet kring hur man kommit fram till sina resultat och vilka antaganden man gör är därför av stor vikt för att ge andra forskare möjligheten att testa dessa (Winther Jørgensen & Phillips 2000:152ff).

3.2 Urval av primärmaterial

”Agenda” som det ledande samhällsrapporterande programmet i svensk television utgör god empiri för en studie av svenskt nyhetsinnehåll, särskilt i och med deras egen målsättning att sätta medieagendan.

Urvalet består av 15 avsnitt som sändes under vintern/våren 2012, och som funnits tillgängliga via SVTplay, Sveriges Televisions hemsida för streaming av publicerat material. Vi har tittat på vintern/vårens samtliga tillgängliga avsnitt fram till 2012-05-06 och därefter gjordes en avvägning i vilket material som var av relevans för de teman vi utarbetat vår analys utefter. Utifrån mängden material har vi således gallrat fram det som är av särskild betydelse för vår vetenskapliga undersökning. De avsnitt som kommer att tas upp i den följande analysen är de avsnitt som sändes 2012-03-11, 2012-04-22, 2012-04-29 och 2012-05-06 varav det sistnämnda är en två timmar lång partiledardebatt.

4 Analys

Analysen av avsnitten kommer att göras enligt fyra teman, utformade med förankring i frågeformulering och teori. Dessa är: tema 1 som rör nyhetsinramning och dess betydelse för nyhetsinnehållet, tema 2 som rör ideologi och behandlingen av hegemoniskt kontra anti-hegemoniskt material, tema 3 som rör källor och statistik och hur "Agenda" som medieproducent förhåller sig till dessa, samt tema 4 som behandlar *flak* – negativ respons på medieinnehåll som får effekt på kommande medieinnehåll.

Analysen behandlar främst diskursiva dimensioner hos *aktörerna i produktionen av "Agenda"* och inte de framförda av gäster. Det är främst programledarna som är objekten för analys, då de representerar "Agenda" som medieproducent.

4.1 Nyhetsinramning och dess betydelse för nyhetsinnehållet

I introduktionen av avsnittet med partiledardebatten beskriver programledarna de ämnen som kommer diskuteras i debatten (2012-05-06); textens makrostruktur etableras och vi ges de makropropositioner som binder samman den kommande textens flöde. Genom att tillskriva de politiska ämnena element ges vi en kontext i vilken vi uppmuntras förstå dem. Programledaren ställer i inledningen frågorna "ska jag våga bli äldre och hamna på hem", "kommer barnen klara skolan", "kommer barnen få jobb", och "kommer Sverige att klara den ekonomiska krisen". Dessa beskrivningar implicerar, för att använda van Dijks begrepp, att tittaren ska anta ett visst känslomässigt tillstånd och kunskap gentemot ämnet: vi ska känna en oro inför framtiden – detta är ramen vi bär med oss i den kommande texten. Ordet "kris" kan förväntas ge negativa konnotationer, och kan därför beskrivas som ett retoriskt grepp; en viss lexikalisk stil tillämpas. Propositionen "ekonomisk kris" påverkar budskapet och troligtvis hade propositionen "Sveriges ekonomiska situation" implicerat känslor och uppfattningar av annan karaktär. Programmet har gjort val gällande exkludering och inkludering av ämnen, men också av element av ämnena. Arbetsmarknadssituationen i Sverige kan innebära flertalet olika konnotationer; programledarna hade kunnat presentera ämnet utan att ställa

en fråga som upplevs som ett hot ("kommer mina barn att få jobb?"), och innehållet, och makrostrukturen, i den kommande debatten hade då uppfattats anorlunda. När levereringen av ämnena ställs som frågor, förhåller sig programledaren på avstånd till påståenden inom exempelvis arbetsmarknadssituationsfrågan; man håller sig på avstånd från sanningshalten i påståendet. Samtidigt visar den lexikaliska stilen i ordvalet "vågar" i "vågar jag bli gammal och hamna på hem" att man vill inge en känsla av oro. Man implicerar en oroande situation, samtidigt som man förhåller sig distanserad till ett sådant krasst uttalande.

Partiledardebatten (2012-05-06) förs i formell miljö med podium för alla deltagare, ett formellt politiskt språk, och programledare som formella debattledare: en kontrast till programmets normala framtoning vilket är ett exempel på van Dijks påstående att stilen påvisar textens kontext. Här är "Agenda" en renodlad politisk arena, vilket med nödvändighet innebär att stilen justeras så att den är anpassad till kontexten i vilken diskursen förs. Musik som spelas i bakgrunden under andra avsnitt skulle inte te sig passande här, *en* diskursiv dimension som påvisar kontexten. Under avsnittet verkar programledarna även mer frånvarande än normalt i interaktionen med gästerna – ännu en konsekvens av stiljustering så att texten passar kontexten. I frågor om modalitet ser vi att programledarna förhåller sig neutrala, nästan absenta till påståenden som görs; en följd av programmets förändrade kontext snarare än en konsekvens av retoriska val. Som debattledare *bör* du förhålla dig neutral och låta partierna snarare än dig själv höras. Kontexten medför just många övertygelser om vad som *bör* sägas och göras.

I och med den att socialistiska presidentkandidaten Hollandes vinst i Frankrikes presidentval skedde under sändning av partiledardebatten användes detta som startskott för debattens andra segment. Regeringens Reinfeldt ombeddes ge sin syn på Hollandes vinst varpå socialdemokraternas ledare Stefan Löfven fick samma fråga. Här ges tittarna en väg hänvisning i hur de ska förhålla sig till programinnehållet; en ram sätts med informationen att ett socialistiskt parti har vunnit i ett europeiskt land – en realitet som knappast är missgynnsam för svenska politiska partier till vänster om den politiska mittlinjen. Frågan är huruvida information om Hollandes vinst är relevant för en partiledardebatt i svensk politik. Utifrån närvarande implikationer som syftar till irrelevant information som inkorporeras i den relevanta för att säga något mellan raderna, bör vi ifrågasätta syftet med produktionens val att inkorporera Hollandes vinst i programmet.

I ”Agenda” diskuteras ofta, i slutet av avsnitten, frågor som inte beskrivits i avsnittets presentation. Tittarens initiala uppfattning om textens makrostruktur skiljer sig från textens reella makrostruktur vilket återigen belyser medieproducentens privilegierade position i att styra allmänhetens uppfattning om ”relevant” och ”mindre relevant” information. Efter att kärnkraftsfrågan presenterats som en ”mellanfråga”, instucken mellan två frågor som presenterats som ”heta” i introduktionen (2012-05-06), riskerar tittaren att uppfatta kärnkraftsfrågan som mindre angelägen. I avgörandet av vad som är de centrala politiska frågorna antar ”Agenda” en politisk preferens. I inledningen där tittaren ges förståelse för avsnittets makrostruktur gör produktionen val i vilka ämnen som är viktiga nog att nämna, vilket skiljer sig från alla ämnen som faktiskt går att urskilja i programmet makrostruktur. Ett politiskt parti med kärnkraftsfrågan lägre ner på agendan är troligtvis nöjd med att frågan framställs som mindre viktig än andra genom att inte omnämnas i introduktionen, medan ett parti i opposition mot rådande kärnkraftspolitik, som vill att allmänheten ska uppfatta frågan som viktig, nog hellre ser att den klassificerats som ”het”. Här urskiljs det tunna gränslandet mellan nyhetsinramning och ideologi. När aktörer gör val inom språkanvändning, ämnesbeskrivning och prioritering genom att utelämna, omfatta och betona specifika element sätter de ramen för hur allmänheten eventuellt kan komma att 1) uppfatta det faktiska innehållet i nyhetsrapporteringen och 2) uppfatta verkligheten.

I introduktionen till ett avsnitt beskriver programledaren att kvällens ”Agenda” kommer att behandla ämnet konservativ politik i USA och den pågående tävling i ”vem som är mest höger” bland de aspirerande republikanska presidentkandidaterna (2012-03-11). Ett inslag visas med Rick Santorum, republikansk politiker, som uttalar sig i preventivmedelsfrågan och säger att andra kristna må vara för preventivmedel, men att han själv inte är det. Här sätter programmet ramen för tittarnas förståelse av vad det är att vara konservativ republikan i USA, eller ens republikan. Elementet ”människors rätt eller orätt att använda preventivmedel” i relation till republikansk politik behandlas på ett sätt som troligt inger tittaren förståelsen att amerikansk konservativ politik innebär en negativ attityd i preventivmedelfrågan, trots att det sannolikt finns republikaner som är för preventivmedel. Här går att identifiera makroreglerna generalisering, radering och summering: information om andra republikaners mening om preventivmedel har eliminerats, och man generaliserar i presentationen av en politiker på den extrema

högerflanken som representant för republikaner i stort. När inslaget visas i sin helhet blir det tydligt att Santorum inte är ett gott exempel på den gemene republikanen. Trots detta hänvisar man i introduktionen till hans politik som republikansk och avbildar kristendomen som en nödvändighet för republikansk politik, ett debatterbart påstående. Tittaren lämnas med en tydlig ram av förståelse för vad det är att vara republikan i USA, en ram som ”Agenda” satt.

Den lexikaliska stilen som berör ordval kan beskrivas som ett hjälpmedel inom nyhetsinramning. I segmentet rörande socialdemokraternas nya ekonomiskpolitiska talesperson (2012-03-11) visas ett inslag, opassande för ett politiskt reportage: detta eftersom arbetskollegor till Magdalena Andersson hänvisar till henne som ”deras kompis, Magda”, och bildspråket i reportaget är förlöjligande med exemplet när berättaren säger att Magdalena hade gedigna ekonomiska färdigheter medan man i bild visar en kulram intill hennes porträtt (en leksak bland barn). Bildspråket implicerar en oerfaren ”Magda” som ska möta en erfaren finansminister Anders Borg – visad i kostym och i sin professionella roll, medan Magdalena Andersson avbildas i sin privata genom ett bildspel av henne som privatperson klädd i ”hemmakläder”. Elementen sätter en ram för ämnet ”socialdemokraternas nya ekonomiskpolitiska talesperson” som tycks vilja ge tolkningen av Magdalena Andersson som ”Magda” och Anders Borg som ”finansminister Anders Borg”. Ett genusperspektiv för analys vore intressant, dock finns inte utrymme till detta.

Programledaren ställer till vänsterpartiets ledare Jonas Sjöstedt frågan om det är viktigare för vänsterpartiet att vara ett ”radikalt idéparti” eller att kompromissa för en plats i regeringen (2012-04-29). Utifrån ett smalt nyhetsinramningsperspektiv med fokus på ordformulering, lexikalisk stil och implikationer kan vi resonera kring inverkan aktörens ordval får på diskursen. Att hänvisa till vänsterpartiet som ”radikalt idéparti” i sin icke-kompromissade form är att ge publiken den uppfattningen om vänsterpartiet. Nyhetsinramningen sker på mikronivå, alltså ordformuleringsnivån, som visar teorins användbarhet i sin smala begreppsdefinition.

4.2 Behandlingen av hegemoniskt kontra icke-hegemoniskt material

Mot bakgrund av Faircloughs och van Dijks diskursiva uttryck som sociala handlingar och de Vreese´ breda nyhetsinramningsbegrepp urskiljs en diskrepans i hur programledaren interagerar med socialdemokraternas talesman Magdalena Andersson och folkpartiets Jan Björklund. I studiointervjun med Magdalena Andersson sitter programledare och gäst med ett stort bord mellan sig, och programledaren verkar sitta i en högre upphöjd stol medan Andersson sitter lägre och bordet når henne högt upp på kroppen. I intervjun med Björklund står bägge parter på vardera sidan om ett litet bord; ett obetydligt fysiskt avstånd mellan programledare och gäst (2012-03-11). Det diskursiva uttrycket bär på ett ideologiskt förhållningssätt för medieproducenten: programledaren som representant för Agenda förhåller sig annorlunda till socialdemokraternas representant än folkpartiets.

Den tidigare beskrivna situationen då programledaren hänvisar till vänsterpartiet som ett ”radikalt idéparti” (2012-04-29) är exempel på hur media genom diskursen söker styra tittarnas verklighetsuppfattning, men också hur konsensus aldrig kan ruckas utan en förändring i diskursen. Tidigare var det eventuellt lämpligt att hänvisa till vänsterpartiet som ett radikalt idéparti, kanske för att detta var hur de identifierade sig själva. Idag är frågan om beskrivningen speglar vänsterpartiets hållning. Gör den inte det är diskursen med och befäster omständigheter som inte längre finns, men som reproduceras genom diskursiva uttryck och språk.

I en intervju med Urban Bäckström, vd för Svenskt Näringsliv och tidigare riksbankschef, diskuteras en undersökning från Svenskt Näringsliv som visar att företagsklimatet blivit sämre i Sverige (2012-04-22). Bäckström kan sägas representera den dominerande ideologin som råder i Sverige kring marknadsekonomi. I uttalandet ”Sverige sämst i klassen” med hänvisning till företagsklimatet, uttrycks från programledaren en modalitet som visar att han anser detta vara en sanning. När intervjun inleds ändras denna modalitet något till att inte uttrycka direkt sanning men programledaren uttrycker hög affinitet med uttalandet. Han uttrycker högre affinitet med uttalandet än Bäckström själv som representerar Svenskt Näringsliv och således även rapporten. Det grundläggande antagandet är att företagande är viktigt för Sverige och att det är viktigt att Sverige gör allt för att underlätta för de svenska företagen. Detta är ett antagande som i dag inte anses kontro-

versiellt utan som ofta behandlas som sanning i politik och media. Programledaren ifrågasätter aldrig detta utan behandlar det som fakta. De främsta anledningarna till försämrade villkor för svenska företag menar Bäckström är den internationella skuldkrisen och vad han kallar den största omvandlingen världsekonomin har sett; att de mest folkrika ekonomierna har gett sig ut på världsmarknaden för att konkurrera. Vid en analys av transitivitet i uttalandet kan man se antagandet att den negativa utvecklingen av företagsklimatet i Sverige (objektet) inte i första hand kopplas till den svenska regeringens (subjektet) agerande, eller svensk lagstiftning. Istället är det utvecklingen på världsmarknaden som bär skulden, och kan jämföras med beskrivningen av ett naturfenomen. Inte heller detta ifrågasätts av programledaren eller möts av följdfrågor. Således visar programledaren i hela inslaget hög affinitet med de uttalanden och antaganden som Bäckström gör. Detta kan man koppla till de antaganden som görs inom propagandamodellen och diskursanalysen, att massmedia reproducerar den rådande maktordningen i samhället på ett sätt som i slutändan gör så att man uppfattar det som naturligt och som sanningen. Till skillnad mot många andra inslag i programmet kommer ingen med avvikande åsikt till tals. Detta kan ses som ett tecken på att man uppfattar de antaganden som görs som naturliga. Inslaget visar exempel på hur vad som kan kallas vara uttryck för hegemoniska ideologier behandlas som naturligt och hur dess grundläggande antaganden inte granskas kritiskt.

Sverige kan beskrivas som ett liberalt, sekulariserat land. Religion är sällan något man talar högt om och att vara för konservativ eller högervriden uppfattas ofta som negativt. I det tidigare nämnda inslaget i vilket man rapporterade man från de republikanska primärvalen och jakten på en republikansk presidentkandidat (2012-04-22). Inslaget handlade till stor del om hur långt ut på högerkanten kandidaten Rick Santorum, som beskrivs som ultrakonservativ, befinner sig. Inslaget kan således sägas behandla en ideologi som här i Sverige är icke-hegemonisk. Inledningsvis visas klipp från ett tal av Santorum i vilket han ger uttryck för hur viktig tron är för USA som nation och att äktenskapet är för man och kvinna. Därefter följer en uppräkningslista av allt han inte tror på, vilket inkluderar äktenskap mellan homosexuella, västhuseffekten, aborter och preventivmedel. Santorum beskrivs som den kandidat de väckelsekristna och socialkonservativa har väntat på. I inslaget träffar vi två unga republikanska kampanjarbetare. Dessa får presentera Santorums väljare och hans politik. Journalisten uttrycker genom sitt

tonfall (intonation) en deontisk modalitet som distanserar henne från ämnet och låter tittaren förstå att dessa åsikter är radikala. Tönen gentemot de intervjuade kampanjarbetarna är raljerande när journalisten beskriver dem med orden ”med flaggan i topp och Santorum-pullovern på och de hade alla argument klara” och de blir tillfrågade huruvida de har flickvänner. En fråga som journalisten förklarar att hon *naturligtvis* ställer för att hon vill veta vad de republikanska kvinnorna anser om Santorums politik. Varför man låter två ungdomar representera de konservativaste republikanerna framgår inte men det visar att man inte behandlar ämnet med samma aktsamhet och medvetenhet som man vanligtvis behandlar ämnen mer i lag med den hegemoniska ideologin, jämför med intervjun med Urban Bäckström. En talesperson för American Association of University Women som motsätter sig Santorums politik blir också intervjuad. På vilket sätt hon anses vara en auktoritet på området framgår inte. Den lexikala stilen i inslaget i stort kan beskrivas som exotiserande och journalisten använder uttryck som ”han tror *inte ens* på preventivmedel” för att beskriva Santorums uttalandens extremitet och distansera sig från dem. Dessa ordval väcker associationer och är ett sätt att styra tittarnas uppfattning om ämnet som diskuteras.

Inslaget följs upp med en diskussion i studion mellan Katrine Kielos, biträdande politisk chefredaktör på Aftonbladet, och Billy McCormac, pr-konsult och republikan. Trots att gästerna är inbjudna för att representera olika sidor sitter de bredvid varandra, detta att jämföra med att motståndarna i de flesta av ”Agendas” debatter står mot varandra med programledaren i mitten. Detta speglar synen på ämnet som relativt okontroversiellt i den meningen att åsikterna från meningsmotståndare inte kommer att särskilja i någon större utsträckning.

”Agenda” blev 2011 fält av Granskningsnämnden för Radio och TV för ett inslag som sändes 2011-05-01. Inslaget behandlade konspirationsteorier. I avsnittet, som inte längre finns tillgängligt på webben, intervjuas NN, grundaren av en sajt som samlar konspirationsteorier. Det var NN själv som gjorde anmälan mot inslaget vilket han upplevde vara partiskt, vilseledande och osakligt. Vidare ansåg anmälaren att det förekom grova förolämpningar och förtal. ”Agenda” fälldes för bristande saklighet, men friades från övriga punkter. Enligt nämndens utlåtande ansåg man att ”Agenda” hade redigerat intervjun på ett sätt som inte gav en rättvisande bild av NN:s ståndpunkt, samt att man genom programmets utformning felaktigen kopplade samman uttalanden som anmälaren gjort om organiserad brotts-

lighet till uttalanden om att judarna ska ta över världen (Dnr: 11/001124). Fastän ”Agenda” blev fällt på enbart en av punkterna kan man i detta dra paralleller till hur vi sett att man i programmet behandlat andra icke-hegemoniska ideologier – med mindre aktsamhet och medvetenhet. Då detta inte har varit ideologier som anses hota den dominerande ideologin har fokus inte varit att demonisera dessa utan snarare har man behandlat ämnena som om de vore udda fenomen och de som fått representera ideologierna har behandlats med mindre respekt och framställts som avvikande. Förlöjligandet av icke-hegemoniska ideologier kan ses som ett sätt att oskadliggöra dessa samtidigt som man förstärker rådande konsensus genom att skapa en bild av att det inte finns något tänkbara alternativ till den rådande ideologin.

4.3 Användandet av källor och experter

I ett avsnitt presenteras en större undersökning som gjorts över journalisters partisympatier som visar att journalistkåren är vänstervriden (2012-04-29). Reportaget söker visa att journalistkåren idag är mer grön än röd och att detta får konsekvenser för mediebevakningen av politiska frågor, särskilt valbevakning. ”Agenda” förhåller sig till statistiken från en medieforskare vid Göteborgs universitet som sanning, det är på denna statistik som hela inslaget vilar. I intervjuer med folk på stan har man endast tagit med individer som svarat ja på frågan om huruvida man tror att en vänsterlutning inom journalistkåren får effekt på mediebevakningen av politiska frågor, något som inger tittaren uppfattningen att så är fallet. Om samtliga personer som besvarat frågan svarade ja är dock oklart. När Sveriges Radios VD säger att undersökningen inte bygger på ett adekvat urval – att majoriteten av de journalister som står för valbevakning inte svarat på enkäten – tystas han ner av programledaren som snabbt går vidare i samma linje som tidigare genom att fortsätta diskutera resultaten med den andra gästen. Detta vore intressant att diskutera ur perspektivet för symbolisk makt: ”Agenda” ansluter sig till resultaten av forskningen vid Göteborgs universitet som sanning och inte ens när validiteten av denna dementeras med fakta väljer man att förhålla sig på ett annat sätt till källan.

I partiledardebatten påbörjar programledaren frågan om arbetslösheten i Sverige genom att konstatera att arbetslösheten ökar och sedan hänvisa till arbetslöshetsprognosen i procent så som regeringens framtidsprognos ser ut (2012-06-06).

I konstaterandet att arbetslösheten hela tiden ökar hänvisar man varken till siffror eller till källa, utan detta uttalas som en vedertagen sanning. Faktumet presenteras så att tittaren kommer att ta med sig statistiken utan tillgång till information som ger möjlighet att vara kritisk till faktumet. Statistiken fyller här genom diskursen en politisk och ideologisk funktion: den befäster uppfattningen att Sverige lider av stor arbetslöshet och kommer fortsätta göra så. Men hur objektiv är regeringens prognos för den framtida arbetslösheten? ”Agenda” använder sig av den rådande regeringens egna siffror i legitimeringen av ämnet i fråga som akut. Detta kan beskrivas som den problematik Herman och Chomsky hänvisar till i sitt tredje propagandafilter som fokuserar på medias användande av källor och hur källorna ofta är regering eller tidigare regering.

Genomgående i ”Agenda” hänvisas det till källor och statistik med officiellt ursprung, och de experter som inbjuds är ofta källans producenter. Ett exempel är nämnda intervjun med Urban Bäckström, inbjuden att diskutera en undersökning organisationen han själv är vd för hade producerat. Ytterligare exempel är att man för att diskutera presidentvalet i Frankrike bjöd in två europaparlamentariker som sakkunniga: Marita Ulvskog (s) och Gunnar Hökmark (m) (2012-04-22), representanter för de två största partierna i Sverige.

Utifrån propagandamodellens tredje filter, som behandlar användandet av källor och experter, kan man se ”Agendas” övervägande användande av officiella källor och experter som ett sätt för programmet att förmedla sin *egen* objektivitet till tittarna och *själva* ta på sig rollen som en pålitlig informationskälla. Det är problematiskt att sådana källor ofta tas för sanning i media då även dessa källor i likhet med vad som kan kallas ”icke-officiella” källor producerar information med ett syfte och ofta är vinklad till deras fördel. Även om man ibland ställer sig kritisk till officiella källor och experter har det stora medieutrymme dessa får konsekvenser för vilken verklighetsbild som reproduceras och förmedlas till tittarna. Användandet av officiella källor är kostnadseffektivt för medieproducenter med högt produktionstempo då källorna producerar informationen åt dem. Detta går att koppla till Hermans och Chomskys antagande kring att en av massmedias många funktioner är att fungera som propagandamaskin för aktörer med stora ekonomiska och politiska tillgångar. För tittarna innebär detta i förlängningen att den presentation av verkligheten som förmedlas till dem är den som sponsras av makten.

4.4 Flak

Då man inte kan analysera negativa reaktioner på ”Agendas” rapportering genom SVTplay, kontaktades redaktionen via mail för att få svar på hur de resonerar kring negativa reaktioner och huruvida dessa får effekt på rapporteringen och programmets innehåll (se bilaga).

Svaren har främst resonerat kring etiska aspekter av flak. En redaktör svarar att man tar ”relevant och saklig” kritik i åtanke när det berör journalistiska felbedömningar eller faktamissar. Man påpekar också att ”osaklig och oförsämd” information bortses ifrån (redaktör). Denna förklaring av hur programmet hanterar negativ feedback grundar sig i produktionens förmåga att avgöra vad som är relevant, saklig, osaklig eller oförsämd kritik. I detta spelar deras tolkning av kritikers emotionella eller kunskapliga färdigheter in, såväl som deras tolkning av journalistkårens egna uppdrag och moraliska kompass. Att kritik *kan* påverka innehållet i kommande program klargörs dock (projektledare), och detta är en bekräftelse på Herman och Chomskys filter som rör negativa repressalier och dess inverkan på medieinnehåll, om så enligt en mer etisk natur än den Herman och Chomsky funnit.

”Agenda” som public serviceaktör ska vara fri från ekonomiska intressens inlyftande, och det är också denna bild man i mailkorrespondensen bekräftar. Man gör gällande att programmet inte tar hänsyn till andra ekonomiska faktorer än de interna som kan röra exempelvis resekostnader eller kostnader för arbetsinsats (redaktör). Dessa kan dock betraktas som ekonomiska förhållanden som får konsekvens för rapporteringen, så till vida att man avstår från att rapportera i en viss fråga eller kring ett visst ämne därför att det kräver alltför stora interna kostnader.

Vår uppfattning var att vi ställde en konkret fråga till produktionen, men svaren vi fick från två separata personer börjar båda med att tydliggöra att frågan är öppen och svår att ge ett rakt svar på. Utifrån den kritiska diskursanalysens socialkonstruktivistiska grundval, är detta ett gott exempel på tolkningens funktion inom diskursen. Samtidigt går det att ifrågasätta huruvida ”Agendas” redaktör och projektledares början till svar har en retorisk bakgrund. Bådas svar implicerar att vår frågeställning skulle göra det svårt för dem att ge ett adekvat svar, detta är också ett sätt för dem att skydda fortsättningen i svaret på den ställda frågan.

5 Slutdiskussion

Något som framgår i analysen är att de fyra teman vi fokuserat på i studiet av empirin är som nära avgränsande fält till varandra. Nyhetsinramningen kan ses som en del av processen för medias konstruerade medgivande – en del av förloppet genom vilken media producerar och reproducerar en viss konsensus och hegemoni i samhället. När aktörer inom media förser oss med specifika kunskapsramar inom ämnen och i frågor är detta mot bakgrund av de strukturella faktorer som bland annat utgör de fem propagandafiltren. Med detta menas att den kunskap som förmedlas genom nyhetsinramningen är ideologiskt betingad. Källor används som ett verktyg i nyhetsinramningen och utnyttjas för att legitimera de ämnen som reportagen behandlar och framförallt *hur* man förhåller sig till ämnet. Vidare visar analysen tydligt att producenten genomgående förhåller sig till källor och fakta på ett ytterst selektivt sätt, och detta är troligtvis mot bakgrund av programmets egen målsättning. Det ter sig som om motiven och önskemål om ämnen som ska behandlas låtit guida produktionen i deras sökande efter källor och experter som tjänar den vinkel programmet vill ha. Därmed faller programmet som public service-aktör in i en självtjänande innehållsproduktion, partisk med sig själv och med skyddslappar för ögonen så att information och idéer som går emot de egna intas i beaktning.

Formandet av medieinnehållet sker på två plan, och analysen har tydliggjort att Herman och Chomskys propagandamodell i mycket belyser det *omedvetna* sätt genom vilket medieinnehåll påverkas av strukturella faktorer, medan nyhetsinramningen (ofta med hjälp av källhänvisning eller avsiktlig källanvändning) formar medieinnehållet på ett *medvetet* plan. Analysen har förtydligat hur media ramar in ämnen och frågor på ett sätt som tjänar ett syfte. Syftet i sig behöver inte alltid befinna sig på ett medvetet plan hos aktören (den är i mycket ett resultat av strukturella faktorer som ligger som en silduk mellan samhälle och media), men sättet som nyhetsinramningen sker är på ett högst medvetet plan och sker med intention, och nyhetsinramningen återkopplar alltid till den hegemoni som ligger till bakgrund för faktorerna som format medieinnehållet från första början. Det går alltså att beskriva propagandamodellen och nyhetsinramningen som ett slags kretslopp i vilket medieinnehållet flödar, och det är genom detta kretslopp som vi

kan säga att hegemonin och konsensus både produceras och reproduceras via massmedia.

Möjligtvis hade resultat och analys sett annorlunda ut om empirin hade varit från kommersiell media snarare än public service. Hade vi undersökt kommersiell media hade Herman och Chomskys två första filter som behandlar de ekonomiska faktorer så som reklamintäkter och ägarstrukturer som formar medieinnehåll varit mer relevanta. Att vi inte funnit förhållanden i vår empiri som bekräftar dessa två filter är alltså inte en bekräftelse på att filtren är frånvarande i svensk samhällsrapportering i stort. Också filtret Flak fokuserar på ekonomiska konsekvenser av viss rapportering, och i analysen har vi inte kunnat finna något ekonomiskt flak i den bemärkelse som vår teori utgör. Däremot har analysen belyst hur ekonomiska förutsättningar spelar roll för vilka nyheter som når publiken; aktörers resurser innebär olika villkor för dess rapportering. Detta går också att koppla till användandet av officiella källor och dess kostnadseffektivitet i och med att källorna själva står för produktionskostnaden.

En diskrepans mellan "Agendas" syfte och tänkta funktion som neutral public service-aktör och deras sätt att framställa politiska partier, specifika ämnen och frågor går att identifiera. Framförallt har diskursanalysen som metod och då särskilt begreppet modalitet, varit användbart för att lyckas närma sig sättet "Agenda" som public service-aktör implicerar hur tittaren ska förhålla sig till innehållet samtidigt som man genom ordformulering förhåller sig på avstånd från eventuella impliceringar. Huruvida detta är en konsekvens av en konflikt mellan public service aktörers syfte att förhålla sig neutrala och "Agendas" egen målsättning att nå höga tittarsiffror är oklart.

"Agendas" produktionstakt kan ha påverkat den gräns till vilken vi lyckats identifiera omedvetna strukturella och medvetna processer genom vilka Agendas medieinnehåll formas. "Agenda" rapporterar kring färskare nyheter, och sänder inte reportage som är resultatet av många månaders arbete och utformning. Detta tidsperspektiv kan ses som ett slags mellanting mellan nyhetsproduktion som "Rapport" och samhällsprogram som skildrar undersökande journalistik med längre tidsperspektiv; "Agenda" har mer tid till eftertanke och reflektion kring sitt material i jämförelse med det förstnämnda men mindre i jämförelse med det sistnämnda. Ju längre tid till eftertanke och korrigerande av material som finns, desto

större chans är det att ”Agenda” själva identifierar och korrigerar obalanser eller övertydliga politiska lutningar i sin rapportering.

Det är viktigt att förbli medveten kring hermeneutikens dubbla karaktär: att vi som forskare också lever och är färgade av den värld vi är satta att studera och dra slutsatser kring. Vår egen tolkning i form av förförståelse och kunskap har självfallet påverkar de resultat vi funnit – vi har redan tolkat den värld vi ska undersöka. Med detta är det inte sagt att vår undersökning inte betyder något eller att den har låg validitet. Med de teorier och metod som analysen skett utifrån har vi kommit fram till resultat som vi menar vilken annan forskare med samma premisser skulle nå; nämligen att samhällsliga händelseförlopp sållas bort och formas om genom diverse verkliga, om än osynliga, filter innan de genom media når oss som publik. Om de ens når oss överhuvudtaget.

6 Referenser

Primärkällor

Agenda (2012). [TV-program] Sveriges Television, SVT 2 11 mars.

Tillgänglig: http://svtplay.se/v/2739243/agenda/11_3?sb,p103431,4,f,-1

Agenda (2012). [TV-program] Sveriges Television, SVT2 22 april.

Tillgänglig: http://svtplay.se/v/2781744/agenda/del_14_av_20?sb,p103431,2,f,-1

Agenda (2012). [TV-program] Sveriges Television, SVT2 29 april

Tillgänglig: http://svtplay.se/v/2788838/agenda/del_15_av_20?cb,a1364145,1,f,-1/pb,a1364142,1,f,-1/pl,v,,2794601/sb,p103431,2,f,-1

Agenda (2012). [TV-program] Sveriges Television, SVT2 5 maj

Tillgänglig: (dubbelavsnitt)

http://svtplay.se/v/2794601/agenda/agenda__partiledardebatt__del_1?sb,p103431,2,f,-1

http://svtplay.se/v/2794604/agenda/agenda__partiledardebatt__del_2?sb,p103431,1,f,-1

Granskningsnämnden för radio och tv beslut, Dnr: 11/001124, 2011-10-31

Projektledare, Agenda, e-post-korrespondens 2012-05-02

Redaktör, Agenda, e-post-korrespondens 2012-05-02

Sekundärkällor

Berglez, P. *Kritisk diskursanalys i Metoder i kommunikationsvetenskap*. Ekström, M. Larsson, L. (red.). (2000). Lund: Studentlitteratur.

Dijk, T.A.V. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.

Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. London: Edward Arnold.

Herman, E. S. & Chomsky, N. (2002[1988]). *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. Updated ed. New York: Pantheon Books.

Herman, E. S. (1996). The propaganda model revisited. *Monthly review: An Independent Socialist Magazine*, vol. 48, ss. 115-129. New York, N.Y.: Monthly Review Foundation.

Klaehn, J. (2002). A Critical Review and Assessment of Herman and Chomsky's 'Propaganda Model'. *European Journal of Communication*, vol. 17, ss.147-182. London: SAGE Publications.

NE.se: <http://www.ne.se.ludwig.lub.lu.se/lang/modalitet/257547>.

Sökord: Modalitet. Hämtdatum: [2012-05-01].

SVT hemsida 1: http://svt.se/2.101883/1.1353542/programinfoartikel_-_sasongsinformation

Hämtdatum: [2012-04-20].

SVT hemsida 2: http://svt.se/2.820021/1.1352282/rekordsiffror_for_debatt_och_agenda

Hämtdatum: [2012-04-20].

Vreese, C.H.D. (2005) News Framing: Theory and Typology. *Information design journal+document design*, vol. 13, ss.51-62.

Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. (2000). *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur.

Bilaga1 - Fråga via mail till Agenda – redaktionen

Hej,

Jag heter Elin Jonsson, och tillsammans med Helena Johansson skriver jag en B-uppsatser vid Lunds Universitet inom Medie- och kommunikationsvetenskap.

Min fråga är hur ni på Agenda redaktionen förhåller er till negativa reaktioner och respons på ert material och program, och huruvida detta påverkar produktionen och innehållet. Vi forskar kring de strukturella faktorer som eventuellt påverkar samhällsrapporteringen i svensk media.

Tacksam för svar.

Med vänliga hälsningar,

Elin Jonsson & Helena Johansson
Lunds Universitet

Bilaga 2 – Svar 1 (redaktör Agenda)

Hej Elin och Helena,

Det är en väldigt öppen fråga som är svår att svara på på ett meningsfullt sätt.

Vi kritiseras i tidningarnas recensioner av vårt program, internt inom redaktionen eller SVT och av tittare direkt till Agenda eller SVTs tittarfrågor.

Relevant kritik - faktamissar och journalistiska felbedömningar - tar vi förstås till oss och rättar i nästa program, om de är av sådan omfattning att det krävs. Kritik vad gäller vinklingar eller "bias" åt något politiskt håll är något vi diskuterar inom redaktionen, och försöker balansera över tid i programmet. Vi försöker svara dem som kritiserar oss, oftast via mail.

Osaklig och oförsämd kritik från tittare till exempel kan det hända att vi struntar i att bemöta. Den som kritiserar på det sättet är inte intresserad av svar utan bara av att skriva något elakt.

Det är klart att kritik påverkar innehållet. Om vi gjort misstag försöker vi att inte göra dem nästa gång. Om vårt program upplevs eller fungerar på ett annat sätt än vi trodde, försöker vi förstå varför det är så och vara tydligare och bättre nästa gång.

Med vänlig hälsning
Redaktör (anonymiserat)

Bilaga 3 – Fråga 2 ställd till redaktör efter första svar

Hej,

Tack för snabbt och utförligt svar!

Vi skulle vilja veta lite mer om hur ni proaktivt arbetar för att undvika situationerna du beskriver nedan, i synnerhet de ni bedömer är relevant kritik.

Finns det typer av reportage och ämnen vars eventuella konsekvenser ni bedömer så påtagliga att ni undviker dem, och i så fall varför och på vilket sätt? Avstår ni ibland från ämnen/reportage på grund av andra skäl än etiska?

Finns det ekonomiska faktorer som spelar in trots att ni tillhör public service?

Med vänliga hälsningar,
Elin Jonsson & Helena Johansson

Bilaga 4 – Svar 2 (redaktör Agenda)

Finns det typer av reportage och ämnen vars eventuella konsekvenser ni bedömer så påtagliga att ni undviker dem, och i så fall varför och på vilket sätt?

Nej, inte annat än om det skulle riskera att skada oskyldiga - t ex barn om det handlar om rapportering som som inte kan göras utan att man identifierar en familj, eller om någon skulle skadas av en publicering som är omotiverad. I svensk media i allmänhet är man oftast försiktig med att identifiera personer som misstänks för brottsliga eller mycket klandervärda handlingar, om det inte handlar om offentliga personer med hög ställning eller mål med så extremt högt allmänintresse att publicitetsskadan är lägre än allmänhetens behov att bli informerad.

Vissa ämnen leder att personer kan känna sig utpekade eller ringaktade. Om vi till exempel berättar om att många romska barn inte går ut grundskolan kan det leda till ökad ringaktning av romer. Därför anser jag att sådan publicering bör sättas i ett sammanhang, och att berörda ska få möjlighet att beskriva sin situation. Om det inte går att göra, t ex av tidsskäl, kan det vara bättre att vänta till ett annat tillfälle. Man ska inte avstå från att rapportera att en grupp känner sig ringaktad, om det är motiverat journalistiskt att belysa problemet, men man ska göra det på ett bra sätt.

Det finns ett gammalt uttryck som heter "publish and be damned". Det betyder att journalistens uppgift är att informera allmänheten, inte att ta ställning till konsekvenser av det som rapporteras. Det håller inte i alla lägen, men i många fall.

Vi tar inte ställning till några ekonomiska faktorer annat än våra egna begränsningar var t ex gäller arbetsinsats eller kostnad för resa.

Bilaga 5 – Svar 3 (projektledare Agenda)

Hej,

det är inte helt enkelt att svara rakt på frågan - det beror ju på...

Vi kan väl bara säga att vi med stort intresse tar del av de reaktioner vi får på programmet - och det handlar ju i första hand om reaktioner på ett redan sänt program. Vi funderar och reflekterar förstås över det som publiken sagt. Är det en negativ kritik är det självklart att fundera över om kritiken är relevant och i så fall vad vi kan lära av det. Är det positiv kritik så gäller i stort samma sak - nämligen att vi grannar över om vad som gjorde just det här innehållet uppskattat och relevant av tittarna, finns det nåt att lära för framtiden av den reaktionen.

Därutöver är en hel del kritik som rör Agenda väldigt politiskt färgad, en moderat tittare kan bli upprörd av att en vänsterledare tillåts medverka en längre stund i programmet - och vice versa. Vi får också regelbundet kritik för att vara antingen höger eller vänster, och den typen av reaktioner som så tydligt är kopplade till tittarnas egna politiska sympatier tar vi nog med en nypa salt.

Men jag vet inte om detta var svar på er fråga...

Vänliga hälsningar,

Projektledare Agenda (anonymiserat)